

Google

Берём от Google Ads всё:

Проверенные способы повышения
эффективности рекламы

Катя Лыскова
Индустриальный аналитик
Google
Май 2019





Google DeepMind

Challenge Match

8 - 15 March 2017



ALPHA GO
00:05:30

LEE SEDOL
00:28:28



AlphaGo

Lee Sedol





Google Photos



Рекламные решения Google, работающие на принципах машинного обучения

- **Интеллектуальное назначение ставок** - Smart Bidding - Оптимизатор конверсий, ROAS
- **Оптимизация креатива и рекомендательный движок** в динамических баннерах
- **Динамические Поисковые Объявления** - Dynamic Search Ads
- **Умные кампании для контекстно-медийной сети** - Smart Display Campaigns
- **Универсальные кампании для продвижения приложений**
- **Аудиторные таргетинги** - такие как Похожие аудитории или Life Events



Первое правило успешной автоматизации

Правильные данные

Правильные конверсии

Примеры конверсий для автоматизации

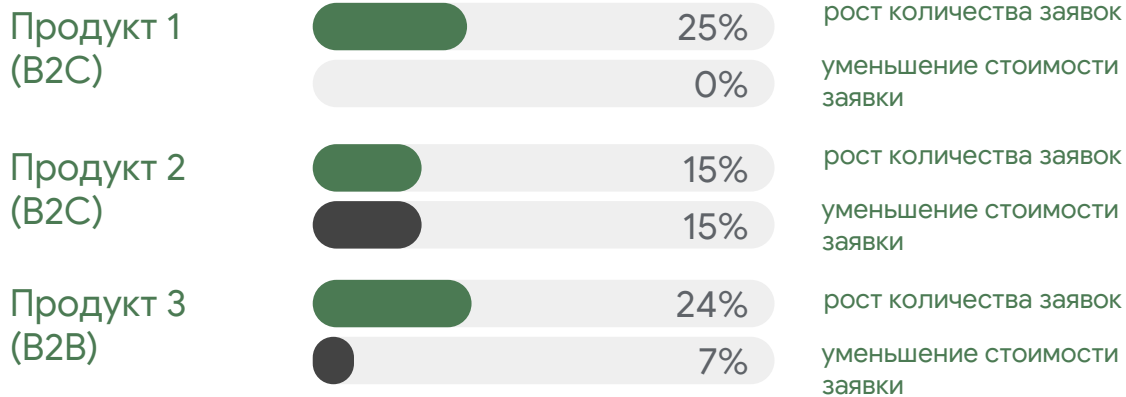
- Продажа товара или услуги на сайте, заполненные заявки - тег Ads или импорт из Google Analytics
- Телефонные звонки (свыше определённой длительности) - звонки-конверсии в Ads или импорт из других систем через Google Analytics
- Глубокие конверсии (оплаченные покупки, одобренные заявки) или продажи в магазинах - в Google Analytics или через Импорт офлайн конверсий (рекомендуется регулярная/ежедневная загрузка)
- Другое: установки приложений, конверсии в приложениях, микроконверсии

Интеллектуальное назначение ставок

Учет множества сигналов в ходе аукциона



Сбербанк на четверть увеличил число заявок при помощи автоматизации управления ставками на поиске Google

