

Контекстная реклама

Olshansky
Partners



Эффективность кампании в Google AdWords

Поисковая сеть

Google Adwords Поиск					
Показатели	Клики, раз	Показы, раз	CTR, %	CPC, грн	Стоимость, грн
18.03 – 18.04	1086	8816	12,32%	1,52	1648,37
18.04 – 18.05	1154	10964	10,53%	1,42	1637,55
"+, -, %"	6,26%	24,36%	-14,56%	-6,51%	-0,66%

В таблице проведено сравнение эффективности рекламной кампании в AdWords за 18.04-18.05 по сравнению с предыдущим аналогичным периодом.

- В кампании наблюдается небольшое повышение трафика. В тоже время, цена за клик снизилась что позволило получить большее количество кликов на тот же бюджет.
- В отчетном периоде были проведены следующие работы:
 - Список минус-слов расширен на основе поисковых запросов;
 - Проработка ставок на уровне ключевых слов;
 - Добавлена поисковая кампания с ключевыми словами из КМС кампании (популярные сайты, тематика знакомств).

Рекомендации

Поисковая сеть

- Производить мониторинг и оптимизацию поисковых запросов, выделять новые минус-слова;
- Производить расширение списка ключевых слов;
- Оценить эффективность новой кампании по запросом тематики знакомств после сбора достаточного массива данных.

Эффективность кампании в Google AdWords

Контекстно-медийная сеть

Google Adwords КМС					
Показатели	Клики, раз	Показы, раз	CTR, %	СРС, грн	Стоимость, грн
18.03 – 18.04	328	179599	0,18%	1,38	451,8
18.04 – 18.05	207	133280	0,16%	1,39	286,73
"+, -, %"	-36,89%	-25,79%	-14,96%	0,56%	-36,54%

В таблице проведено сравнение эффективности рекламной кампании в AdWords за 18.04-18.05 по сравнению с предыдущим аналогичным периодом.

- В отличие от поисковой кампании, спрос и количество трафика, соответственно, снизилось.
- В отчетном периоде были проведены следующие работы:
 - Исключение неэффективных мест размещения;
 - Проработаны ставки на уровне ключевых слов и мест размещения.

Рекомендации

Контекстно-медийная сеть

- Исключать нерелевантные места размещения;
- Производить поиск и добавление новых сайтов в места размещения;
- Производить проработку ставок для релевантных ключевых слов и мест размещения.

