



# ДОБИВАЕМСЯ РЕЗУЛЬТАТА ОТ РЕКЛАМЫ В GOOGLE ADWORDS

Практика и кейсы

Илья Сидоров

Старший специалист по новым продуктам и решениям

Google Россия

Март 2014

1

# РЕЗУЛЬТАТ

ЦЕЛИ РЕКЛАМНЫХ  
КАМПАНИИ

# ЦЕЛИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

- **HOFF:** Увеличить число заказов и оборот, при сохранении стоимости конверсии
- **Ulmart:** Увеличить продажи с AdWords на 50%
- **NOKIA:** Конвертировать пользователей, взаимодействовавших с рекламой
- **Меховая фабрика Каляев:** оценить эффективность онлайн каналов в привлечении покупателей (в оффлайне)



2

РЕШЕНИЯ

# HOFF

# Hoff

Кейс HOFF совместно с агентством Медианация



Hoff – сеть гипермаркетов и интернет-магазин мебели и товаров для дома.

Задача:  
Значительно увеличить число заказов, снизить стоимость конверсии.

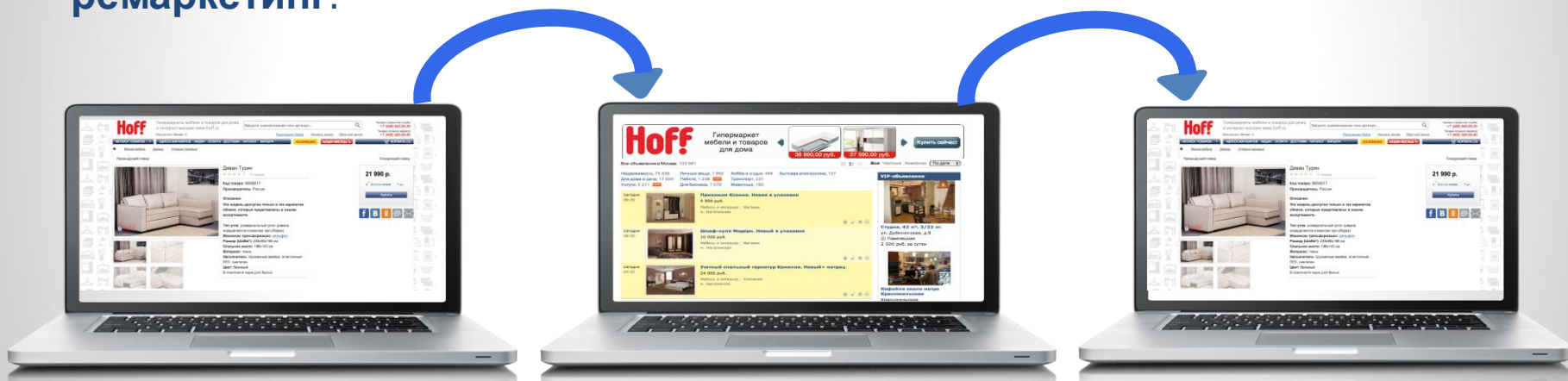


# HOFF

# Hoff

Кейс HOFF совместно с агентством Медиаанация

**Решение:** Возвращать пользователей на сайт, показывая им именно те товары, которыми они интересовались, используя **Динамический ремаркетинг**.



# HOFF

# Hoff!

Кейс HOFF совместно с агентством Медианация

## Решение: Динамический ремаркетинг

Товарный фид

Google merchant center

Платформа позволяющая интернет-магазинам подключать свои товарные фиды к рекламе в AdWords

Информация об аудитории сайта рекламодателя



Тег

ремаркетинга

Google с

пользовательскими

параметрами

Динамическое объявление

# Hoff!

Вы забыли свой товар!



Сушилка для посуды  
0509586



Диван Fidschi

Купить

## Результаты:

За два месяца после запуска кампании:

- число конверсий в интернет-магазине Hoff увеличилось на 30% относительно общего количества конверсий в рекламных кампаниях за этот период.
- Цена за клик составила на 10% ниже, чем средняя цена за клик по аккаунту.
- Число конверсий по аккаунту увеличилось на 103% по сравнению с тем же периодом в предыдущем квартале.
- За первые два месяца тестирования удалось получить 6 миллионов показов в контекстно-медийной сети.

