

Реклама в социальных сетях –
способ заменить дорогие
источники трафика.

Анна Ахтанина

Директор по маркетингу и PR

Автосалон «Элекс»

www.eleks.ru



Кейс: интернет-реклама автосалона «Элекс».

Описание проекта «www.eleks.ru»

- Мультибрендовый автосалон.
- Ценовой сегмент – эконом.
- Специализация – новые автомобили.
- Тип взаиморасчетов:
 - наличный расчет,
 - безналичный расчет,
 - кредит.

Каналы интернет-трафика

- **Yandex Direct** (контекстная реклама).
- **Google Adwords** (контекстная реклама).
- **SEO-продвижение** (поисковое продвижение).
- **SERM** (работа с репутацией в сети).
- **SMM** (ведение групп в социальных сетях).
- **Target Mail** (таргетированная реклама).

Инструменты для анализа данных

- Yandex Metrika.
- MS Excel.
- CRM-система.
- Система Call-трекинга
или «Целевой звонок» в Метрике.

Основная задача:

Новые источники трафика:



Как правильно определить целевую аудиторию?

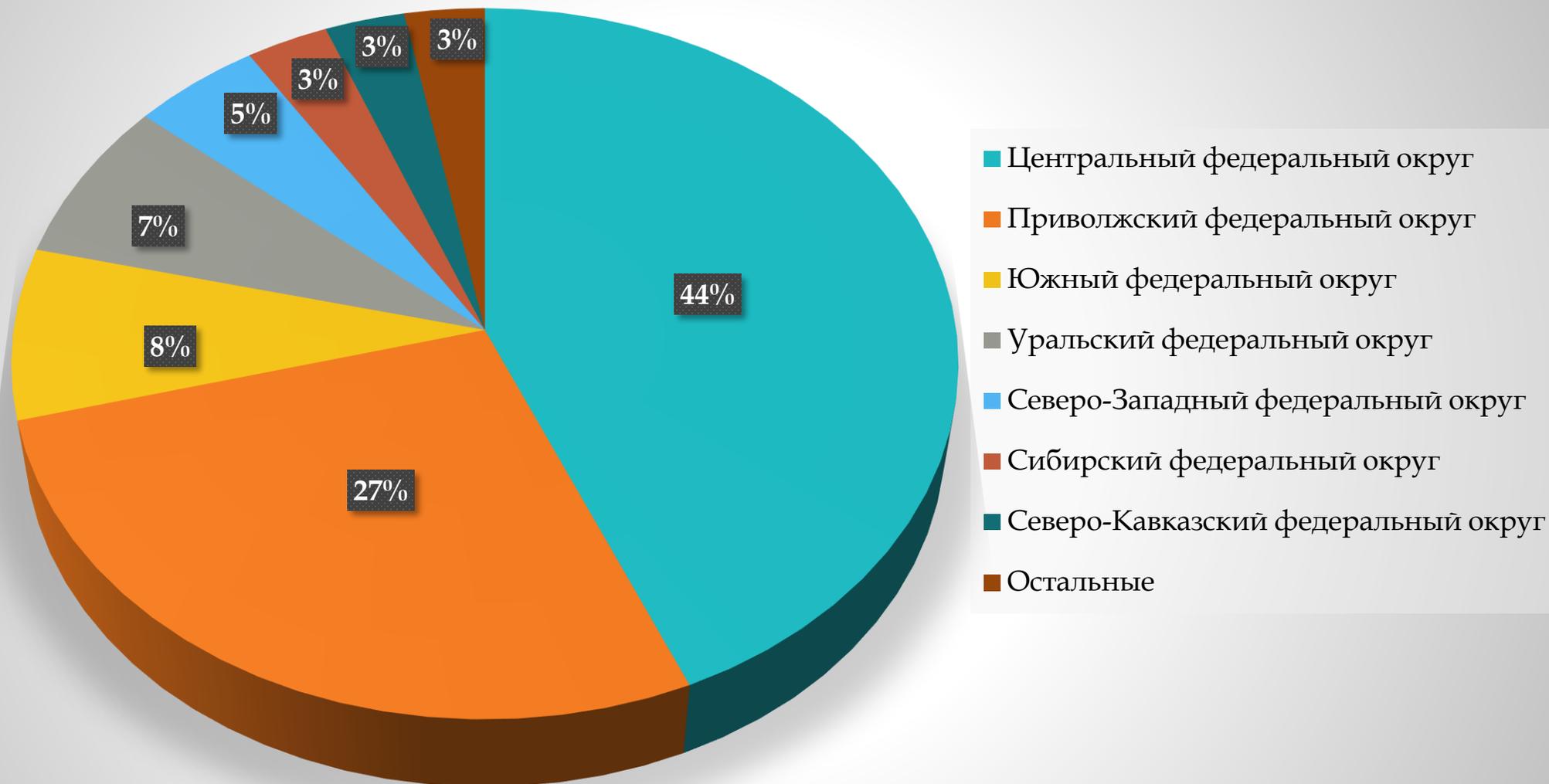
Целевая аудитория: по географии.

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



Целевая аудитория по географии



Как правильно определить целевую аудиторию?

Целевая аудитория: по коммерческим интересам.

Период: календарный год.