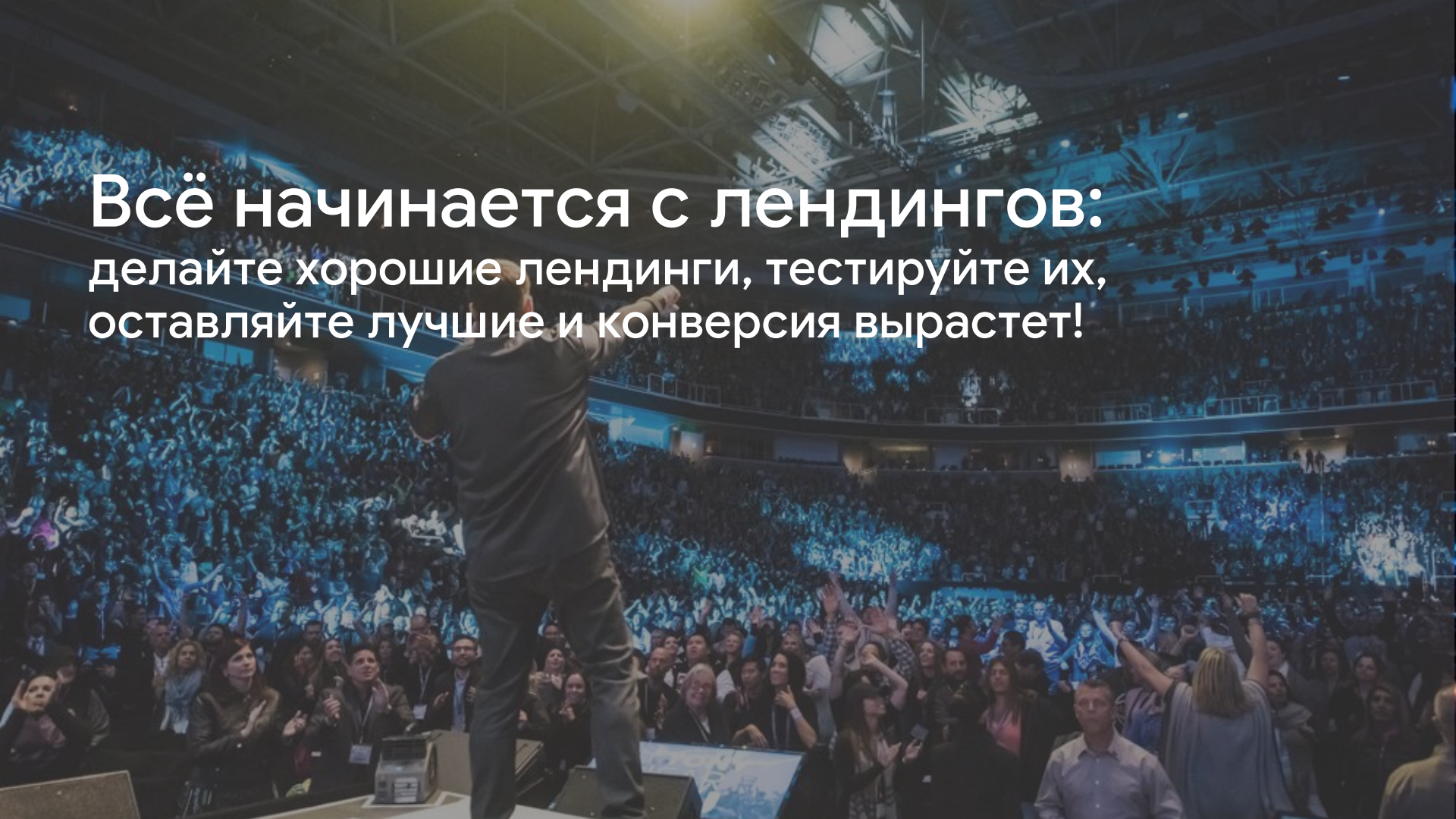


Источник: внутренние данные Google



Рекомендации по работе с оптимизатором конверсий

- не усложняйте жизнь Оптимизатору - используйте для управления ставками не более одного типа конверсии в аккаунте
- не “душите” кампании низким tCPA - старайтесь ориентироваться на максимизацию прибыльности
- бюджет должен быть достаточным - не менее 10 tCPA, лучше 50 tCPA - кампании не должны быть ограничены бюджетом
- важное правило - не меняйте резко ставки CPA (более, чем на 20% за период обучения = ± 100 конверсий)

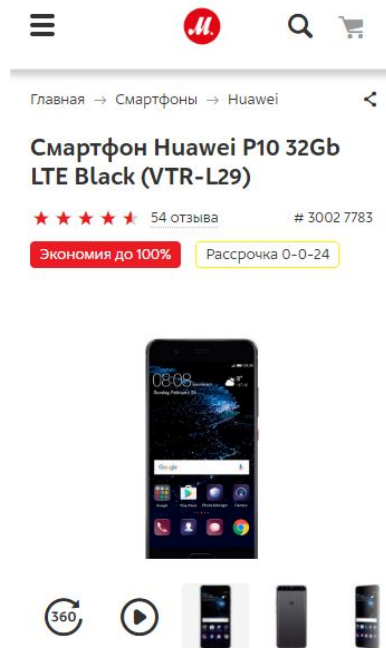
A man in a dark suit stands on a stage, facing a large, enthusiastic audience in a convention hall. The audience is cheering and raising their hands. The scene is lit with blue and white lights, creating a vibrant atmosphere. The speaker is in the foreground, slightly to the left, with his back to the camera. The audience fills the rest of the frame, extending into the background where multiple levels of the hall are visible.

