

Скупка и утилизация бытовой техники

Сайт: www.skupkaonline.ru www.vikuponline.ru

География: Москва и Московская область;

Задача: Создание сайта, который будет отвечать требованиям заказчика, а также привлечение на сайт целевого трафика путем настройки и последующей оптимизации рекламных кампаний в системах контекстной рекламы Google AdWords, Яндекс.Директ.

Результаты:

- Настроены рекламные кампании для поиска, с проработкой всех возможных расширений.
- Настроены рекламные кампании для рекламной сети Яндекса (РСЯ)
- Помимо целевых ключевых фраз был проработан около целевой трафик для РСЯ, связанный с ремонтом, а также продажей запчастей для бытовой техники.

<input type="checkbox"/>	Название / № ↑	Параметры	Состояние	Начало	Кликов	Ограничения бюджета, руб.
<input type="checkbox"/>	1 [Поиск]. Выкупонлайн. Москва и МО. (№ 19053099) Статистика Параметры Остановить Цена			29.05.2016	12 473	Дневной: 1500.00
<input type="checkbox"/>	2 [РСЯ]. Выкупонлайн. Москва и МО. (№ 19338152) Статистика Параметры Остановить Цена			01.06.2016	9 423	Дневной: 1000.00
<input type="checkbox"/>	3 [РСЯ]. Околоцелевые. - Тематика. МСК и МО (4 руб.) (№ 20170862) Архивировать Статистика Параметры Включить Цена			11.07.2016	849	Дневной: 300.00
<input type="checkbox"/>	4 [Поиск]. Новые запросы (НЧ). МСК и МО. (№ 22519459) Архивировать Статистика Параметры Включить Цена			28.10.2016	541	Дневной: 500.00

- В течение года весьма сильно росла конкуренция в данной нише, в связи с чем было решено создать аффилированный сайт и аккаунты в системах контекстной рекламы. В результате чего по большинству ключевых фраз сайты клиента начали занимать 2 позиции из 3-ех в Спец размещении, что позволило в двое увеличить количество обращений в день до 50 звонков/заявок в день.

Статистика по заявкам с сайта www.skupkaonline.ru



Стоит отметить, что на сайте «Скупка Онлайн» наибольшее количество конверсий идет в Звонок, а не онлайн событие, больше половины.

Статистика по заявкам с сайта www.vikuponline.ru



Статистика по рекламным кампаниям:

Метрики	Конверсия	Достижения цели	Целевые визиты	Целевые посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	▼ %	▲ #	▼ %	▲ #	▼ %	▲ #	▼ #
<input type="checkbox"/> Итого и средние	7,28 %	1 823	1 742	1 698	0 %	1,16	18:00
<input type="checkbox"/> [Поиск]. Выкупонлайн. Москва и МО. (N-19053099)	8,99 %	1 074	1 031	1 012	0 %	1,16	16:59
<input type="checkbox"/> [РСЯ]. Выкупонлайн. Москва и МО. (N-19338152)	5,73 %	504	481	474	0 %	1,17	19:17
<input type="checkbox"/> [РСЯ]. Выкупонлайн. -Тематика. МСК (N-19352905)	5,71 %	153	142	142	0 %	1,17	22:33
<input type="checkbox"/> [Поиск]. Новые запросы (НЧ). МСК и МО. (N-22519459)	10,6 %	55	52	51	0 %	1,08	10:47
<input type="checkbox"/> [РСЯ]. Околоцелевые. - Тематика. МСК и МО (4 руб.) (N-20170862)	3,8 %	31	30	30	0 %	1,13	26:35

Наибольшее количество конверсий приносит поиск, причем именно в Спецразмещении, при тестировании других позиций, стоимость конверсии увеличивалась. РСЯ приносит меньшее количество конверсий, но из-за низкой стоимости клика, стоимость целевого действия держится на уровне с поиском.

На основе статистике по поисковым запросам и синонимам в последующем рекламные кампании были расширены и создана новая РК (Новые запросы. НЧ) состоящая из 210 объявлений. Причем стоимость конверсии ниже примерно в 1,5 раза по сравнению с основной РК на поиске.

Основная РК на поиске

Всего по кампании	Ср. расход за день, руб.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Метрика »	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 28.12.15 по 27.12.16	2 244.64	58390	12473	21.36	469 129.84	37.61		1.08	1031	8.99	455.02

Недействительные клики: 2555

Дополнительная РК после анализа поисковых запросов и синонимов

Всего по кампании	Ср. расход за день, руб.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Метрика »	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 28.09.16 по 27.12.16	519.84	2126	541	25.45	17 674.40	32.67		1.05	52	10.61	339.89

Недействительные клики: 263

Итог: В итоге было создано два сайта и настроены рекламные кампании, которые приносят до 50 обращений в день, в весьма конкурентной нише, в которой стоимость клика на поиске достигает до 700 рублей.