

Один подход — один исход: 36.6 на перегретом рынке

Федор Зверев,
ведущий аккаунт-менеджер

Группа риска и карантин

- Мебель
- Автомобили
- Кондиционеры
- Финансы и кредитование
- Пластиковые окна
- Строительство (саморегулируемые организации)
- Медицинские услуги
- Недвижимость
- Туризм, авиабилеты
- Юридические услуги

СИМПТОМЫ

- Высокие ставки
- Быстрый расход бюджета
- Отсутствие позиций в SEO по ВЧ запросам больше года



Все побежали и я побежал

Больше 80% конкурентов одной сферы бизнеса
используют одинаковые инструменты



Снижаем температуру

КОСМОС·ВЕБ

Контекстная реклама.

Методы работы

1



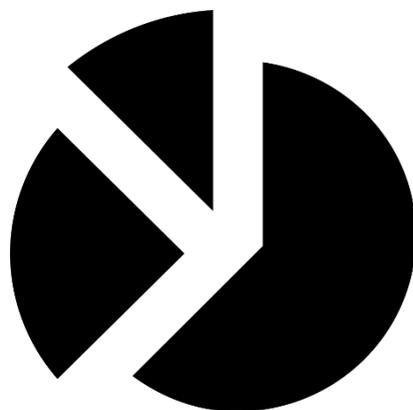
Оптимизация РК
по базовым инструментам

2

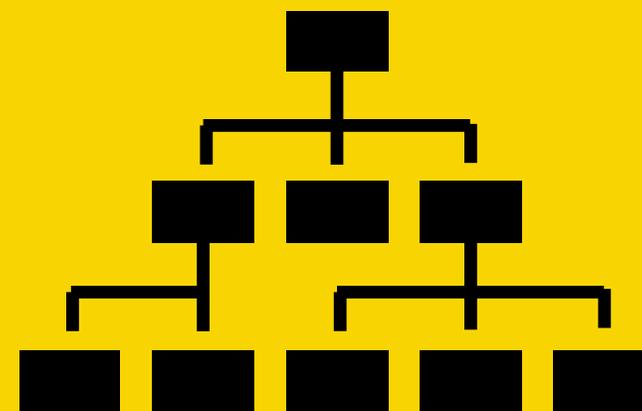


Охват дополнительных
инструментов

Оптимизация по базовым инструментам



Оптимизация
по половозрастным
характеристикам



Дробление кампаний
и управление



Оптимизация
по географии



Оптимизация
по времени

Охват дополнительных инструментов

Работа с сегментами аудиторий



Данные CRM

ID мобильных устройств

Яндекс.Метрика

AppMetrica

Геолокация

Пиксель Я.Аудитория

Провайдеры данных (DMP)

Похожий сегмент (look alike)