Всё начинается с лендингов:
делайте хорошие лендинги, тестируйте их,
оставляйте лучшие и конверсия вырастет!

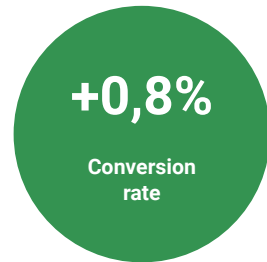
Кейс М.Видео: представленность акций в карточке товара



Before – Показ одной акции
в нечитаемом для
мобильного устройства
формате



After – Вывод до 5
действующих на товар
акций с возможностью
увидеть краткое описание



Кейс М.Видео: тестирование изображений товара



Before – На первом экране выводится неполное изображение товара



After – Доступ к 3d, видео и всем изображениям на первом экране, свайп изображений


+0,6%

Conversion rate

+9,7%

Time on page


Кейс М.Видео: тестирование акцентов и доступа к информации


 Нашли дешевле? Снизим цену!

Цена (р.) **15990**


Добавить в корзину

В избранное


 **Забрать в магазине** Бесплатно
Сегодня Премия 500р.

 **Доставить на дом** 990р.
Сегодня

Сравнить

[Онлайн-кредит от 954 руб./мес.](#) 

+ «М.Купоны» на 2 000 рублей


О товаре 


Before – Нет акцента на основном действии


~~32 990 Р~~ **24 990 Р** экономия **8 000**

Добавить в корзину

Нашли дешевле? Снизим цену!

+ 833 Бонусных рубля 

+ 500 Р промокод при самовывозе 

Кредит от 1 039 рублей в месяц 

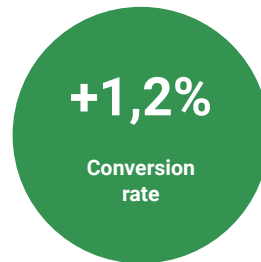
Самовывоз сегодня, **бесплатно**

Доставка завтра и позже, **бесплатно**

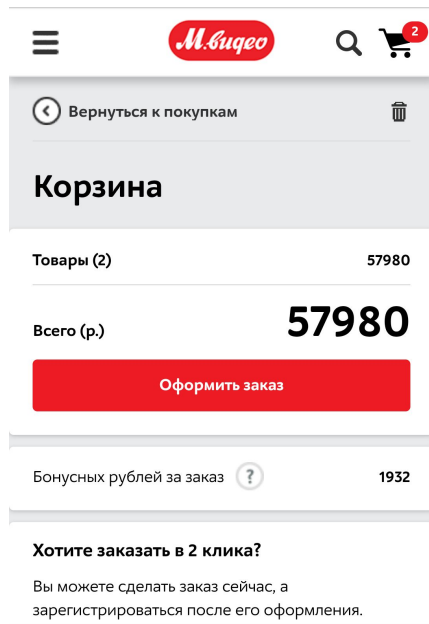
Сравнить В избранное

О товаре Характеристики Отзывы

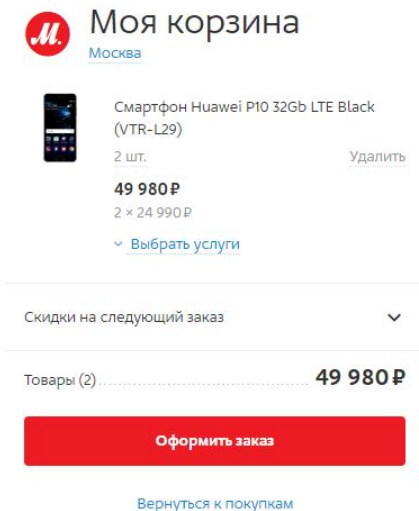
After – акцент на добавлении товара в корзину, доступ ко всем типам информации на втором экране



