



Создание и оптимизации поисковой кампании

Надя Дмитриева, Senior PPC

Содержание



СОЗДАНИЕ ЗАГРУЗОЧНОГО ФАЙЛА



ЗАГРУЗКА КАМПАНИИ ЧЕРЕЗ GOOGLE ADS EDITOR



ОПТИМИЗАЦИЯ ПОИСКОВОЙ КАМПАНИИ

Кто я и как попала в PPC?

- Я - Надя и мне 23 года
- КНУ им. Шевченка,
международная экономика
- UNIQA, международные
клиенты
- 3 года опыта в PPC, Spratatica
- Потратила несколько млн. дол
на рекламу и окупила их
- Запускала рекламу на всех
континентах кроме Антарктиды



Из чего состоит моя работа?

- 1) Рисерчи (Куда дальше расти? Как мы можем больше зарабатывать?)
- 2) Тесты новых локаций
- 3) Веду существующие проекты (географии: Бразилия либо источник: ФБ) и отвечаю за окупаемость



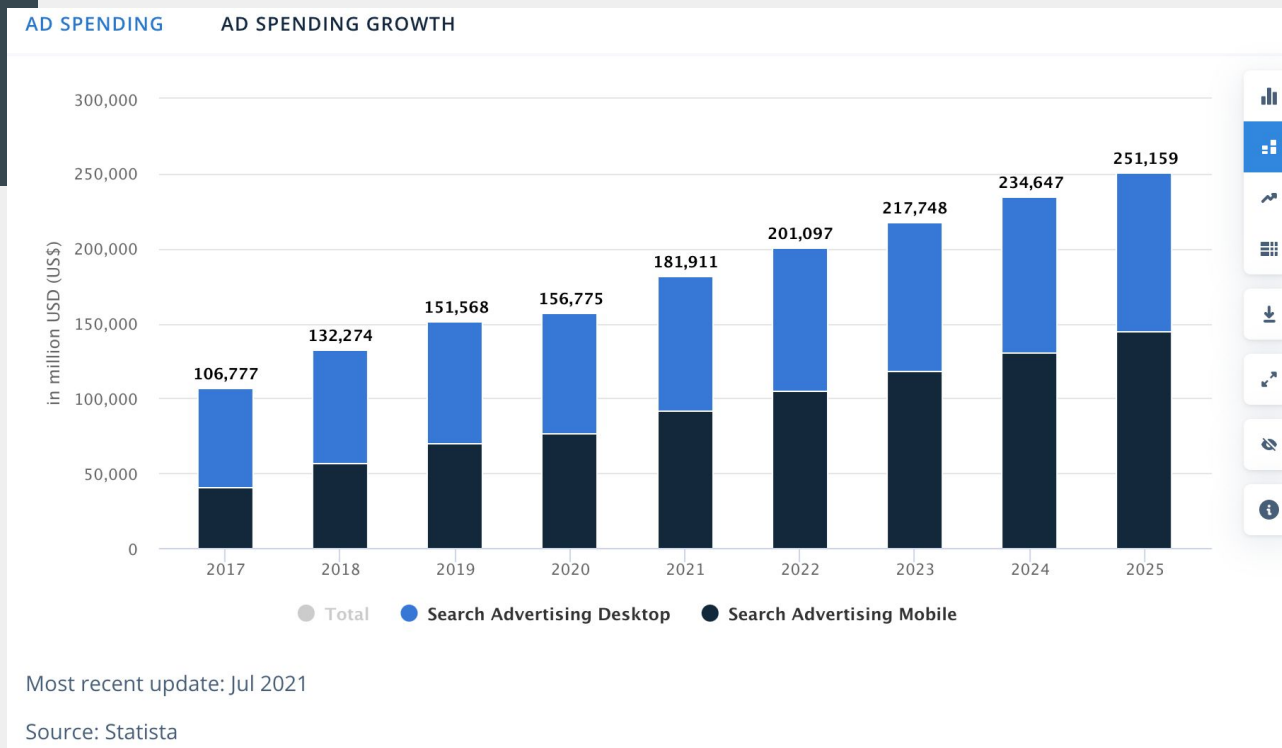
А если поподробнее?

- 1) Запускаю все виды рекламных кампаний в Google Ads & FB
- 2) Придумываю и ставлю задачи на разработку и дизайн
- 3) Занимаюсь аналитикой трафика и на меня спускают собак, если что-то не окупается



Почему поисковая реклама?

Рынок поисковой рекламы, млн. долл США



Кейс

Допустим, что мы устроились в Розетку на вакансию PPC-специалиста и будем заниматься настройкой контекстной рекламы для категории “Смартфоны”

Приступим?

1. Семантическое ядро

Совокупность поисковых запросов, на которые мы (как рекламодатели) хотим показывать нашу рекламу.

← Google Реклама | Планировщик ключевых слов

ПОИСК | ОТЧЕТЫ | ИНСТРУМЕНТЫ И НАСТРОЙКИ | Справка | Уведомления | Nadia PPC (265-461-8619) | nadiadmitrievapp@gmail.com

Найдите новые ключевые слова
Просмотрите варианты ключевых слов, чтобы найти те, которые помогут привлечь потенциальных клиентов.