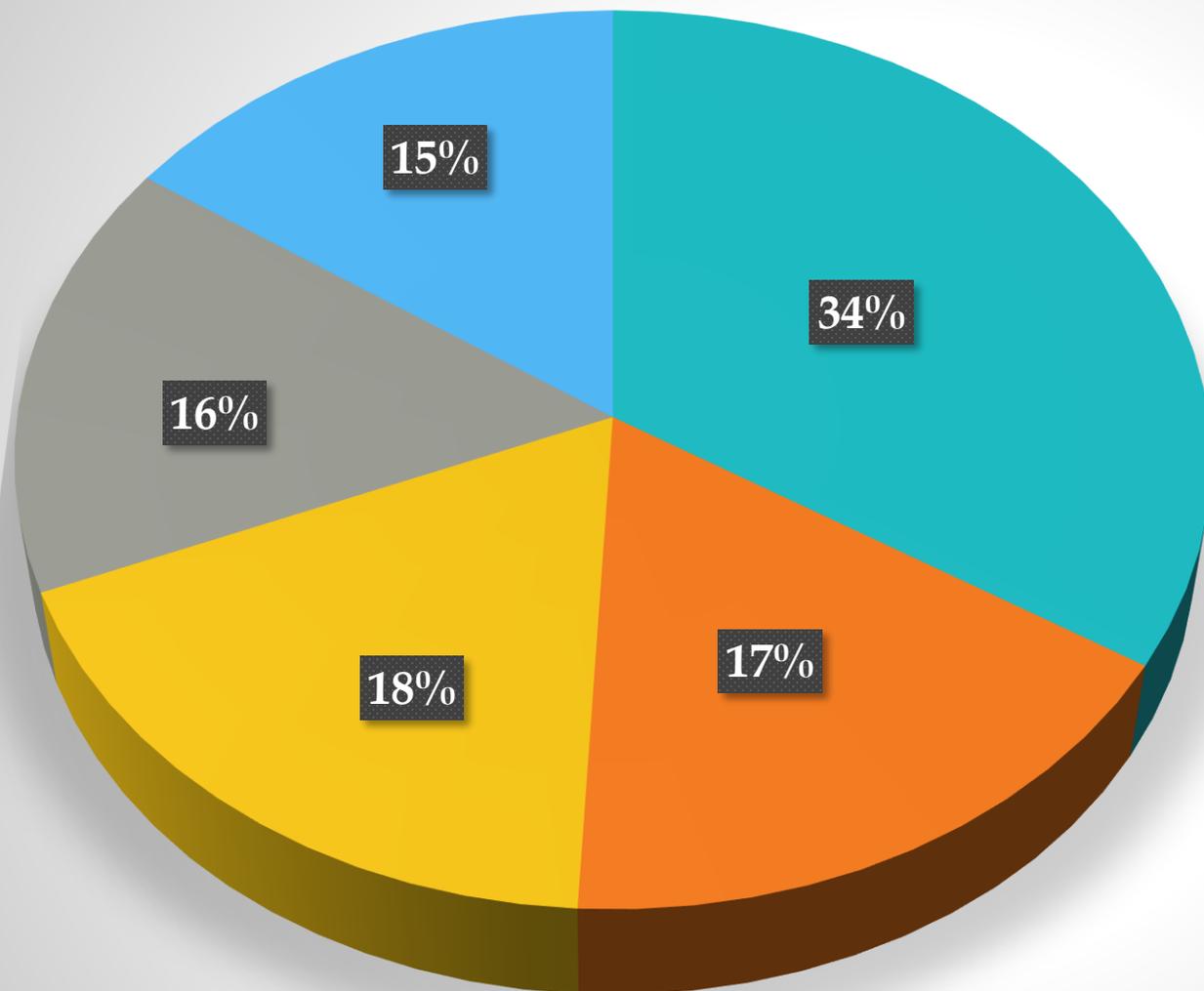
Инструмент: Yandex Metrika.



Выбираем категории с положительным аффинити-индексом*!

*Аффинити-индекс – отношение доли посетителей с заданным интересом на этом сайте к среднестатистической доле посетителей с этим же интересом на всех сайтах интернета.

Целевая аудитория по коммерческим интересам



- Автомобили
- Бизнес
- Недвижимость
- Обустройство
- Финансы

Как правильно определить целевую аудиторию?

