

Аудит сайта ХХХХХ.ru



Червонец Елена Анатольевна

<https://chervonets.pro>

+7(911)490-47-22

skype: chervonets_elena

Ваш специалист:

Добрый день! Меня зовут Елена Червонец.

- Мой опыт работы с контекстной рекламой – более 11 лет;
- Я спикер конференций по маркетингу и контекстной рекламе;
- Авторизованный партнёр Яндекс Директ и Google ads;
- Имею подтверждённый статус ГУРУ adWords рекламы;
- Сотрудничаю с калифорнийским маркетинговым агентством Marketing Division;
- Работала с более, чем с 15 бизнес-нишами.

Еще больше информации обо мне вы можете посмотреть:

- на моем сайте <https://chervonets.pro>,
- на YouTube канале - <https://www.youtube.com/channel/UCJe2CjOLyM9cDCu0sfkKghw>
- или в Instagram <https://www.instagram.com/elena.chervonets/> .

Возможности оптимизации вашей рекламы:

Объявления

1. 80% ваших групп объявлений находятся в статусе Мало показов. Это значит, что вы теряете 20-30% поискового трафика. Такие запросы необходимо объединить в группы по смыслу.

Группа 3925614402

Новая группа объявлений

1 объявл. >

№ М-7888273172

Природный камень лемезит от 190р! – Напрямую с карьера! Жми!

Природный розовый камень! Акция! От 190р. м2. Доставка до объекта!

[↗ Адрес и телефон](#)
ural-lemezit.ru/Природный-Камень/ ↘

Регионы показа: Поволжье

Мало показов по данной группе. Попробуйте изменить настройки

Условия показа ↑

Ключевые фразы

природный розовый камень ...

2. В объявлениях не используются все возможные расширения:

- нет описаний быстрых ссылок;
- нет изображений на поиске;
- нет видеодополнений;
- нет цены;

- нет четырёх уточнений;
- нет восьми быстрых ссылок;

Добавление всех возможных расширений позволит получать до 20% больше трафика.

3. Стоит добавить новые минус-слова и отсеять нецелевой трафик:

<input type="checkbox"/> бусины из натуральных камней купить в воронеже	Природный камень центр без мск old
<input type="checkbox"/> бусины из натуральных камней купить в спб от производителя не дорого	Природный камень питер old
<input type="checkbox"/> виды природного камня	Природный камень центр без мск old

Ставки

В поисковых кампаниях ставки чаще всего не хватает для показа в ТОП:

Условия показа ↑	Показы	Клики	CTR	Объём трафика	Прогноз ставки, руб.	Спис. цена, руб.	Ставка, руб.
Ключевые фразы							Для всех ключевых фраз: <input type="text"/>
Декоративный камень для отделки цоколя	4	0	0.00	121	1 614.70	76.80	12.00
				100	51.40	35.10	
				75	46.00	30.50	
				15	24.70	23.10	
				5	22.10	22.10	

При этом по данным Метрики видно, что поисковые кампании имеют достаточно высокий % конверсии:

<input type="checkbox"/> РСЯ центр без мск Лемезт old (N-45362487)	350	1:02	5	0,86 %
<input type="checkbox"/> Цокольный_РСЯ_Поволжье old (N-45314275)	338	1:07	1	0,3 %
<input type="checkbox"/> РСЯ плитняк СНГ old (N-45307758)	316	0:51	1	0,32 %
<input type="checkbox"/> Природный камень Поволжье old (N-45304836)	311	1:27	4	1,29 %
<input type="checkbox"/> РСЯ Сибирья Лемезт old (N-45314827)	276	1:16	1	0,36 %
<input type="checkbox"/> Цокольный_РСЯ_Урал old (N-45362486)	274	1:16	2	0,36 %
<input type="checkbox"/> РСЯ Урал Лемезт old (N-45316385)	267	1:18	8	1,87 %
<input type="checkbox"/> РСЯ Россия Лемезт остаток old (N-45336667)	248	1:26	9	3,63 %

Все ваши поисковые кампании имеют среднюю позицию показа – ниже 3. Т.е. вы теряете около 60% поискового трафика, который достаточно хорошо конвертируется. Я бы рекомендовала повысить ставки на поиске до попадания на 1-2 позицию. Если не хочется увеличивать бюджеты, то лучше перераспределить средства с менее рентабельных кампаний.

Цена цели

Стоит поработать над снижением цены цели. Например, для вашей самой затратной кампании - РСЯ плитняк Урал без екб old - цена цели – 1442,93 руб. Как можно уменьшить эту цифру?

