



Как настроить медийную
рекламу в Директе и отследить
её вклад в конверсии

Грузовичкоф

Грузоперевозки

Задачи

1. Протестировать медийную рекламу в Директе
2. Охватить аудиторию без сформированной потребности в перевозке
3. Монетизировать охваченный сегмент

Использовали

- › Яндекс.Директ
 - Медийная реклама
 - Поисковая реклама
- › Яндекс.Аудитории
- › Яндекс.Метрика

Период: март — апрель 2018 г.

Новый медийный баннер в Директе поддерживает гибкие таргетинги и управление ставками

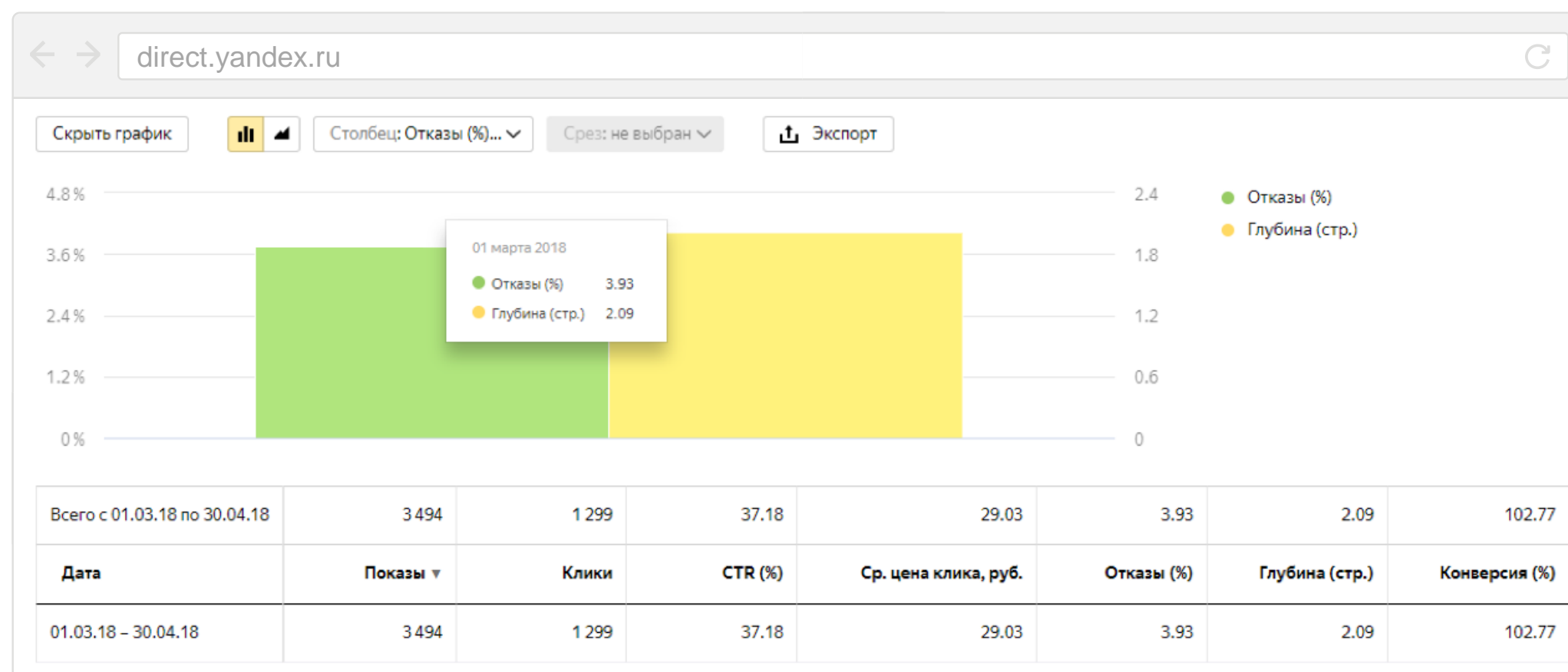
–15%

CPM через неделю размещения

–9%

по сравнению со средним* CPM RTB-аукциона

**По данным Granat, 2017*



–2,5 п.п.

% отказов

+0,2 п.п.

глубина просмотра

+6 п.п.

конверсия по всем целям

По сравнению с теми, кто не видел баннер

Грузовичкоф

Индустрия: Услуги

Федеральный

Грузоперевозки
guzovichkof.ru

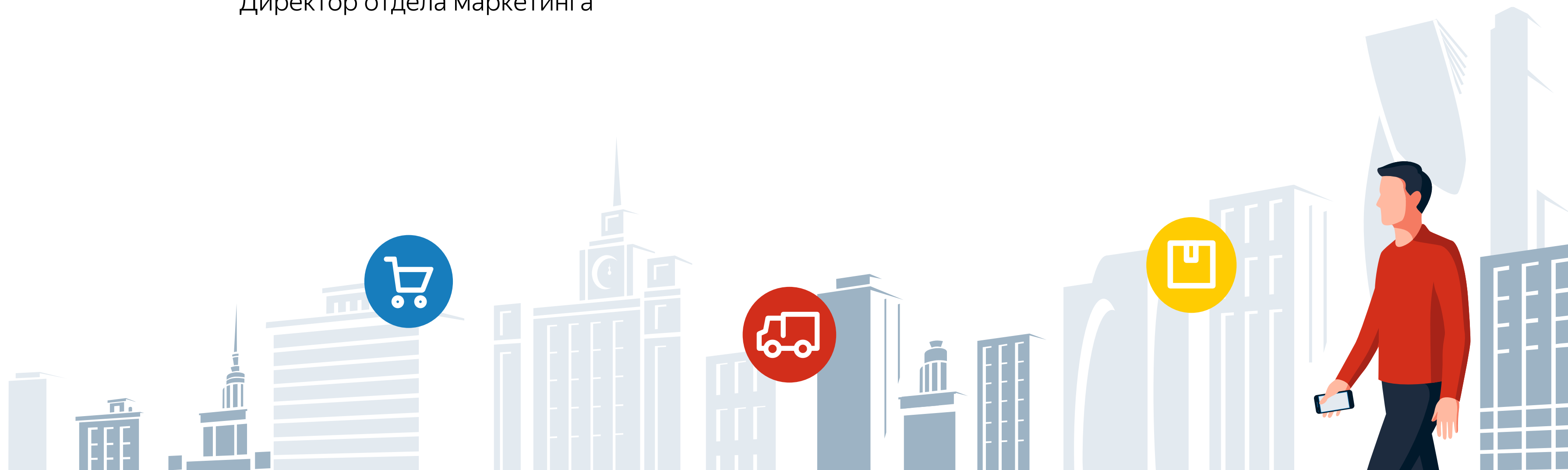
2005

год основания

Юлия Долгушина
Директор отдела маркетинга

899 тыс.