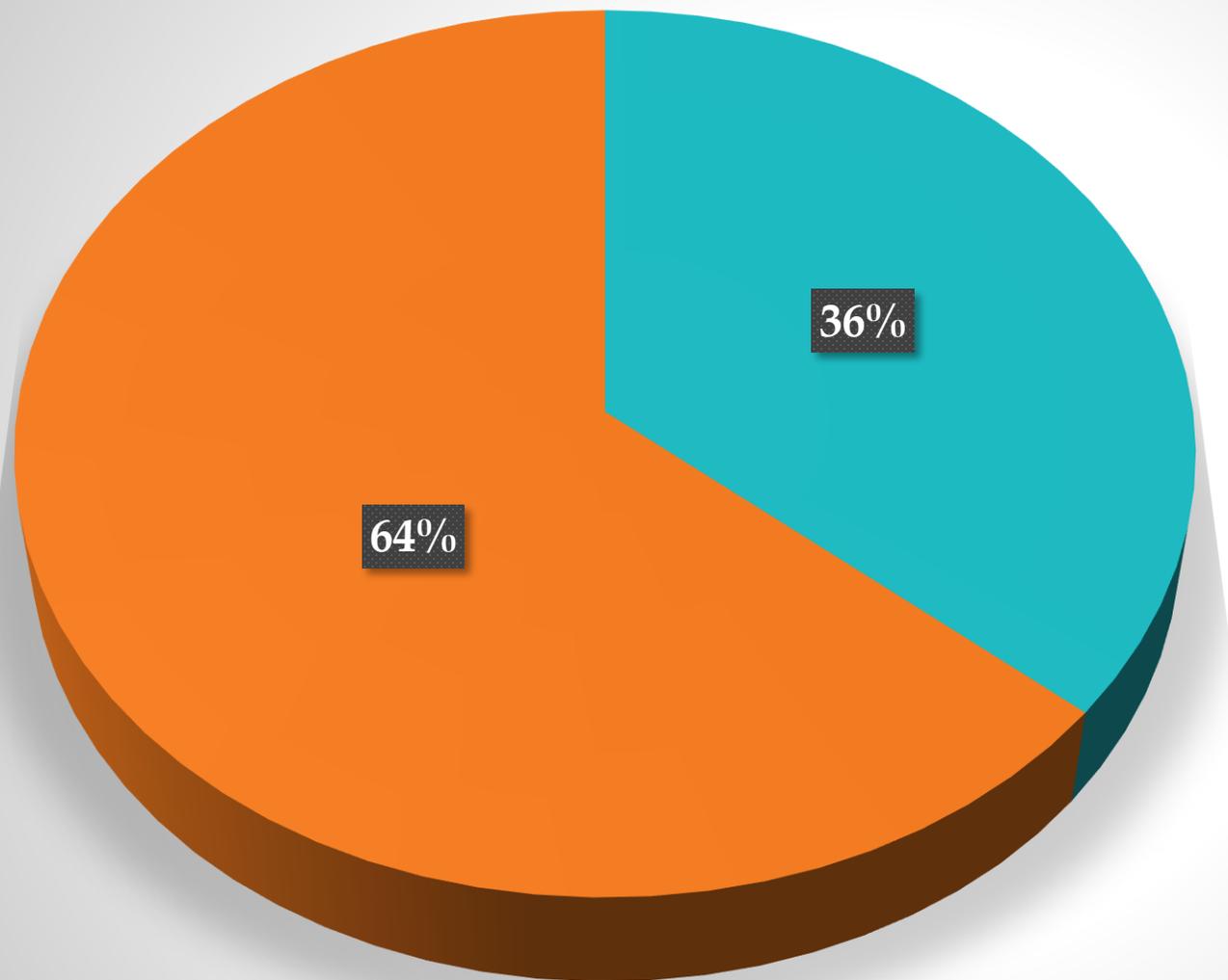
Целевая аудитория: демография (по полу и возрасту).

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



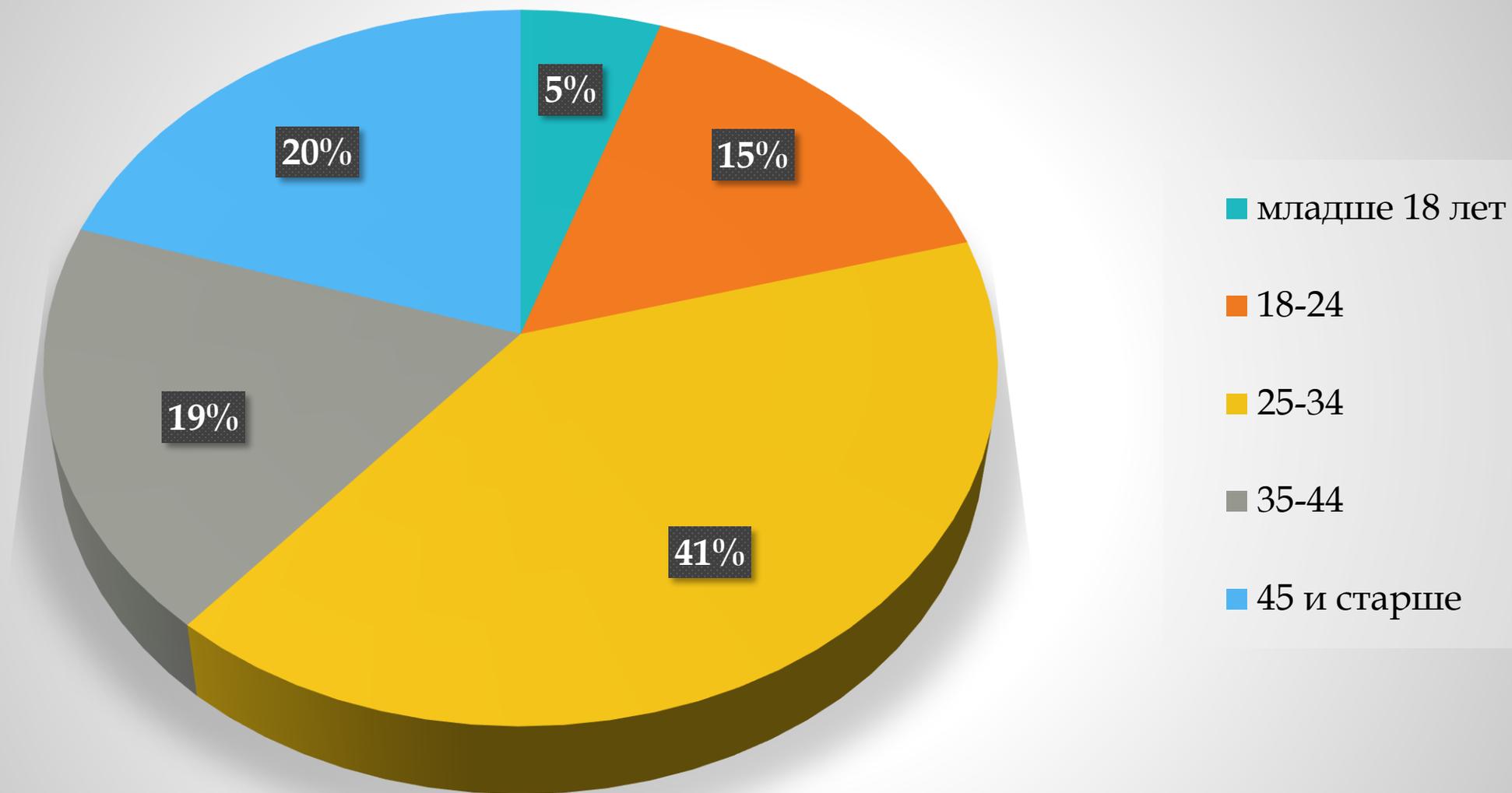
Целевая аудитория по полу (демография)