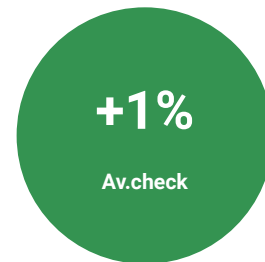
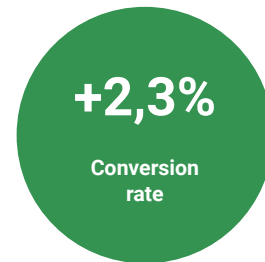
Кейс М.Видео: расположение элементов внутри корзины



Before – На первом экране много лишней информации, но при этом не видно состав заказа




After – убраны отвлекающие элементы, вся важная информация расположена на 1-м экране



Кейс М.Видео: тестирование вариантов авторизации

Для авторизации по номеру телефона введите его в формате: 7XXXXXXXXXX






Пароль*



Я не робот 
Конфиденциальность · Условия использования

Войти

[Забыли пароль?](#)

Войти с помощью соцсетей

Вы можете зарегистрироваться позже в процессе оформления заказа.

или

Before – отдельные поля для авторизации по телефону или email, отсутствие акцентов

Оформление заказа

Войти

Чтобы копить и использовать Бонусные рубли, отслеживать статус заказа в личном кабинете.

Email или номер телефона*

Пароль*

[Забыли пароль?](#)

Запомнить меня

Продолжить

Нет учётной записи?

Вы сможете создать её после оформления заказа и получить все преимущества зарегистрированного клиента.

Продолжить без авторизации

After – автоматическое определение типа авторизации, объяснение преимуществ авторизации

+2,7%

Conversion rate



Места размещения

Настройки

Местоположения

Расписание показа объявлений

Устройства

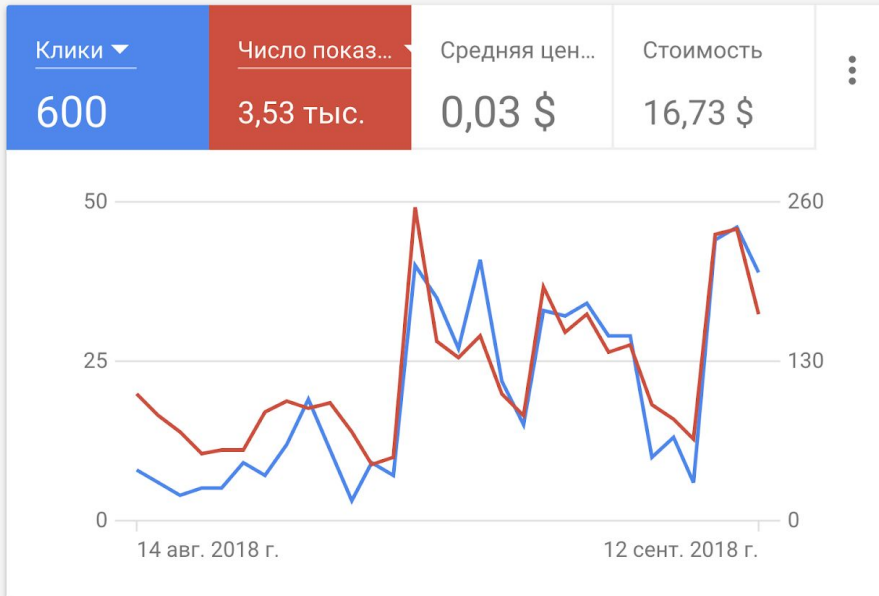
Расширенные корректировки ставок

История изменений

Проекты и эксперименты

Обзор

Последние 30 дней
14 авг. – 12 сент. 2018



Поисковые ключевые слова

Стоимость | Клики | CTR

Объявления и расширения

Целевые страницы

Ключевые слова

Аудитории

Демография

Настройки

Устройства

История изменений

Статус проекта Проекты

Тип: Поисковая сеть

Исходная кампания: Квартира

ПРИМЕНИТЬ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА В ПОИСКОВОЙ СЕТИ

МИНУС-СЛОВА

Выбрано: 4

Изменить ▾

Ярлык ▾

Копировать

⌘-C

Включить

Приостановить

Удалить

Изменение максимальных цен за клик

Изменить текст ключевых слов

Изменение типов соответствия

Изменить конечные URL

Изменить шаблоны отслеживания

Изменить специальные параметры

Добавить фильтр

С.

