

Аудит акаунту онлайн магазину воєнторгу

Бізнес і конкуренція

Під час аналізу пошуку та Google Maps було виявлено кілька конкурентів, які просувають свої послуги за допомогою інструментів Google Ads.

Sponsored :

							
Каска Шолом тактичний...	Шолом кевларовий...	Каска Шолом тактичний...	Військовий тактичний...	Баллистически шлем каска...	Каска Шолом "FAST" NIJ...	Шолом в кавері FAST...	Каска Шолом тактичний...
UAH 8,990.00	UAH 9,684.0...	UAH 8,490.00	UAH 13,500....	UAH 10,900....	UAH 12,990....	UAH 9,900.00	UAH 9,490.00
defenceukr.c...	Safetyshop	defenceukr.c...	Українська Б...	stockstroy.com	defenceukr.c...	SpecProm	defenceukr.c...

Sponsored

 bayraktar.club
<https://www.bayraktar.club>

Тактичний Шолом | 100% по стандарту НАТО

Відповідність стандартам НАТО та високий рівень захисту – Гарантована. Дивись на сайті. Професійні **шоломи**...

[Шолом кевларовий](#) · [Бронежилети](#) · [Бронепластины](#) · [Наші контакти](#)

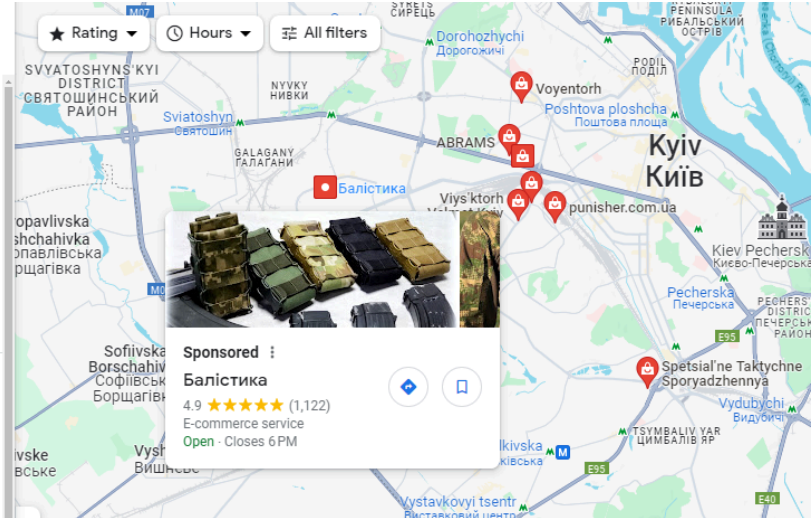
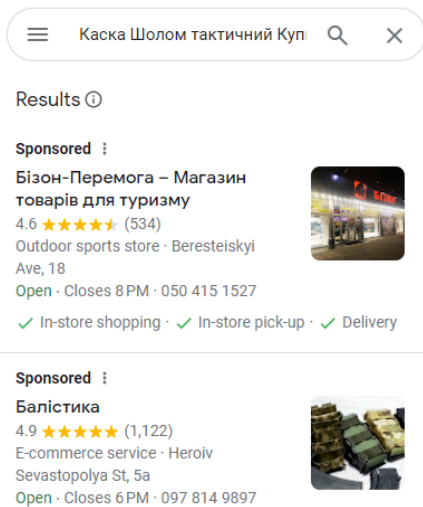


Sponsored

 Defpoint
<https://www.defpoint.io>

Шоломи Fast NIJ IIIA

Тактичне Спорядження для ЗСУ — Надійний захист голови. Сертифіковані **шоломи**, які пройшли випробування. Замовляйте онлайн.



Відстеження подій

Відстеження подій необхідне для розуміння ефективності рекламних кампаній і сайту загалом (зокрема органічного трафіку).

Не рекомендується починати платне просування проекту без налаштування трекінгу.

Відстеження подій на сайті

На сайті не встановлено GTM-тег:

На сайті встановлено Facebook Pixel:

Основні конверсії

Основні конверсії налаштовані: Purchase (цінність продажу передається), дзвінок (фіксується за допомогою колл трекера Ringostat)

В активах рекламних кампаній використовується розширення клік по номеру телефона, але конверсія **“Дзвінок з рекламного оголошення”** не налаштована

Через відсутність конверсії кампанія Рmax не показує номер телефону в об'явах.