Посмотрите количество запросов и прогнозы
Получайте данные о количестве запросов и других показателях, а также прогнозы их эффективности.

ПЛАНЫ, СОЗДАННЫЕ ВАМИ | ДОСТУПНЫЕ ВАМ ПЛАНЫ

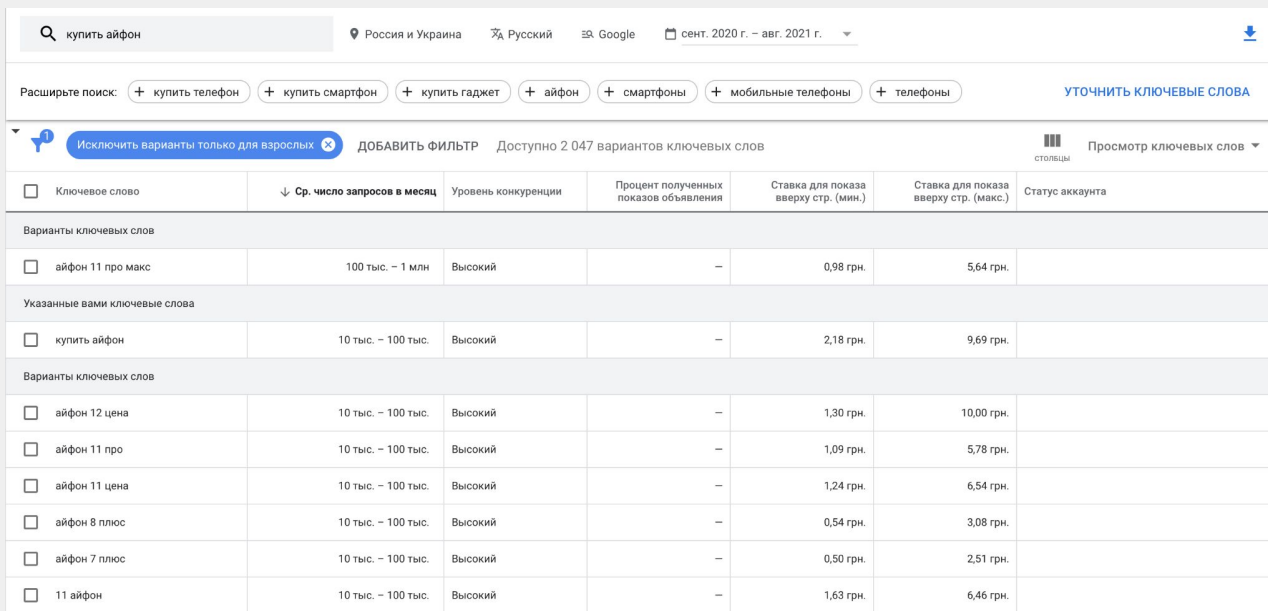
▼ ДОБАВИТЬ ФИЛЬТР

<input type="checkbox"/>	Запланировать	Статус	Последнее изменение ↓	Период для прогноза
--------------------------	---------------	--------	-----------------------	---------------------

Получите новые варианты ключевых слов и примерное количество запросов для них, а также создавайте план.

1. Семантическое ядро

Выгружаем весь список и группируем в Excel.



Search results for "купить айфон" in Russia and Ukraine, Russian language, Google search, dated September 2020 to August 2021. The interface includes filters for "Купить телефон", "Купить смартфон", "Купить гаджет", "айфон", "смартфоны", "мобильные телефоны", and "телефоны". A table displays 2,047 keyword variants with columns for "Ключевое слово", "Ср. число запросов в месяц", "Уровень конкуренции", "Процент полученных показов объявления", "Ставка для показа вверху стр. (мин.)", "Ставка для показа вверху стр. (макс.)", and "Статус аккаунта".

<input type="checkbox"/> Ключевое слово	↓ Ср. число запросов в месяц	Уровень конкуренции	Процент полученных показов объявления	Ставка для показа вверху стр. (мин.)	Ставка для показа вверху стр. (макс.)	Статус аккаунта
Варианты ключевых слов						
<input type="checkbox"/> айфон 11 про макс	100 тыс. – 1 млн	Высокий	–	0,98 грн.	5,64 грн.	
Указанные вами ключевые слова						
<input type="checkbox"/> купить айфон	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	2,18 грн.	9,69 грн.	
Варианты ключевых слов						
<input type="checkbox"/> айфон 12 цена	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	1,30 грн.	10,00 грн.	
<input type="checkbox"/> айфон 11 про	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	1,09 грн.	5,78 грн.	
<input type="checkbox"/> айфон 11 цена	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	1,24 грн.	6,54 грн.	
<input type="checkbox"/> айфон 8 плюс	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	0,54 грн.	3,08 грн.	
<input type="checkbox"/> айфон 7 плюс	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	0,50 грн.	2,51 грн.	
<input type="checkbox"/> 11 айфон	10 тыс. – 100 тыс.	Высокий	–	1,63 грн.	6,46 грн.	

1. Семантическое ядро

Главное правило группировки ключевых слов - если под этот запрос можно написать более релевантное объявление - значит его в другую группу.