за

лк

Сведения о правилах

Конечный URL

Клики

Показы

тиче

авка:

,10 \$

Одобрено

—

0

0

тиче

авка:

,10 \$

Одобрено

—

0

0

тиче

авка:

,10 \$

Одобрено

—

0

0

тиче

авка:

,10 \$

Одобрено

—

0

0

Объявления и расширения

Целевые страницы

Ключевые слова

Аудитории

Демография

Настройки

Устройства

История изменений

Статус проекта Проекты

Тип: Поисковая сеть

Исходная кампания: Квартира

ПРИМЕНИТЬ

Что дальше?

Внести изменения в исходную кампанию

В исходную кампанию будут внесены изменения, сделанные в проекте.

Провести эксперимент

Используйте часть дневного бюджета кампании для экспериментального варианта, чтобы оценить эффективность изменений.

ОТМЕНА

ПРИМЕНИТЬ

Показы

0

0

0

0

Объявления и расширения

Целевые страницы

Ключевые слова

Аудитории

Демография

Настройки

Устройства

История изменений

Статус продукта

Тип: Поиск в сети

Исходная кампания: Квартира

ПРИМЕНИТЬ

КЛЮЧЕВЫЕ

Выбрано

Копир

● Вкл

▢ Пр

✖ Уда

Измен

Измен

Измен

Измен

Измен

Изменить специальные параметры

Дата начала

13 сент. 2018 г. ▾

Дата окончания

Нет

28 окт. 2018 г. ▾

Экспериментальная группа [?]

50 %

^ Дополнительные настройки

Варианты распределения трафика [?]

На основе поисковых запросов [?]

На основе файлов cookie [?]

i В этой кампании настроен таргетинг на списки аудиторий. Чтобы провести эксперимент с распределением трафика на основе файлов cookie, в списке должно быть не меньше 10 000 пользователей. [Подробнее...](#)

Конечный URL

Клики

Показы

—

0

0

—

0

0

—

0

0

—

0

0

Search

Experiment: A/A Test

Status: Finished

Experiment dates: May 18, 2015 - Jul 20, 2015

Original campaign: Bid Changes Experiment

Apply...

All time: Jun 23, 2014 - Sep 14, 2015

Performance comparison: May 18, 2015 - Jul 20, 2015

Traffic share	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Conversions	Cost / conv.	Conv. rate	View-t
Experiment 50%	1	23	4.35%	\$2.76	\$2.76	0	\$0.00	0.00%	0
Original 50%	54	8,130	0.66%	\$2.55	\$137.73	0	\$0.00	0.00%	0

Символ статистической значимости

Ad groups Settings Display Network Labs

All but removed ad groups Segment Filter Columns Find ad groups

Clicks vs Avg. CPM Weekly



+ AD GROUP Edit Details Bid strategy Automate Labels

	Ad group	Status	Default Max. CPC	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.	Conversions	Cost / conv.	Conv. rate	View-through conv.	Est. total conv.
<input type="checkbox"/>														