Вторинні конверсії

Додатково можна налаштувати "Вторинні" конверсії

Вторинні конверсії для налаштування яких зміни на сайті не потрібні:

"Клік по Email"

"Клік по графіку роботи"

Вторинні конверсії для налаштування яких потрібно зробити посилання клікабельним:

"Перехід на карту"

"Перехід до Telegram"

"Перехід до Viber"

"Перехід до TikTok"

Вторинні конверсії налаштовують для відстеження активності відвідувачів сайту.

Розширені конверсії

Summary

Settings

Settings

Uploads

Value rules

Custom variables

View-through conversions	Include view-through conversions from Display Network and Video ads in your 'All conv.' columns	▼
Call conversion action	Calls from ads	▼
Customer data terms	Accepted	▼
Enhanced conversions for leads	Not configured yet	▼
Enhanced conversions	Not configured yet	▼
Engaged-view conversions	Non-skippable video ad formats not included	▼
App attribution sharing	App campaigns share conversion attribution across app campaign subtypes	▼

Розширені конверсії не налаштовані. Тобто, якщо клієнт спочатку зайшов на сайт з реклами, а потім зайшов на сайт іншим чином і зробив покупку, то ця конверсія Purchase не передається до Google ADS і рекламні кампанії не оптимізуються належним чином.

Якщо налаштувати Розширенні конверсії, то продаж розподіляється між рекламою та іншим джерелом, через яке клієнт потрапив на сайт. Цінність конверсії також розподіляється відповідно.

Інформація про сайт

Сайт створено на платформі **Prom.ua**

Ця платформа спрощує процес проходження модерації товарів у Google Merchant Center.

У більшості випадків акаунт Merchant Center блокується навіть із-за фото військових на сайті.

Останнім часом ситуація з рекламою товарів, які заборонено рекламувати в Google, погіршується і на Prom. Вводяться додаткові обмеження на просування деяких товарів.

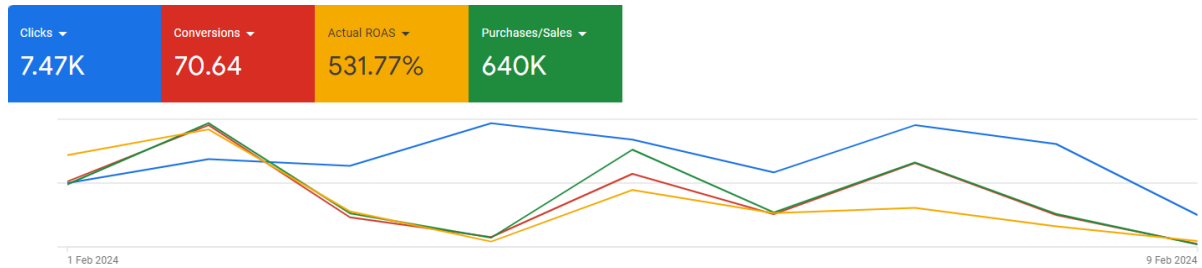
Активні рекламні кампанії

На момент проведення аудиту були активні наступні рекламні кампанії:

- Три пошукові рекламні кампанії
- Одна кампанія Pmax
- Одна кампанія Display

☐  Performance Max / NP	UAH13,000.00/day 	Eligible (Limited) All asset groups limited by policy  Limited by budget	100%	Performance Max
☐  SER / Одяг / NP	UAH1,000.00/day 	Eligible	100%	Search
☐  SER / Тактичне спорядження / NP	UAH1,000.00/day 	Eligible	100%	Search
☐  Ser/Brand/NP	UAH400.00/day 	Bid strategy learning	100%	Search
☐  GDN/Rem/ NP	UAH320.00/day	Eligible	100%	Display

Кампанія Рmax



Кампанія працює та приносить продажі. ROAS становить 532%. Показник **ROAS** треба підвищувати.

У налаштуваннях кампанії увімкнено **Автоматичне створення розширень**. Автоматично створенні розширення не завжди якісні.

Automatically created assets

Allow Google to help you create assets?
You can allow Google to help you generate assets for your ads using content from your landing page, domain and ads. Final URL expansion uses the information on your website landing pages to identify additional relevant search queries. Both of these settings may improve Ad Relevance and performance. [Learn more](#)

☒ Your automated text asset options are fully optimised [Learn more](#)

☒ Text assets
Use content from your landing page, domain and ads in combination with assets that you provide directly. Customise assets based on relevance.