## Факторы успеха:

- хорошее покрытие сайта тегом,
- все товары в фиде,
- сценарии ремаркетинга – смотрели и не добавили в корзину, добавили и не купили





# HOFF



Кейс HOFF совместно с агентством Медианация

**«Динамический ремаркетинг нас приятно удивил результатами и позволил увеличить продажи в целом по каналу Google Adwords примерно в 2 раза. Мы ускорили выполнение плана продаж на месяц и перевыполнили его на 25%. Мы несомненно можем рекомендовать динамический ремаркетинг другим рекламодателям – эта технология приносит больше конверсий и привлекает больше лояльных пользователей».**

**Дмитрий Дворецкий, директор по электронной коммерции Hoff**



Москва (+7 495) 287-4241

Как заказать Как оплатить Как получить Наши сервисы ▾

Каталог товаров

Компьютеры, ноутбуки и планшеты

Компьютерные комплектующие

Мобильные телефоны, гаджеты

Фото и видекамеры

ТВ, Аудио, Видео

Бытовая техника

Товары для дома, дачи и ремонта

Детские товары

Автотовары

Офис и сети

Сервисы

Акции и спецпредложения!

Компьютеры XPERTS

Фирменные магазины

Ю-Gift – идеи подарков

Юлмарт.Дисконт

Наличие в Юлмарт Outpost

Юлмарт review (март)

Москва (+7 495) 287-4241

Как заказать Как оплатить Как получить Наши сервисы ▾

Везде

Найти

Первый в Рунете!

Товар дня!  
3D LED телевизор Philips 32PFL4508T/60  
14 500 руб.  
Суперцена!

Хиты продаж

мультиварка Redmond RMC M4503  
1 990 руб.

Apple iPad mini 16Gb with Wi-Fi, Tablet PC на iOS, MF432RS/A,  
11 590 руб.

Смартфон Lenovo A369i Black  
3 990 руб.

**Юлмарт** - ведущий интернет-магазин электроники, компьютерной и бытовой техники.

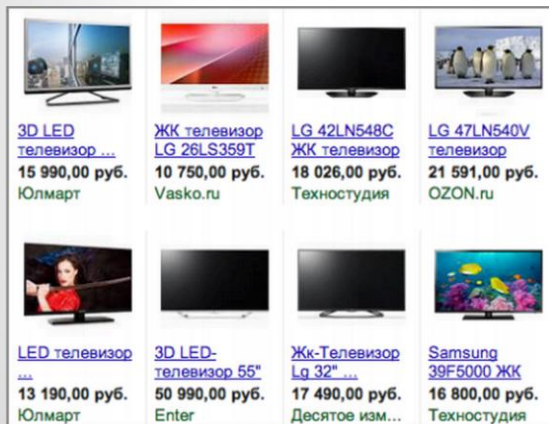
Более 55 000 товаров.  
Проработанные контекстные кампании

**Задача:**

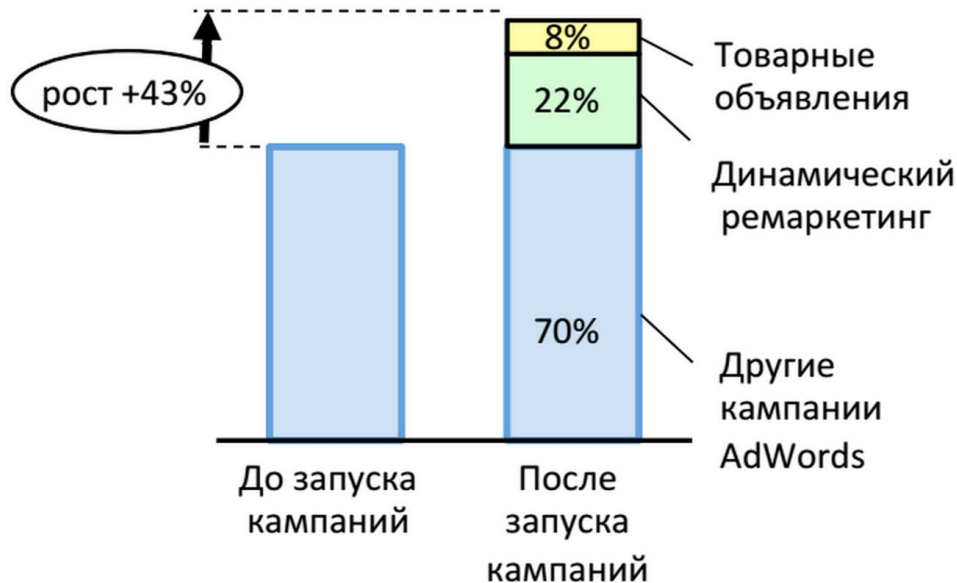
Увеличить число заказов, при сохранении или снижении стоимости конверсии.



