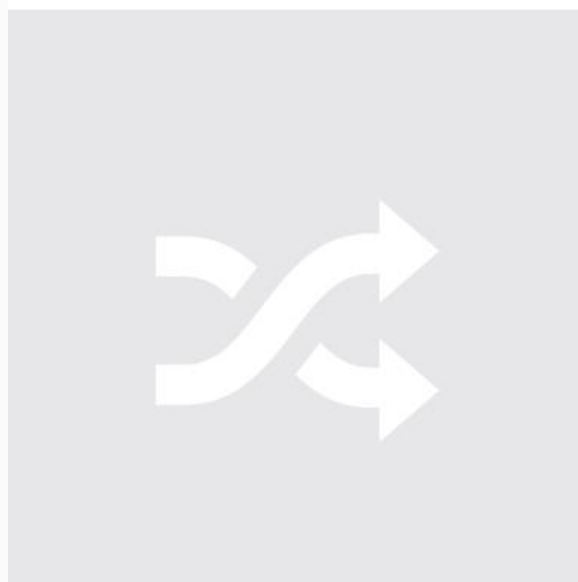




ЯНДЕКС: как выжить в условиях высокой конкуренции или новый взгляд на рекламные возможности



НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РЕКЛАМНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

- Фондовые брокеры как пример конкурентного рынка
- Сегментирование аудитории
- Оптимизация затрат
- Увеличение охвата на поиске
- Повышение конверсии с помощью РСЯ



БРОКЕРЫ ФОНДОВОГО И ВАЛЮТНОГО РЫНКОВ

**КТО НАШИ
КОНКУРЕНТЫ?**



БРОКЕРЫ ФОНДОВОГО И ВАЛЮТНОГО РЫНКОВ

ТОП-15 рекламодателей*:

FOREX MMCIS group	ru.forex-mmcis.com
Альпари	alpari.ru
ForexClub	fxclub.org
Финам	finam.ru
ALFA FOREX	alfa-forex.ru
Gain Capital Group	forex.com
Уралсиб Кэпитал-Финансовые услуги	uralsibenter.ru
Брокерская компания Открытие	open-broker.ru
Финансовая группа БКС	bcs.ru
Mill Trade	milltrade.net
РОБО Трейд	roboforex.ru
Weltrade International	weltrade.ru
TeleTrade	teletrade.ru
FxPro Group	fxpro.ru
Брокерская компания NETTRADER	tradernet.ru

* На основании статистики сервисов spywords.ru и advse.ru



БРОКЕРЫ ФОНДОВОГО И ВАЛЮТНОГО РЫНКОВ

Ситуация:

- рост количества рекламодателей
- уменьшение кликов и конверсий по приемлемой цене
- снижение позиций

Задача:

Расширение рекламных кампаний и рост конверсий в Яндекс.Директ

Решение:

Оптимизируем кампании и расширяем охват



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

**КТО НАШИ
КЛИЕНТЫ?**



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

«НОВИЧОК»

- Не имеет опыта биржевой торговли
- Не разбирается в финансовых продуктах
- Легко поддается на рекламу любого дохода
- Охотно записывается на обучающие семинары
- Не знает обо всех услугах ТОП-брокеров
- Готов сменить брокера из-за несущественных бонусов
- Интересуется депозитами, услугами управляющих компаний
- 50% клиентов данного типа за год сменяется другими



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

«ПРОФЕССИОНАЛ»

- В курсе тарифов и услуг большинства ТОП-брокеров
- Добиваются лучших условий непосредственно у менеджеров продаж брокеров
- Не заполняют формы на сайте, звонят, пишут на e-mail или договариваются о встрече



РЕКЛАМНЫЕ ПОСЫЛЫ

«НОВИЧОК»

Акцент на привлекательность торговли
Информация об обучающих материалах и семинарах
Призыв к немедленному открытию счета

«ПРОФЕССИОНАЛ»

Акцент на условия работы с брокером
Акцент на преимущества перед конкурентами



ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПУТИ К РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

**СКОЛЬКО ПЛАТИТЬ
- ЗА ПОСЕТИТЕЛЯ?
- ЗА КОНВЕРСИЮ?**



ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПУТИ К РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

КЕЙС № 1

Клиент:

лидер рынка валютной торговли

Задача:

увеличение количества лидов* с Яндекс.Директ в рамках ограничения CPA

Решение:

провести А/Б тестирование позиций размещения

Результат:

Количество лидов выросло в 3,4 раза, при сохранении стоимости лида

**Лидом является регистрация демо-счета*



ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПУТИ К РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

А/Б тестирование позиций размещения

Период	Ср. цена клика (у.е.)	Количество лидов	CR	Стоимость лида	% показов в гарантии	% показов в СР	% кликов в гарантии	% кликов в СР
Июнь 2013	0,85	531	3,35	24,58	88,49	11,51	33,08	66,92
Июль 2013	0,96	705	3,45	26,06	89,81	10,19	17,44	82,56
Август 2013	1,65	1058	3,90	43,25	50,14	49,86	13,94	86,06
Сентябрь 2013	2,75	1343	7,93	34,72	45,30	54,70	13,50	86,50
Октябрь 2013	2,79	1124	8,78	31,76	44,20	55,80	12,80	87,20
Ноябрь 2013	2,45	1158	8,90	27,56	40,64	59,36	12,64	87,36
Декабрь 2013	1,80	826	7,76	23,18	48,31	51,69	14,32	85,68
Январь 2014	2,19	1797	9,03	24,26	40,60	59,40	12,05	87,95

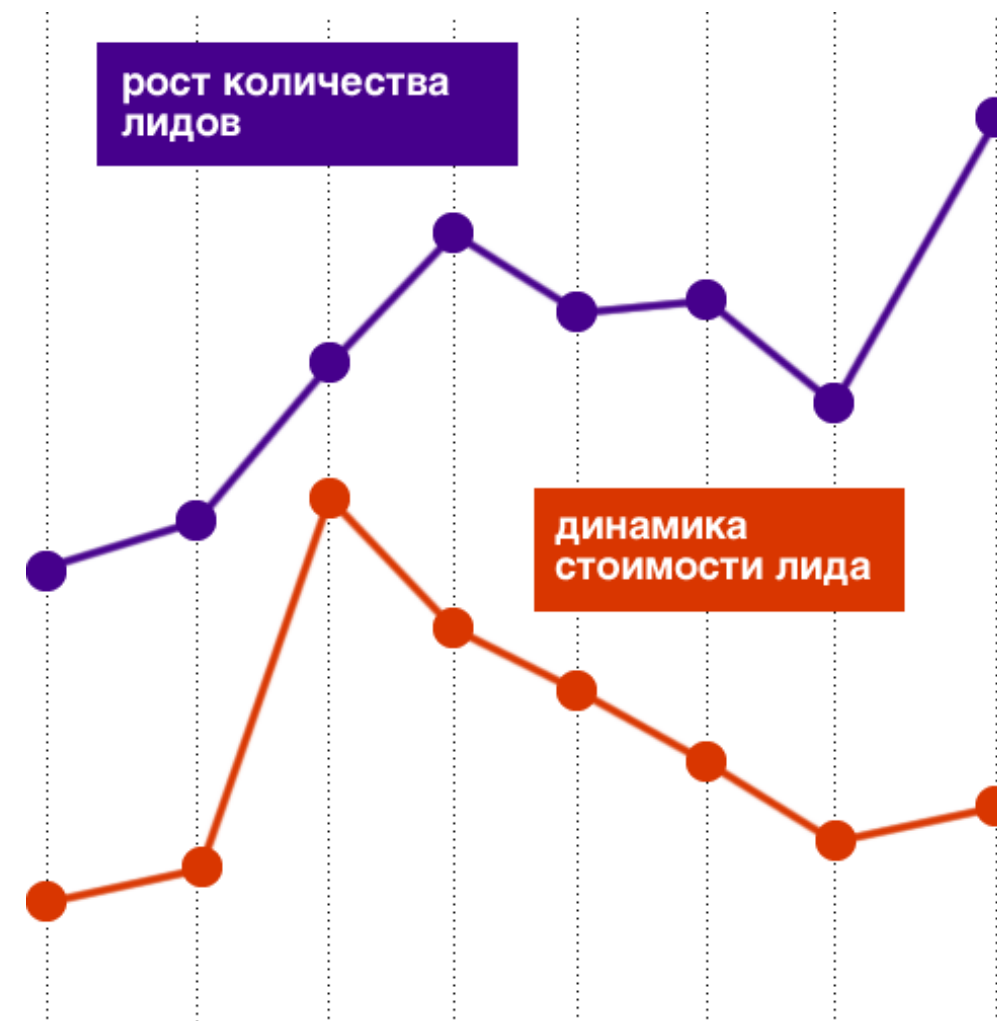
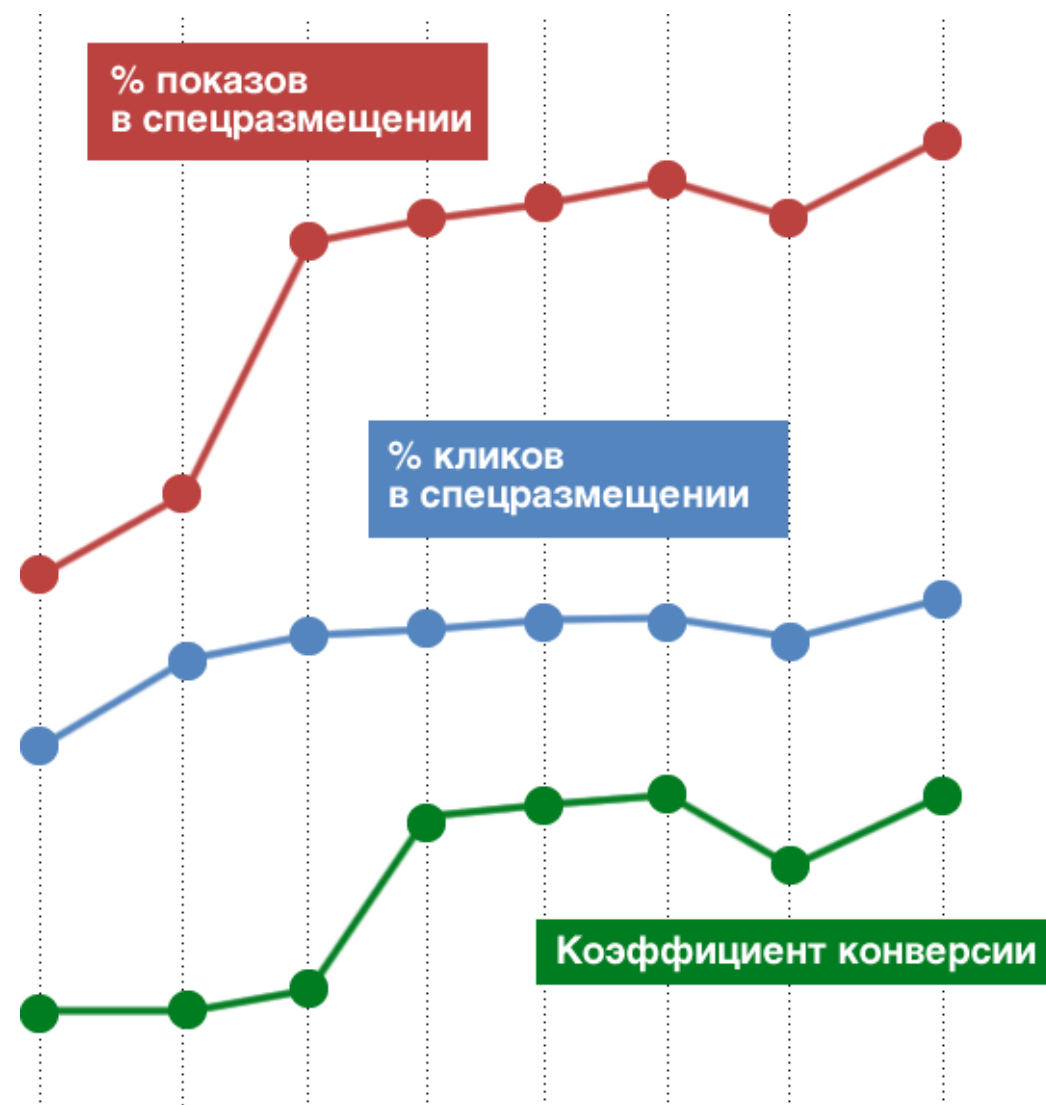
Увеличение ставок

Улучшение конвертации в спецразмещении

Максимальный CR



ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПУТИ К РЕНТАБЕЛЬНОСТИ



**Количество лидов выросло в 3,4 раза,
при сохранении стоимости лида**



ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА

**КАК СОХРАНИТЬ
ПОЗИЦИИ?
КАК ПОЛУЧАТЬ
МАКСИМУМ
КОНВЕРСИЙ?**



ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА

Дополнительные релевантные фразы

- 11% кликов от общего объема кампании
- 10% затраченных средств от общего объема кампании
- Средняя цена клика на 6% меньше