Shared library

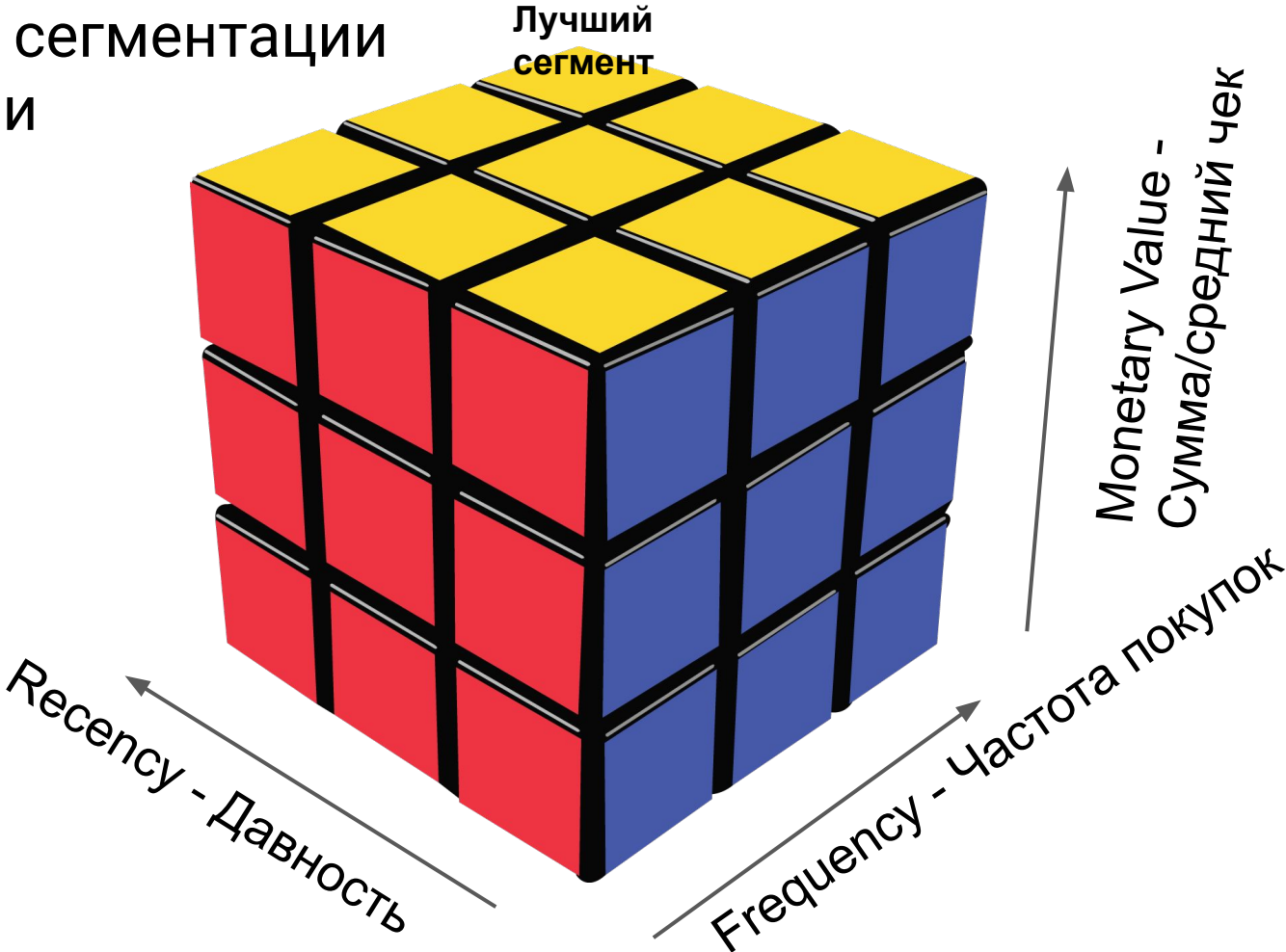
Bulk operations

A man in a dark suit stands on a stage, facing a large, diverse audience seated in a large hall. The audience is mostly composed of people in business attire, many of whom have their hands raised in the air, suggesting an interactive or enthusiastic event. The lighting is dim, with a blueish tint, and the overall atmosphere is one of a high-profile conference or seminar.

Если вы хотите больше продавать,
обратите внимание на пользователей,
которые у вас чаще и больше
покупают!

А теперь таргетируйте рекламу на них!

