

# АУДИТ

Контекстной рекламы  
в Яндекс.Директ

**Заказчик:**

Гостиница

**Задача:**

Проанализировать эффективность работы  
и настройки рекламных кампаний.

# ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ

(за период в последние 365 дней, 14.10.18 – 14.10.19)

---

## Поисковые кампании Яндекс.Директ

1. Показы – 100 914
2. Клики – 4 022
3. CTR – 3.99 %
4. Расход всего на поисковые рекламные кампании – 206 178.18 руб.
5. CPC – 51.26 руб.
6. Средний расход бюджета за 1 день – 900.34 руб.
7. Количество целевых конверсий – 1 988 (Из отчета в директе, доступа к метрике нет, скорее всего стоит срабатывание целей на посещение каких-либо страниц, они и засчитывались как конверсия)
8. Цена цели – 103.71

## Кампании РСЯ

Данный вид таргетинга не используется.

# ПАРАМЕТРЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЪЯВЛЕНИЙ:

## 1. CTR.

На данный момент Ваш поисковый CTR за период в 365 дней составляет **3.99 %**, приемлемым общепринятым CTR считается **10%**.

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.
с 14.10.18 по 14.10.19	100914	4022	<u>3.99</u>	206 178.18	51.26	900.34

## 2. ПОКАЗАТЕЛЬ ОТКАЗОВ.

Показатель отказов равен **22.53 %**, показатель на мобильных устройствах равен **27.46%**.

Всего с 14.10.18 по 14.10.19	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Отказы (%)
	100914	4022	3.99	206 178.26	51.26	<u>22.53</u>
Тип устройства	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Отказы (%)
десктоп	43 121	1 468	3.40	74 055.91	50.45	16.64
мобильные	55 659	2 465	4.43	127 003.91	51.52	<u>27.46</u>
планшеты	2 134	89	4.17	5 118.45	57.51	16.13

Показатель нормы равен **10-15%**.

## 3. СТАТУС «МАЛО ПОКАЗОВ».

**Данный статус отсутствует.**

## 4. ЗАГОЛОВКИ

**2-й заголовок объявлений используется не совсем корректно. Первый заголовок должен соблюдать релевантность запросу, а во втором заголовке и тексте должны быть отображены самые привлекательные предложения.**

 **Стандартный номер 1400 р. в выходные – Отель «...»**

[Ресторан](#) [Перечень услуг отеля](#) [Расположение отеля](#)

[Акции в выходные дни](#) [Реклама](#)

Двухместное размещение в отеле с 50% скидкой, при проживании в выходные дни.

Бесплатная стоянка · Камера хранения багажа · Сейф · Мини-бар в номере

[Контактная информация](#) · 8 (800) · [Круглосуточно](#) · [Набережные Челны](#)

№ M-5434648090

 **Отдых в отеле со скидкой 40% – Отель «...»**


[Ресторан](#) [Перечень услуг отеля](#) [Расположение отеля](#)

[Акции в выходные дни](#) [Реклама](#)


Отдыхайте с комфортом! Скидка 40% на номера повышенной комфортности в выходные дни.

Бесплатная стоянка · Камера хранения багажа · Сейф · Мини-бар в номере

[Контактная информация](#) · 8 (800) · [Круглосуточно](#) · [Набережные Челны](#)

 [ОТЕЛЬ В НАБЕРЕЖНЫХ ЧЕЛНАХ – ОТЕЛЬ «...»](#)  
номер Эконом номер Стандарт номер Стандарт Твин номер Джуниор  
.../гостиница-в-Челнах Реклама  
Современный отель в самом центре города. Номера от 2 400 руб.  
Бесплатная стоянка · Камера хранения багажа · Сейф · Мини-бар в номере  
[Контактная информация](#) · 8 (800) ... · Круглосуточно · Набережные Челны

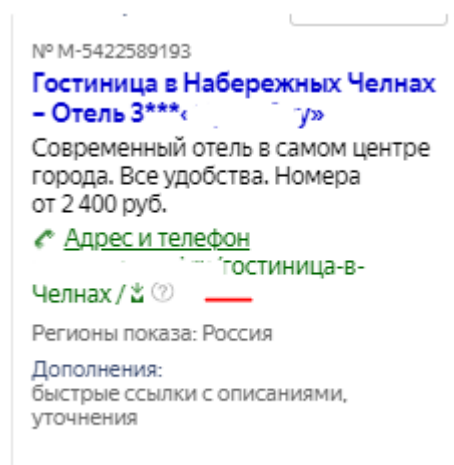
№ M-5434645253

 [ОТЕЛЬ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА Н.ЧЕЛНЫ – ОТЕЛЬ «OPEN CITY»](#)  
номер Эконом номер Стандарт номер Стандарт Твин номер Джуниор  
...гостиница-в-Челнах Реклама  
Современный интерьер, Wi-Fi . Завтрак включен. 7% скидка при онлайн бронировании.  
Бесплатная стоянка · Камера хранения багажа · Сейф · Мини-бар в номере  
[Контактная информация](#) · 8 (800) ... · Круглосуточно · Набережные Челны