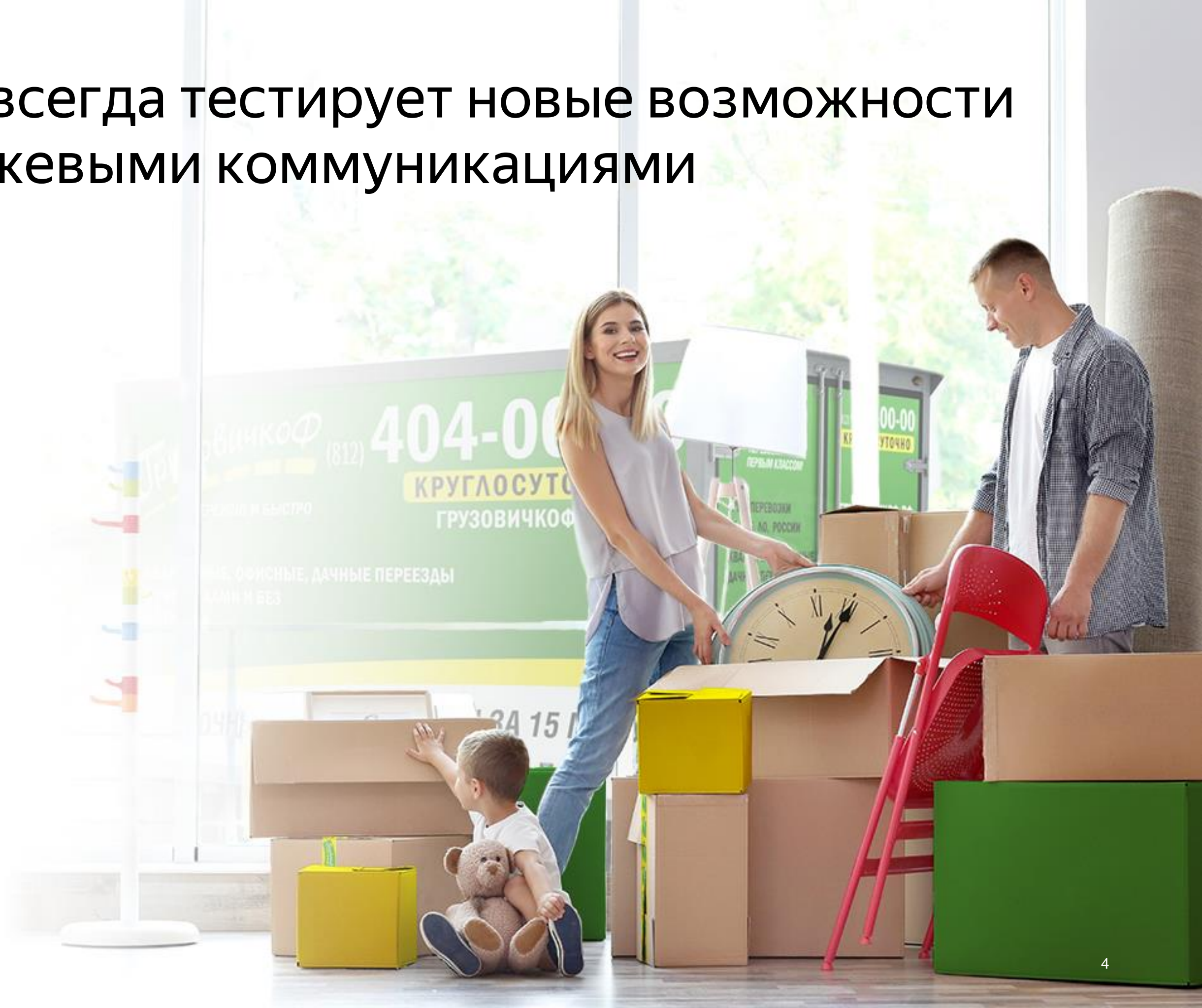
заказов обработано
в 2017 г.



Растущий бизнес всегда тестирует новые возможности управления имиджевыми коммуникациями

Цель компании к 2021 году — лидерство на рынке малотоннажных перевозок в России и СНГ. Для повышения узнаваемости бренда нужно регулярно обращаться к аудитории, у которой нет сформированной потребности в перевозке (дачный, квартирный, офисный и др. переезды.), но может появиться.

Компания регулярно размещала медийную рекламу, в т.ч. через RTB-аукцион на Яндексе.



Новый формат медийной рекламы в Директе позволяет точнее настроить таргетинг и управлять показами

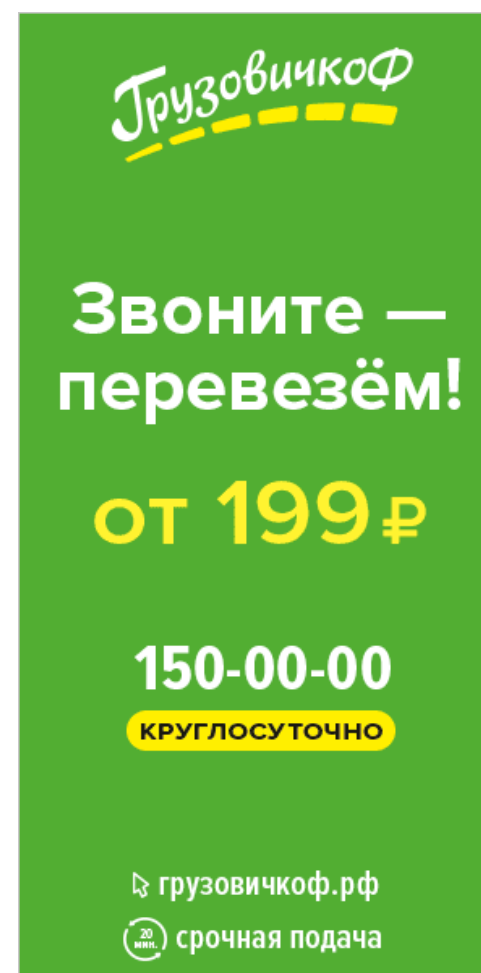
| Инструмент | RTB-аукцион | Медийный баннер в Директе |
|---|--------------------|----------------------------|
| Геотаргетинг | До региона | До города |
| Детализация по городам | – | + |
| Ключевые фразы | – | + |
| Расширенный геотаргетинг (при показе по ключевым фразам) | – | + |
| Вкл/выкл площадки РСЯ | Только РСЯ целиком | Отдельные площадки |
| Временной таргетинг | – | + |
| Таргетинг по интересам | До 2 интересов | До 3 групп по 10 интересам |
| Ручное управление ставками | – | + |
| Снижение цены повторных показов | – | + |
| Автоотключение при отказе сайта | – | + |
| Библиотека и конструктор креативов | – | + |

Шаг 1:

