

В аккаунте настроены поисковые рекламные кампании (РК), КМС, ремаркетинг.

Анализ поисковых РК. Брендные РК:

Отделены от КМС	да	отлично
Разделы на укр и рус	да	отлично
Целевой геотаргетинг, исключение нецелевых местоположений	да	отлично
Языки рус, укр, англ	да	отлично
Кроме поиска, включены поисковые партнеры	да	отлично
Таргетинг на людей из целевого местоположения, не включаем интересующихся	да	отлично
Ротация: «Оптимизация: показ наиболее эффективных объявлений»	да	отлично
Непрерывный показ	да	отлично
Несколько объявлений на 1 группу	да	отлично
Доп ссылки к объявлению	да	Хорошо. Я бы еще протестировала в доп линках ссылки на 1к квартиры, 2к квартиры, трешки. Сейчас общие ссылки «типы квартир», «документация» и тд.
уточнения	Да	отлично
Номера телефонов	Да	Хорошо. Хотя не очень хорошо для тех, кто использует коллтрекинг. Рекомендую потестировать эффективность коллтрекинга с этим расширением и без него.

Адреса	да	отлично
цены	да	отлично
Минус-слова общие	да	отлично
Кросс-минусовка	да	Нормально. Рекомендую лучше проработать. Например, есть РК по бренду в точном соответствии, и с модификатором. Вот в РК с модификатором нужно исключить абсолютно все запросы в точном (сейчас частично).
Ключевые слова	да	Хорошо. Хорошая семантика. Фразы со статусом «мало показов» удалить из РК в точном соответствии, пусть показываются по модификатору.
Наличие скрипта, регулирующего позицию. Разделение по позициям.	да	отлично
Охват	Почти 100%	отлично

Анализ Поисковых РК с семантикой:

Все вышеперечисленные настройки в порядке, однако есть момент с ключевыми словами. Есть РК, в которых применен подход 1 ключ – 1 группа. Например, РК «Киев [] Рус =ON».

Если проанализировать запросы, по которым показывалась реклама, то видим следующее (беру статистику за последние 30 дней):

☐	Поисковый запрос	Тип соответствия ?	Добавл./искл. ?	Группа объявлений	Клики ? ↓	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?	Стоимость ?	Сред.
	Итого				175	3 158	5,54 %	6,82 грн.	1 193,10 грн.	
☐	квартира киев	Точное соответствие	Добавлено	Квартира Киев	30	256	11,72 %	7,66 грн.	229,79 грн.	
☐	квартиры в киеве	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры В Киеве	22	207	10,63 %	6,44 грн.	141,77 грн.	
☐	<u>квартира в киеве</u>	Точное соответствие	Добавлено	Квартира В Киеве	22	141	15,60 %	5,90 грн.	129,69 грн.	
☐	<u>квартиры киев</u>	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартиры Киева	19	326	5,83 %	8,83 грн.	167,69 грн.	
☐	<u>квартиры киев</u>	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры Киев	15	190	7,89 %	8,57 грн.	128,51 грн.	
☐	<u>квартира в киеве</u>	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартиры В Киеве	9	64	14,06 %	3,66 грн.	32,95 грн.	
☐	квартиры в киеве	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартира В Киеве	9	30	30,00 %	3,57 грн.	32,15 грн.	
☐	акции на квартиры киев	Точное соответствие	Добавлено	Акции На Квартиры Киев	7	10	70,00 %	8,00 грн.	55,99 грн.	
☐	квартиры киев	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартир Киев	6	50	12,00 %	6,16 грн.	36,97 грн.	
☐	квартиры в киеве	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартиры В Киеве	4	9	44,44 %	3,74 грн.	14,95 грн.	
☐	квартира киев	Точное соответствие	Отсутствует	Квартиры Киева	4	29	13,79 %	4,31 грн.	17,24 грн.	

Я выделила разными цветами одинаковые запросы. Если посмотреть на 4 колонку (группа объявлений, по которой они показались), то видим, что одинаковые запросы показываются по разным группам.

Интен у всех данных ключевых слов один, поэтому тут 2 варианта:

- 1) Либо хорошо отминусовать на уровне каждой группы все возможные словоформы (например, на уровне группы [квартира в киеве] отминусовать [квартиры в киеве].
- 2) Любо объединить их все в 1 группу, что, на мой взгляд логичнее, ибо первый вариант – это скорее имитация работы, чем работа. И прописать единый логичный заголовок в объявлении, убрав динамическую вставку. Сейчас, например, не очень выглядит объявление с динамической вставкой в некоторых группах объявлений. Как тут к примеру:

Все кампании > Киев [] Рус =ON > Проекты Последние 30 дней: 27 февр. 2018 - 28 марта 2018

Группа объявлений: Квартир Киев

Включено Тип: Стандартный Ставки для группы объявлений (Макс. цена за клик) 5,00 грн. Изменить Активные значения корректировки ставок: Расписание показа объявлений, Устройство, Аудитория

Настройки **Объявления** Расширения объявлений Ключевые слова Аудитории Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных Сегментировать Фильтр Столбцы Поиск Просмотр истории изменений

Клики по сравнению с Отсутствует В день

вторник, 27 февраля 2018 г. среда, 28 марта 2018 г.

ОБЪЯВЛЕНИЕ Изменить Автоматизация Дополнительные действия... Ярлыки

	Объявление	Статус	Ярлыки	% показов	Тип кампании	Подтип	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость
☐	{Keyword:Квартир Киев} Весенние Скидки на Квартиры Уютная квартира от 11 500 грн/м². 5 мин до Киева. Рассрочка 0%. Звоните!	Одобрено	Ad 20.03 LinkChecker_Done	28,87 %	Только поисковая сеть	Все функции	4	41	9,76 %	7,07 грн.	28,27
☐	{Keyword:Квартир Киев} Квартиры Всего от 11500 грн/м² Старт продаж новой очереди. Всего 5 минут до Киева. Бесплатный трансфер. Звоните	Одобрено	Ad 20.03 LinkChecker_Done	5,63 %	Только поисковая сеть	Все функции	1	8	12,50 %	4,86 грн.	4,86
☐	{Keyword:Квартир Киев} Уютный Семейный Комплекс Собственная квартира от 405 000 грн. Детский садик. ТЦ NOVUS через дорогу	Одобрено	Ad 20.03 LinkChecker_Done	0,70 %	Только поисковая сеть	Все функции	0	1	0,00 %	0,00 грн.	0,00
☐	{Keyword:Квартир Киев} ЖК Квартал Киевлянина	Приостановлено	Active	0,00 %	Только поисковая	Все функции	0	0	0,00 %	0,00 грн.	0,00

3)

Согласитесь, заголовок «Квартир Киев» - звучит нелепо.

И такой момент встречается во многих РК.

Далее нужно работать зная задачи. Если есть цель уменьшить стоимость привлечения клиента, стоит анализировать клиента в разрезе географии.

Например, посмотрим РК «Киев|купить [] Рус =ON» за все время:

Страна	Регион	Агломерация	Город	Самое точное местоположение ?	Тип местоположения ?	Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?	Стоимость ? ↓	Сред. поз. ?	Конверсии ?	Стоимость конверсии ?	Кэфф. конверсии ?	Все конв. ?	Конверсии по показам ?
Украина	город Киев		Киев	Соломенский район	Физическое местоположение	73	2 371	3,08 %	16,53 грн.	1 206,88 грн.	4,6	4,00	301,72 грн.	5,48 %	4,00	0
Украина	город Киев		Киев	Святошинский район	Физическое местоположение	62	2 504	2,48 %	15,52 грн.	962,03 грн.	4,5	3,00	320,68 грн.	4,84 %	3,00	0
Украина	город Киев		Киев	Деснянский район	Физическое местоположение	89	2 517	3,54 %	10,52 грн.	936,12 грн.	4,5	4,00	230,78 грн.	4,55 %	4,00	0
Украина	город Киев		Киев	Дарницкий район	Физическое местоположение	60	2 352	2,55 %	14,44 грн.	866,43 грн.	4,6	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
Украина	город Киев		Киев	Киев	Физическое местоположение	47	1 701	2,76 %	17,63 грн.	828,79 грн.	4,4	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
Украина	город Киев		Киев	Голосеевский район	Физическое местоположение	41	1 334	3,07 %	17,74 грн.	727,24 грн.	4,6	2,00	363,62 грн.	4,88 %	2,00	0
Украина	город Киев		Киев	Шевченковский район	Физическое местоположение	52	2 272	2,29 %	13,74 грн.	714,43 грн.	4,7	3,00	238,14 грн.	5,77 %	3,00	0
Украина	город Киев		Киев	Днепровский район	Физическое местоположение	48	2 060	2,33 %	14,21 грн.	682,12 грн.	4,7	3,00	227,37 грн.	6,25 %	3,00	0
Украина	город Киев		Киев	Оболонский район	Физическое местоположение	50	1 512	3,31 %	12,70 грн.	635,05 грн.	4,7	1,00	635,05 грн.	2,00 %	1,00	0
Украина	Киевская область		Не указано	Киевская область	Физическое местоположение	43	968	4,44 %	13,13 грн.	564,51 грн.	4,5	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
Украина	город Киев		Киев	Печерский район	Физическое местоположение	34	1 765	1,93 %	13,47 грн.	457,86 грн.	5,0	1,00	457,86 грн.	2,94 %	1,00	0
Украина	город Киев		Киев	Подольский район	Физическое местоположение	37	1 359	2,72 %	11,02 грн.	407,91 грн.	4,6	4,00	101,98 грн.	10,81 %	4,00	0
Украина	Киевская область		Белая Церковь	Белая Церковь	Физическое местоположение	17	346	4,91 %	12,58 грн.	213,80 грн.	4,4	1,00	213,80 грн.	5,88 %	1,00	0
Украина	Киевская область		Ирпень	Ирпень	Физическое местоположение	5	160	3,12 %	20,77 грн.	103,87 грн.	4,2	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
Украина	Киевская область		Березань	Березань	Физическое местоположение	4	25	16,00 %	22,75 грн.	90,99 грн.	4,2	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0

