

Привлечение максимального количества вложений за короткий срок

Клиент – Банк МБ Развитие

Задачи

Привлечь клиентов на оформление депозитных вкладов в максимально короткие сроки

Мы разделили работу над рекламной кампанией на несколько основных этапов

1. Запуск рекламной кампании
2. Проработка запросов на РСЯ
3. Разработка стратегии показов с учетом целевой аудитории
4. Анализ и оптимизация РК для увеличения эффективности

Запуск рекламной кампании

Собраны наиболее целевые ключевые слова.

Первую часть составили общие запросы, ориентированные на заинтересованных пользователей которые уже сейчас хотят сделать вложения средств.

Во второй части кампаний мы добавили ключевые слова, связанные непосредственно с банками и депозитными вкладами.

Уже с первых дней запуска мы получили достаточное количество трафика и звонков.

Для увеличения показателей после запуска основных запросов мы постепенно добавляли «теплые» запросы для расширения семантического ядра и охвата аудитории.

Проработка запросов на РСЯ

В кампанию по РСЯ добавлены основные ключевые запросы.

Подобрали несколько вариантов текстов объявлений и несколько разных картинок, созданных в корпоративном стиле организации.

Проработали смежные ключевые запросы, которые увеличили видимость бренда на площадках РСЯ и способствовали возрастанию трафика на сайт.

Отдельное внимание уделялось именно присутствию упоминаний об организации в виде графических баннеров для увеличения доверия к банку.

Разработка стратегии показов с учетом целевой аудитории

После сбора статистики по конверсиям мы определили эффективные социально-демографические показатели.

Наиболее высокую конверсию совершали пользователи старше 45 лет. Принимая во внимание эти данные, на уровне каждой кампании была установлена корректировка ставок по возрасту. Этим удалось достичь максимального охвата именно целевой аудитории.

Также, с учетом основной потенциальной аудитории, мы дополнительно проработали запросы, связанные с вкладами для пенсионеров.

Создали искусственную семантику на основании тех ключевых слов, которые уже есть в кампании с приставкой «для пенсионеров».

С помощью KeyCollector сняли частотность по ключевым словам.

Добавили новые рекламные кампании на основании этих ключевых слов с максимальной ставкой показов.

Новые кампании показали высокую эффективность, так как были направлены на максимально целевую для нас аудиторию.

Анализ и оптимизация РК для увеличения эффективности

На первом этапе удалось достигнуть необходимого количества целевых действий. Тем не менее, над рекламной кампанией постоянно ведется оптимизация для увеличения количества конверсий.

Мы анализируем данные по каждой отдельной кампании и распределяем ставки по наиболее конверсионным ключевым словам.

На основании данных статистики задали корректировки ставок по времени.

На этапе анализа наших РК, а также ключевых фраз конкурентов, приняли решение добавить брендовые запросы. Сайт не выходил в топ по многим брендовым ключевым словам в органической выдаче.

После добавления рекламной кампании по бренду удалось достигнуть значительного увеличения конверсии при снижении ее стоимости.

За счет быстрого запуска кампаний удалось достигнуть высокой эффективности уже с первых дней.