По исследованиям проведенным крупным кампаниям в сфере маркетинга, большинство людей читают объявления по образцу буквы «Г», т.е. человек просматривает 1-й заголовок, 2-й заголовок и часть текста, именно поэтому там и указываются самые привлекательные предложения для человека.

## 5. ОТОБРАЖАЕМАЯ ССЫЛКА

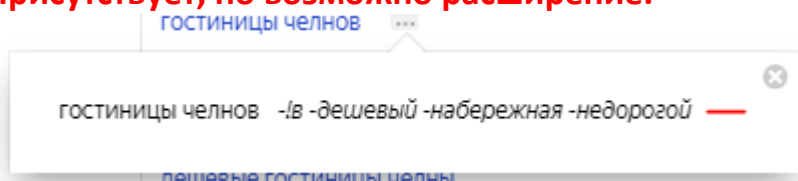
**Присутствует во всех объявлениях.**



Отображаемая ссылка – это адрес страницы сайта, который будет показан в объявлении. Мы рекомендуем использовать ссылку, которая легко читается и позволяет пользователям понять, на какую страницу они перейдут после клика по объявлению.

## 6. КРОСС – МИНУСАЦИЯ

Присутствует, но возможно расширение.



Кросс – минусация – исправляет пересекающиеся фразы, соответствующие одному и тому же поисковому запросу. Если две фразы отличаются на одно слово, к одной из них добавляется минус-слово.

## 7. УТОЧНЕНИЯ

Используются в рекламных кампаниях.

Местами встречаются объявления, где используются 5 уточнений (разрешено 4), поэтому пятое уточнение не показывается.

The image shows a hotel advertisement for 'Гостиница в Набережных Челнах – Отель'. On the right side, there is a box titled 'Уточнения к объявлениям' (Clarifications for advertisements) containing a list of five items, each with a trash icon to its right:

- Бесплатная стоянка
- Камера хранения багажа
- Сейф
- Мини-бар в номере
- Лучший бизнес-отель 2016

Below the advertisement, there is a handwritten red note '← 4/5' pointing to the list of clarifications.

Уточнения – это короткие тексты, в которых Вы можете описать свои преимущества или особенности. Они будут показаны в дополнительной строке внизу объявления.

## 8. ВИЗИТКА

**Используется в рекламных кампаниях.**

ВИЗИТКА	Адрес и телефон	Местоположение: Россия, Набережные Челны Телефон: 8 800 Название компании (ФИО): Отель * Время работы: пн-вс с 00:00 до 00:00 Адрес: ул. проспект Эл. почта: p Подробнее о товаре (услуге): К Вашим услугам 216 номеров нового поколения. Интерьер современен: удобная мебель, Wi-Fi, кабельное, телефон, кондиционер, сейф, душевая кабина. Мягкая и широкая двуспальная кровать в каждом номере. ОГРН/ОГРНИП: 1
---------	-----------------	--

Виртуальная визитка – просто инструмент для повышения эффективности рекламы в Директ. Она не просто выделяет рекламу на фоне конкурентов, но и заметно сокращает путь потенциального покупателя до обращения в Вашу компанию. По нашим данным, объявление с виртуальной визиткой в среднем привлекает до 12% больше посетителей на сайт рекламодателя.

## 9. UTM МЕТКИ

**Присутствуют во всех объявлениях, но аб-тесты не отслеживаются корректно, мобильные объявления не отслеживаются вовсе.**

```
http://[redacted]?  
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=poisk&utm_content=biznes-otel&utm_term={keyword}
```

UTM-метка (Urchin Tracking Module) – переменная, добавляется в URL-адрес страницы и позволяет системе веб-аналитики получить дополнительную информацию об источнике трафика.

UTM-метки помогают рекламодателям сегментировать пользователей по определенному типу и поведению, а также анализировать конечные цели – продажи.

## 10. БЫСТРЫЕ ССЫЛКИ

Присутствуют во всех объявлениях с описанием.