На скриншоте видно, что дороже всего конверсии обходятся при рекламе по Дарницкому, Оболонскому и Печерскому районам. Также просто по Киеву (куда ни вошел ни один район) и по области. Значит, можно проставить на эти регионы корректировки ставок на понижение. Средняя позиции 4-5, то есть в любом случае объявления находятся внизу. Можно попробовать для них снизить ставку до 6 места например.

А вот конверсионные районы, например Подольский и Деснянский районы, наоборот можно чуть выше поднять, чтоб ниже 4-го места не опускались.

Есть поисковые РК по кол-ву комнат, например РК «Киев|1 комнатная квартира ++ Рус =ON». В подобных РК нужно проанализировать запросы:

Всё кампании >

Кампания: Киев|1 комнатная квартира ++ Рус =ON

Проекты

Последние 30 дней: 27 февр. 2018 - 28 марта 2018

Включено

Тип: Только поисковая сеть – Все функции Изменить

Бюджет: Киев (ж) 1 000,00 грн. в день Изменить

Таргетинг: Киевская область, Украина; Киев, город Киев, Украина Изменить

Активные значения корректировки ставок: Расписание показа объявлений

Группы объявлений

Настройки

Объявления

Расширения объявлений

Ключевые слова

Аудитории

Быстрая статистика

Ключевые слова

Минус-слова

Поисковые запросы

Сегментировать

Фильтр

Столбцы

Просмотр истории изменений

Поисковые запросы

Узнайте, как клиенты находят ваше объявление. Отчет "Поисковые запросы" позволяет выяснить, по каким запросам в Google Поиске и на других сайтах поисковой сети были показаны ваши объявления, на которые нажимали пользователи. В зависимости от выбранного типа соответствия полученный список может содержать слова и словосочетания, отличающиеся от ваших ключевых слов. [Подробнее...](#)

Добавить как ключевое слово

Добавить как минус-слово

☐	Поисковый запрос	Тип соответствия	Добавл./искл.	Группа объявлений	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.	Конверсии	Стоимость конверсии
	Итого				85	1 750	4,86 %	9,29 грн.	790,02 грн.	4,0	1,00	790,02 грн.
☐	купить 1 комнатную квартиру в киеве деснянский район	Широкое соответствие	Отсутствует	Квартира 1 Комнатная Киев Купить	3	9	33,33 %	9,03 грн.	27,10 грн.	3,7	0,00	0,00 грн.
☐	куплю квартиру в киеве однокомнатную	Широкое соответствие	Отсутствует	Однокомнатная Квартира В Киеве	1	6	16,67 %	10,77 грн.	10,77 грн.	3,0	0,00	0,00 грн.
☐	купить 1 комнатную квартиру в киеве деснянский район	Широкое соответствие	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве Купить	2	5	40,00 %	7,59 грн.	15,18 грн.	2,2	0,00	0,00 грн.
☐	дешевые однокомнатные квартиры в киеве	Широкое соответствие	Отсутствует	Однокомнатная Квартира В Киеве	2	5	40,00 %	8,75 грн.	17,50 грн.	1,4	0,00	0,00 грн.
☐	стоимость 1 комнатной квартиры в киеве и пригороде	Фразовое соответствие	Отсутствует	Стоимость 1 Комнатной Квартиры В Киеве	2	3	66,67 %	3,83 грн.	7,66 грн.	3,0	0,00	0,00 грн.

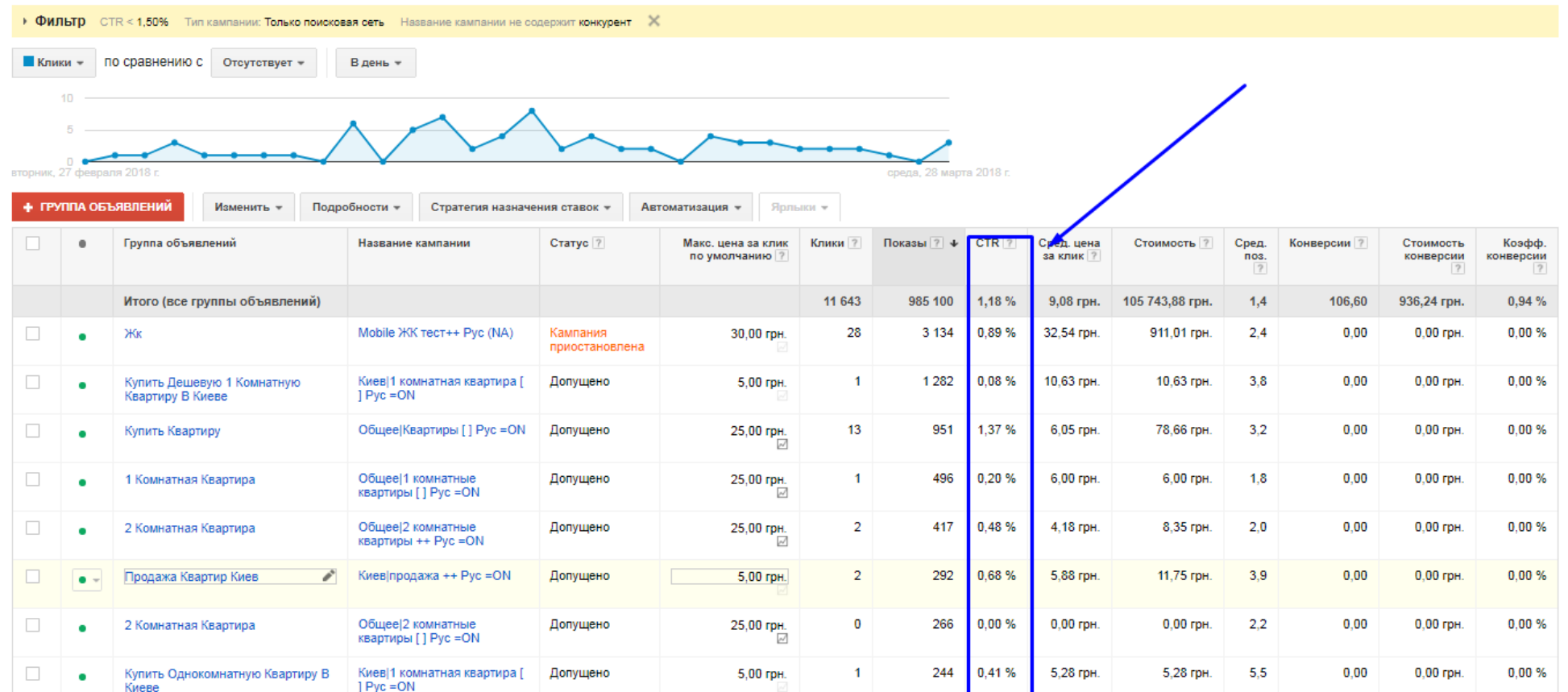
Из запросов я вижу, что люди ищут однушку в деснянском районе. Наша реклама будет для них нецелевая. Нужно прописать в минус-словах нецелевые районы, которые с нашим ЖК никак не соседствуют. Видно, что по данной РК потрачено уже почти 800 грн, но конверсия всего 1. Посмотрим по какому запросу:

Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾ ↓ Просмотр истории изменений												
Поисковые запросы												
Узнайте, как клиенты находят ваше объявление. Отчет "Поисковые запросы" позволяет выяснить, по каким запросам в Google Поиске и на других сайтах поисковой сети были показаны ваши объявления, на которые нажимали пользователи. В зависимости от выбранного типа соответствия полученный список может содержать слова и словосочетания, отличающиеся от ваших ключевых слов. Подробнее...												
Добавить как ключевое слово Добавить как минус-слово												
☐	Поисковый запрос	Тип соответствия ^[?]	Добавл./искл. ^[?]	Группа объявлений	Клики ^[?]	Показы ^[?]	CTR ^[?]	Сред. цена за клик ^[?]	Стоимость ^[?]	Сред. поз. ^[?]	Конверсии ^[?] ↓	Стоимость конверсии ^[?]
	Итого				85	1 750	4,86 %	9,29 грн.	790,02 грн.	4,0	1,00	790,02 грн.
☐	киев недорогую однокомнатную квартиру купить	Широкое соответствие	Отсутствует	Однокомнатная Квартира Киев Купить	1	1	100,00 %	13,41 грн.	13,41 грн.	4,0	1,00	13,41 грн.
☐	цена 1 комнатная квартира в киеве	Широкое соответствие	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве Цена	1	1	100,00 %	6,41 грн.	6,41 грн.	5,0	0,00	0,00 грн.
☐	квартира в киеве 1 комнатная недорог	Широкое соответствие	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве	1	1	100,00 %	4,78 грн.	4,78 грн.	1,0	0,00	0,00 грн.
☐	покупка 1 комнатной квартиры в киеве	Широкое соответствие	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве	1	1	100,00 %	5,95 грн.	5,95 грн.	2,0	0,00	0,00 грн.
☐	1 комнатные квартиры в киеве	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве	1	1	100,00 %	6,33 грн.	6,33 грн.	3,0	0,00	0,00 грн.
☐	купить 1 комнатную квартиру 12000 в район атрадный в киеве	Широкое соответствие	Отсутствует	1 Комнатная Квартира В Киеве Купить	1	1	100,00 %	11,50 грн.	11,50 грн.	5,0	0,00	0,00 грн.

Как я и предполагала, общий запрос без указания конкретного района города.

Список минус-слов с районами есть уже в аккаунте, не совсем понимаю, почему его не применили до сих пор к данным РК.

В некоторых РК есть группы с совсем низким CTR:



Такие группы нужно тщательно просмотреть и вынести в отдельную РК, чтобы они не портили статистику существующим. Опять-таки:

- 1) Проанализировать не показываются ли объявления по запросам, содержащим конкретный нецелевой район (в РК с модификатором);
- 2) В РК с точным соответствием возможно стоит ограничить таким словам гео. Поставить только соседние с нашим ЖК районы или радиус.
- 3) Просмотреть ключи на их релевантность. К примеру рассмотрим 2 группы ниже:

					по умолчанию ?				за клик ?		поз. ?		конверсия ?	конверсии ?
		Итого (все группы объявлений)				11 643	985 100	1,18 %	9,08 грн.	105 743,88 грн.	1,4	106,60	936,24 грн.	0,94 %
☐	●	2 Комнатная Квартира	Общее 2 комнатные квартиры [] Рус =ON	Допущено	25,00 грн.	0	266	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	2,2	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Купить Однокомнатную Квартиру В Киеве	Киев 1 комнатная квартира [] Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	1	244	0,41 %	5,28 грн.	5,28 грн.	5,5	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Купить Дешевую 2 Комнатную Квартиру В Киеве	Киев 2 комнатная квартира [] Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	1	228	0,44 %	11,48 грн.	11,48 грн.	4,1	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	3 Комнатная Квартира	Общее 3 комнатные квартиры ++ Рус =ON	Допущено	25,00 грн.	2	216	0,93 %	6,89 грн.	13,78 грн.	2,6	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Новострой	Общее Новострой [] Рус =ON	Допущено	25,00 грн.	1	213	0,47 %	3,25 грн.	3,25 грн.	2,3	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Новостройки Киева	Киев новостройки ++ Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	1	205	0,49 %	12,24 грн.	12,24 грн.	4,8	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Продажа Однокомнатных Квартир В Киеве	Киев 1 комнатная квартира [] Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	0	202	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	4,1	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Квартира Киев До 15000	Киев 1 комнатная квартира ++ Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	2	191	1,05 %	5,14 грн.	10,28 грн.	4,1	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Квартиры В Киеве Продажа	Киев продажа ++ Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	2	189	1,06 %	11,37 грн.	22,74 грн.	4,1	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Однокомнатная Квартира	Общее 1 комнатные квартиры Укр ++ =ON	Допущено	25,00 грн.	1	153	0,65 %	7,65 грн.	7,65 грн.	2,3	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Продажа Двухкомнатных Квартир В Киеве	Киев 2 комнатная квартира [] Рус =ON	Допущено	5,00 грн.	0	145	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	3,4	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Однокомнатная Квартира	Общее 1 комнатные квартиры [] Рус =ON	Допущено	25,00 грн.	2	144	1,39 %	5,01 грн.	10,02 грн.	2,0	0,00	0,00 грн.	0,00 %
☐	●	Купить Квартиры Киевская Область	Общее квартира ++ Рус =ON	Допущено	20,00 грн.	1	119	0,84 %	26,80 грн.	26,80 грн.	3,9	0,00	0,00 грн.	0,00 %

Учитывая невысокий CTR, вряд ли цена квартир в объявлении устраивает людей. Они ищут самые дешевые квартиры и возможно, это даже не наша ЦА. Такие запросы 100% либо выносить отдельно, либо удалять из рекламы, либо же очень узко гео поставить в районе нашего ЖК.

Ну вот снова та же ошибка про слишком большое дробление по группам и нет кросс-минусовки:

Добавить как ключевое слово		Добавить как минус-слово										
☐	Поисковый запрос	Тип соответствия [?]	Добавл./искл. [?]	Группа объявлений	Клики [?]	Показы [?]	CTR [?]	Сред. цена за клик [?]	Стоимость [?]	Сред. поз. [?]	Конверсии [?] ↓	Стоимость конверсии
☐	квартиры в розстрочку від забудовника київ	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры В Розстрочку Від Збудовника Київ	2	2	100,00 %	9,83 грн.	19,66 грн.	4,5	1,00	19,66 грн.
☐	<u>квартиры в розстрочку київ</u>	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартира В Розстрочку Київ	5	12	41,67 %	4,32 грн.	21,61 грн.	3,8	0,60	36,02 грн.
☐	<u>квартиры в розстрочку київ</u>	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры В Розстрочку Київ	1	2	50,00 %	4,45 грн.	4,45 грн.	3,5	0,00	0,00 грн.
☐	квартира в розстрочку київ	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартиры В Розстрочку Київ	5	10	50,00 %	3,75 грн.	18,75 грн.	3,1	0,00	0,00 грн.
☐	квартира в розстрочку київ	Точное соответствие	Добавлено	Квартира В Розстрочку Київ	3	4	75,00 %	5,76 грн.	17,27 грн.	2,0	0,00	0,00 грн.
☐	квартиры в киеві в розстрочку	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры В Києві В Розстрочку	1	1	100,00 %	5,10 грн.	5,10 грн.	4,0	0,00	0,00 грн.
☐	квартира в киеві в розстрочку	Точное соответствие (близкий вариант)	Отсутствует	Квартиры В Києві В Розстрочку	1	3	33,33 %	3,80 грн.	3,80 грн.	4,0	0,00	0,00 грн.
☐	квартиры в розстрочку в киеві	Точное соответствие	Добавлено	Квартиры В Розстрочку В Києві	2	5	40,00 %	4,52 грн.	9,05 грн.	3,8	0,00	0,00 грн.

В общем и целом, настроены поисковые РК неплохо. Просто подход немного отличается от моего. Очень дробное деление кампаний, и из-за этого возникают сложности всем этим «добром» гибко управлять и анализировать. Поэтому возникают ситуации, когда 1 ключ показывается по нескольким группам.

ИТОГО:

Если не переделывать структуру:

- 1) В каждой общей РК типа «купить квартиру» или «купить двушку» и тд необходимо прописать нецелевые районы в минус-слова. Ну не очень эффективно показывать человеку рекламу нашего ЖК, если он ищет, например, «купить квартиру позняки».
- 2) Сделать кросс-минусовку на уровне групп либо объединить группы с очень похожими фразами. Заголовки объявлений сделать без динамической вставки (чтоб не было в заголовке некорректных фраз типа «квартир купить»).
- 3) Группы с низким CTR пересмотреть и выделить в отдельную РК.
- 4) Протестировать доп линки именно на каждый тип квартиры
- 5) Протестировать удаление телефонов из расширений – возможно результаты колтрекинга будут точнее

- 6) Рекомендую тестировать по 2 объявления в группе. Но тестировать какой-то 1 элемент объявления: либо текст, либо заголовок. То есть делать 2 объявления, различия в которых будет всего в 1 элементе. Это нужно для того, чтобы понимать, что зацепило посетителей. Сейчас в каждой группе по 4 шт объявлений, и все вразнобой: разные тексты, разные заголовки. Для объективного а/б теста не очень информативно.
- 7) Не настроено конверсией обращение в чат. Не знаю, насколько в случае ЖК это считается конверсией, в других нишах неплохо идут заказы через чат.

