



Успех рекламы — результат взаимодействия клиента и агентства

Наталья Пиманова, Advert.Techart



Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
www.techart.ru

Интернет реклама: за что платит рекламодатель?



От чего зависит эффективность рекламы?



Рекламная кампания

Настройки рекламной кампании —

это лишь один из факторов, влияющих на ее успех.



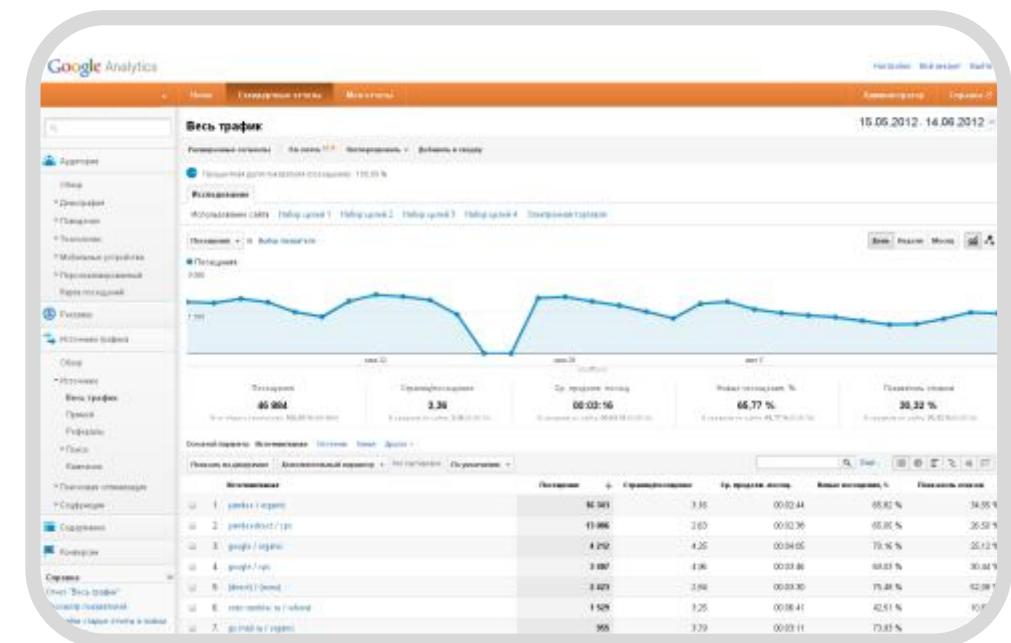
Рекламная кампания

Оптимизация рекламной кампании

- грамотная настройка
- анализ эффективности
- эксперименты

Инструменты:

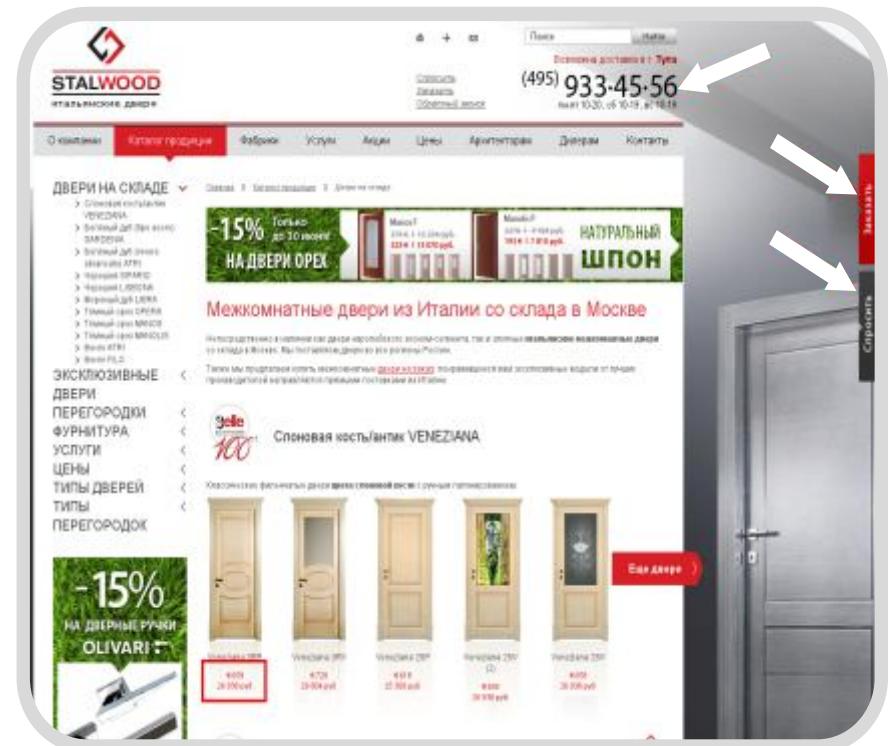
- **сервисы автоматизированного управления рекламой на основе API**
- **Google Analytics**