Группа 3203610702  
Гостиница челны 4 объявл. >  
№ М-5422589193  
**Гостиница в Набережных Челнах  
- Отель 3\*\*\***  
Современный отель в самом центре  
города. Все удобства. Номера  
от 2 400 руб.  
[↗ Адрес и телефон](#)  
/гостиница-в-  
Челнах / 📍 ⓘ  
Регионы показа: Россия  
Дополнения:  
быстрые ссылки с описаниями,  
уточнения

# ПАРАМЕТРЫ НАСТРОЕК РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ:

## 1. Стоп-слова, кампании РСЯ.

**Данный вид таргетинга не используется.**

Минус фразы в этом виде таргетинга работают иначе, чем в поисковых кампаниях. Используя их здесь, Вы ограничиваете возможные целевые площадки с использованием этих слов для показа объявлений.

## 2. НАСТРОЙКА «НЕ УЧИТЫВАТЬ ОСТАНОВЛЕННЫЕ».

**Данная настройка задействована.**

- Отключить подстановку части текста в заголовок ?
- Отображать данные из Яндекс.Справочника при показе объявлений на Яндекс.Картах и в блоке Врезка ?
- Не учитывать автоматически остановленные объявления конкурентов при выставлении ставок ?
- Добавить кампанию в самые важные ?

«Не учитывать остановленные» на прямую влияет на аукцион, рассчитывая его без учета остановленных объявлений конкурентов.

Аукцион — процесс отбора объявлений для показа по поисковым запросам и порядок их отображения в поисковой выдаче. Рекламный аукцион проходит каждый раз, когда пользователь из выбранной целевой аудитории видит объявление.

## 3. СТРАТЕГИИ ПОКАЗОВ

**Верно выставлены.**

## 4. МОНИТОРИНГ САЙТА

**Используется.**

Мобильные:

- Увеличить на 15%

Пол и возраст: корректировки ст

Видео: корректировки ставок не

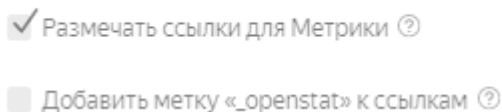
- Останавливать объявления при неработающем сайте ?
- Уведомлять по СМС

Данная функция проверяет доступность Вашего сайта и не позволяет сливать рекламный бюджет при возникновении неполадок с ним (останавливает рекламные объявления если сайт недоступен для пользования автоматически)



## 5. «РАЗМЕТКА ССЫЛОК ДЛЯ МЕТРИКИ»

Используется.



Что дает такая разметка ссылок:

Метрика будет максимально корректно учитывать данные о рекламных переходах, ориентируясь на метку, а не на эвристические правила; В отличие от внешних систем интернет-статистики, собственная авторазметка Директа передает в Метрику подробную информацию по каждому переходу. Например, данные о его стоимости, рекламной площадке и ключевой фразе.

## 6. ГЕОТАРГЕТИНГ

**На всех компаниях выставлен на Россию. Используются ключи только с гео-привязкой к городу и вроде бы, по задумке, все должно работать хорошо, но включен расширенный геотаргетинг, который это игнорирует + используется автотаргетинг (кампания «Акции выходного дня»), использование которого подразумевает тщательную чистку запросов, которая не проводилась, так же на кампании отсутствуют минус-слова.**

Геотаргетинг — один из видов показа онлайн-рекламы с учетом географического положения пользователя.

Геотаргетинг дает возможность охватить только ту часть пользователей, которая с наибольшей вероятностью совершит необходимое целевое действие (перейдет по ссылке, сделает заказ).

## 7. ВРЕМЕННОЙ ТАРГЕТИНГ


**Без ограничений на кампании «Поиск ОпенСити Отель», с ограничениями в кампании «Акции выходного дня». Также используется корректировка ставок по времени.**

Временной таргетинг ⓘ	Круглосуточно Добавлена корректировка ставки по времени
Временной таргетинг ⓘ	Показывать: ЧТ.: 08:00-24:00, ПТ.-СБ.: 00:00-24:00, ВС.: 00:00-14:00 Время: Москва Добавлена корректировка ставки по времени

Временной таргетинг – по умолчанию объявления Директа показываются круглосуточно. Это позволяет привлечь внимание большинства потенциальных клиентов. Если вы хотите показывать разные объявления в разное время, используете временной таргетинг — показ объявлений по расписанию.

## 8. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РЕЛЕВАНТНЫЕ ФРАЗЫ.

**Данная функция включена во всех кампаниях.**

Дополнительные  
релевантные фразы 

Расход в пределах 3% от общего расхода  
Оптимизация конверсии по всем целям

Дополнительные релевантные фразы в Яндекс директе, это фразы, синонимы, додуманные системой автоматически, к имеющимся фразам в кампании. При этом, по какому принципу подбираются синонимы, и к каким именно фразам кампании, не известно заранее.