Общие		Цели		Цель «Proprietary Demo»	
Кампания		Целевые визиты ?	Конверсия ?	Достижения цели ?	
2. -	☒ Obuchenie_Russia	30 19,0%	13,33%	36	18,9%
-	☐ Дополнительные релевантные фразы	5 3,2%	15,15%	7	3,7%

- 16,6% лидов от общего объема кампании
- Коэффициент конверсии на 4,1% выше, чем у основных фраз

Прим.: статистика поисковой кампании за 2 месяца



ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА

Дополнительные релевантные фразы

☐ <u>Дополнительные релевантные фразы</u>	5 3,2%	15,15%	7 3,7%
<u>Топ 20 поисковых фраз:</u>			
☐ заработок в интернете	3 1,9%	42,86%	5 2,6%
☐ как заработать в интернете	1 0,6%	9,09%	1 0,5%
Прочие	1 0,6%	6,67%	1 0,5%
☐ как заработать в интернете	1 0,6%	9,09%	1 0,5%
Прочие	1 0,6%	6,67%	1 0,5%

BONUS

Новые варианты ключевых слов



ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА

Спецоператоры Яндекс.Директ

Фраза ↑	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е. ?	
Для всего объявления:					
форекс ...	20659	329	1.59	цена 1-го спецразмещения	26.24
				вход в спецразмещение	26.24
				цена 1-го места	10.00
				вход в гарантию	1.22

Фраза ↑	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е. ?	
Для всего объявления:					
"форекс" ...	4571	85	1.86	цена 1-го спецразмещения	25.50
				вход в спецразмещение	25.50
				цена 1-го места	10.00
				вход в гарантию	1.15

Может,
закавычить?



Конверсий с оператором «» в 1,5 раза больше!



ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА: УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА

Низкочастотные ключевые запросы позволяют:

- Отслеживать детальную статистику
- Проводить тщательную оптимизацию
- Точно управлять ставками
- Создавать уникальные объявления



РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА





РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА

Показы на поиске VS рекламная сеть:

- Стоимость клика на РСЯ ниже в 5-8 раз
- Количество кликов примерно одинаковое
- Стоимость лида на 5-7 долларов ниже, то есть меньше в 1,5 раза

Решение:

Увеличиваем количество показов, кликов и конверсий с тематических сетей



РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА

Околотематические запросы

- Работа в интернете
- Банковские депозиты
- Кредитная тематика
- Интересы «домохозяек»
- Бизнес-тематики

CPA-кампания

Запуск CPA-кампании в сети



РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА

КЕЙС № 2

Клиент:

Крупная брокерская компания

Задача:

Увеличение охвата на тематических сетях

Решение:

Поиск дополнительных около тематических ключевых фраз

Результат:

Количество лидов* с кампании увеличилось в 4 раза при сокращении стоимости лида на 43%

** Лидом является заявка на консультацию*



РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА

«Яндекс – это не только поисковая система,
но и ключевое слово»

Яндекс
[подбор слов](#)

яндекс
☒ По словам ☐ Россия

Что искали со словом «яндекс» — 16 076 663
показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц ?
яндекс	16 076 663

А что, если добавить ЯНДЕКС на сети?



РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ ЯНДЕКСА: ИСТОРИИ УСПЕХА

- Затраты слова Яндекс составили 57,2% от общих затрат кампании на РСЯ
- Количество лидов составило 75,5% от общего количества лидов по кампании
- Коэффициент конверсии по слову Яндекс – 2,64%, по остальным фразам в кампании - 2,49%
- Стоимость лида в 2,3 раза меньше, чем по остальным фразам
- Охват свыше 3000 тематических площадок
- Слово «Yandex» на латинице не сработало



ВЫВОДЫ

3 этапа оптимизации:

1. Оптимизация структуры кампаний
2. Оптимизация затрат и выход на уровень рентабельности
3. Увеличение охвата и количества конверсий

Важно: обязательно тестировать все доступные инструменты площадки и нестандартные решения

СПАСИБО!

Елена Бит-Ишо

Руководитель регионального
подразделения Adventum

www.adventum.ru

agency@adventum.ru

+7(495) 99 88 661