Настроили
отслеживание
аудитории
по пикселю

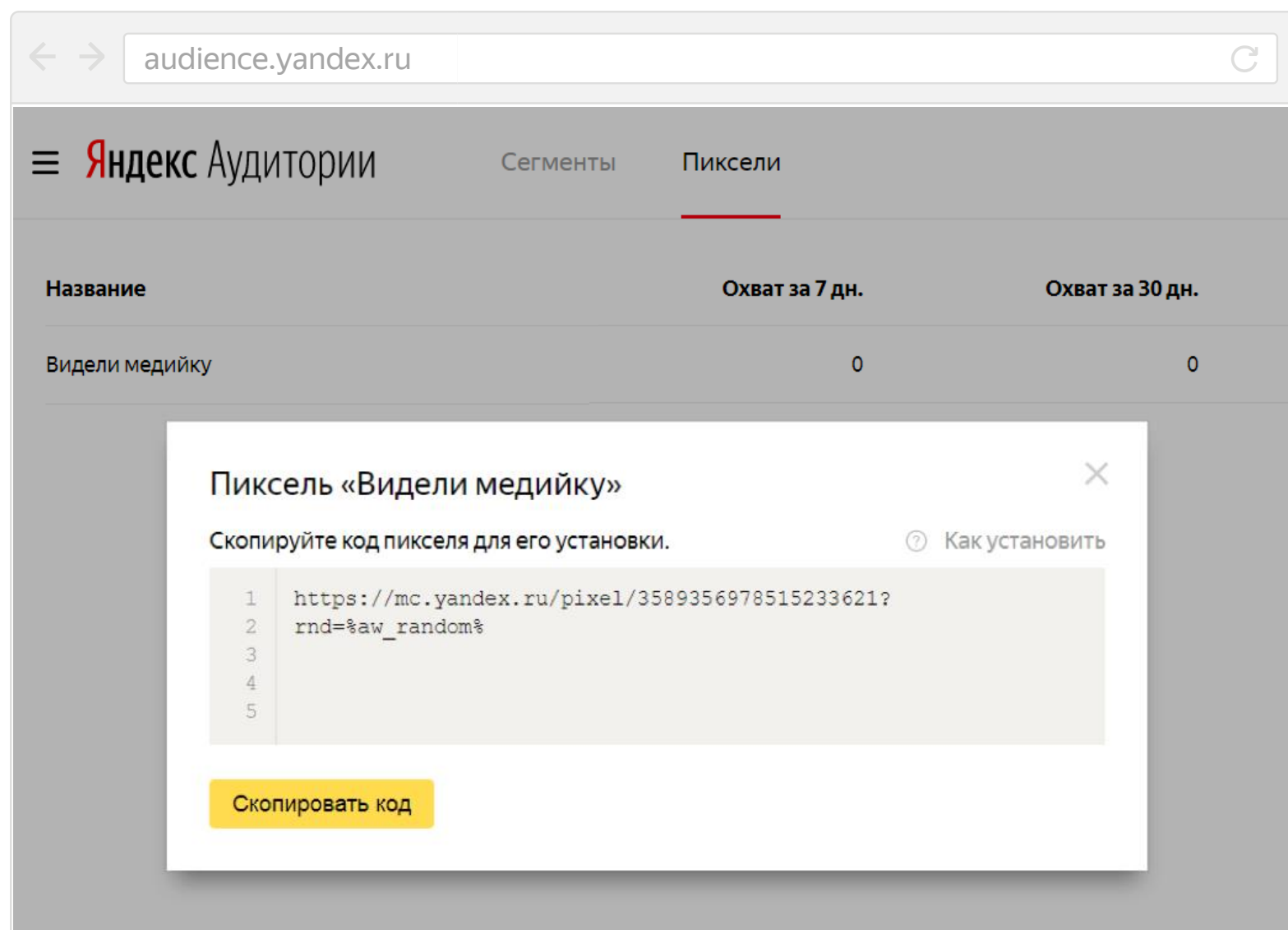
Подготовили максимум форматов одного креатива про «переезд без приключений»

Самые популярные размеры баннеров в РСЯ — 240x400 и 728x90 для стационарных устройств и 300x250 и 320x50 для мобильных в анимированном формате gif.



Для отслеживания результатов баннера в Аудиториях создали пиксель и добавили в баннеры

Пиксель в Аудиториях



← → audience.yandex.ru

Яндекс Аудитории

Сегменты Пиксели

| Название | Охват за 7 дн. | Охват за 30 дн. |
|----------------|----------------|-----------------|
| Видели медийку | 0 | 0 |

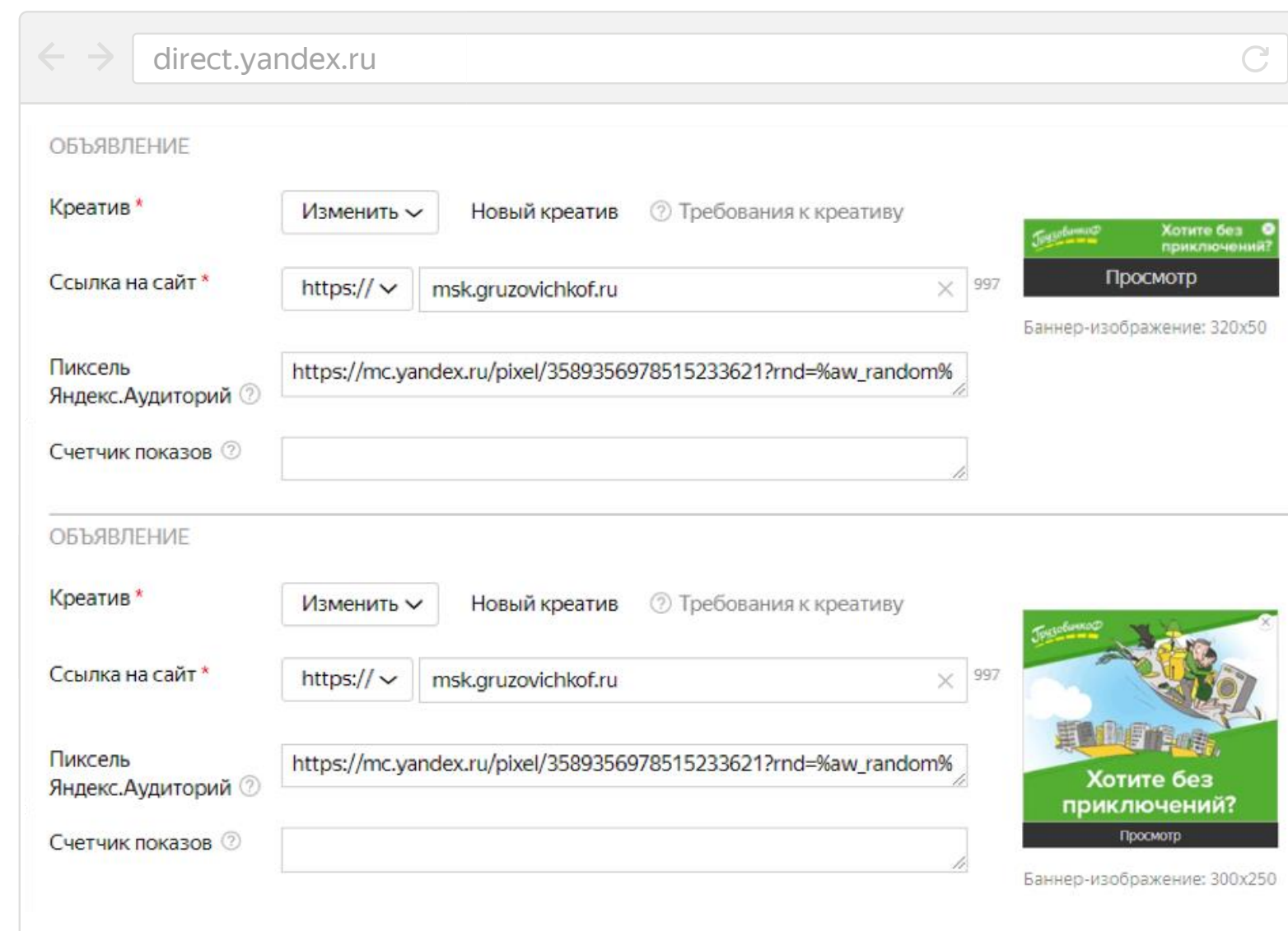
Пиксель «Видели медийку»