Сайт

Оптимизация сайта и/или посадочной страницы

- наличие формы заявки
- количество полей в форме заявки
- описание товара
- указание цен
- видимость телефонов
- указание времени работы офиса

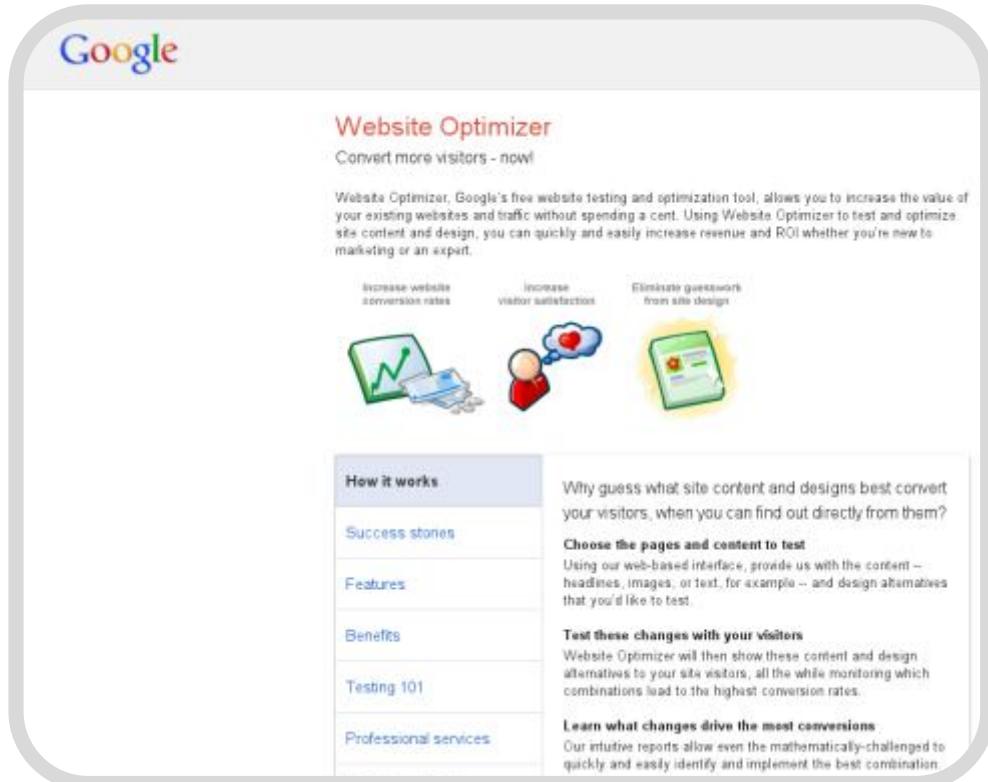


Сайт

Лучший способ принятия решений
об изменении интерфейса — *тестирование*

Инструменты

- Google Web Optimizer



The screenshot shows the homepage of Google Website Optimizer. At the top, there's a navigation bar with links for 'Sign in', 'Create account', and 'Help'. Below the navigation, a large heading reads 'Website Optimizer' with the tagline 'Convert more visitors - now!'. A descriptive paragraph explains that Website Optimizer is a free tool for testing and optimizing websites. It highlights three main benefits: increasing website conversion rates, increasing visitor satisfaction, and eliminating guesswork from site design. Below this, there are three icons: a graph for conversion rates, a person thinking for satisfaction, and a document for design. On the left side, there's a sidebar with a 'How it works' section containing links to 'Success stories', 'Features', 'Benefits', 'Testing 101', and 'Professional services'. On the right side, there are sections for 'Choose the pages and content to test', 'Test these changes with your visitors', and 'Learn what changes drive the most conversions', each with a brief description and a link to 'View details'.