Женщины

Мужчины

Целевая аудитория по возрасту (демография)



Как правильно определить целевую аудиторию?

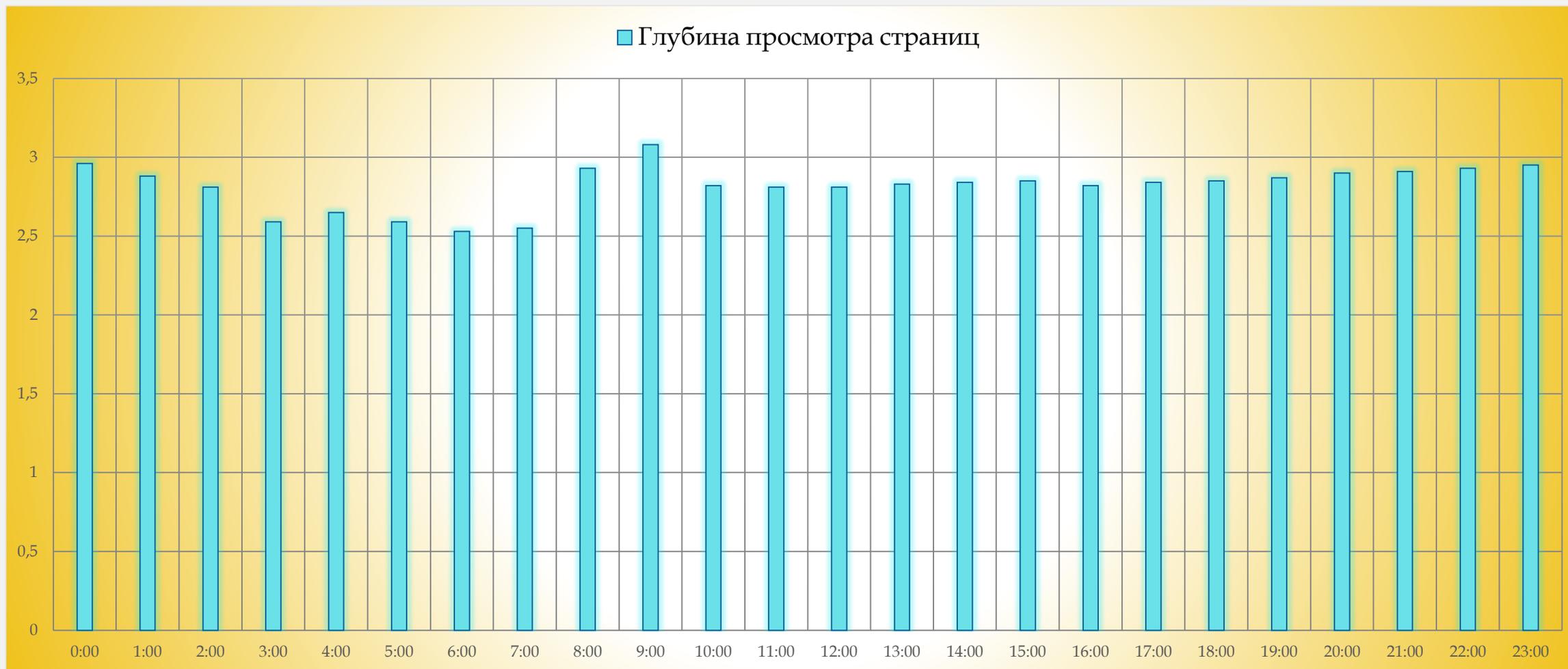
Целевая аудитория: по времени суток.

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



Целевая аудитория по времени суток



Как правильно определить целевую аудиторию?