Keyword	Currency	Avg. monthl	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
айфон 11 про макс	UAH	500000	Высокий	100	0,98	5,64
купить айфон	UAH	50000	Высокий	100	2,18	9,69
айфон 12 цена	UAH	50000	Высокий	100	1,30	10,00
айфон 11 про	UAH	50000	Высокий	100	1,09	5,78
айфон 11 цена	UAH	50000	Высокий	100	1,24	6,54
айфон 8 плюс	UAH	50000	Высокий	98	0,54	3,08
айфон 7 плюс	UAH	50000	Высокий	100	0,50	2,51
11 айфон	UAH	50000	Высокий	100	1,63	6,46
айфон хр	UAH	50000	Высокий	100	1,11	3,61
купить айфон 11	UAH	50000	Высокий	100	2,45	11,70
айфон 10 цена	UAH	50000	Высокий	100	0,91	4,80
айфон 7 цена	UAH	50000	Высокий	85	1,07	6,56
айфон 7 цена	UAH	50000	Высокий	85	1,07	6,56
iphone 12 цена	UAH	50000	Высокий	100	1,76	10,87
айфон 8 цена	UAH	50000	Высокий	93	0,85	5,45
айфон 8 цена	UAH	50000	Высокий	93	0,85	5,45
купить айфон 12	UAH	50000	Высокий	100	2,38	12,66
купить айфон 7	UAH	50000	Высокий	100	1,07	4,35
купить айфон 7	UAH	50000	Высокий	100	1,07	4,35
айфон се 2020	UAH	50000	Высокий	100	1,33	5,68
iphone 11 цена	UAH	50000	Высокий	100	1,80	7,87
айфон 8 плюс цена	UAH	50000	Высокий	100	0,73	4,26
айфон 11 про цена	UAH	50000	Высокий	100	1,23	7,27
купить айфон 8	UAH	50000	Высокий	100	0,91	4,39
купить айфон 8	UAH	50000	Высокий	100	0,91	4,39

1. Семантическое ядро

Давайте определим какие слова будут в нашей первой группе объявлений.

1. Семантическое ядро

Какой тип соответствия выбрать?

Ключевое слово: купить айфон 11

**Точное
(exact)**

Купить 11 айфон
Купить афон 11
Где купить айфон 11
Купить iphone 11

**Фразовое
(phrase)**

Купить 11 айфон сейчас
Купить афон 11 киев
Купить айфон 11 про
Заказать айфон

**Широкое
(broad)**

Купить смартфон сейчас
Купить афон 11 киев
Купить айфон 11 про

2. Объявления в Google Ads

Как писать объявления?

Смотрим, что делают конкуренты и подстраиваемся под рынок, пока мы не большие.



Проверка
орфографии

100+ слов и фраз,
которые заставят
рекламу работать

3. Магический Google Ads Editor

Ща покажу

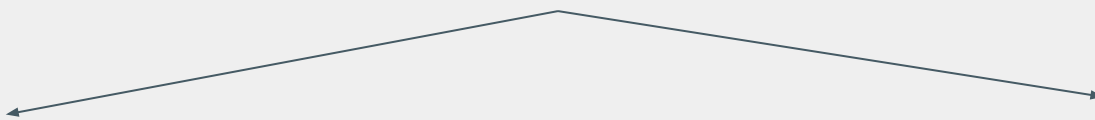


4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.1) Отключение неэффективных элементов

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.1) Отключение неэффективных элементов



По объявлениям,
ключевикам, группам

По демографическим,
географическим видам
таргетинга

	Расходы	ROI
A	\$100	120%
B	\$100	90%

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.2) Игра со ставками

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.2) Игра со ставками

	Расходы	tCРА	ROI	Доход	Прибыль
A	\$90	\$1	120%	\$108	\$18
B	\$100	\$1.2	90%	\$90	-\$10

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.3) Новые тесты



4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.3) Новые тесты

Если прям все окупается плохо - меняем подходы в рекламе, ищем новые ключевики.

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.4) Изменения в воронке

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

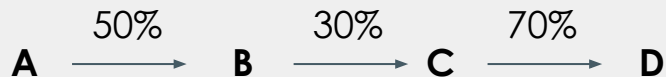
3.4) Изменения в воронке

Меняем шаги на воронке, анализируем проходимость - делаем это с продуктовым аналитиком.

4. ОПТИМИЗАЦИЯ КАМПАНИИ

3.4) Изменения в воронке

Меняем шаги на воронке, анализируем проходимость - делаем это с продуктовым аналитиком.



ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

- 1) Понятная статистика по ценам за клик - легко просчитать бюджет
 - 2) Быстрая в запуске (сегодня запускаем - сегодня же результат)
 - 3) Самый целевой трафик
 - 4) Легко оптимизировать и окупать
- 1) Это дорого
 - 2) Есть конкуренты, которые влияют на цену на рынке и позицию объявления
 - 3) Нужно хорошо разобраться перед тем как запускаться
 - 4) Для очень нишевых запросов - не подойдет

Желаю легкого старта и
окупаемости! Спасибо!