☒ Final URL
This campaign is subdividing inventory using listing groups. Final URL expansion will only send traffic to landing pages related to the campaign's product inventory
[Exclude some URLs](#)

[Cancel](#) [Save](#)

Використовується стратегія призначення ставок Target ROAS 700% і це правильно.

Bidding

Maximise conversion value

☒ Set a target return on ad spend (optional)

Target ROAS ⓘ

700%

[Change bid strategy ⓘ](#)

Кампанія Рmax використовує тільки одну групу активів.

На **групу активів** накладені обмеження. Це пов'язано з контентом і побороти ці обмеження не вийде. Але **якість** групи активів **можна підвищити** шляхом додавання нових активів.

Сигнали аудиторій налаштовані не найкращим чином:

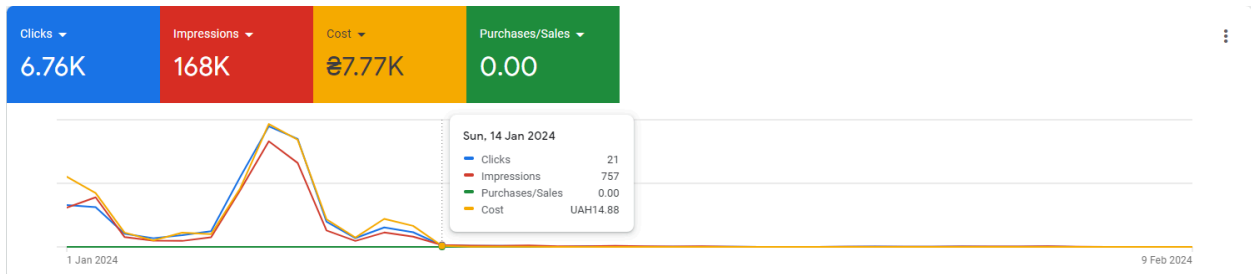
- Не використовуються Search terms
- В сигналах аудиторій не використовуються сайти конкурентів
- Не використовуються аудиторії за інтересом
- Присутня тільки одна аудиторія ремаркетингу

Рекомендації

- Вимкнути автоматичне створення активів
- Досягнути якості групи активів рівня Excellent
- Покращити налаштування сигналів аудиторій
- Протестувати використання групи активів без сигналів аудиторій, в активах якої тільки товари.
- Протестувати використання груп активів присвячених окремим групам товарів.
- Періодично проводити тестувати використання різних груп активів з різними налаштуваннями та активами.

Кампанія Display

Кампанія Display за останні три місяці не принесла жодного продажу. З 14 січня 2024 р. кампанія майже не працює.



Кампанія має тільки одне оголошення якість якого потрібно підвищити.

У 2024 році Google планує замінити кампанії Display на кампанії типу Demand Gen. Зазвичай кампанії Display погано працюють разом з кампаніями Pmax.

Рекомендації

- Зупинити кампанію Display
- Протестувати використання кампанії Demand Gen

Пошукові кампанії

Не Брендіві пошукові кампанії

- SER / Тактичне спорядження / NP
- SER / Тактичне спорядження / NP

Ці кампанії запуснені 29 Січня 2024 р. та про їх ефективність говорити зарано.

Start and end dates

Start date ?

29 Jan 2024 ▼

End date

☒ None

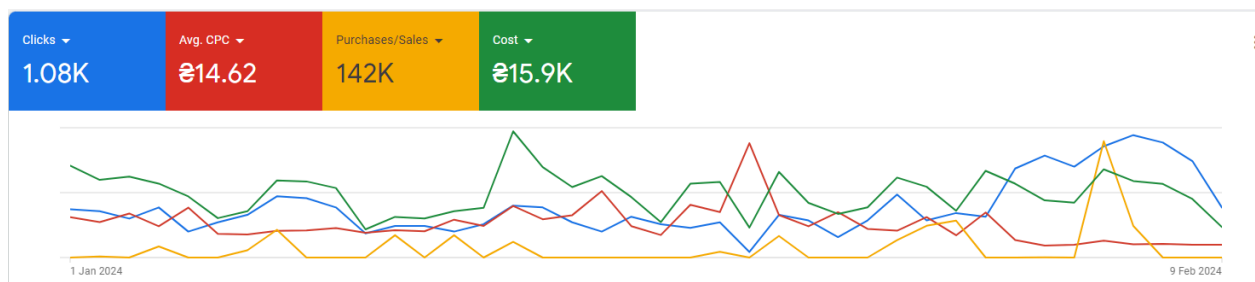
☐ Select a date ▼

Ці кампанії загалом налаштовані правильно, але повинна бути підвищена якість рекламних оголошень.