Скопируйте код пикселя для его установки. ? Как установить

```
1 https://mc.yandex.ru/pixel/3589356978515233621?
2 rnd=%aw_random%
3
4
5
```

Скопировать код

Добавили код к баннерам



← → direct.yandex.ru

ОБЪЯВЛЕНИЕ

Креатив * Изменить ▾ Новый креатив ? Требования к креативу

Ссылка на сайт * https:// ▾ msk.gruzovichkof.ru × 997

Пиксель Яндекс.Аудиторий ? https://mc.yandex.ru/pixel/3589356978515233621?rnd=%aw_random%

Счетчик показов ?

Баннер-изображение: 320x50

ОБЪЯВЛЕНИЕ

Креатив * Изменить ▾ Новый креатив ? Требования к креативу

Ссылка на сайт * https:// ▾ msk.gruzovichkof.ru × 997

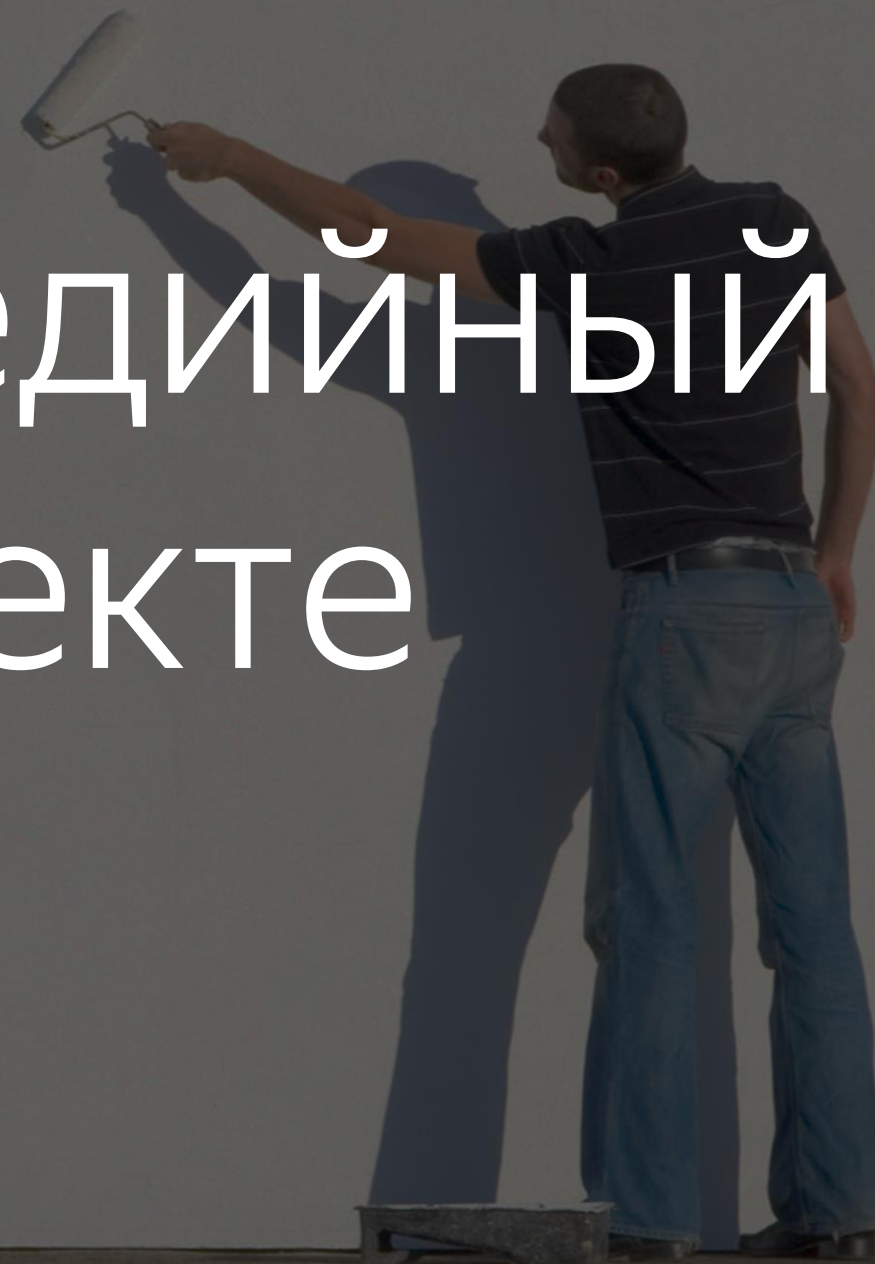
Пиксель Яндекс.Аудиторий ? https://mc.yandex.ru/pixel/3589356978515233621?rnd=%aw_random%

Счетчик показов ?

Баннер-изображение: 300x250

Шаг 2:

Настроили медийный
баннер в Директе



Баннеры таргетировали на Москву и Балашиху для аудитории 18+ с тематическими интересами

Таргетинг по интересам должен помочь найти пользователей, которым в ближайшее время могут понадобиться услуги переезда.

Выбрали интересы:

- › Грузоперевозки и транспортные услуги
- › Крупная техника для кухни
- › Недвижимость,
- › Дача и сад
- › Дизайн интерьера
- › Мебель
- › Ремонт.