Подход к сегментации аудитории RFM



CRM

Сгруппированные
по UserID
пользователи



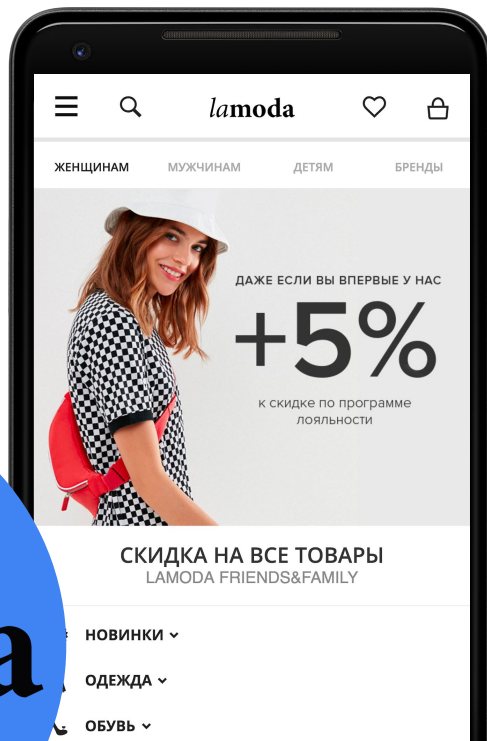
CRM

Сгруппированные
по UserID
пользователи



Сегменты/аудитории
ремаркетинга
отранжированные по
RFM





Динамический ремаркетинг
с сегментацией на основе
CRM данных

+27%

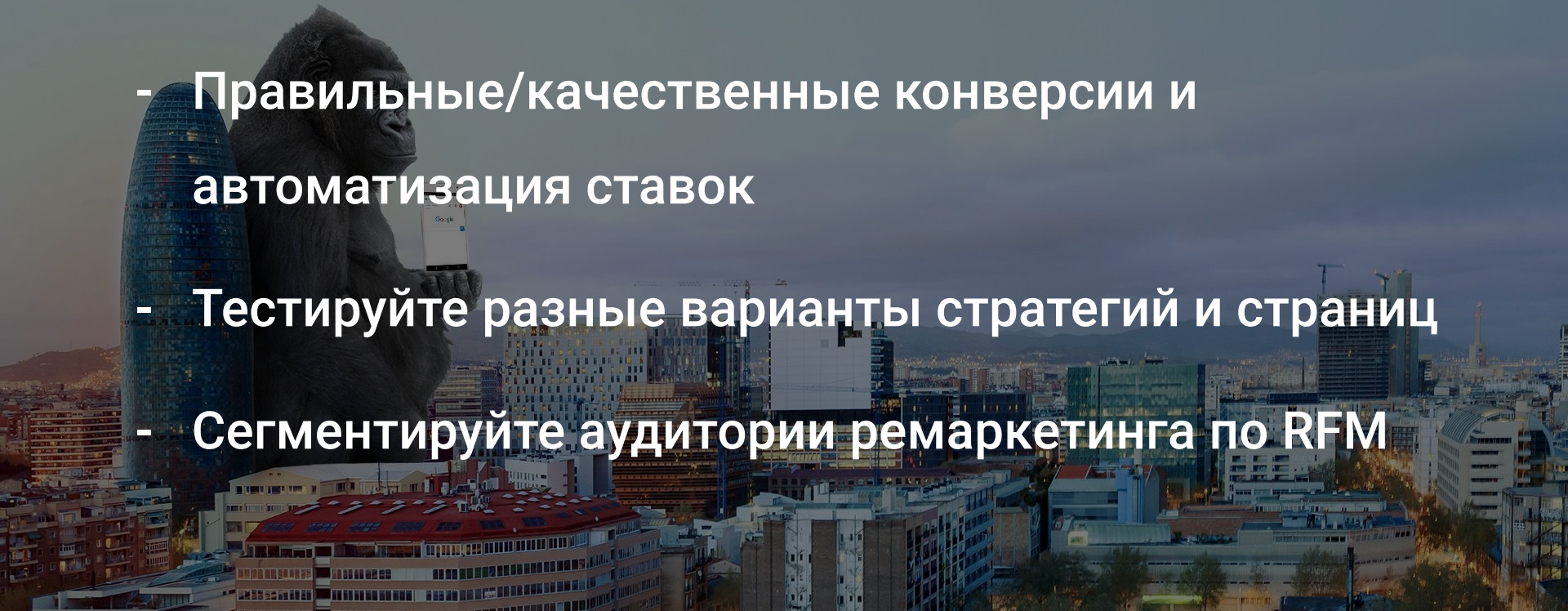
Коэффициент конверсии

+14%

ROI

Берём от Google Ads всё: проверенные способы повышения эффективности рекламы

- Правильные/качественные конверсии и автоматизация ставок
- Тестируйте разные варианты стратегий и страниц
- Сегментируйте аудитории ремаркетинга по RFM



A large audience is seated in a convention hall, many holding up blue balloons. A speaker in a dark suit stands on a stage, gesturing towards the crowd. The scene is lit with blue light, and the audience is cheering and waving their hands.

Спасибо за внимание!

Спрашивайте вопросами прямо сейчас,
и я отвечу ответами!