Рекомендації

- Підвищити якість оголошень до рівня Excellent
- Проводити ретельний аналіз пошукових запитів та розширювати список негативних ключових слів
- Протестувати використання Динамічних оголошень

Брендова пошукова кампанія



Брендова кампанія працює гарно та приносить прибуток.

Але якість об'яви потрібно підвищити до рівня Excellent.

Рекомендації щодо рекламного акаунту

В цілому реклама працює і приносить прибуток. Проте є можливість підвищити якість роботи роботи наявних рекламних кампаній та поліпшити фінансові результати.

- Потрібно максимальну увагу приділяти рекламній кампанії Рmax та постійно проводити експерименти
- Протестувати використання Demand Gen замість Display
- Оптимізувати наявні пошукові кампанії
- Протестувати ефективність використання конверсій “Дзвінок”. Для цього можна створити окрему тестову рекламну кампанію. Потрібен буде зворотний зв'язок з приводу ефективності дзвінків.
- Створити акаунт в Google Buisness
- Створити Локальний Рmax з невеликим бюджетом та протестувати ефективність локальної кампанії. (Потрібен акаунт GB)

Робочий план

Налаштування відстеження

- Протестувати налаштовані конверсії
- Налаштувати конверсію “Дзвінок з рекламного оголошення”
- Налаштувати Другорядні конверсії
- Налаштувати Розширені конверсії
- Створення акаунту Google Buisness

Оптимізація кампаній

У процесі роботи та після отримання більшої кількості конверсій, кліків і показів необхідно оптимізувати отримані результати. Це необхідно зробити для зниження вартості кліків і конверсій, що загалом впливає на ефективність рекламних кампаній.

- Контроль активності кампанії
- Оптимізація стратегій призначення ставок
- Оптимізація оголошень (тестування найбільш ефективних заголовків, описів, розширень)
- Створення нових активів
- Налаштування сегментів аудиторії та сигналів аудиторії
- Пости в GB
- Проведення експериментів
- Контроль пошукових запитів
- Додавання ключових слів
- Розширення списку негативних ключових слів
- Створення нових аудиторій для ремаркетингу

Кампанія Pmax Дзвінки

- Створення кампанії Pmax
- Налаштування кампанії
- Створення груп активів
- Налаштування сигналів аудиторії та сегментів аудиторії
- Використання конверсій “Дзвінки” в цілях кампанії
- Створення та використання аудиторій ремаркетингу

Кампанія Local Pmax

- Створення кампанії Pmax
- Налаштування кампанії
- Створення груп активів
- Налаштування сигналів аудиторії та сегментів аудиторії
- Використання локальних конверсій в цілях кампанії
- Створення та використання аудиторій ремаркетингу

Кампанія Demand Gen

- Створення кампанії Demand Gen
- Налаштування кампанії
- Налаштування сигналів аудиторій
- Підготовка креативів
- Створення оголошення з зображеннями
- Створення оголошення “Карусель”
- Створення оголошення з відео

Звіт про виконану роботу

Звіт містить коротке щотижневе зведення про виконану роботу і проміжні результати, а також щомісячний звіт у **Looker Studio**.

Бюджет

Зараз **бюджет** складає **15720,00** грн. на день.

Google вважає що бюджету **13000,00** грн. на день не достатньо для кампанії Pmax.

☐ ☒ Performance Max / Np	UAH13,000.00/day	Eligible (Limited) All asset groups limited by policy ☒ Limited by budget	100%	Performance Max	UAH870,65...	5,151,248	1.14%	432.12	3,426,193.4
defenseukr.com.ua - GA4 (web) purchase					—	—	—	252.52	2,269,686..
defenseukr.com.ua - GA4 (web) add_to_cart					—	—	—	0.00	0.00
defenseukr.com.ua - GA4 (web) Ringostat_calls					—	—	—	179.60	1,156,506..

Google пропонує використовувати бюджет 39000,00 грн. Для досягнення максимальних результатів.

Weekly estimates for your new daily budget:



Я вважаю теперішній бюджет досить великим. Потрібно оптимізувати наявні рекламні кампанії. Протестувати використання нових кампаній, груп активів та оголошень. І тільки після цього приймати рішення про зміни бюджету.