The screenshot shows the Yandex.Direct targeting interface. The browser address bar displays `direct.yandex.ru`. The main section is titled "Ремонт" (Repair). Below it, there's a section "Набор интересов 1" (Interest set 1) with a dropdown menu set to "За любой период" (For any period). The interface is split into two columns. The left column, titled "Кликните на интерес для выбора" (Click on interest for selection), lists various interests with checkboxes: "Дача и сад" (checked), "Дизайн интерьера" (checked), "Мебель" (checked), "Ремонт" (checked), "Системы «Умный дом»" (unchecked), "Системы охраны и сигнализации" (unchecked), "Телеком" (unchecked), "Транспорт" (unchecked), "Финансы" (unchecked), and "Электроника" (unchecked). The right column, titled "Выбрано 7 из 10" (7 of 10 selected), lists the selected interests: "Грузоперевозки и транспортные услуги", "Крупная техника для кухни", "Недвижимость", "Дача и сад", "Дизайн интерьера", "Мебель", and "Ремонт". To the right of the interest selection, there's a "Прогноз охвата за 7 дней" (7-day reach forecast) section showing "6.06 млн" (6.06 million) out of "21.93 млн" (21.93 million). Below this, there's a "Настройки группы объявлений" (Ad group settings) section showing "Регионы" (Regions) as "Москва, Балашиха" (Moscow, Balashikha) and "Социально-демографический профиль > Возраст" (Social-demographic profile > Age) as "18–24, 25–34, 35–44, 45–54, от 55". At the bottom of this section, there's a button "Скопировать в буфер обмена" (Copy to clipboard).

Ежедневный мониторинг и гибкое управление ставками снизило CRM и CPC на 15% за первую неделю

Стратегия «Максимум показов по минимальной цене»

Статистика в Директе

← → direct.yandex.ru ↻

Стратегия показов

Ручные стратегии ?

Ручное управление ставками

Автоматические стратегии ?

Снижение цены повторных показов

Максимум показов по минимальной цене

Снижение цены повторных показов ?

Стратегия позволяет получить максимальное количество показов за определенный период при снижении цены каждого следующего показа одному и тому же пользователю. Объявления будут показаны с большей вероятностью тем пользователям, которые еще не видели вашу рекламу. При этом средняя стоимость за тысячу показов будет минимальной и не превысит ту, которую назначил рекламодатель.

☐ период ☒ еженедельно

Бюджет руб.

Средняя цена не более руб. за тысячу показов

5.00300.003 000.00

Сохранить

Отмена

← → direct.yandex.ru ↻

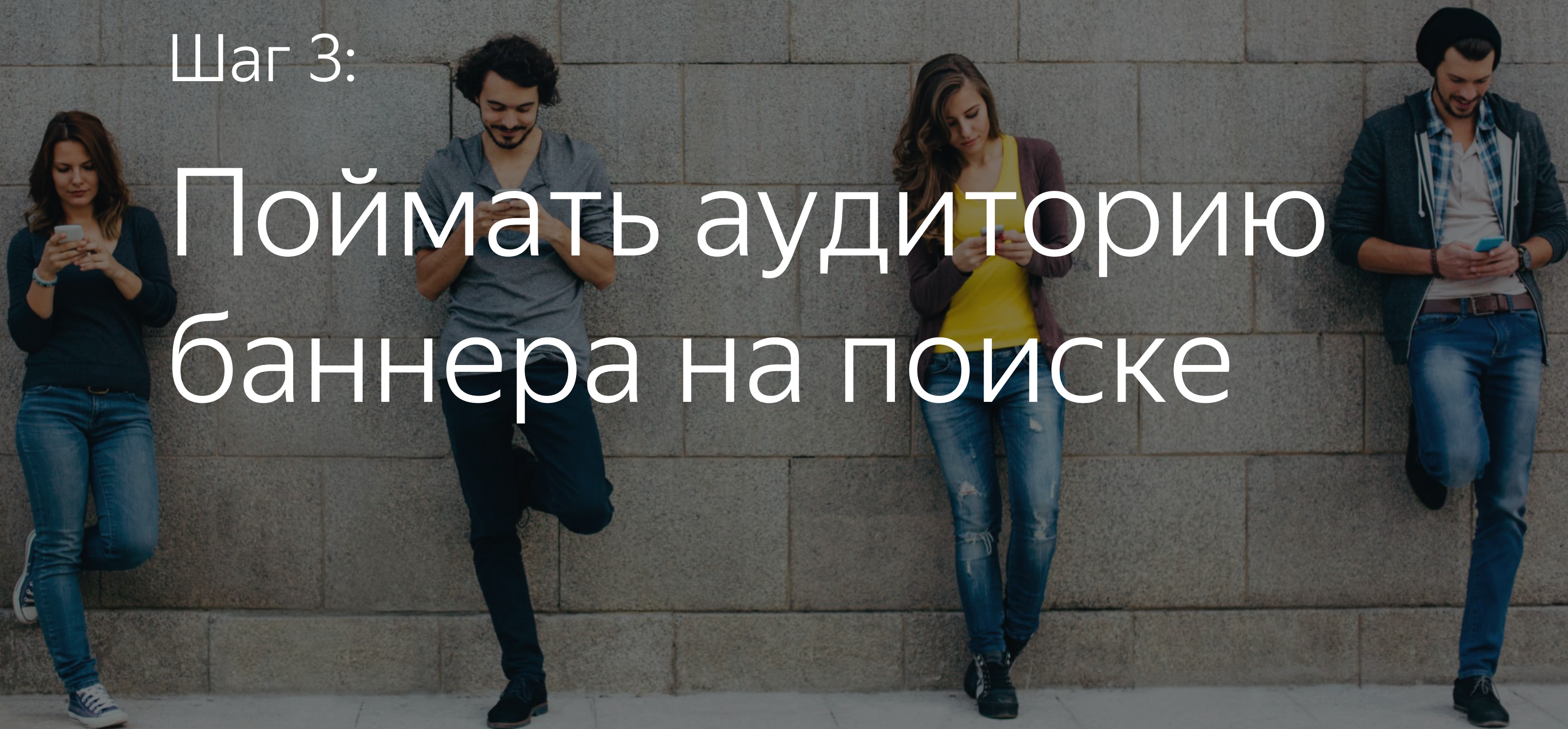
| | | | | | | | |
|------------------------------|-----------|-------|---------|---------|--------------------|-----------------------------|----------------------|
| Всего с 01.03.18 по 30.04.18 | 2 349 169 | 2 064 | 973 280 | 0.09 | 127 531.26 | 54.29 | 61.79 |
| Дата ▲ | Показы | Клики | Охват | CTR (%) | Расход всего, руб. | Ср. цена тыс. показов, руб. | Ср. цена клика, руб. |
| 26.03.18 – 01.04.18 | 1 697 996 | 1 494 | 733 280 | 0.09 | 96 139.10 | 56.62 | 64.35 |
| 02.04.18 – 08.04.18 | 651 173 | 570 | 323 480 | 0.09 | 31 392.16 | 48.21 | 55.07 |

Минимальный тестовый бюджет уже позволил получить огромный охват в сотни тысяч показов. Даже при минимальном CTR 0,9% клики конвертировались в заявки и звонки — хотя не это было целью теста медийки.