Если изменить структуру (как сделала бы я), то я бы поделила РК на следующие:

- 1) РК с общими запросами «купить квартиру», «купить 3к квартиру», «купить двухкомнатную квартиру и тд. Таргетируем на все районы Киева, исключая те, что поблизости нашего ЖК. Исключаем нецелевые районы Киева из показа по запросам с помощью минус-слов.
- 2) РК с общими запросами «купить квартиру», «купить 3к квартиру», «купить двухкомнатную квартиру и тд. Таргетируем на районы, которые поблизости нашего ЖК. Не забываем исключить нецелевые районы.
- 3) РК с уточнением города «купить квартиру в киеве», «трехкомнатная киев». При этом минусуем «киев», «в киеве» в первых двух РК. Таргетируем на все районы Киева, исключая те, что поблизости нашего ЖК. Исключаем нецелевые районы Киева из показа по запросам с помощью минус-слов.
- 4) РК с уточнением «купить квартиру в киеве», «трехкомнатная киев». При этом минусуем «киев», «в киеве» в первых двух РК. Таргетируем на все районы Киева, исключая те, что поблизости нашего ЖК. Таргетируем на районы, которые поблизости нашего ЖК. Не забываем исключить нецелевые районы.
- 5) РК с запросами «квартира район», «квартира теремки», «квартира борщаговка». Таргетинг на весь Киев.
- 6) Бренд РК с ключами «квартал район» и тд.
- 7) РК по конкурентам
- 8) РК по нецелевым регионам (те, которые у нас в минус в основных РК). Тут можно потестить эффективность, если есть бюджет на тесты.

По результатам РК самые конверсионные запросы выносим в отдельную РК, следим, чтоб по ней объявления показывались не ниже 4-й позиции.

Ключи с низким CTR выносим также в отдельные РК, чтоб не портили статистику.

Делить РК на точное соответствие/с модификатором – особого смысла не вижу. Если очень нужно это можно сделать в рамках 1 РК и не плодить сотни.

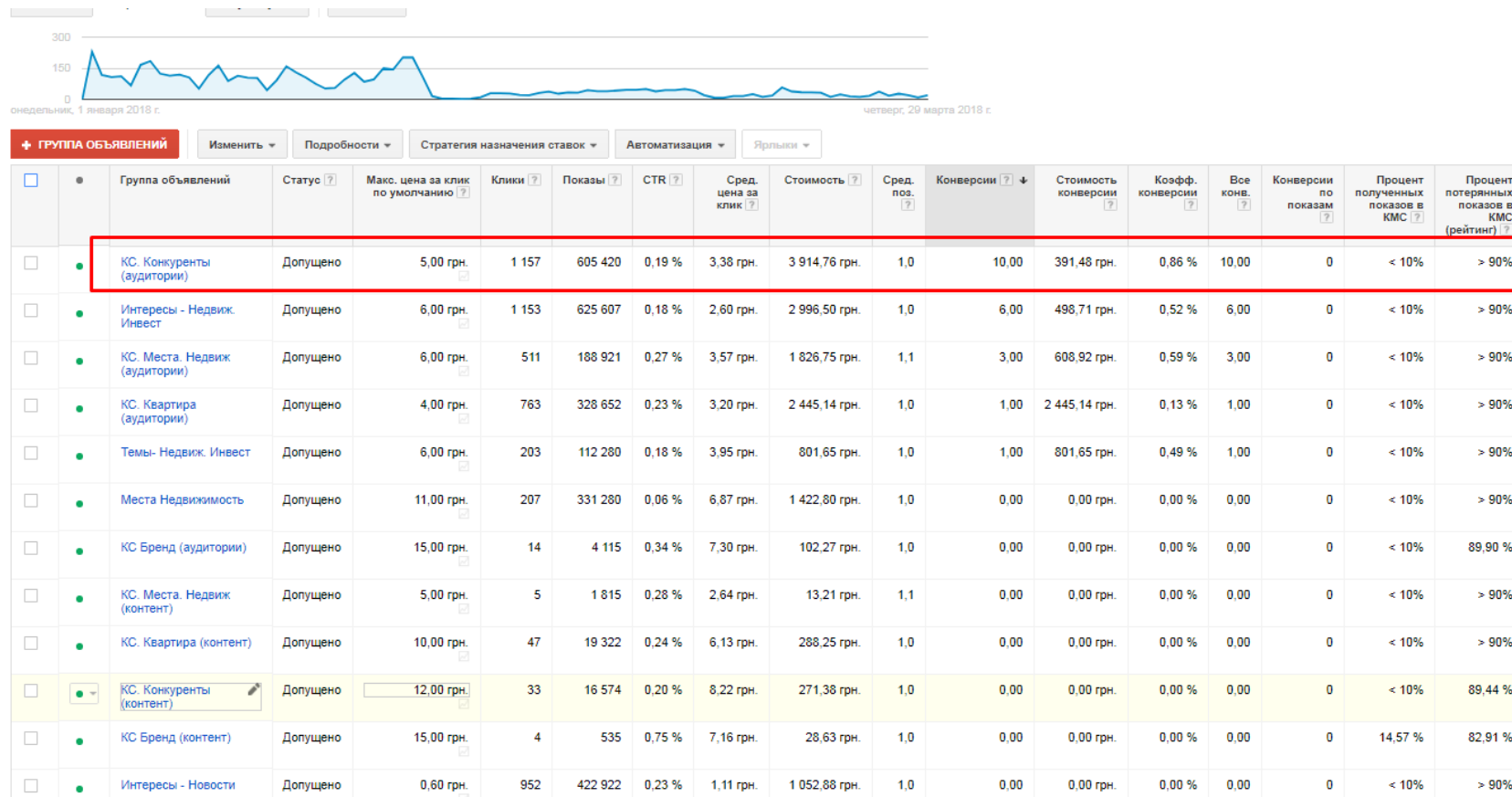
В итоге получим максимум 10-15 поисковых кампаний, которые удобно будет анализировать, вместо 311, которые есть сейчас в аккаунте.

Анализ КМС-кампаний

В аккаунте всего 3 работающих КМС-кампании, не считая ремаркетинга.

Начнем анализ с той, по которой с 1.01.18 больше всего конверсий – РК «GDN =ON»

Внутри кампании есть 15 групп, которые между собой особо не связаны: у каждой свой таргетинг. Больше всего конверсий, по самой низкой цене за конверсию получила группа по конкурентам.

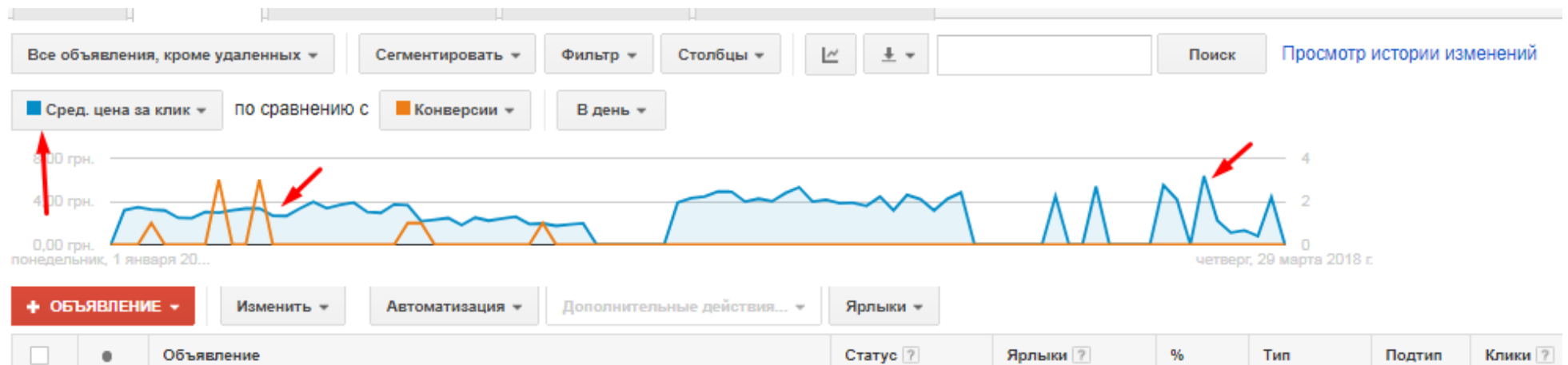


% конверсии этой группы тоже выше всех остальных.

Посмотрим на объявления данной группы.

