

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

С. П. Петринич, В. С. Паскал

*ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного
университета», г. Минск;*

petrinichshadow@gmail.com, paskalvova1@gmail.com;

науч. рук. – С. П. Мармашова

В работе рассматривается эффективность использования контекстной рекламы в современных реалиях, основываясь на кейсах с контекстной рекламой, созданной при помощи Яндекс Директ. Кроме того, выявляются затраты рекламодателей за привлечение целевой аудитории и анализируются ставки.

Ключевые слова: контекстная реклама; реклама; Яндекс Директ; кейсы.

В современном мире контекстная реклама является быстрым и эффективным способом привлечения целевой аудитории на сайт или же любой другой ресурс. Она становится всё популярней как в странах СНГ, так и на западе. В странах СНГ явную долю рынка занимают такие системы контекстной рекламы как «Яндекс Директ» и «Бегун». Эти две системы позволяют рекламодателю максимально быстро, дешево и эффективно настроить рекламную кампанию для своего сайта.

Однако следует заметить, что при всей простоте данных систем многие рекламодатели совершали и продолжают совершать ошибки, которые приводят к снижению эффективности контекстной рекламы, потере финансов и к общему провалу рекламной кампании.

Для анализа эффективности контекстной рекламы, созданной при помощи «Яндекс Директ», рассмотрим 3 кейса компаний из разных отраслей.

В качестве первого кейса рассмотрим Новокузнецкую автошколу (ООО «Автокласс»). Основной целью их рекламной кампании было увеличение посещаемости и количества клиентов. Для приема трафика был использован сайт автошколы. Ими была создана всего одна кампания на РСЯ (Рекламная сеть Яндекс), в которой было собранно 857 ключевых фраз, по которым потенциальные клиенты могли бы найти данную автошколу [1]. Упор в объявлениях шёл на низкую цену обучения в сравнении с конкурентами (таблица 1).

Можем увидеть, что при бюджете в 7271,49 руб. (273,40 бел. руб.) было получено 1015 переходов на сайт при средней цене за клик в 7,16 руб. (0,23 бел. руб.). По утверждению автора данного кейса, было получено 113 звонков по рекламе. Мы можем вычислить, что один звонок обошелся в 64 руб. (2 бел. руб.).

Таблица 1

Статистика рекламной кампании ООО «Автокласс» [1]

| Всего По компании | Ср. расход за неделю, руб. | Показы | Клики | CTR(%) | Расход всего, руб. | Ср. цена клика, руб. |
|-------------------------------|----------------------------|--------|--------|--------------------|----------------------|----------------------|
| С 06.12.16 по 27.01.17 | 1454,30 | 717036 | 1015 | 0,14 | 7271,49 | 7,16 |
| Суммарные данные по компании. | | | | | | |
| Дата | Показы | Клики | CTR(%) | Расход всего, руб. | Ср. цена клика, руб. | |
| 05.12.16 – 11.12.16 | 186624 | 346 | 0,19 | 2429,51 | 7,00 | |
| 12.12.16 – 18.12.16 | 140335 | 232 | 0,17 | 1393,05 | 6,00 | |
| 09.01.17 – 15.01.17 | 61349 | 76 | 0,12 | 467,60 | 6,15 | |
| 16.01.17 -22.01.17 | 177856 | 192 | 0,11 | 2244,26 | 11,69 | |
| 23.01.17 -29.01.17 | 150872 | 169 | 0,11 | 746,06 | 4,41 | |
| Итого | 717036 | 1015 | 0,14 | 7271,49 | 7,16 | |

В качестве второго кейса рассмотрим магазин детской мебели «Бамбини», расположенный в Москве. Целью их рекламной кампании было повышение продаж их продукции.

Объявления, созданные данным магазином, показывались как и на поисковой странице Яндекс (таблица 2), так и в РСЯ (таблица 3).

Таблица 2

Результат рекламной кампании «Бамбини» на поисковой странице Яндекс

| Дата | Показы | Клики | CTR(%) | Расход всего, руб. | Ср.цена клика, руб. |
|------------------------------|--------|-------|--------|--------------------|---------------------|
| Всего с 21.12.17 по 30.01.18 | 5886 | 1317 | 22.38 | 13326.68 | 10.12 |

Примечание – Источник: разработана авторами на основании [2].

Можем увидеть, что при расходах равным 13326,68 руб. (436 бел. руб.) была достигнута конверсия равная 22,38%, при цене клика в 10,12 руб. (0,33 бел. руб.), что является отличным результатом для рекламы в поиске Яндекс.

Таблица 3

Результат рекламной компании «Бамбини» в РСЯ

| Даты | Показы | Клики | CTR(%) | Расход всего, руб. | Ср. цена клика, руб. |
|------------------------------|--------|-------|--------|--------------------|----------------------|
| Всего с 21.12.17 по 30.01.18 | 147171 | 731 | 0.50 | 6418.47 | 8.78 |

Примечание – Источник: разработано авторами на основе [2].