Чаще всего данные фразы работают неэффективно.

## 9. КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

**Задействовано всего 59 уникальных ключевых фраз.**

# РАБОТЫ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ ПОСЛЕ ЗАПУСКА:

## 1. ЧИСТКА ПОИСКОВЫХ ФРАЗ И РАСШИРЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА.

**Требуется работа по добавлению новых минус фраз и добавлению новых ключевых слов.**

Общие фразы, должны быть ограничены показами только на город, где находится гостиница, так как включен показ по России, то на объявления могли кликать в любом городе РФ. Присутствуют запросы и по гостиницам в других городах, по которым тоже были клики.

Поисковый запрос	Условие показа	Показы	Клики ↑	Расход всего, руб.
ближайшие гостиницы	---autotargeting	53	11	447.85
ближайший отель	---autotargeting	66	11	407.09
отель open сити в набережных челнах	отели +в набережных челнах	19	11	576.90
ближайшая гостиница	---autotargeting	99	10	378.70
номер на сутки	---autotargeting	30	6	142.19
open сити набережные	open сити	26	6	215.50
отдых	---autotargeting	307	6	159.31
волгоград гостиницы недорогие	---autotargeting	23	5	143.75
гостиница в набережных челнах	гостиница +в челнах	64	5	214.77
гостиница в набережных челнах цены	гостиница +в челнах цены	44	5	246.24
гостиница санкт петербург недорого на сутки	---autotargeting	39	5	289.17
гостиница татарстан казань	гостиница татарстан	406	5	405.42
гостиницы в россия республика татарстан казань	гостиница татарстан	107	5	434.50
гостиницы казани	---autotargeting	171	5	147.05
снять номер в гостинице в спб недорого на сутки	---autotargeting	22	5	244.57
снять номер на сутки	---autotargeting	53	5	180.29
open city	open city	53	4	247.63
ближайший гостиница	---autotargeting	34	4	143.57
гостиница в набережных челнах	гостиница набережные челны	41	4	373.61
гостиница на сутки	---autotargeting	36	4	103.48
гостиница набережные челны open сити	гостиница набережные челны	9	4	218.80
гостиница омух почасовая	---autotargeting	19	4	155.55
гостиница татарстан в казани	гостиница татарстан	78	4	332.40
гостиницы в казани	---autotargeting	62	4	104.46

Это плохие/нежелательные фразы. Они приводят к ненужным расходам рекламного бюджета и приводят нецелевую аудиторию, от них необходимо избавляться путем чистки поисковых фраз (несколько раз в разрезе месяца/недели).

Расширение семантического ядра, путем добавления новых ключевых слов повлечет за собой большой охват целевой аудитории, а так же сбор актуальной, «свежей» семантики, т.к. действующая семантика была собрана более года назад и, возможно, расширена искусственно, потеряла свою актуальность.

## 2. ЧИСТКА ПЛОЩАДОК В СЕТЯХ

**Данный вид таргетинга не используется.**

## 3. РАБОТЫ С АУДИТОРИЯМИ (КОРРЕКТИРОВКИ СТАВОК)

**Корректировки ставок заданы только на мобильные устройства, но на мобильных устройствах самый большой показатель отказов, почти 30%.**

Корректировки ставок 

Целевая аудитория: корректировки ставок не заданы

Мобильные:

- Увеличить на 15%

Пол и возраст: корректировки ставок не заданы

Видео: корректировки ставок не заданы

## 4. РАБОТЫ ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ.

**Требуется проведение оптимизационных работ. Ранее работы не проводились.**

## 5. ОТКЛОНЕННЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ.

**Отсутствуют.**

## ВЫВОД

---

Имеющиеся на данный момент настройки рекламных кампаний приводят к нежелательным затратам Вашего рекламного бюджета.

Примеры, приведенные в ходе аудита это лишь небольшая часть некорректно задействованных настроек и не проведенных работ по рекламным кампаниям.

Требуются:

1. Создание новых кампаний с нуля.
2. Сбор нового семантического ядра, для его актуализации, одновременно с новым семантическим ядром будет собраны минус фразы с реальных запросов людей за последний месяц. Создание новых кампаний на основе «свежего ядра».

Оптимизация – это повышение эффективности.

В приложении к контекстной рекламе – это снижение стоимости конверсии (звонка, заказа на сайте) или достижение более сложных целей.