11

Шаг 3:

Поймать аудиторию баннера на поиске



За кампанию пиксель собрал в Аудиториях большой сегмент тех, кто видел баннер

На основе пикселя в Аудиториях создали сегмент

Результат — большой сегмент аудитории 25-45 лет на ПК и мобильных

← → audience.yandex.ru ↻

Сегмент на основе пикселя

Название Видели медийку (март-апрель 2018) ×

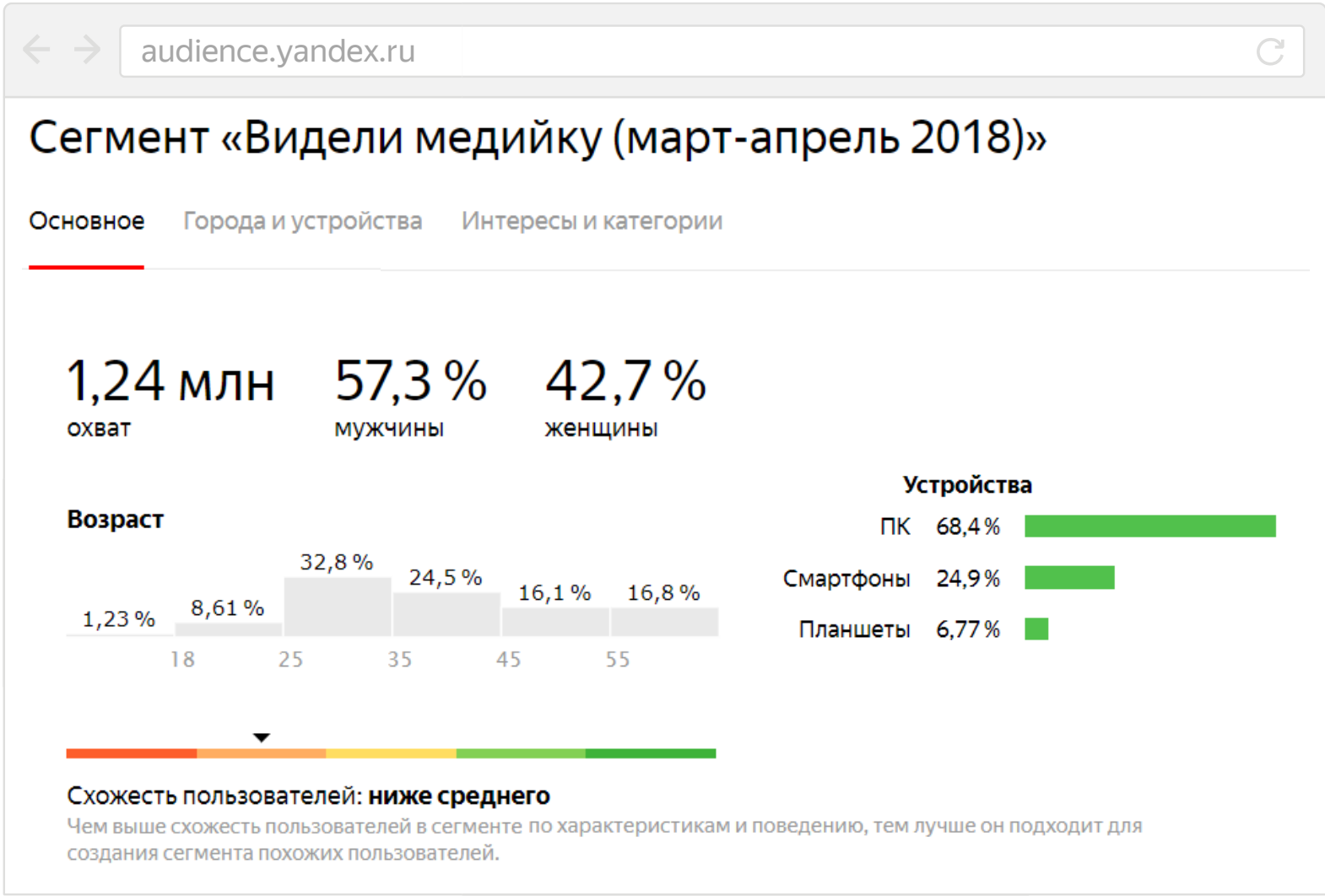
Пиксель Видели медийку ▾

Условия попадания в сегмент

Видел пиксель не более 90 дней назад Обязательное

Видел пиксель более ▾ 1 раза ☐ Откл

Создать сегмент Отмена



Для этой аудитории баннера ставки на поиске повысили

Создали условие подбора аудитории в Директе

direct.yandex.ru