Реклама в социальных сетях

Olshansky
Partners



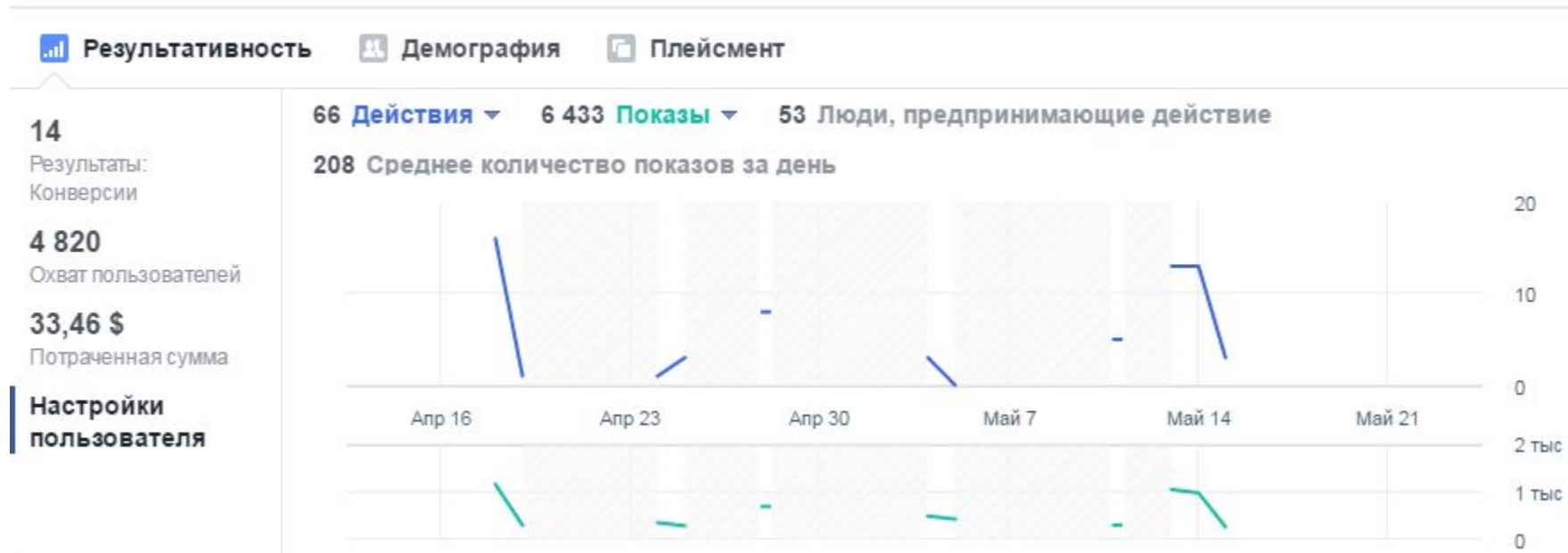
Общая эффективность кампании в Facebook

Охват	Сеансы на сайте	Заявки	Доля конверсий к посещениям
4 820	47	4	8,51 %

- В течение отчетного периода действовала та же рекламная кампания с целью привлечения лидов – пользователей, которые оставляют заявки на прохождение тестирования на сайте <http://gettest.com.ua/>.
- Всего был зафиксирован 47 сеансов на сайте <http://gettest.com.ua> по рекламному источнику facebook.com/cpc.
- За рекламный период было зарегистрировано 4 конверсий – «Заявка» (по данным системы Google Analytics).
- В сравнении с предыдущим рекламным периодом количество заявок снизилось, что связано со спадом спроса и трафика, соответственно.

Эффективность кампании в Facebook

- На скриншоте ниже приведена динамика рекламной кампании (по данным Ads Manager).



Динамика рекламной кампании

Трафик из соцсети Facebook

- В отчетном периоде рекламная кампания в социальной сети Facebook повлияла на количество сеансов и конверсий на сайте gettest.com.ua
- Всего за отчетный период было зарегистрировано **47 сеансов** на сайте из рекламной кампании в Facebook, а также **4 конверсии** – «Заявка» (по данным системы Google Analytics).
- В текущем периоде рекламная кампания положительно повлияла на количество посетителей сайта, пришедших из Facebook, а также на количество заполненных заявок на тестирование.

Источник или канал	Источники трафика			Действия			Конверсии		
	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Коэффициент конверсии цели	Достигнутые цели	Ценность цели
	59 % от общего количества: 1,32 % (4 484)	84,75 % Средний показатель для представления: 66,50 % (27,43 %)	50 % от общего количества: 1,68 % (2 982)	72,88 % Средний показатель для представления: 75,02 % (-2,85 %)	1,63 Средний показатель для представления: 1,58 (2,85 %)	00:01:10 Средний показатель для представления: 00:01:00 (17,71 %)	8,47 % Средний показатель для представления: 3,72 % (127,54 %)	5 % от общего количества: 2,99 % (167)	0,00 грн. % от общего количества: 0,00 % (0,00 грн.)
1. facebook.com / cpc	47 (79,66 %)	87,23 %	41 (82,00 %)	76,60 %	1,62	00:01:12	8,51 %	4 (80,00 %)	0,00 грн. (0,00 %)
2. m.facebook.com / referral	10 (16,95 %)	70,00 %	7 (14,00 %)	50,00 %	1,80	00:01:20	10,00 %	1 (20,00 %)	0,00 грн. (0,00 %)

Объявления в Facebook

Данное объявление в Facebook обеспечило:

- 29 клика на веб-сайт;
- Охват 3 484 пользователей;
- Стоимость клика – 0,80 \$
- CTR – 0,67%;
- 14 реакций;
- 2 комментария.