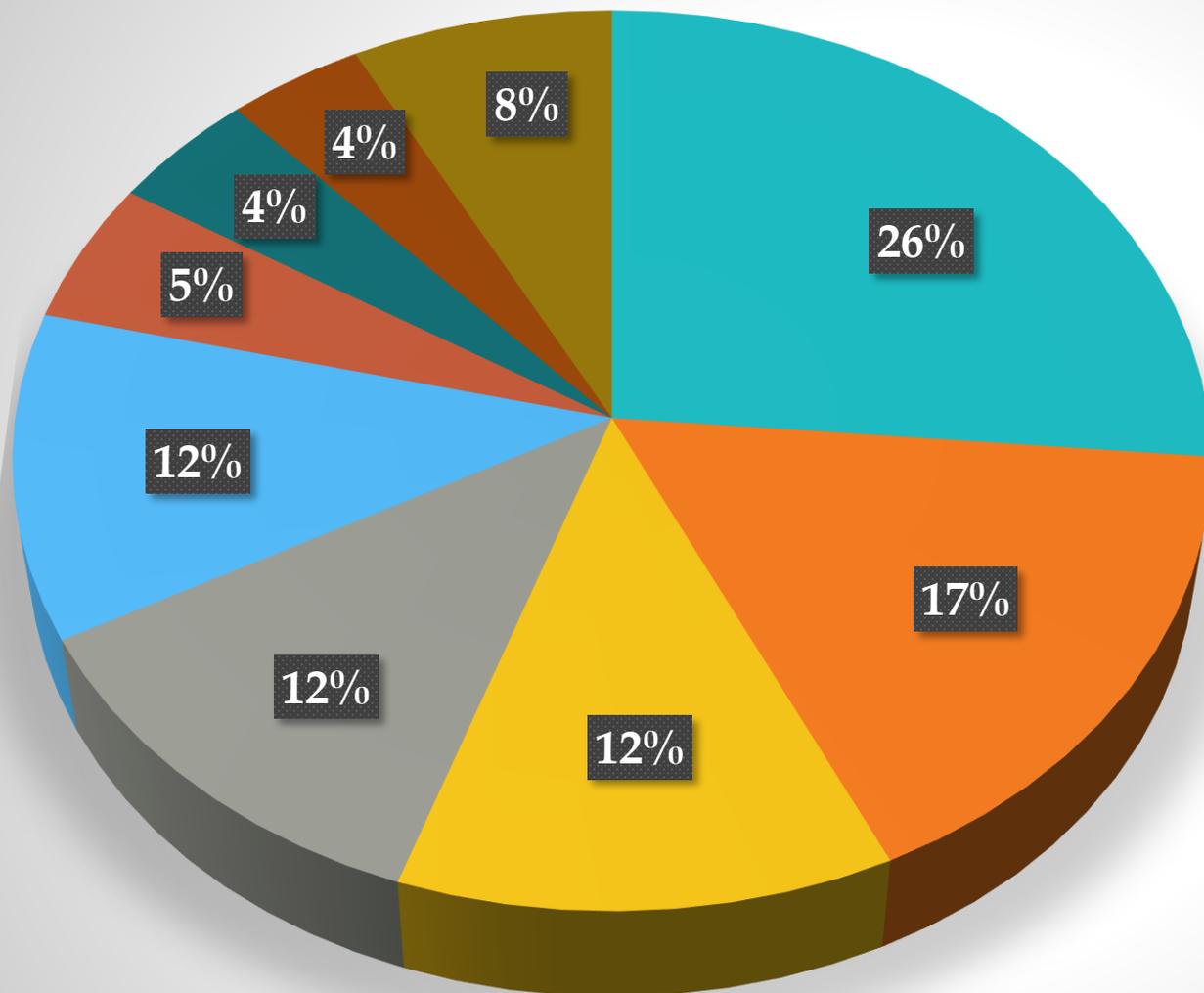
Целевая аудитория: по браузерам.

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



Целевая аудитория по браузерам



- Google Chrome
- Opera
- Яндекс.Браузер
- Firefox
- Internet Explorer
- Android Browser
- Chrome Mobile
- Mobile Safari
- Остальные

Как правильно определить целевую аудиторию?

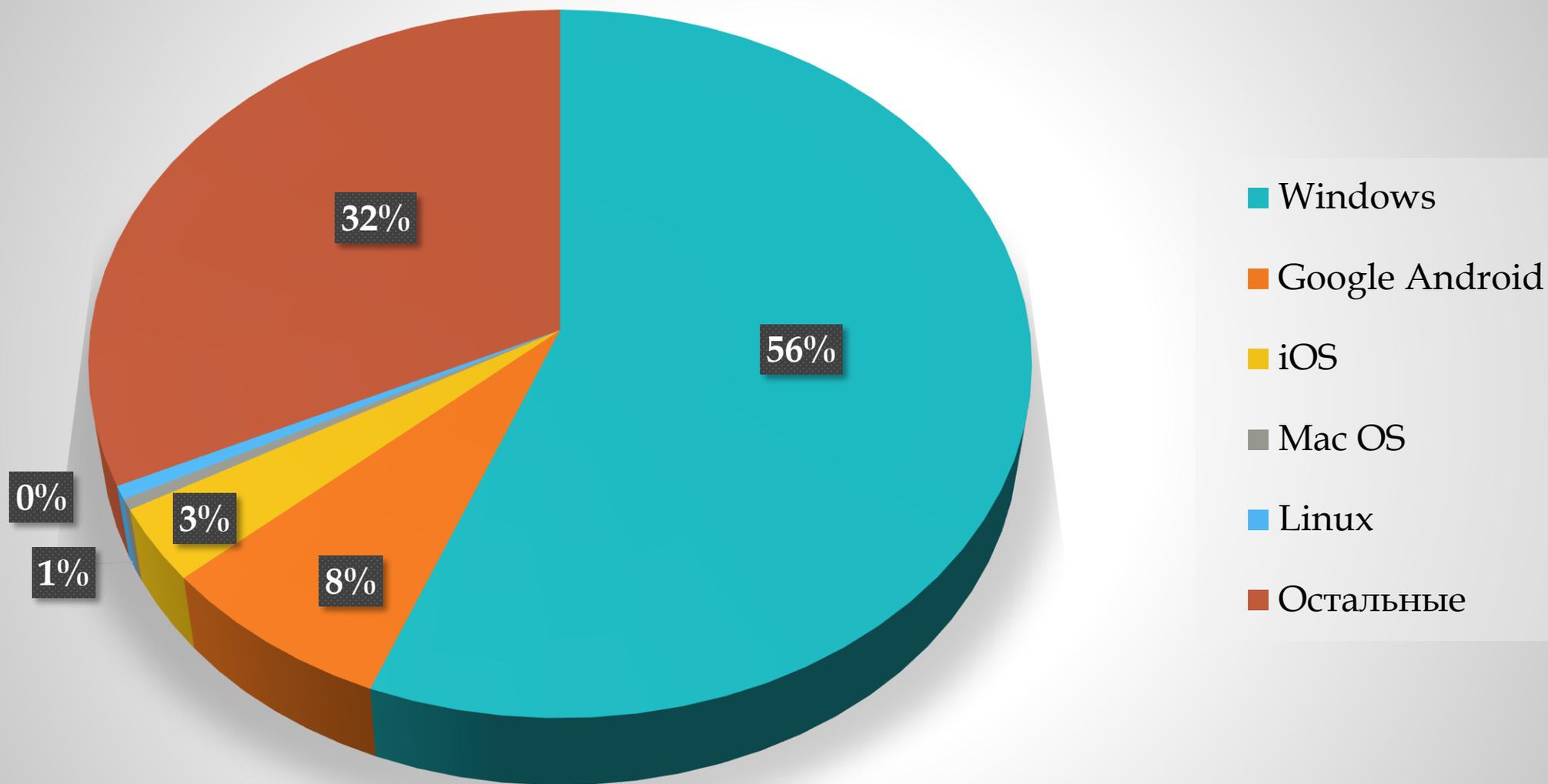
Целевая аудитория: по операционным системам.