Объявление	Статус	Ярлыки	% показов	Тип кампании	Подтип	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Сред. поз.	Конверсии	Стоимость
Итого (для группы объявлений)						1 157	605 420	0,19 %	3,38 грн.	3 914,76 грн.	1,0	10,00	391
Спеши на Новогоднюю Акцию Праздничные цены, скидки и акции. Есть вопросы? Звоните Праздничные цены, скидки и акции. Есть вопросы? Звоните Просмотреть объявление	Приостановлено	НГ	18,43 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	349	111 606	0,31 %	3,06 грн.	1 066,23 грн.	1,2	4,00	266
728x90.jpg 728 x 90 Просмотреть графическое объявление в полную величину	Приостановлено	Вн. 12.01.18	14,54 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	125	88 024	0,14 %	3,09 грн.	386,47 грн.	1,0	3,00	128
728x90.jpg 728 x 90 Просмотреть графическое объявление в полную величину	Приостановлено	Вн. 12.01.18	26,24 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	301	158 872	0,19 %	3,10 грн.	931,68 грн.	1,0	2,00	465
728x90.jpg 728 x 90 Просмотреть графическое объявление в полную величину	Приостановлено	Вн. Стивен Вн. 12.01.18	13,07 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	82	79 133	0,10 %	3,24 грн.	266,03 грн.	1,0	1,00	266
300x250.zip 300 x 250 (HTML5) Медийное объявление Просмотреть объявление в полную величину	Приостановлено	2х по цене 1к	0,00 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	0	0	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,0	0,00	0
336x280.zip 336 x 280 (HTML5)	Приостановлено	2х по цене 1к	0,00 %	Только контекстно-медийная сеть	Все функции	0	0	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,0	0,00	0

Вот тут видим интересную картину: все конверсии, зафиксированные по данной группе были получены в январе по уже остановленным (на сегодня) баннерам. После этого не зафиксировано ни одной конверсии. Первый вариант, который приходит в голову при такой ситуации: наверное урезали цену за клик. Смотрим:



Нет, даже подняли ее. Если в январе цена за клик была до 3,5 грн, то сейчас средняя цена за клик – около 5-6 грн/клик.

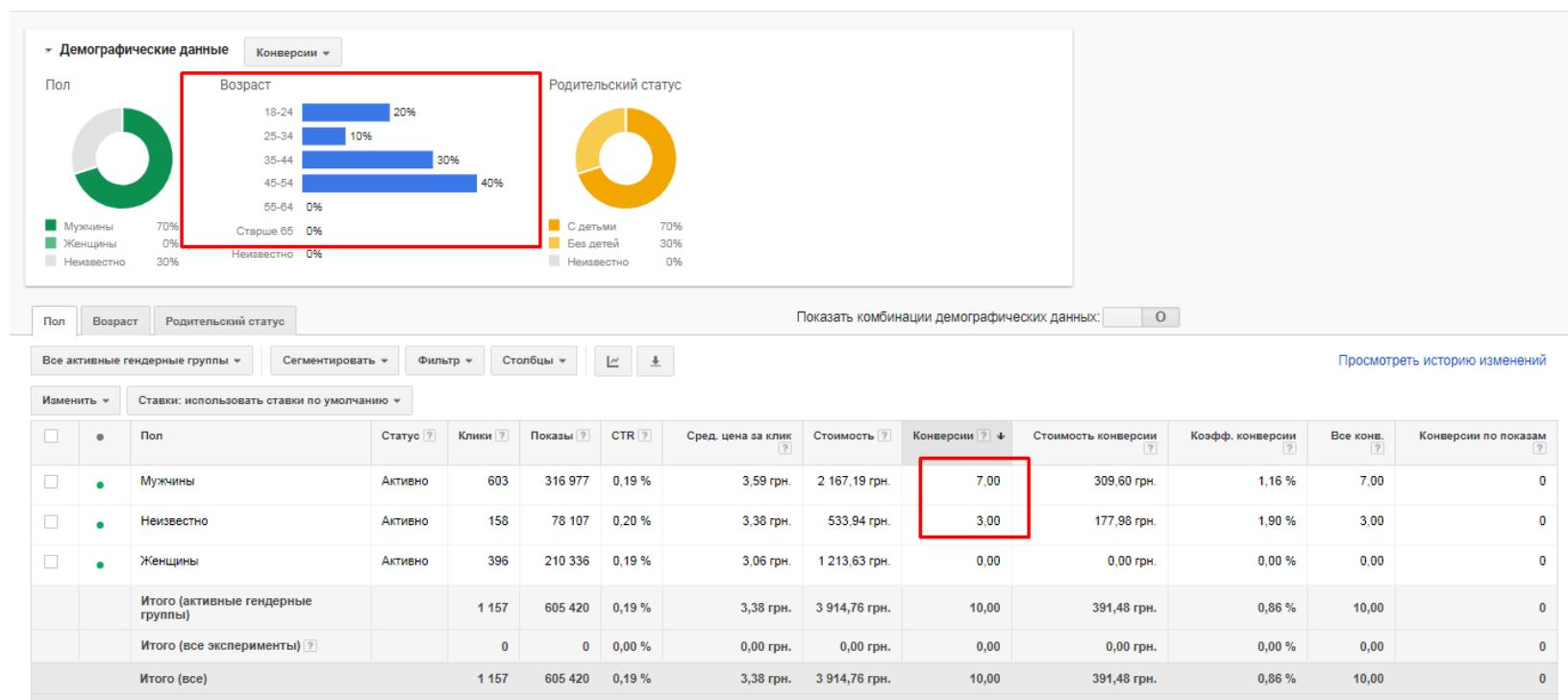
Значит, дело в объявлениях.

Если анализировать по местам размещения, то в основном, все конверсии получены с Ютуба.



Изменить	Показать подробности	Автоматизация	Ставки: включить специальные ставки											
☐	☒	Место размещения	Статус ?	Макс. цена за клик	Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?	Стоимость ?	Конверсии ? ↓	Стоимость конверсии ?	Козфф. конверсии ?	Все конв. ?	Конверсии по показам ?
☐	☒	youtube.com	Выбранные вручную	3,00 грн.	772	380 672	0,20 %	3,47 грн.	2 678,33 грн.	6,00	445,59 грн.	0,78 %	6,00	0
☐	☒	bizorg.su	Выбранные автоматически	5,00 грн.	7	393	1,78 %	2,88 грн.	20,16 грн.	3,00	6,72 грн.	42,86 %	3,00	0
☐	☒	degruz.com	Выбранные автоматически	5,00 грн.	1	71	1,41 %	4,29 грн.	4,29 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	servisdosok.com.ua	Выбранные автоматически	5,00 грн.	1	3	33,33 %	2,81 грн.	2,81 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	dukandiet.ru	Выбранные автоматически	5,00 грн.	1	2	50,00 %	4,29 грн.	4,29 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	misto.zp.ua	Выбранные автоматически	5,00 грн.	0	6	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	gurt.org.ua	Выбранные автоматически	5,00 грн.	0	6	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0

Анализируем демографию:



Тоже очень наглядная ситуация: все конверсии совершены мужчинами, либо неизвестным полом. Женщины не совершили ни одной конверсии!

Возраст разнится, но 70% конверсий совершены возрастом 35-54 года.

Смотрим ключевые слова, на которые настроен таргетинг:

Все кампании > GDN =ON >

Пред. | След.

Группа объявлений: КС. Конкуренты (аудитории)

Проекты

Выбранный пользователем: 1 янв. 2018 - 29 марта 2018

Включено Тип: Стандартный Ставки для группы объявлений (Макс. цена за клик) 5,00 грн. Изменить Активные значения корректировки ставок: Расписание показа объявлений, Устройство

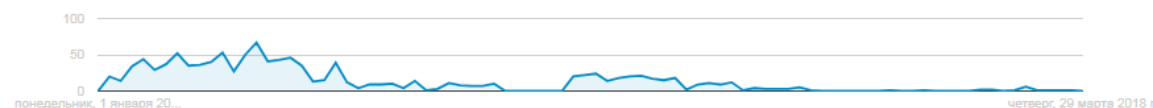
Настройки Объявления Расширения объявлений Быстрая статистика Контекстно-медийная сеть

+ ТАРГЕТИНГ Сводка Ключевые слова в КМС Места размещения Темы Интересы и ремаркетинг Демографические данные

Все активные ключевые слова Сегментировать Фильтр Столбцы Поиск

Просмотреть историю изменений

Клики по сравнению с Нет В день



Изменить Автоматизация Ставки: использовать ставки по умолчанию

		Ключевое слово	Статус	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Конверсии	Стоимость конверсии	Коэфф. конверсии	Все конв.	Конверсии по показам
		купить квартиру	Выбранные вручную	883	491 155	0,18 %	3,41 грн.	3 007,47 грн.	9,00	334,16 грн.	1,02 %	9,00	0
		ціна квартири	Выбранные вручную	79	43 721	0,18 %	2,95 грн.	232,82 грн.	1,00	232,82 грн.	1,27 %	1,00	0
		покупка квартиры	Выбранные вручную	22	12 224	0,18 %	3,66 грн.	80,52 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
		продажа квартиры	Выбранные вручную	45	20 568	0,22 %	3,16 грн.	142,06 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
		купити квартиру	Выбранные вручную	91	21 088	0,43 %	3,46 грн.	314,42 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
		жк теплый стан	Выбранные вручную	0	0	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
		купить жилье	Выбранные	4	2 229	0,18 %	4,14 грн.	16,57 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0

Непонятно почему группа называется «Конкуренты». Почти все конверсии совершены по ключу «купить квартиру».

