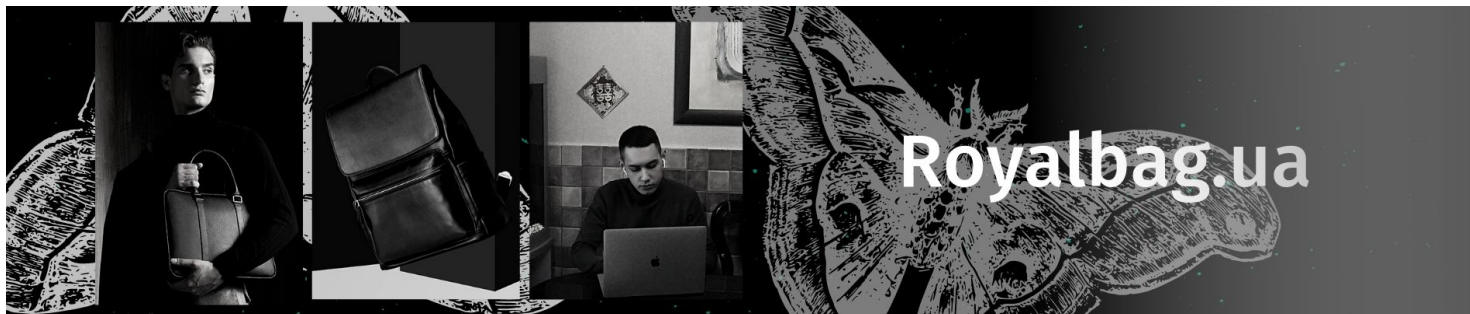




Основные задачи:

- улучшить показатели
- сгенерить по максимуму конверсий
- стоимость заявки должна быть либо такой же, либо немного вырасти (предел 280 грн) с условием увеличения количества заявок

Заказчик: Интернет-магазин кожаных аксессуаров **Royalbag**

В месяц магазин получал от 200 до 250 заявок при CPO - 195,62 грн. Коэфф. конверсии составлял 1,14%

Статистика до оптимизации

Конверсии - CPO - Бюджет

Конверсии

237,00



Стоимость конверсии

195,62 грн.

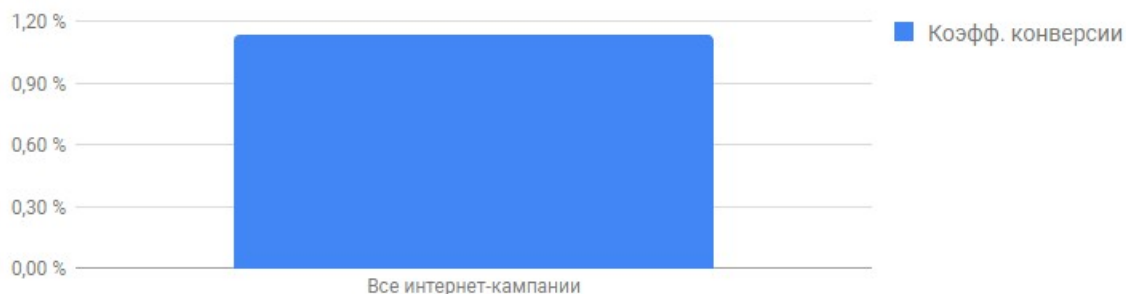


Стоимость

46 тыс. грн.



До оптимизации - коэф. конверсии 1,14%



4 месяца оптимизации:

На первый взгляд, аккаунт достаточно хорошо построен (адекватная структура, разбивка кампаний отдельно на Киев и Украину, чуть больше 2 тысяч минус-слов и хорошие объявления). Основная работа была в направлении A/B тестов, улучшения показателя качества и корректировок ставок там, где это было целесообразно сделать. Также, после чистки семантики и её значительного расширения, следующей задачей, был тщательный анализ, корректировка и масштабирование положительного результата.

- количество конверсий выросло в 4,3 раза
- CPO (стоимость одной заявки на 113,01 грн (-57,7%) ниже от первоначальной цены
- общий бюджет стал больше
- а коэффициент конверсии вырос на 3,62%

Статистика после оптимизации

Конверсии - CPO - Бюджет

Конверсии

1 039,00



Стоимость конверсии

82,61 грн.

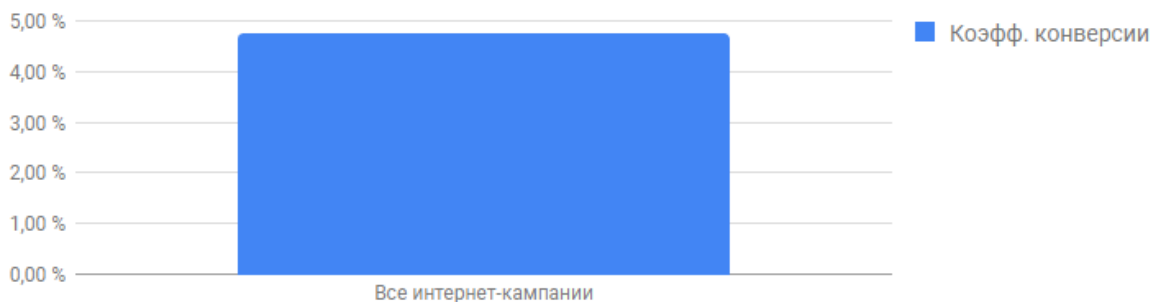


Стоимость

86 тыс. грн.



После - коэф. конверсии 4,76%



Пришлось действительно постараться и провести огромную работу. В текущий момент мы дополняем список минус-слов (сейчас их 3292 шт), работаем с узкотаргетированными КМС кампаниями и хотим разогнать аккаунт до предела.

- Вернёмся к задачам
- улучшить показатели
 - сгенерить по максимуму конверсий
 - стоимость заявки должна быть либо такой же, либо немного вырасти (предел 280 грн) с условием увеличения количества заявок

До оптимизации:

конверсий (шт)	стоимость конверсии (грн)	коэффициент конверсии (%)
237	195	1,14%

После:

конверсий (шт)	стоимость конверсии (грн)	коэффициент конверсии (%)
1039	82	4,76%

Изменения:

конверсий (шт)	стоимость конверсии (грн)	коэффициент конверсии (%)
на 802 шт больше (+338%)	на 113 грн ниже (-2,37 раза)	в 4,17 раз выше

Подытожив всё, хочу отметить, что такие результаты были обусловлены:

- грамотной оптимизацией работающих кампаний
- расширением семантики
- внедрением КМС кампаний в связке с Динамическим ремаркетингом
- внедрением с нуля торговой кампании Google Shopping, которая принесла 283 конверсии

☐ ● Кампания ↑	Бюджет	Статус	Тип кампании	Клики	Показы	CTR	Средняя цена за клик	Стоимость	Конверсии	Стоимость конверсии	Кэфф. конверсии
☐ ●  товарка (new)	ОБЩИЙ 6 000,00 грн. в день	Допущено	Торговая	7 691	735 726	1,05 %	3,82 грн.	29 410,70 грн.	283,00	103,92 грн.	3,68 %

- тщательной корректировки ставок по устройствам, времени, демографии и аудиториям
- и увеличением общего количества минус-слов (собрали свыше 1000).