**Решение:** Связка Товарных объявлений и Динамического Ремаркетинга позволяет привлекать новых пользователей, а также возвращать их на сайт и успешно конвертировать в покупателей.



## Количество заказов



## Результаты:

Общее количество конверсий из AdWords увеличилось на 43%, при этом стоимость конверсии снизилась

## Факторы успеха:

- хорошо проработанный фид со всеми товарами
- связка товарных объявлений и динамического ремаркетинга



# Меховая фабрика Каляев



«Меховая фабрика Каляев» (Fursk.ru) — компания по производству изделий из различных мехов, а также кожаных изделий, головных уборов и аксессуаров.

Несмотря на то, что 97% продаж происходит в офлайне, основное продвижение и реклама магазина осуществляются в Интернете.

**Задачи:** Измерение и повышение эффективности онлайн каналов продвижения продуктов, реализуемых офлайн



# Меховая фабрика Каляев



**Решение:** Использование возможностей Universal Analytics по импорту и учёту офлайн-конверсий. Сопоставление пользователей по номеру телефона, которые оставляли в среднем около 500 человек в день (ок. 1% всего трафика).



GOOGLE **UNIVERSAL ANALYTICS**



**Результаты:** У «Меховой Фабрики Каляев» появилась возможность:

- Оценивать результативность рекламных кампаний, осуществляемых онлайн. Выборка составляет около 10% от всех конверсий.
- Использовать полученные данные для повышения эффективности использования рекламного бюджета

«До этого у нас было лишь приблизительное понимание отдачи от различных кампаний. Теперь у нас получилось определить, какие рекламные кампании лучше работают. Мы смогли перераспределить рекламный бюджет и повысить эффективность его использования, а также обосновать наш подход к размещению рекламы.»

— Назар Ниязов, «Меховая Фабрика Каляев»



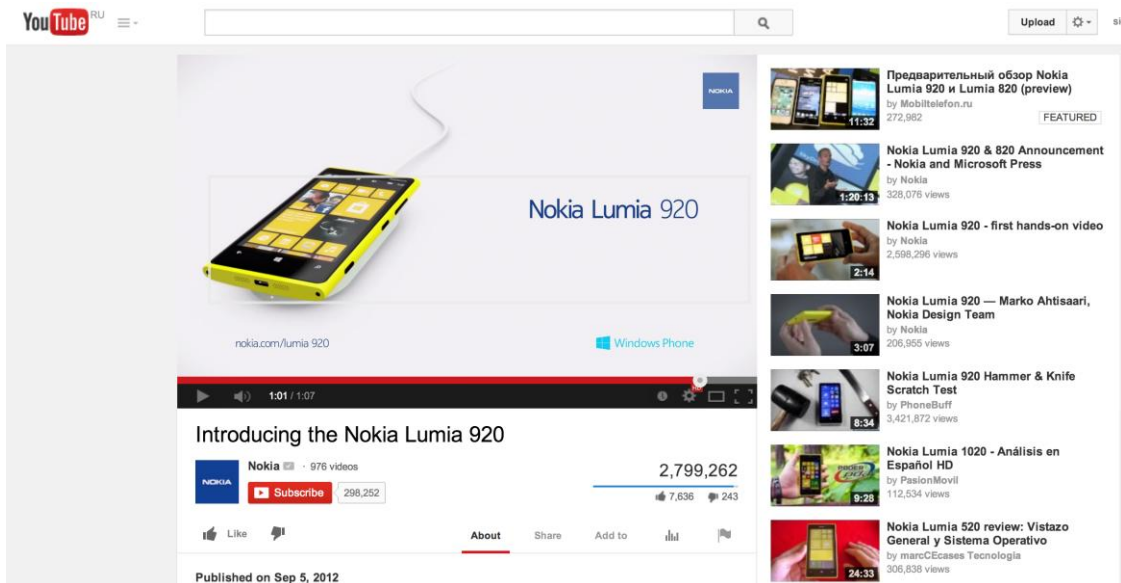


# NOKIA

# NOKIA

Кейс Nokia совместно с агентством Carat Interactive

## Рекламная кампания Nokia Lumia 920



**Nokia** - производитель мобильных телефонов, смартфонов и телекоммуникационного оборудования, один из мировых лидеров в сфере мобильных коммуникаций. Одним из важных каналов продвижения является онлайн видео.