Кампания	№ Кам	Показы	Клики	CTR (%)	Расход (руб.)	Ср. цена клика	Ср. поз.	Отказы (%)	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели (ру)	Конверсии
РСЯ плитняк Урал без екб old	####	588448	1685	0,29	21643,9	12,85	-	33,02	1,23	0,89	1442,93	15
РСЯ плитняк Европа old	####	2066375	4099	0,2	15347,1	3,74	-	44,3	1,1	0,02	15347,1	1
РСЯ Северозапад Лемезт old	####	274897	1059	0,39	15222,22	14,37	-	21,52	1,29	1,61	895,42	17
РСЯ плитняк поволжье old	####	409783	1229	0,3	13916,96	11,32	-	21,98	1,29	1,22	927,8	15
РСЯ плитняк мск old	####	121717	667	0,55	11021,97	16,52	-	15,34	1,24	1,5	1102,2	10
РСЯ плитняк МИР old	####	528538	4959	0,94	9468,73	1,91	-	23,79	1,1	0,14	1352,68	7
РСЯ мск Лемезт old	####	75702	535	0,71	8268,98	15,46	-	16,03	1,21	1,12	1378,16	6
РСЯ Юг Лемезт old	####	177934	692	0,39	7859,07	11,36	-	17,85	1,19	1,01	1122,72	7
РСЯ Поволжье Лемезт old	####	175600	604	0,34	7106,27	11,77	-	21,32	1,19	1,66	710,63	10
Тротуарная плитка_РСЯ_урал old	####	307458	1866	0,61	6599,65	3,54	-	16,75	1,18	0,54	659,96	10

Мы можем проанализировать ключевые слова и отключить те, что не приносят конверсий:

Условие показа	Показы	Клики	CTR (%)	Расход (ру)	Ср. цена к	Глубина (с	Конверсия	Цена цели	Конверсии
брусчатка из плитняка	40886	121	0,3	1621,92	13,4	1,2	-	-	-
дорожки в саду из плитняка	9973	30	0,3	208,02	6,93	1,27	3,33	208,02	1
карьеры плитняка	18340	33	0,18	438,22	13,28	1,33	-	-	-
плитняк	93506	320	0,34	3056,04	9,55	1,23	0,62	1528,02	2
плитняк в Тюмени	28302	66	0,23	801,47	12,14	1,31	1,52	801,47	1
плитняк в Челябинске	16756	26	0,16	303,74	11,68	1,25	3,85	303,74	1
плитняк для дорожек купить	21234	31	0,15	456,5	14,73	1,17	-	-	-

Также мы можем отключить нерентабельные площадки РСЯ:

и	Название площадки	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)
	win.mail.ru	206 364	25	0.01	514.68	20.59	1.50	4.00
	com.avito.android	49 121	89	0.18	1 225.07	13.76	1.25	1.12
	my.mail.ru	31 628	3	0.01	67.95	22.65	1.33	-
	m.avito.ru	29 996	91	0.30	721.24	7.93	1.25	-
	ru.yandex.searchplugin	28 525	252	0.88	2 176.81	8.64	1.16	1.19

Также мы можем отключить нерентабельные регионы:

Регион таргетинга	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Глубина (стр.)	Конверсия (%)
Урал (более точно регион не определён)	252 756	1 130	0.45	10 855.76	9.61	1.21	0.80
Тюмень	77 654	136	0.18	1 872.73	13.77	1.39	1.47
Свердловская область (более точно регион не определён)	54 928	106	0.19	1 266.66	11.95	1.26	-
Курган	40 583	57	0.14	628.01	11.02	1.19	-
Нижний Тагил	14 788	29	0.20	418.95	14.45	1.23	3.45
Сургут	11 594	21	0.18	313.13	14.91	1.25	-

Однако стоит отметить, что в Метрике вы отслеживаете только заказ с сайта. В то время как пользователь может также вам позвонить, заказать звонок, связаться с вами в мессенджерах или через консультанта. Думаю, вы все это отслеживаете в Роистат, поэтому при оптимизации стоит отталкиваться от данных сквозной аналитики, а не только от данных Метрики.