Редктирование условия ретаргетинга и подбора аудитории

Название Видели медийку

Набор правил 1

Выполнено хотя бы одно

1. Сегмент Ауд... Видели медийку пиксель

Прогнозируемое количество посетителей: 1 245 260

Сохранить

Сохранить как новое

Отмена

Для аудитории баннера повысили ставки в поисковых кампаниях от +40% до +150%

direct.yandex.ru

Корректировки ставок

Целевая аудитория

Ретаргетинг и аудитории

Ставка

1. Видели медийку март-апрель

увеличить

150

Новая корректировка

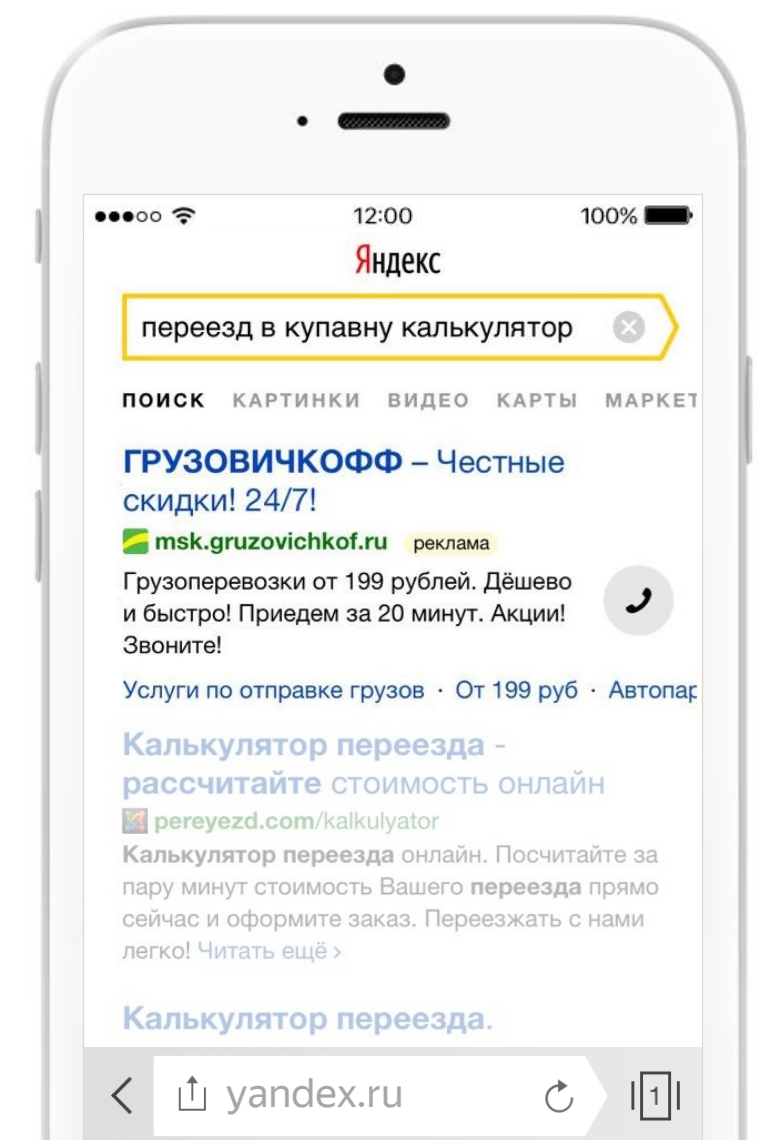
Настройка условий

Сохранить

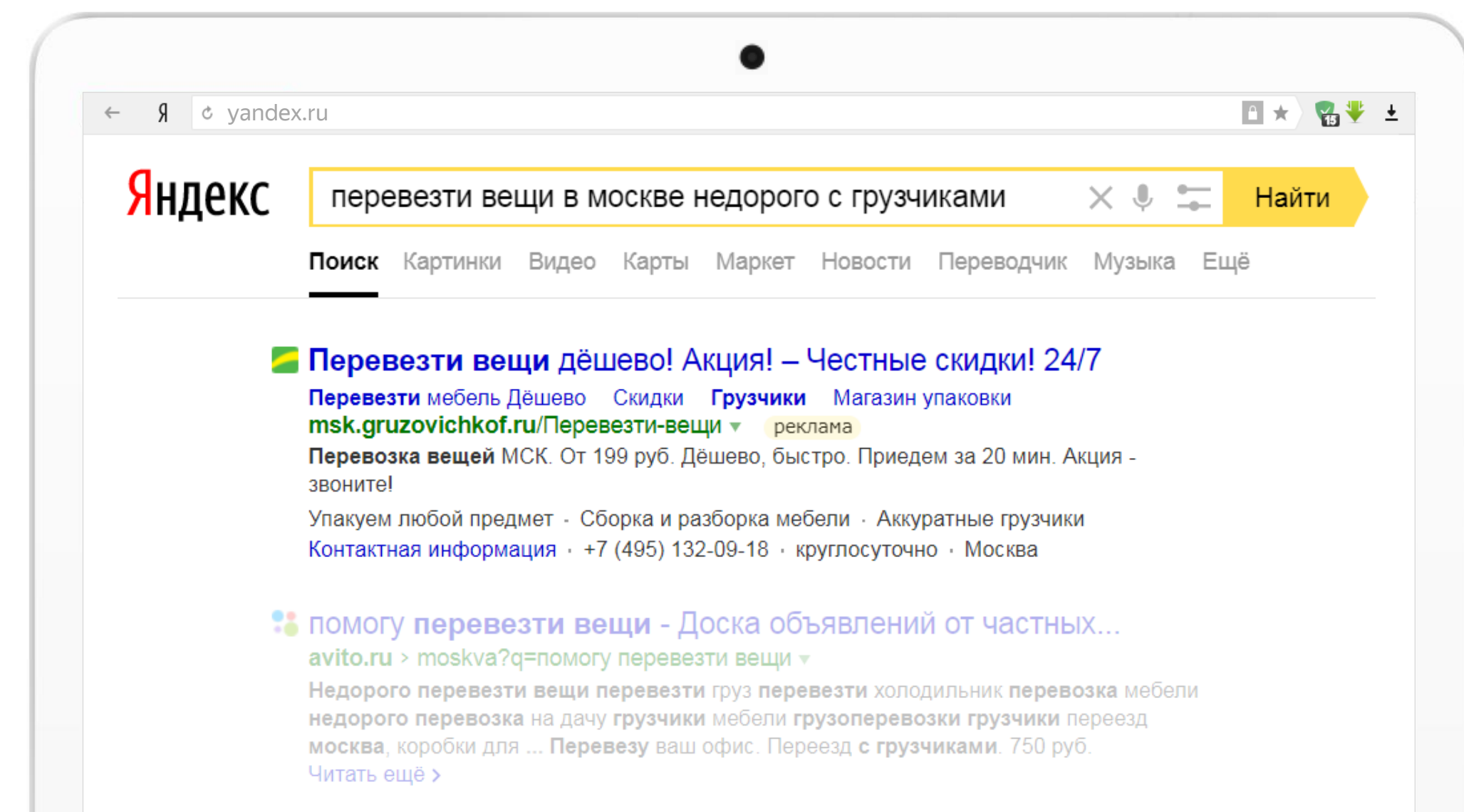
Отмена

Так пользователи, которые уже видели баннер, с большей вероятностью видели и объявления на поиске