Геолокация



Wi-Fi локаторы

Comp: Apple

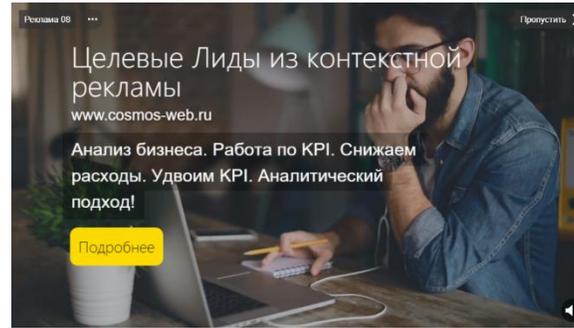
Mac-адрес: 0R:3H:7J:9N:3B

Другие данные

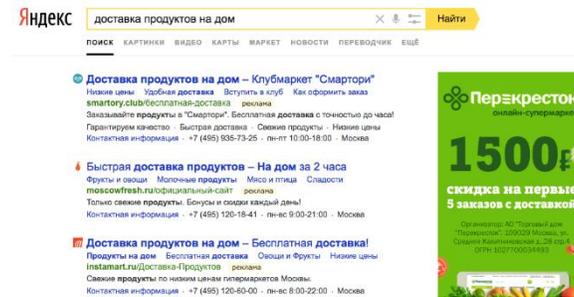


Экономия времени на графических объявлениях

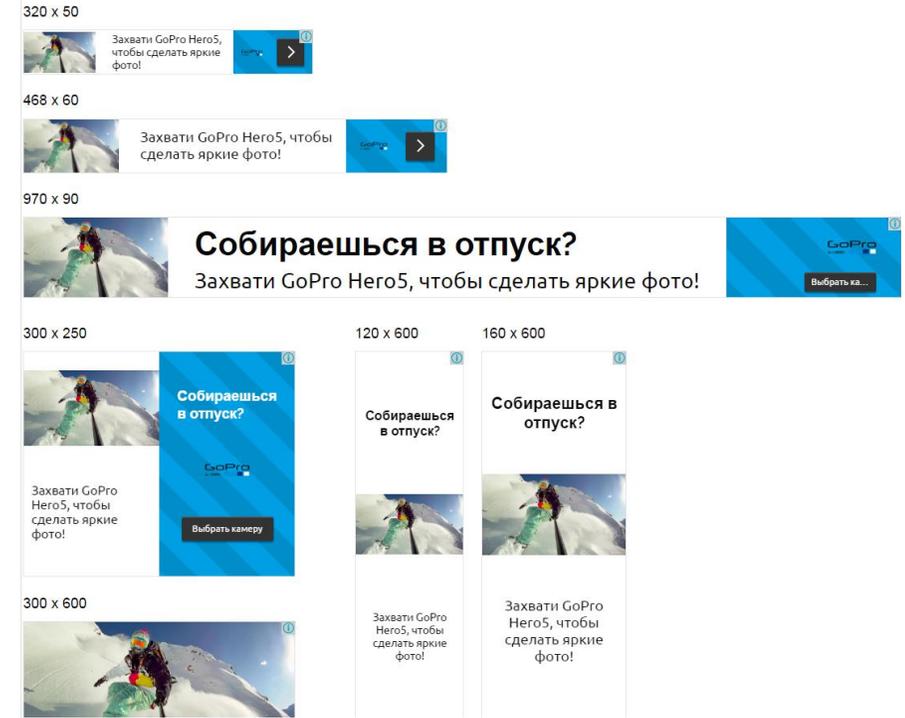
● Адаптивные объявления



● Смарт-баннеры



● Видеообъявления



● Видеодополнения

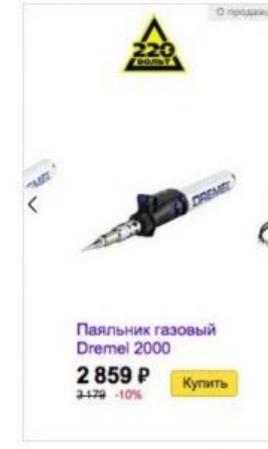
● МКБ



Баннер с каруселью



Баннер с одним товаром



Баннер со «старой» ценой и скидкой



Баннер с мозаикой



Баннер со специальным предложением

Хочу и могу быть лидером

- Постоянное присутствие на первых позициях
- Максимальный охват форматов и инструментов
- Монополизация поисковой выдачи выдачи (лендинги, доски, соцсети, агрегаторы)
- Выращивание своих клиентов (работа с клиентом до потребности)



Не контекстом единым...

Отсутствие позиций в SEO.

Ошибки

- Отказ от оптимизации
- Проведение только базовых работ, без дальнейшего контроля
- Переоптимизация сайта, попадание под фильтр
- Неправильный охват семантики



Конкурентное поведение

- Правильное формирование семантики (ВЧ, СЧ, НЧ)
- Продвижение самых приоритетных товаров
- Формирование собственного/уникального контента



Идти в соцсети пока другие не пришли

- Дополнительная позиция в поисковой выдаче
- Работа с лояльностью и брендом
- Новая аудитория
- Новый канал коммуникаций
- Дополнительный канал продаж