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



Целевая аудитория по операционным системам



Как правильно определить целевую аудиторию?

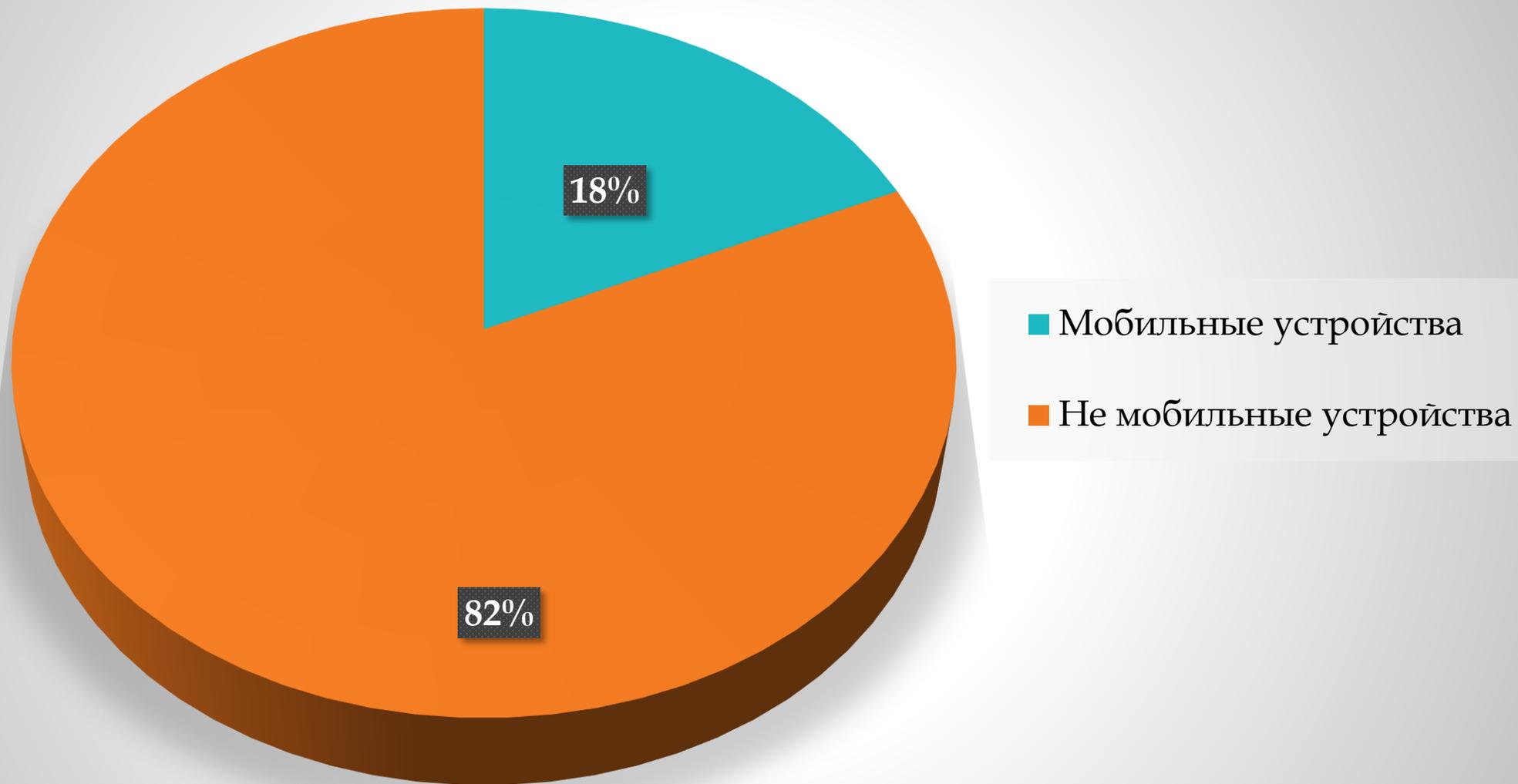
Целевая аудитория: по типам устройств.

Период: календарный год.

Инструмент: Yandex Metrika.



Целевая аудитория по типам устройств



Какие конверсии на сайте ведут к продаже?

$$\text{Конверсия} = \frac{\text{Кол-во заявок}}{\text{Кол-во визитов}} \times 100$$

Какие конверсии на сайте ведут к продаже?