На мобильном



На стационарном компьютере



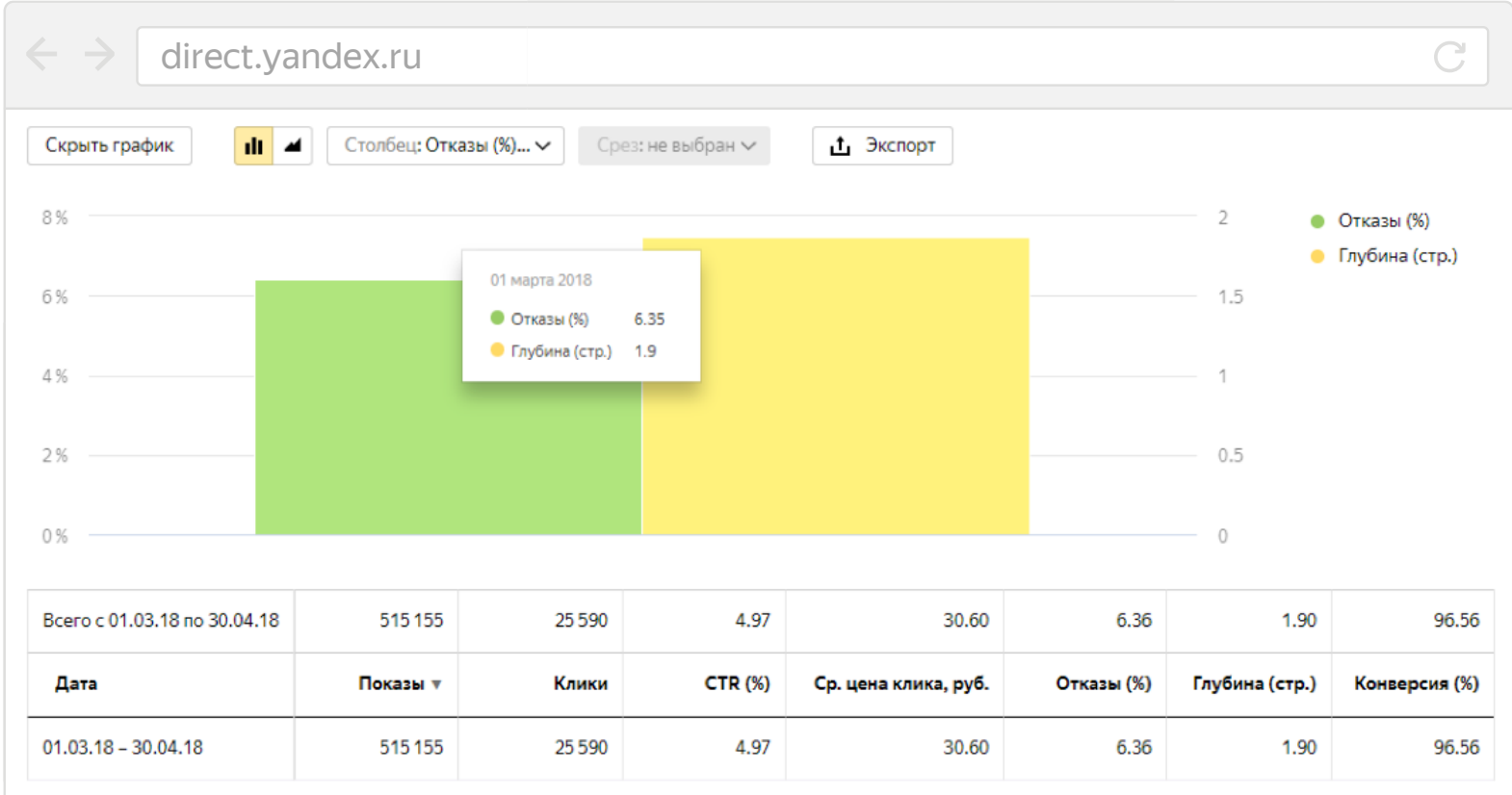
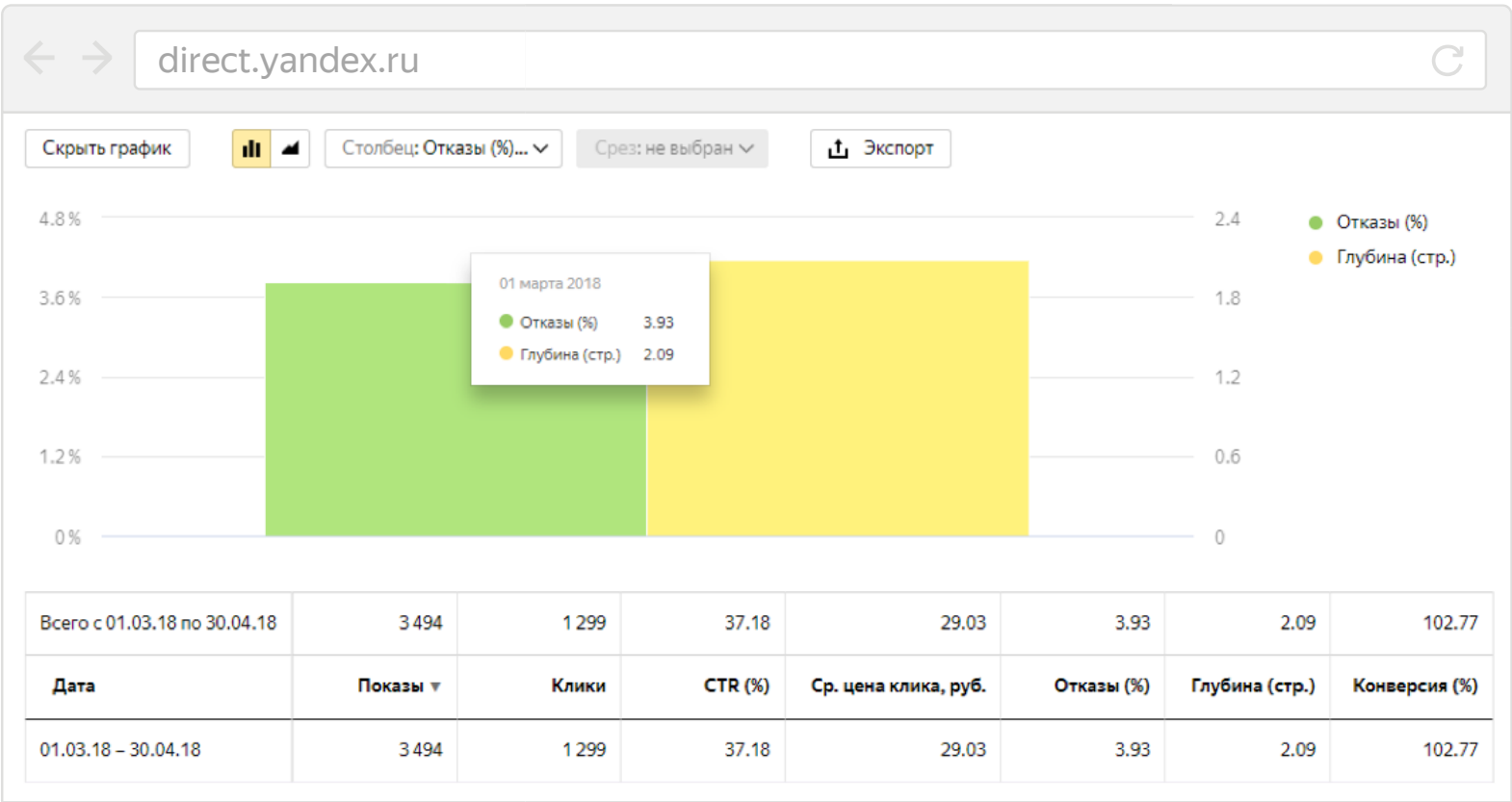


Результаты

Аудитория баннера показала % отказов ниже и % конверсии выше, чем те, кто не видел баннер

Видели медийку

Не видели медийку



У посетителей сайта, которые видели баннер, процент отказов был ниже, глубина просмотра и процент конверсий выше по сравнению с теми, кто не видел баннер. В Мастере отчетов данные конверсий по всем целям: «Звонок», «Заявка», «Оставили данные для обратной связи» (составная цель «Мы перезвоним вам») и т.д.



Новый формат Директа — это прежде всего новая возможность донести до потенциальных клиентов наши преимущества. Кроме того, последние нововведения в медийной рекламе — это новый уровень управления рентабельностью самого размещения.

Юлия Долгушина

Директор отдела маркетинга

“

Мало показать баннер в сетях — нужно ещё и вовремя поймать лояльного пользователя на поиске. Тесты и эксперименты — неотъемлемая часть работы агентства, потому что именно они двигают бизнес. Так что планируем и далее осваивать новые инструменты на практике и экспериментировать с креативной составляющей медийных форматов.

Никита Демидов

Специалист по контекстной рекламе, Granat communications



Кейс подготовлен совместно
с агентством Granat communications

granat-holding.ru

Яндекс

Начните свою историю с Яндексом

Единая платформа Директа работает
с клиентами на всех уровнях воронки продаж

direct.yandex.ru