

Ви просите пошукові кампанії — але в інтернет-магазині основні продажі зазвичай дають товарні оголошення з фідом, а не пошук за загальними ключами

Посилання на магазин у завданні немає, тож нижче — не згодки про ваш асортимент, а стратегія, яку ви й просите пояснити: з чого починаємо, що на що впливає і за якими цифрами судимо про результат.

з 2001

full-cycle студія

20+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

Товарні кампанії

Пошукові кампанії

Відстеження покупок

Вартість замовлення

Мінус-слова

СТРАТЕГІЯ, ЯК ВИ Й ПРОСИЛИ

Чому починаємо з товарних, а не з пошуку

Пошукова кампанія за загальними ключами показує текстове оголошення людині, яка ще не бачила ні товару, ні ціни. Товарне оголошення показує одразу фото, назву й ціну — і той, хто натиснув, уже знає, що йому пропонують. Для магазину це дає дешевші замовлення, бо нецільові відсіюються ще до кліка, а ви за них не платите.

Тому робочий порядок зазвичай такий: спершу товарні оголошення на основі каталогу, паралельно — вузький пошук під запити з явним наміром купити (назва товару, модель, артикул). А широкі загальні запити або йдуть в окрему кампанію з іншою ставкою, або в мінус-слова. Не навпаки.

Це не означає, що пошук не потрібен — він добре працює на брендові запити й на конкретні моделі. Питання лише в тому, куди йде основна частина бюджету. Остаточно це вирішується після перегляду вашого асортименту: якщо позицій небагато й вони специфічні, баланс може бути іншим.

ФУНДАМЕНТ

Без відстеження покупок оптимізація працює наосліп

Ви пишете про зниження вартості заявки. Для магазину точніша ціль — вартість **замовлення** і скільки грошей повертається на кожну вкладену гривню. Заявка й покупка — різні події, і кампанія, що дає багато дешевих заявок, легко може бути збитковою.

Щоб рахувати саме замовлення, у рекламному акаунті має бути коректно налаштоване відстеження покупок разом із сумою чека. Це перше, що перевіряємо: дуже часто виявляється, що конверсії рахуються по відвідуванню сторінки «дякуємо» без суми, або задвоюються, або не рахуються взагалі. Поки цього немає, автоматика Google оптимізує на те, що бачить — тобто на кліки, а не на прибуток.

ДЗЕРКАЛО ЗАПИТУ

Що робимо по кожному пункту

ВАШ ПУНКТ	ЩО РОБИМО
Налаштування пошукових кампаній	Вузький пошук під запити з наміром купити, окремо від широких. Структура груп — за категоріями каталогу, щоб оголошення відповідало запиту.
Опрацювання ключових слів	Не лише збір, а й регулярний розбір реальних пошукових запитів — саме там видно, за що ви платите даремно. Мінус-слова в e-commerce економлять більше, ніж додавання нових ключів.
Оптимізація для збільшення продажів	Перерозподіл бюджету на те, що дає замовлення, а не кліки. Товарні оголошення на основі каталогу як основний канал.
Зниження вартості заявки	Рахуємо вартість замовлення й повернення на вкладене. Спершу перевіряємо, чи коректно рахуються покупки — інакше цифри будуть красиві, але неправдиві.
Пояснити стратегію	Після кожного етапу — коротко й без жаргону: що зробили, чому саме так, на що це вплинуло. Ви маєте розуміти, за що платите, а не вірити на слово.

ХТО МИ

Реклама у зв'язці з аналітикою

WebCoreLab — студія повного циклу з Торонто, у digital з 2001 року. Рекламу ведемо разом з аналітикою, а не окремо: інакше неможливо сказати, який саме запит і яке оголошення привели гроші. Для магазину це принципово — рішення про бюджет приймаються за замовленнями, а не за кліками.

Портфель відкритий: webcorelab.com/case-studies.

З БОКУ КЛІЄНТА

Що потрібно, щоб почати

Посилання на магазин — без нього не оцінити ні асортимент, ні те, чи готовий каталог до товарних оголошень.

Доступ до рекламного акаунта й аналітики — якщо реклама вже запускалась, там уже є дані про те, що працювало.

Скільки замовлень і на яку суму зараз — щоб зафіксувати точку відліку, від якої рахуємо результат.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, реклама та аналітика під одним дахом — **від ідеї до продакшна й підтримки**. На ринку **з 2001**, 20+ років у digital, **20+ років сукупного досвіду команди**. Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на стороні власника.

ПАРТНЕРСТВА ТА ВИЗНАННЯ

● Clutch · Top Agency Canada

● DesignRush · Best SEO

● G2 · High Performer

● Google Partner

● HubSpot Partner

● Cloudflare Partner

● Semrush Partner

● ISO 27001 Aligned

[Портфоліо — webcorelab.com/case-studies →](https://webcorelab.com/case-studies)