Отдел продаж

Аудит отдела продаж

- ✓ время ожидания
- ✓ процент неотвеченных звонков
- ✓ адекватность и компетентность менеджера

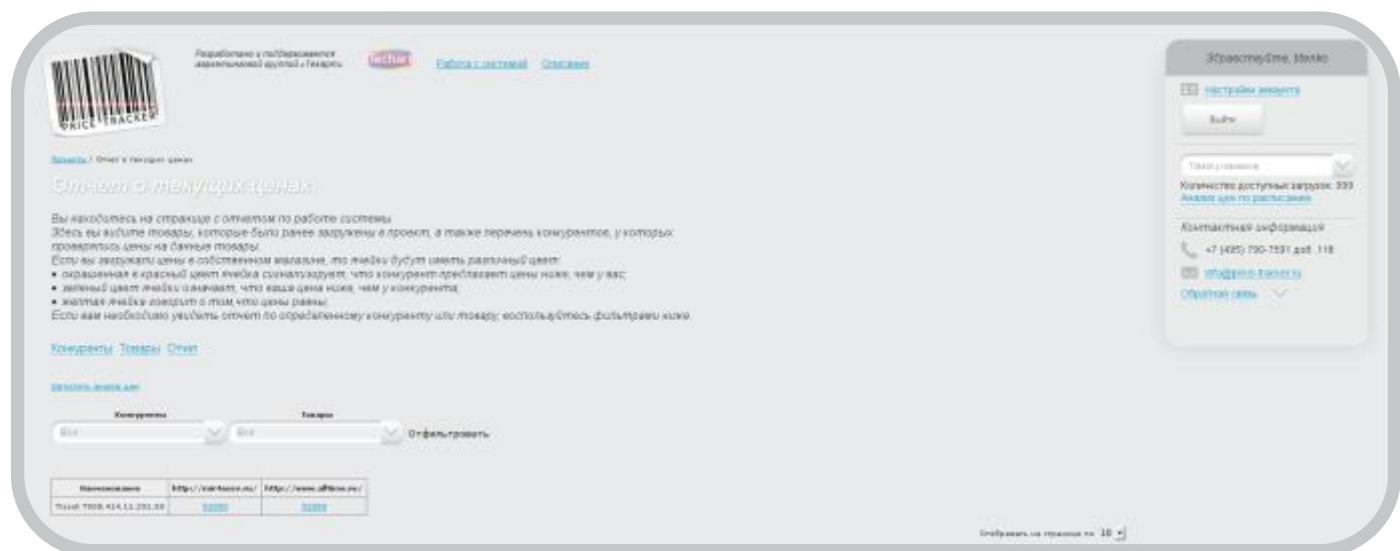


Цена товара/услуги

Анализ цен товаров/услуг конкурентов

Инструменты:

- price-tracker



The screenshot shows a web interface for 'PRICE TRACKER'. At the top, there's a navigation bar with links for 'Работаем с публичными и закрытыми группами' (Work with public and closed groups), 'Facebook' (Facebook icon), 'Работа с клиентом' (Work with client), and 'Справка' (Help). On the right side, there's a sidebar titled 'Задействуйте Медиа' (Use media) with sections for 'Настройки аккаунта' (Account settings), 'Выдача' (Delivery), 'Текущий статус' (Current status), 'Количество доступных запросов: 233' (Number of available requests: 233), 'Задачи для поиска' (Search tasks), 'Контактная информация' (Contact information), '47 1495 750-751 доб. 118' (Phone number), 'info@price-tracker.ru' (Email), and 'Открыть сайт' (Open site).