### Задача:

Оценить и повысить конверсию пользователей, просмотревших рекламные ролики



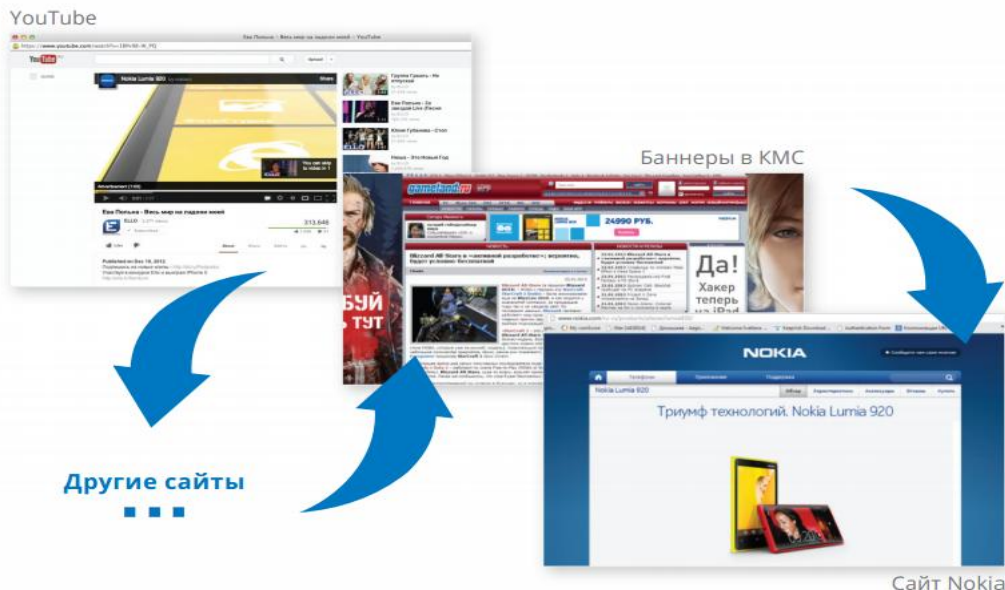


# NOKIA

# NOKIA

Кейс Nokia совместно с агентством Carat Interactive

## Решение: Видеоремаркетинг



## Решение:

В ходе рекламной кампании Lumia 920 на YouTube в формате TrueView InStream (пропускаемый пре-ролл) были собраны аудитории ремаркетинг пользователей, посмотревших ролик до конца.

Затем в контекстно-медийной сети этим пользователям показывались баннеры с переходом на страницу продукта на сайте Nokia



## Эффективность кампании Nokia Lumia 920

|                                                          | Конверсии             |                     | Взаимодействие с сайтом                     |                                              |
|----------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------|
|                                                          | Коэффициент конверсии | Стоимость конверсии | % посетителей, побывавших на сайте > 1 мин. | Стоимость 1 посещения длительностью > 1 мин. |
| Видеокампания (TrueView InStream или пропускаемое видео) | 0,31 %                | € 275,05            | 8 %                                         | € 10,28                                      |
| Таргетинг по интересам                                   | 2,52 %                | € 20,87             | 23 %                                        | € 2,32                                       |
| Традиционный ремаркетинг                                 | 5,27 %                | € 14,88             | 23 %                                        | € 3,36                                       |
| <b>Видеоремаркетинг</b>                                  | <b>9,24%</b>          | <b>€ 6,44</b>       | <b>19%</b>                                  | <b>€ 3,20</b>                                |

**Результаты:** конверсия **9,24%** (в 1,75 раза выше обычного ремаркетинга, в 29 раз выше конверсии с видеороликов)



3

Результаты

# РЕЗУЛЬТАТЫ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

- **NOFF: Динамический ремаркетинг** позволил более, чем удвоить количество конверсий из AdWords
- **Ulmart: Связка товарных объявлений и динамического ремаркетинга** позволила увеличить количество заказов на 43%
- **NOKIA: Видеоремаркетинг** позволил получить конверсию в покупки смартфонов **9,24%** (в 1,75 раза выше обычного ремаркетинга, в 29 раз выше конверсии с видеороликов)
- **Меховая фабрика Каляев: Universal Analytics** позволил оценить эффективность онлайн каналов в привлечении покупателей (в оффлайне)





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

**ДОБИВАЕМСЯ РЕЗУЛЬТАТА ОТ РЕКЛАМЫ  
В GOOGLE ADWORDS**

Практика и кейсы

Илья Сидоров

Старший специалист по новым продуктам и решениям

Google Россия

Март 2014