The screenshot shows a Facebook advertisement for 'Get Test Community'. At the top left is the logo 'GET TEST' with the URL 'gettest.com.ua'. To its right is the page name 'Get Test Community' and the word 'Реклама' (Advertisement). On the top right is a button with a thumbs-up icon and the text 'Нравится Страница' (Like Page). The main text of the ad reads: 'Хочешь получить бесплатный набор презервативов и лубрикантов? Тогда записывайся на тестирование в Get Test! Наши врачи проверят твою кровь на ВИЧ и другие вирусы, не возьмут за это денег и сохранят твою* анонимность.' Below this is a smaller line of text: '*Тестирование проводится только для МСМ (мужчин, имеющих секс с мужчинами)'. The central image shows two hands in black gloves, one holding a small red circle with a white checkmark. At the bottom left of the image is the 'GET TEST' logo. At the bottom right is a large blue button with white text: 'ЗАПИШИСЬ НА ТЕСТИРОВАНИЕ'. Below the image is the text 'Бесплатное тестирование на ВИЧ' and 'Всего 15 минут - и ты узнаешь свой статус.' At the bottom left is the URL 'GETTEST.COM.UA' and at the bottom right is a button with the text 'Подать заявку' (Apply).

Объявления в Facebook

Данное объявление в Facebook обеспечило:

- 11 клика на веб-сайт;
- Охват – 1 759 пользователей;
- Стоимость клика – 0,84 \$
- CTR – 0,58%;
- 3 реакции;
- 4 комментария.

The screenshot shows a Facebook advertisement for 'Get Test Community'. At the top left is the logo 'GET TEST' with the website 'gettest.com.ua' below it. To the right of the logo is the text 'Get Test Community' and 'Реклама · €'. In the top right corner, there is a button that says 'Нравится Страница'. The main text of the ad reads: 'Анализ на ВИЧ абсолютно безопасный и безболезненный - уже 1800 мужчин* убедились в этом. С тебя – 15 минут времени, с нас – точные результаты и презервативы в подарок.' Below this is a note: '*Тестирование проводится только для MSM (мужчин, имеющих секс с мужчинами)'. The central image features a red awareness ribbon, a condom, and a test kit hanging from a clothesline. At the bottom left of the image area is the 'GET TEST' logo. A large blue button with white text says 'ЗАПИШИСЬ НА ТЕСТИРОВАНИЕ'. Below the image, the text reads 'Бесплатное тестирование на ВИЧ' and 'Всего 15 минут - и ты узнаешь свой статус.'. At the bottom left is the URL 'GETTEST.COM.UA' and at the bottom right is a button that says 'Подать заявку'.

Объявления в Facebook

Данное объявление в Facebook обеспечило:

- 0 клика на веб-сайт;
- Охват – 181 пользователей;
- Стоимость клика – 0 грн;
- CTR – 0 %;
- 0 реакции;
- 0 комментариев.



The image shows a Facebook advertisement for 'Get Test Community'. The ad features a header with the logo and name, a main text block, a central image of hands holding red ribbons, and a call-to-action button. Below the image is another call-to-action button and a link to the website. At the bottom, there are three buttons: 'Нравится', 'Комментарий', and 'Поделиться'.

GET TEST Get Test Community
Реклама ·  

Не жди понедельника, начни новую жизнь уже сегодня! Пройди* бесплатное и анонимное тестирование на ВИЧ в Get Test.
*Тестирование проводится только для MSM (мужчин, имеющих секс с мужчинами).



GET TEST ЗАПИШИСЬ НА ТЕСТИРОВАНИЕ

Бесплатное тестирование на ВИЧ [Подать заявку](#)
gettest.com.ua

Нравится | Комментарий | Поделиться

Рекомендации

- Обновить рекламные объявления в следующем рекламном периоде.
- Тестировать новые аудитории пользователей.
- Продолжать использовать в объявлениях тексты, направленные на устранение страхов и барьеров потенциальных клиентов.
- Продолжать использовать в объявлениях яркие и цепляющие изображения.
- Для сегментации аудитории продолжать указывать в объявлениях, что тестирование проводится для MSM.