The main content area has a heading 'Сравнение цен на товары' (Compare product prices) and a sub-section 'Сравнение цен на популярные товары' (Comparison of popular product prices). It includes a barcode scanner and a search bar for 'Название товара' (Product name) and 'Город' (City). Below this is a table with columns for 'Конкуренты' (Competitors), 'Товары' (Products), and 'Сравнение' (Comparison). The table lists three products with their URLs and current prices: 'Парфюмерия' (Parfumery) at 10000 and 50000, 'Бытовая химия' (Household chemicals) at 10000 and 50000, and 'Парфюмерия' (Parfumery) at 10000 and 50000. A note at the bottom says 'Если вам необходимо увидеть стоимость отчета по определенному конкуренту или товару: воспользуйтесь фильтром или' (If you need to see the cost of a report for a specific competitor or product: use the filter).

Качество товара/услуги

*Люди покупают не товар,
а его медийный образ*

Инструменты:

- **медицинская реклама,**
- PR акции,
- SMM
- SMO



Как выбрать рекламное агентство?

Просто:

- ✓ время присутствия на рынке
- ✓ статусы партнеров ведущих сервисов
- ✓ размер и наличие комиссии,
что входит в пакет услуг
- ✓ отзывы клиентов
- ✓ прозрачность работы,
доступы в интерфейсы



Как выбрать рекламное агентство?

Сложно:

- ✓ ориентация на конечный результат (обращения)
- ✓ владение инструментами веб аналитики
- ✓ наличие собственных инструментов и сервисов
- ✓ сколько платить за работу:
важен не размер комиссии,
а стоимость конечного результата



Как выбрать инструменты интернет-рекламы?

Цель рекламной кампании

Аудитория рекламной кампании

Не смотрите
на предоставляемую скидку!



Зачем отслеживать эффективность рекламной кампании?

Какой процент бюджета не работает?

Нет отслеживания - нет оптимизации



Инструменты отслеживания эффективности рекламы

Что отслеживать:

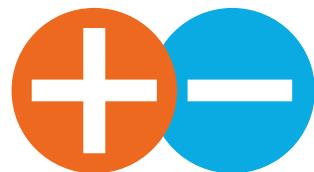
- ✓ формы заявки
- ✓ телефонные звонки

*Влияние менеджеров отдела продаж
на отслеживание количества звонков*

Инструменты:

- Google Analytics
- Номер посетителя
- Целевой звонок Яндекс.Метрики
- Виртуальные номера

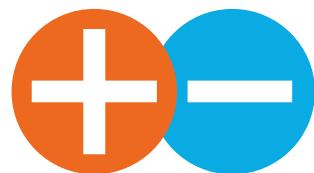
Инструменты отслеживания эффективности рекламы



Google Analytics

- + бесплатно
- + детальная информация для постклика анализа
- не отслеживает звонки

Инструменты отслеживания эффективности рекламы

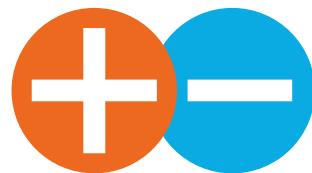


Номер посетителя

- + позволяет отследить все каналы обращений (звонки, формы заказа)
- + детальная информация об эффективности рекламных кампаний до уровня ключевых слов
- + бесплатно
- человеческий фактор: не всегда менеджеры спрашивают номер посетителя, и не всегда клиенты его называют

Источник	Кол-во обратившихся посетителей
Яндекс: Директ кампания	1
Яндекс: Директ кампания	6
Яндекс: Директ кампания	24
Яндекс: Директ кампания	3
Гугл:реклама	6
Поиск Yandex	28
Поиск Google	9
Всего уникальных посетителей с обращениями	106
Случаев более одной площадки у посетителя - 32	