Работа с ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

- Контент-маркетинг
- E-mail маркетинг
- Опросы клиентов
- Медийная реклама



Новые каналы привлечения

Конкурентное поведение

Коллаборации
и совместные
проекты

Реклама через
обзоры

Реклама в Youtube

Telegram и другие
мессенджеры

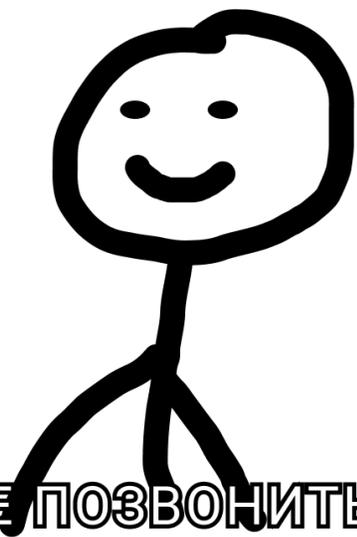
Яндекс.Навигатор
и Яндекс.Карты

Новые инструменты

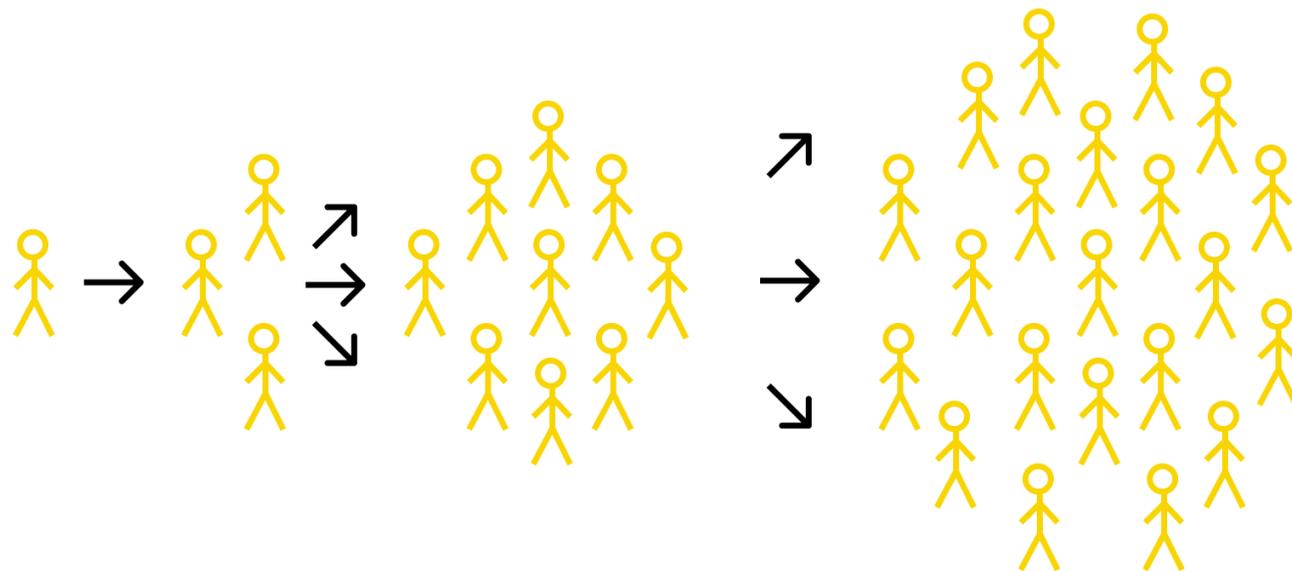


Вирус заразителен

8-800-555-35-35



ПРОЩЕ ПОЗВОНИТЬ, ЧЕМ
У КОГО-ТО ЗАНИМАТЬ





Граффити с рекламой YOTA и СЕРЕЖА

СТУДИЯ ЦВЕТОВ КОФЕЙНЯ

29

БРИТЪН КАРАВА

Mini Trimmers  TONDEO



Итоги

1



2



3



●
Оптимизация действующих
каналов

●
Использование
дополнительных
инструментов

●
Тестирование новых
каналов рекламы

Всем спасибо!
Жду ваших вопросов 😊

Федор Зверев,
ведущий аккаунт-менеджер

+7 913 485 44 08

webinar@cosmos-web.ru