Звонки

Заявка
«Забронировать»

Онлайн-
консультации

Обратные
звонки

Страница
«Контакты»

Заявка
«Кредит»

Заявка
«Trade In»

Проверка форм на сайте

Наша география: Москва и область, регионы РФ.

Формы: доступны для всех регионов,

бесплатные звонки (8-800).

Юзабилити: доработаны формы.

Автокредит в Москве

для жителей Москвы и регионов РФ

Оформите он-лайн заявку на кредит и получите подарки



Оплата поездки



2 платежа по кредиту



Страховой полис



Ставка 5,7%



Скидка 30000руб



Укажите ваши личные данные

ФИО *	Место постоянной регистрации (по паспорту) *
<input type="text" value="Например: Петров Иван Иванович"/>	<input type="text" value="Выбрать"/>
Контактный телефон *	Ежемесячный доход в рублях
<input type="text" value="Например: +7(495)XXX-XX-XX"/>	<input type="text"/>
Дата рождения *	Первоначальный взнос в рублях
<input type="text" value="..."/> / <input type="text" value="Месяц"/> / <input type="text" value="Год"/>	<input type="text"/>
E-mail	Тип занятости
<input type="text"/>	<input type="text" value="Выбрать"/>

Какой автомобиль вы хотите приобрести?

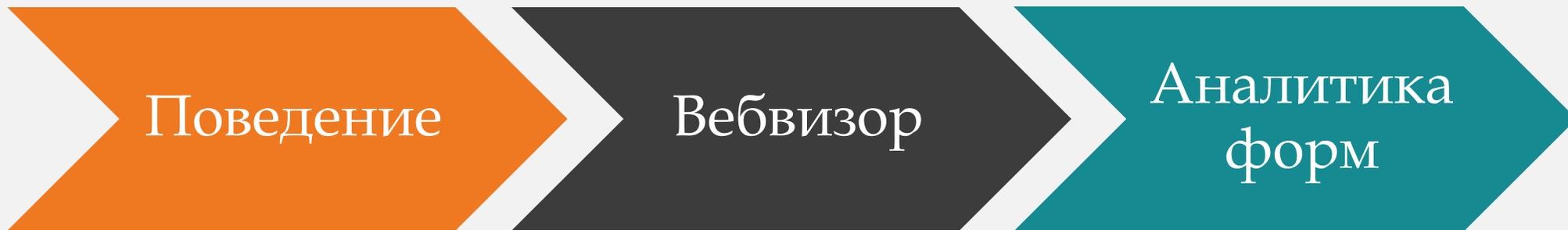
Марка	
<input type="text" value="Выберите марку"/>	
Модель	
<input type="text" value="Выберите модель"/>	
Комплектация	
<input type="text" value="Выберите комплектацию"/>	
Цвет автомобиля	
<input type="text" value="Выберите цвет"/>	

ОТПРАВИТЬ ОН-ЛАЙН ЗАЯВКУ

Как проверить результаты доработки юзабилити?

Период: доступна статистика только за последние 2 недели.

Инструмент: Yandex Metrika.

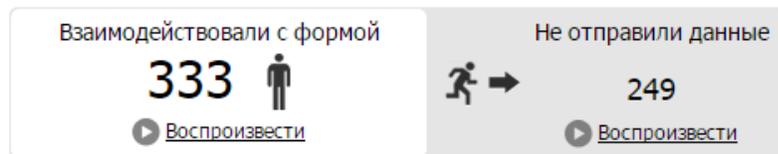


Результаты доработки юзабилити

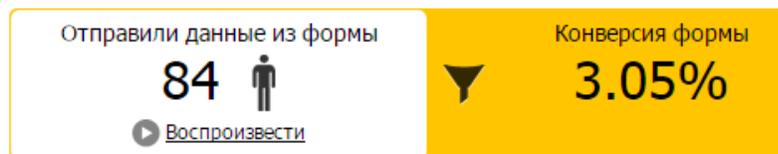
Сентябрь 2014



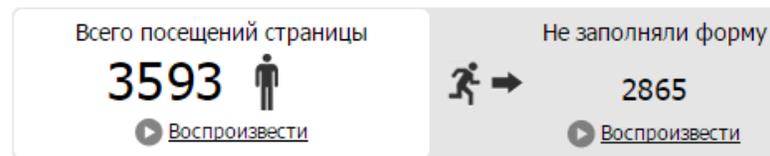
12.1%



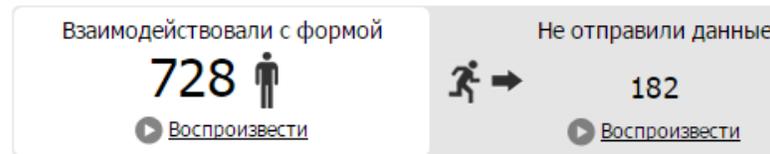
25.23%



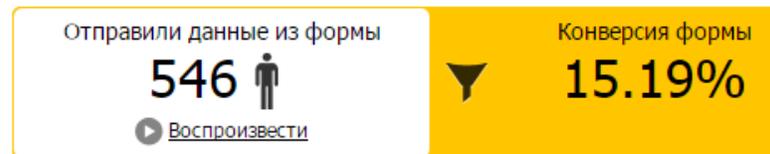
Февраль 2015



20.25%



75%



Средняя стоимость конверсии

Период: 3 месяца.