Инструменты отслеживания эффективности рекламы

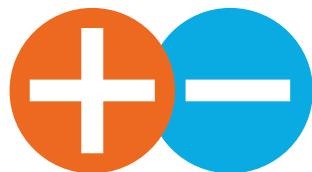


Целевой звонок Яндекс.Метрики

- + бесплатно
- + детальная информация о звонках: время, номер телефона, длительность разговора
- нет информации об источниках на уровне кампаний и ключевых слов
- позволяет отследить только обращения с Яндекс.Директа и Яндекс.Маркета, причем не разделяя их.
- для компаний с узнаваемым номером телефона (например, такси) подмена номеров нежелательна



Инструменты отслеживания эффективности рекламы

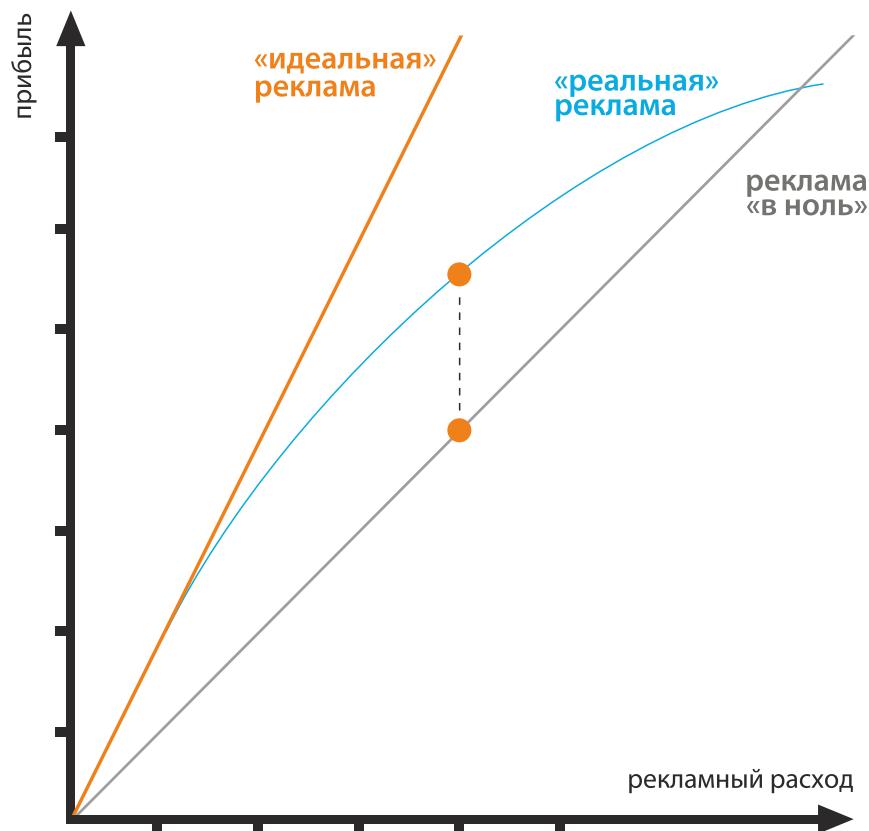


Виртуальные номера

- + точные данные по звонкам по любым источникам
- высокая стоимость
- детализация статистики только на уровне источника
(соответственно выделенному номеру)
- для компаний с узнаваемым номером телефона
(например, такси) подмена номеров нежелательна

Как определить рекламный бюджет?

Точка нерентабельности



Если бюджет меньше — теряете продажи, если больше — реклама уходит в минус.

Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя: больше интеграции — выше эффективность

- ✓ Акции разрабатываются совместно с РА
- ✓ Анализ цен конкурентов,
влияние анализа на ценообразование
- ✓ Рекомендации по товарному ассортименту
- ✓ Рекомендации по оптимизации сайта
- ✓ Аудит отдела продаж



Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя

Между рекомендацией,
принятием решения
и исполнением не должно
проходить много времени.

Интернет не терпит
длогого принятия решений.



**Спасибо за внимание!
Пожалуйста, задавайте вопросы.**

Наталья Пиманова, Advert.Techart

телефон: (495) 790-7591
e-mail: info@techart.ru

www.advert-techart.ru
twitter.com/techart/
www.facebook.com/techartgroup



Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг
www.techart.ru