Если анализировать вторую группу «Интересы - Недвиж. Инвест», то тут ситуация аналогичная:

Группа объявлений: Интересы - Недвиж. Инвест

Проекты

Выбранный пользователем: 1 янв. 2018 - 29 марта 2018

Включено Тип: Стандартный Ставки для группы объявлений (Макс. цена за клик) 6,00 грн. Изменить Активные значения корректировки ставок: Расписание показа объявлений, Устройство

Настройки Объявления Расширения объявлений Быстрая статистика Контекстно-медийная сеть

+ ТАРГЕТИНГ Сводка Ключевые слова в КМС Места размещения Темы Интересы и ремаркетинг Демографические данные

Все места размещения Сегментировать Фильтр Столбцы Поиск

[Просмотреть историю изменений](#)

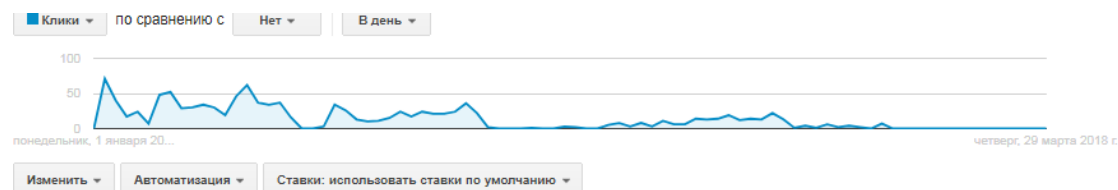
Клики по сравнению с Нет В день



Изменить Показать подробности Автоматизация Ставки: включить специальные ставки

		Место размещения	Статус	Макс. цена за клик	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Конверсии	Стоимость конверсии	Коэфф. конверсии	Все конв.	Конверсии по показам
		youtube.com	Выбранные вручную	2,00 грн.	824	442 813	0,19 %	2,60 грн.	2 140,41 грн.	3,00	711,74 грн.	0,36 %	3,00	0
	x	glaz.tv	Удалено	6,00 грн.	2	182	1,10 %	2,28 грн.	4,57 грн.	2,00	2,28 грн.	100,00 %	2,00	0
	x	bigmir.net	Удалено	6,00 грн.	1	179	0,56 %	1,88 грн.	1,88 грн.	1,00	1,88 грн.	100,00 %	1,00	0
	x	degruz.com	Удалено	6,00 грн.	1	15	6,67 %	1,15 грн.	1,15 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
	x	filehippo.com	Удалено	6,00 грн.	0	5	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
	x	eva.ru	Удалено	6,00 грн.	0	23	0,00 %	0,00 грн.	0,00 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0

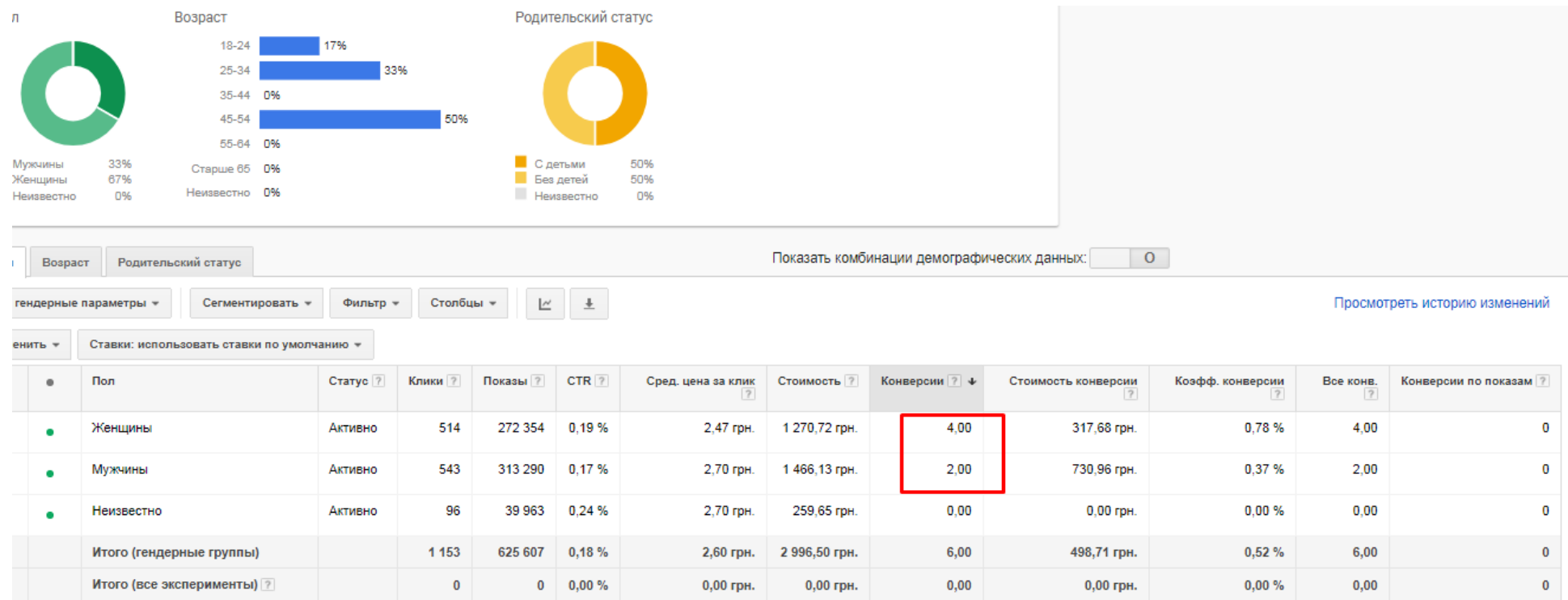
Проанализируем Интересы:



		Аудитория	Статус	Клики	Показы	CTR	Сред. цена за клик	Стоимость	Конверсии	Стоимость конверсии	Коефф. конверсии	Все конв.	Конверсии по показам
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Жилая недвижимость > Продажа жилой недвижимости > Продажа квартир	Выбранные вручную	561	274 969	0,20 %	2,50 грн.	1 404,94 грн.	5,00	280,14 грн.	0,89 %	5,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Жилая недвижимость	Выбранные вручную	126	85 029	0,15 %	2,48 грн.	312,78 грн.	1,00	312,78 грн.	0,79 %	1,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Коммерческая недвижимость	Выбранные вручную	21	14 736	0,14 %	2,96 грн.	62,11 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Жилая недвижимость > Продажа жилой недвижимости > Продажа домов > Продажа домов (первичный рынок)	Выбранные вручную	31	18 100	0,17 %	2,74 грн.	84,85 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Жилая недвижимость > Продажа жилой недвижимости > Продажа домов	Выбранные вручную	107	65 184	0,16 %	2,43 грн.	259,57 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	Аудитории по интересам (охват) > Банковские и финансовые услуги > Активные инвесторы	Выбранные вручную	246	134 845	0,18 %	2,82 грн.	692,84 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость > Жилая недвижимость > Продажа жилой недвижимости	Выбранные вручную	48	28 838	0,17 %	2,79 грн.	134,01 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
☐	☒	Аудитории заинтересованных покупателей (ROI) > Недвижимость	Выбранные вручную	13	3 906	0,33 %	3,49 грн.	45,40 грн.	0,00	0,00 грн.	0,00 %	0,00	0
		Итого (аудитории)		1 153	625 607	0,18 %	2,60 грн.	2 996,50 грн.	6,00	498,74 грн.	0,52 %	6,00	0

В основном, это интерес «Продажа квартир» в категории «Жилая недвижимость».