Важно учесть: источники трафика и регионы.

$$\text{Цена клика} = \frac{\text{Бюджет (данного региона)}}{\text{Сумма кликов (данного региона)}}$$

$$\text{Цена конверсии} = \frac{\text{Бюджет (данного региона)}}{\text{Сумма конверсий (данного региона)}}$$



Средняя стоимость конверсии

Источник	Цена клика	Цена конверсии
Direct Москва	13,81 руб.	107,08 руб.
Direct МО	15,37 руб.	105,06 руб.
Direct Регионы РФ	9,76 руб.	221,38 руб.
Adwords Москва	5,87 руб.	149,55 руб.
Adwords МО	5,89 руб.	18,12 руб.

Средняя стоимость кредитной заявки

Период: 3 месяца.

Важно учесть: источники трафика и регионы.

$$\text{Цена кредитной заявки} = \frac{\text{Бюджет (данного региона)}}{\text{Сумма кредитных заявок (данного региона)}}$$



Средняя стоимость кредитной заявки

Источник	Цена кредитной заявки
Direct Москва	2247,19 руб.
Direct МО	2197,38 руб.
Direct Регионы РФ	1702,76 руб.
Adwords Москва	2561,42 руб.
Adwords МО	349,63 руб.

Выбор метода решения поставленных задач

Новый источник трафика



Что могло бы нас остановить при выборе этого метода?

Неудачный опыт SMM

Период для анализа: календарный год.

Параметр	Цена	Сравнение с другими источниками
Стоимость перехода	78,2 руб.	Дороже в 7,7 раз
Средняя цена конверсии	1090 руб.	Дороже в 9 раз
Стоимость кредитной заявки	6380 руб.	Дороже в 3,5 раза

Возможности таргетинга в Mail.ru

Точный таргетинг на ЦА с возможностью сегментации для выявления наиболее эффективной аудитории.

- Пол (мужчины и женщины)
- Интересы (автомобили, бизнес, финансы: автокредиты).
- Возраст (21-60, сегментация по 4 года).
- Геотаргетинг (центральные регионы РФ – 17 регионов).
- Время показа (круглосуточно).

Наша аудитория в Mail.ru

Аудитория Таргет Mail.ru	Охват/человек
География: 17 центральных регионов РФ	16 364 000
По полу: мужчины+женщины	19 264 000
По возрасту: 21-60	25 370 000
Интересы: авто, бизнес, финансы: автокредиты	31 297 000
С учетом всех таргетингов	8 440 000

Настройка рекламных кампаний в Таргет Mail.ru

Цель:

- Максимальное число кредитных заявок



Настройка рекламных кампаний в Таргет Mail.ru

Рекомендации по написанию креативов:

- Объявление (креатив) должно соответствовать цели.
- Используйте яркие картинки.
- Информативные заголовки.
- Описание преимуществ в тексте.
- Призыв к действию.

Настройка рекламных кампаний в Таргет Mail.ru

Рекомендации по организации и ведению аккаунта:

- Разбивка на кампании по настройкам таргетинга.
(17 регионов * 10 возрастных групп * 3 вида интересов * пол(м+ж) = 510 кампаний)
- Написание креативов.
(15 целевых URL * 5 картинок * 5 заголовков * 5 текстов = 1875 объявлений)
- Дублирование креативов во все кампании.
(510 кампаний * 1875 объявлений = 956 250 объявлений)
- Оптимизация аккаунта: отключение дорогих и малоэффективных объявлений и кампаний.
(Осталось: 170 кампаний и 12 850 объявлений)
- Использование новых посадочных страниц и новых креативов.

Настройка рекламных кампаний в Таргет Mail.ru

Сколько времени заняла ручная настройка аккаунта?



Настройка рекламных кампаний в Таргет Mail.ru

Автоматизация:

- Создание 510 кампаний = 15 минут.
- Написание 1875 креативов = 30 минут.
- Копирование объявлений во все кампании = 30 минут.
- Оптимизация аккаунта = автоматически (ежедневно и непрерывно!).

Результаты

Источник	CTR	Конверсия	Цена конверсии	Цена кредитной заявки
Direct Москва	0,26 %	12,9 %	107,08 руб.	2247,19 руб.
Direct МО	0,3 %	14,64 %	105,06 руб.	2197,38 руб.
Direct Регионы	0,38 %	4,41 %	221,38 руб.	1702,76 руб.
Adwords Москва	1,27 %	3,93 %	149,56 руб.	2561,42 руб.
Adwords МО	1,29 %	32,54 %	18,12 руб.	349,63 руб.
Target Mail (Регионы)	0,04 %	8,11 %	132,89 руб.	1000 руб.
SMM	-	7,17 %	1090,91 руб.	6382,98 руб.

Заключение

Выводы:

- **Таргет Mail** оказался одним из самых **эффективных источников** для поставленной задачи.
- **Таргет Mail** имеет самый **низкий CTR**, но **лучшую цену** кредитной заявки для регионов.

CTR и Конверсия – косвенные показатели по которым не стоит судить об эффективности рекламного канала.

- **Мое предположение** о неэффективности трафика из социальных сетей **оказалось не верным.**

Совет:

*старайтесь не делать предположений,
а если и делаете их,
то все равно потом тестируйте.*



Рекомендуемая литература:

Джон Кейплз



ПРОВЕРЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕКЛАМЫ

Предисловие Дэвида ОГИЛВИ

Обновленная редакция Фреда ХАНА

Джон Кейплз

«Проверенные методы рекламы»

Digital Marketing



Анна Ахтанина

www.akhtanina.ru

anna@akhtanina.ru

+7 (926) 336-12-27