Другие варианты оптимизации

- Вам необходимо отключить аудиторию младше 18 лет, т.к. это не платежеспособная аудитория:

<input checked="" type="checkbox"/> Возраст ▲	<input type="checkbox"/> Визиты	<input type="checkbox"/> Посетители	<input type="checkbox"/> Отказы	<input type="checkbox"/> Глубина просмотра	<input type="checkbox"/> Время на сайте	<input type="checkbox"/> Конверсия заказ
	📄 % 📊	📄 % 📊	📄 📊	📄 📊	📄 📊	📄 📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние	23 736	18 549	24 %	1,21	1:19	1,16 %
<input checked="" type="checkbox"/> младше 18 лет	747	604	30 %	1,17	1:12	0,8 %
<input checked="" type="checkbox"/> 18-24 года	872	719	27,4 %	1,15	1:05	0,46 %
<input checked="" type="checkbox"/> 25-34 года	3 689	2 967	25,6 %	1,21	1:10	0,76 %
<input checked="" type="checkbox"/> 35-44 года	5 439	4 375	23,8 %	1,25	1:22	1,18 %
<input checked="" type="checkbox"/> 45-54 года	6 333	4 926	21,8 %	1,22	1:24	1,42 %
<input type="checkbox"/> 55 лет и старше	6 656	5 265	24,1 %	1,18	1:20	1,26 %

И сделать повышающую корректировку ставок на тех, кто старше 35 лет, т.к. эта аудитория имеет самый высокий % конверсии.

- Вы можете сделать повышающую корректировку на людей с долгосрочным интересом «Дача и сад». Либо сделать отрицательную корректировку, если эта аудитория не является целевой:

<input checked="" type="checkbox"/> Категория интересов, ур. 1, Категория интересов, ур. 2, Категория интересов, ур. 3	<input type="checkbox"/> Визиты ▼	<input type="checkbox"/> Посетители	<input type="checkbox"/> Аффинити-индекс	<input type="checkbox"/> Отказы	<input type="checkbox"/> Глубина просмотра	<input type="checkbox"/> Время на сайте	<input type="checkbox"/> Конверсия заказ
	📄 % 📊	📄 % 📊		📄 📊	📄 📊	📄 📊	📄 📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние	20 050	15 898	—	23,3 %	1,22	1:21	1,3 %
<input checked="" type="checkbox"/> Строительство, обустройство и ремонт	15 629	12 278	123 %	21,4 %	1,22	1:26	1,38 %
<input type="checkbox"/> Ремонт	11 765	9 197	176 %	20,8 %	1,23	1:26	1,36 %
<input type="checkbox"/> Мебель	8 465	6 700	111 %	20,3 %	1,23	1:30	1,37 %
<input type="checkbox"/> Товары для дома	5 573	4 430	121 %	21,2 %	1,23	1:25	1,38 %
<input type="checkbox"/> Дача и сад	4 377	3 504	298 %	21,3 %	1,22	1:29	1,01 %
<input type="checkbox"/> Дизайн интерьера	1 512	1 241	201 %	21,3 %	1,21	1:18	0,79 %
<input type="checkbox"/> Системы охраны и сигнализации	24	21	104 %	29,2 %	1,29	1:32	0 %
<input type="checkbox"/> Системы «Умный дом»	19	17	83,1 %	26,3 %	1	0:49	0 %
<input type="checkbox"/> Оборудование для очистки воды	13	7	265 %	30,8 %	1,31	0:54	0 %

Также вы можете сделать look-a-like аудиторию на этот сегмент «Дача и сад» и установить повышающую корректировку на поиске на людей, кто попадает в эту аудиторию. Тем самым, вы повышаете ставку для тех, кто с большей вероятностью совершит конверсию на вашем сайте.

3. Также вы можете запустить отдельную РСЯ кампанию на такую look-a-like аудиторию.
4. В ваших кампаниях не проводятся А/В тестирования. Их стоит запустить, чтобы выявлять самые привлекательные варианты объявлений.
5. Вы можете запустить ретаргетинг на поиске. Предполагаю, что ваша тематика относится к той, где люди склонны сравнивать несколько вариантов производителей перед покупкой. А это значит, что они будут проводить анализ предложений ваших конкурентов. Мы можем настроить ретаргетинг на поиске на тех, кто уже был на вашем сайте и показывать им объявления вроде: Всё ещё ищете Камень для цоколя? Сегодня для вас эксклюзивное предложение – 15% на камень! Оставьте заявку!
6. Также у вас отсутствуют ремаркетинговые кампании в РСЯ. Их также стоит запустить для возврата тех, кто ушел с сайта, не совершив целевое действие.
7. Можно настроить РК по конкурентам.
8. Стоит протестировать автоматические стратегии Яндекса, например, оптимизация конверсий. По последним данным, автоматические стратегии дают хорошее увеличение целевых действий.

Звоните или пишите. Обсудим ваш проект!

<https://chervonets.pro>

Tel: +7(911)490-47-22

skype: chervonets_elena