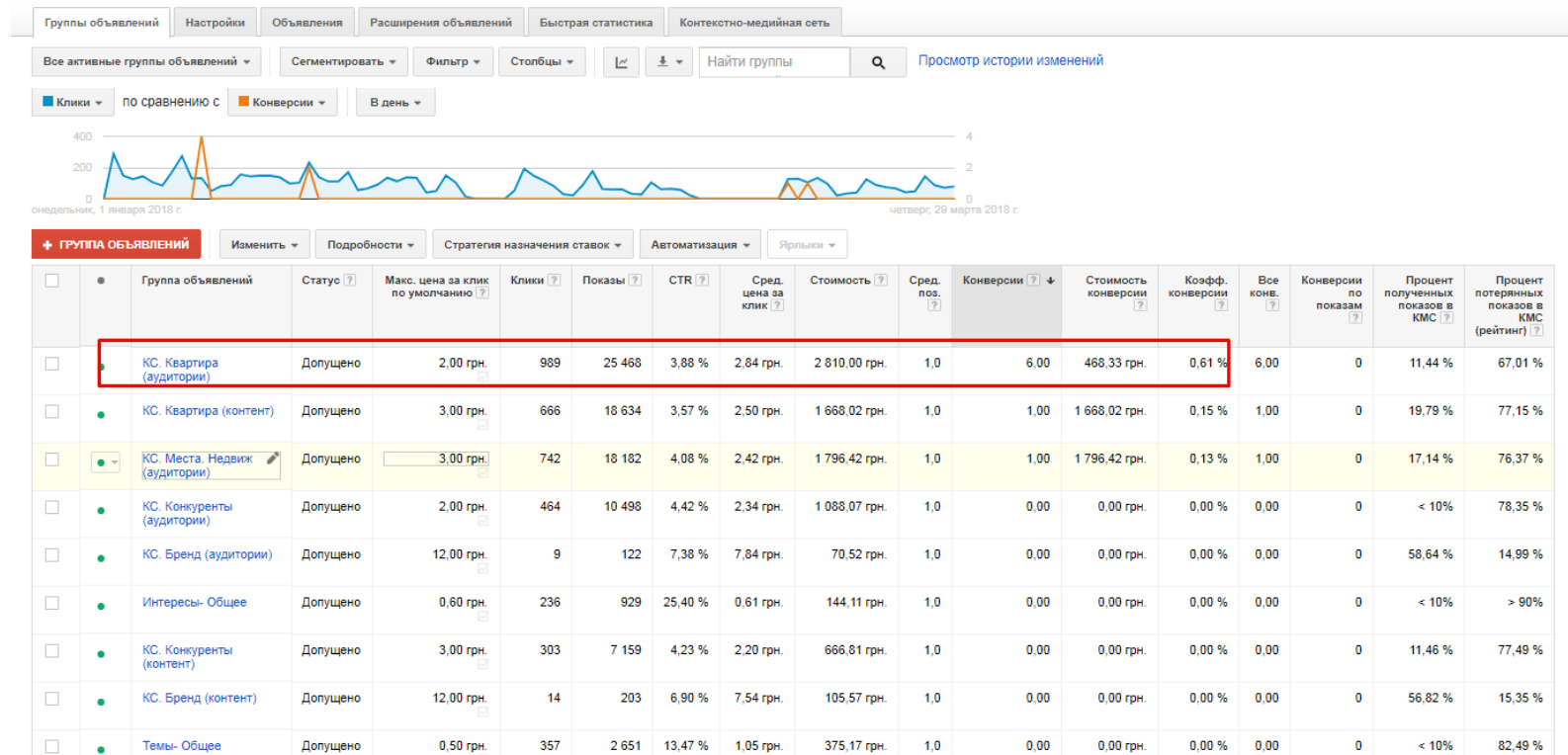
Если смотреть на демографию, то здесь ситуация наоборот: женщина больше активны, при этом 50% конверсий – возраст 45-54:



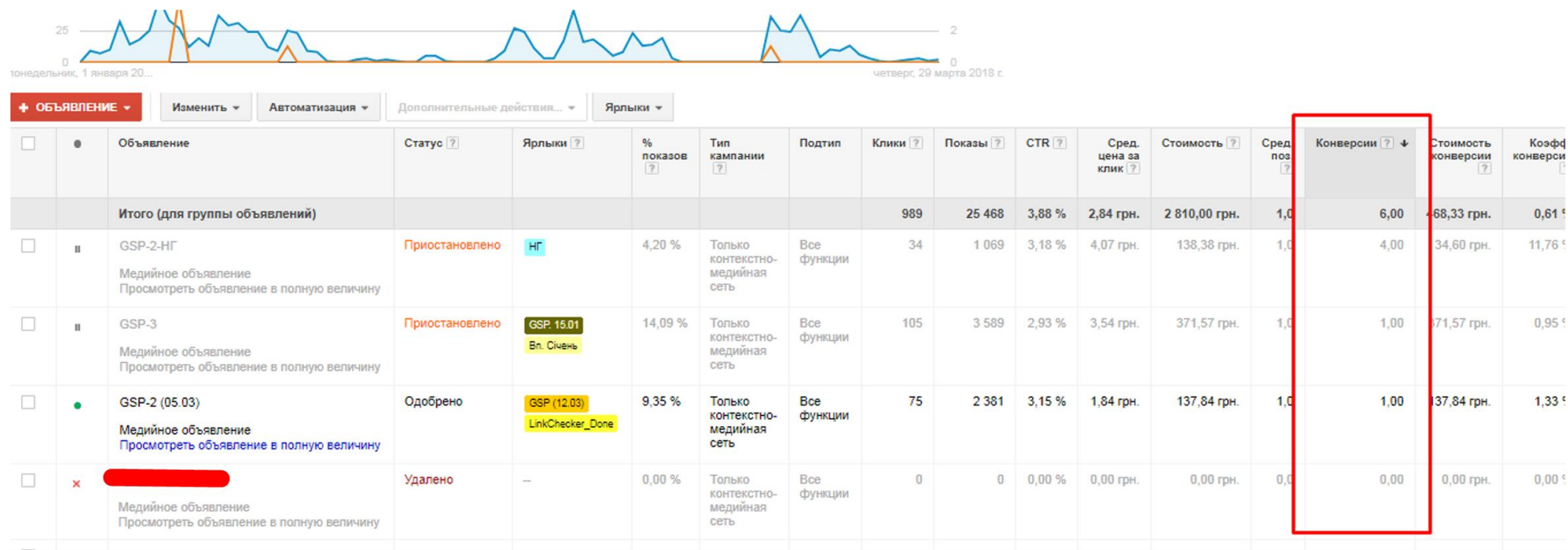
Еще одна группа «КС. Места. Недвиж (аудитории)» получила 3 конверсии в январе с Ютуба мужчинами и неизвестным полом в возрасте 35-44.

Картина более-менее ясна.

Есть еще одна РК «KMC- GSP =ON», ориентированная на показ в почте Gmail.

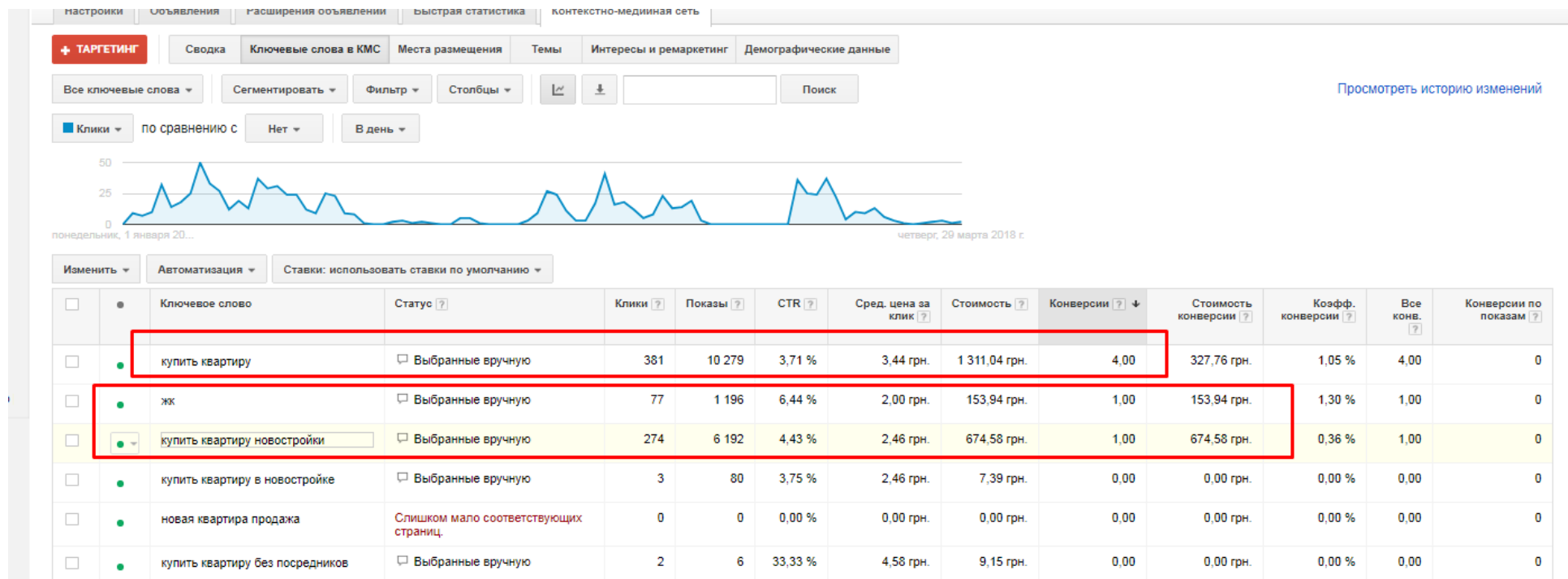


Посмотрим группу, которая принесла больше всего конверсий.