Можем увидеть, что при затратах в 6418,17 руб. (210 бел. руб.) была достигнута конверсия равная 0,5%, при средней цене клика равной 8,78 руб. (0,28 бел. руб.).

Последний рассматриваемый нами кейс непосредственно связан с автомобилями. В нём создавалась рекламная кампания по продвижению услуг специалиста по подбору автомобиля в Уфе. Целью данной рекламной кампании было склонение человека оставить заявку, объяснив преимущества компании.

Были собраны ключевые запросы и разбиты на 6 тематических групп. С самого начала реклама функционировала только в городе Уфа, однако после расширения действия рекламной кампании на весь регион увеличилось число заявок на сайте (таблица 4).

Таблица 4

Результаты функционирования рекламы в разных регионах, в росс. руб. [3]

| Название 1/№ | Параметры | Состояние | Начало | Кликов | Ограничения бюджета, руб. |
|---|----------------------------------|-------------------------------|------------|--------|---------------------------|
| 1 Автопоиск/РСЯ/поведение/текстово-графические/Республика Башкортостан (№ 30344272) | Сети Управления показами в сетях | Средства на счёте закончились | 12.09.2017 | 313 | Дневной 400.00 |
| 2 Автопоиск/РСЯ/поведение/текстово-графические/Уфа (№ 30179269) | Сети Управление показами в сетях | Средства на счёте закончились | 12.09.2017 | 67 | Дневной 300.00 |
| Итого | | | | 380 | Дневной 700.00 |

Можем увидеть, что количество переходов на сайт в случае рекламы на весь регион гораздо больше, чем в рекламной кампании, распространённой исключительно на территорию Уфы.

При вложении в рекламу 5000 (163,67 бел. руб.) объявления были показаны 322899 людям и 380 из них перешли на сайт рекламодателя, т.е. цена за один клик составила 14 руб. (0,45 бел. руб.). С данных 380 переходов на сайт было получено 44 заявки с ценой одной заявки, равной 113 руб. (3,69 бел. руб.) [3].

Рассмотрев данные кейсы, мы можем сделать несколько выводов:

– при помощи контекстной рекламы, созданной при помощи «Яндекс Директ», можно рекламировать практически любой продукт, услугу, сайт и т.д.;

– во многом цена клика зависит от ниши, занимаемой товаром, того, как настроена рекламная кампания и целевой аудитории, на которую она направлена.

Таблица 5

Статистика по ключевым запросам[3]

| Дата | Группа | № группа | Показы | Клики | CTR (%) | Расход всего, руб. | Ср. цена клика, руб. | Конверсия (%) | Цена цели, руб. |
|------------|------------------------|------------|--------|-------|---------|--------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| 27.09.2017 | Купить авто | 2956816743 | 14552 | 17 | 0,12 | 236,91 | 13,94 | 26,67 | 59,23 |
| 02.10.2017 | Купить авто | 2956816743 | 12879 | 17 | 0,13 | 229,24 | 13,48 | 18,75 | 76,41 |
| 02.10.2017 | Подержанные автомобили | 2956816744 | 10249 | 6 | 0,06 | 87,86 | 14,64 | 50,00 | 29,29 |
| 26.09.2017 | Автоподбор | 2956816741 | 1341 | 3 | 0,122 | 44,98 | 14,99 | 66,67 | 22,49 |
| 29.09.2017 | Купить авто | 2956816743 | 15453 | 20 | 0,13 | 268,90 | 13,45 | 10,53 | 145,45 |
| 30.09.2017 | Купить авто | 2956816743 | 181532 | 20 | 0,11 | 245,24 | 12,26 | 11,76 | 122,62 |
| 01.10.2017 | Купить авто | 2956816743 | 14272 | 18 | 0,13 | 231,94 | 12,89 | 11,76 | 115,97 |
| 22.09.2017 | Тест автомобилей | 2956816742 | 3106 | 2 | 0,06 | 22,27 | 11,14 | 100,00 | 22,27 |

В заключении следует отметить, что на данный момент «Яндекс Директ» является самым удобным, дешевым и эффективным инструментом современного рекламодателя.

Библиографические ссылки

1. Яковлев А. Автошкола: кейс по настройке Яндекс. Директ. [Электронный ресурс]. – режим доступа: https://vk.com/ppc_profi?w=page-86352705_54341582– Дата доступа 10.03.2019.
2. Рабирох М. Кейс фабрика детской мебели Бамбини [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fabrika-mebeli-bambini.ru/> - Дата доступа 09.03.2019.
3. Услуга подбора автомобиля в РСЯ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/ppc_profi?w=page-138759079_54002918– Дата доступа 10.03.2019.
4. 198 кейсов по Яндекс.Директу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conversion.im/198-kejsov-po-yandeks-direktu>– Дата доступа 09.03.2019.