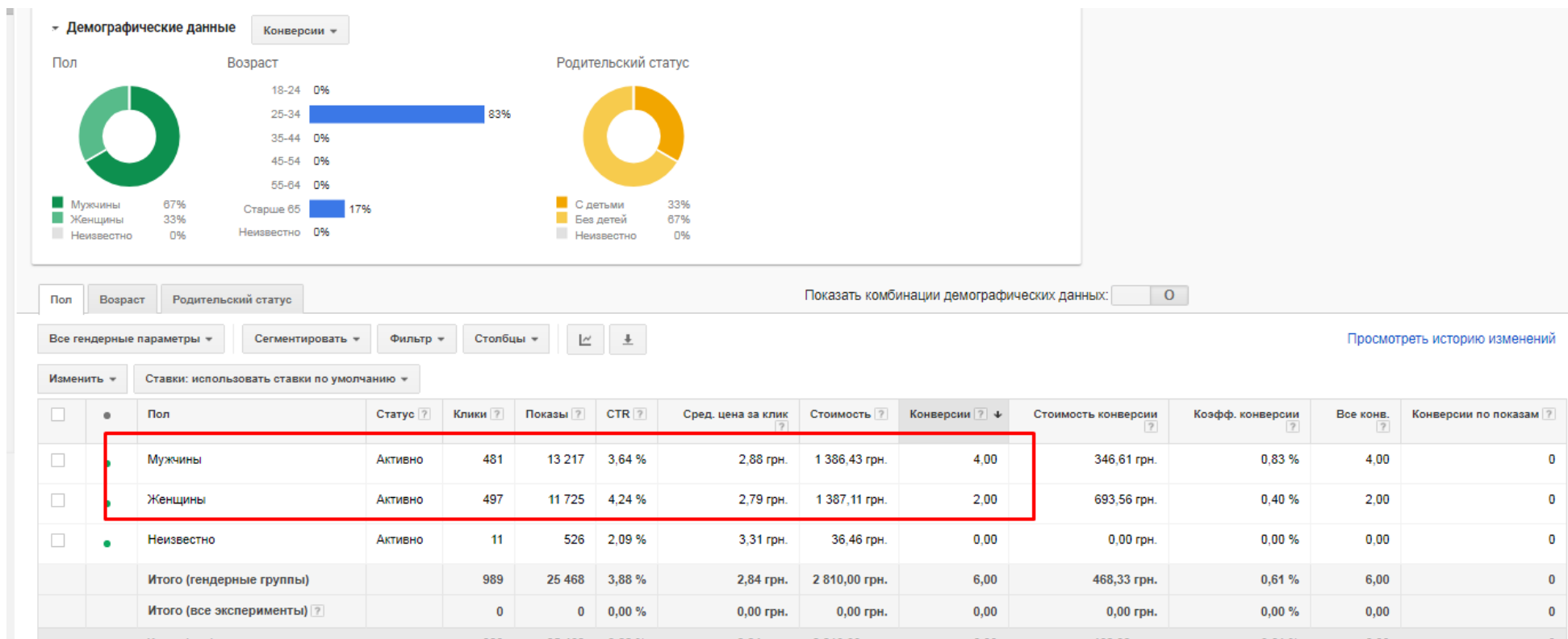


Видим подобную ситуацию, большинство конверсий получено в январе, и лишь 1 – в марте.

Ключи, которые привели к конверсиям:



Демография:



Есть еще одна РК по рекламе в приложениях. Там не зафиксировано ни одной конверсии, хотя потрачено уже 1600 грн. Считаю, что она вообще не нужна. Проанализировав данные в Аналитиксе, могу сказать, что она неэффективна, ассоциированных конверсий она тоже не принесла.

ИТОГО:

Кампаний много – ошибки одни и те же. Если смотреть на самый первый скриншот по КМС-кампаниям, то там видно, что кампании получили менее 10% всех показов при ограниченном бюджете.

При этом более конверсионные РК не выделяются в отдельную кампанию с отдельным бюджетом. Все работает в куче. В такой ситуации бюджет нужно пускать на то, что больше всего конвертит.

Есть определенная ЦА, с которой нужно правильно работать:

Это М-Ж и неизвестный пол, в основном возраста 35-54 (до 70%), заинтересованные в продаже квартир (жилой недвижимости), которых можно найти по ключу «купить квартиру» и основным местом, где их можно «выловить» - Ютубом.

Анализ полученных конверсий за все время существования РК по ремаркетингу (примерно полгода) показывает еще такие хорошие места для размещения рекламы:

Ukr.net, obozretalel.com, olx, censor.net.ua, sinoptik.ua, ria.com, 112.ua и еще несколько.

Если ремаркетинг догоняет посетителей именно на этих сайтах, то и КМС-баннера нужно именно там показывать.

Исходя из этого и таргетировать КМС-кампанию нужно исходя из этих данных.

Кроме этого.

Необходимо не просто создать 1 группу с данным таргетингом, а и поделить ее по возрасту/полу с корректировкой бюджета.

Например, я бы создала такую структуру (при бюджете 300грн/день):

РК для женщин (бюджет 100 грн/день):

- 1) РК с таргетингом на женщин, заинтересованных в продаже квартир (жилой недвижимости), которых можно найти по ключу «купить квартиру» и основным местом, где их можно «выловить» - Ютубом. В данной РК группа а) женщины 18-24; б) 25-34 и неизвестным возрастом (20 грн/день) – как тестовый вариант
- 2) РК с таргетингом на женщин, заинтересованных в продаже квартир (жилой недвижимости), которых можно найти по ключу «купить квартиру» и основным местом, где их можно «выловить» - Ютубом. В данной РК группа а) женщины 35-44 б) 45-54 (80 грн/день) – основная РК

Также делаем разбивку и для мужчин (бюджет 200 грн/день):

- 3) РК с таргетингом на мужчин, заинтересованных в продаже квартир (жилой недвижимости), которых можно найти по ключу «купить квартиру» и основным местом, где их можно «выловить» - Ютубом. В данной РК группа а) мужчин 18-24; б) 25-34 в) неизвестный пол (60 грн/день)
- 4) РК с таргетингом на мужчин, заинтересованных в продаже квартир (жилой недвижимости), которых можно найти по ключу «купить квартиру» и основным местом, где их можно «выловить» - Ютубом. В данной РК группа а) мужчин 35-44 б) 45-54 (140 грн/день)
- 5) И еще одна РК с данным таргетингом на неизвестный пол и все возраста.

Можно пробовать сделать такую же разбивку и под рекламу в gmail и под те сайты, которые хорошо конвертят.

Кроме того, нужно пересмотреть объявления. Баннеры, которые были в январе были явно интереснее и привлекательнее для людей, чем то, что есть сейчас. А еще хороший результат в аккаунте показали адаптивные баннера. Рекомендую попробовать использовать и их тоже.

И еще одно. Сейчас в настройках РК идет ограничение в 3 показа объявления на пользователя из каждой группы. Учитывая, что групп много, а баннера все одинаковые, считаю, что ограничение нужно ставить не на группу, а на кампанию. Допустим, 5 показов на человека на РК.

Анализ ремаркетинговых РК очень похож на анализ медийных РК.

Только одно небольшое уточнение: в сфере недвижимости именно ремаркетингу нужно уделять больше всего внимания.

Есть 3 кампании по ремаркетингу, списки которых хранят куки посетителей 30, 60 и 90 дней.

Первое, что хочу заметить: в РК на 60 не исключен список на 30 дней (хотя он его в себя включает), а 90 дней не исключает 60 дней. В итоге получается, что человеку, попавшему на сайт потом показывается ремаркетинг из всех 3-х кампаний.

Объявления все абсолютно одинаковые (такие же как в баннерной рекламе), хотя для ремаркетинга нужно применять несколько другие. Их цель – напомнить человеку про себя, призвать совершить целевое действие. То есть, на баннерах должны быть инфо типа «Запишитесь на бесплатный просмотр квартиры», «Ваша квартира ждет Вас» и тд и тп.

Группы в кампаниях разделены по глубине просмотра. Но конвертят все 4 (те, кто просмотрела 3,4,5,6 и более страниц).

Поэтому следует попробовать другой подход. Например, собрать списки ремаркетинга тех, кто просматривал двухкомнатные. И показывать им баннер именно про двушку. А тем, кто просматривал 3к – объявления про трехкомнатные.

Тут наблюдается та же ошибка: ограничение на кол-во показов стоит на уровне группы.

Я не могу посмотреть глубинные настройки списков ремаркетинга (уровень доступа не позволяет), однако насколько я понимаю, список «глубина больше 3» включает в себя все остальные списки (больше 4, 5, 6). Поэтому человек, просмотревший 6 страниц увидит рекламу из всех 4-х групп по 2 раза на каждую, и из все 3 РК. То есть, 1 объявление человеку может показывать более 20 раз!

Нужно ограничивать показы на уровне кампании, а не группы!

И не исключен показ для тех, кто уже обратился в кампанию. Это грубейшая ошибка.

Стоило бы подключить еще видеорекламу, предварительно исключив детские каналы из показов.