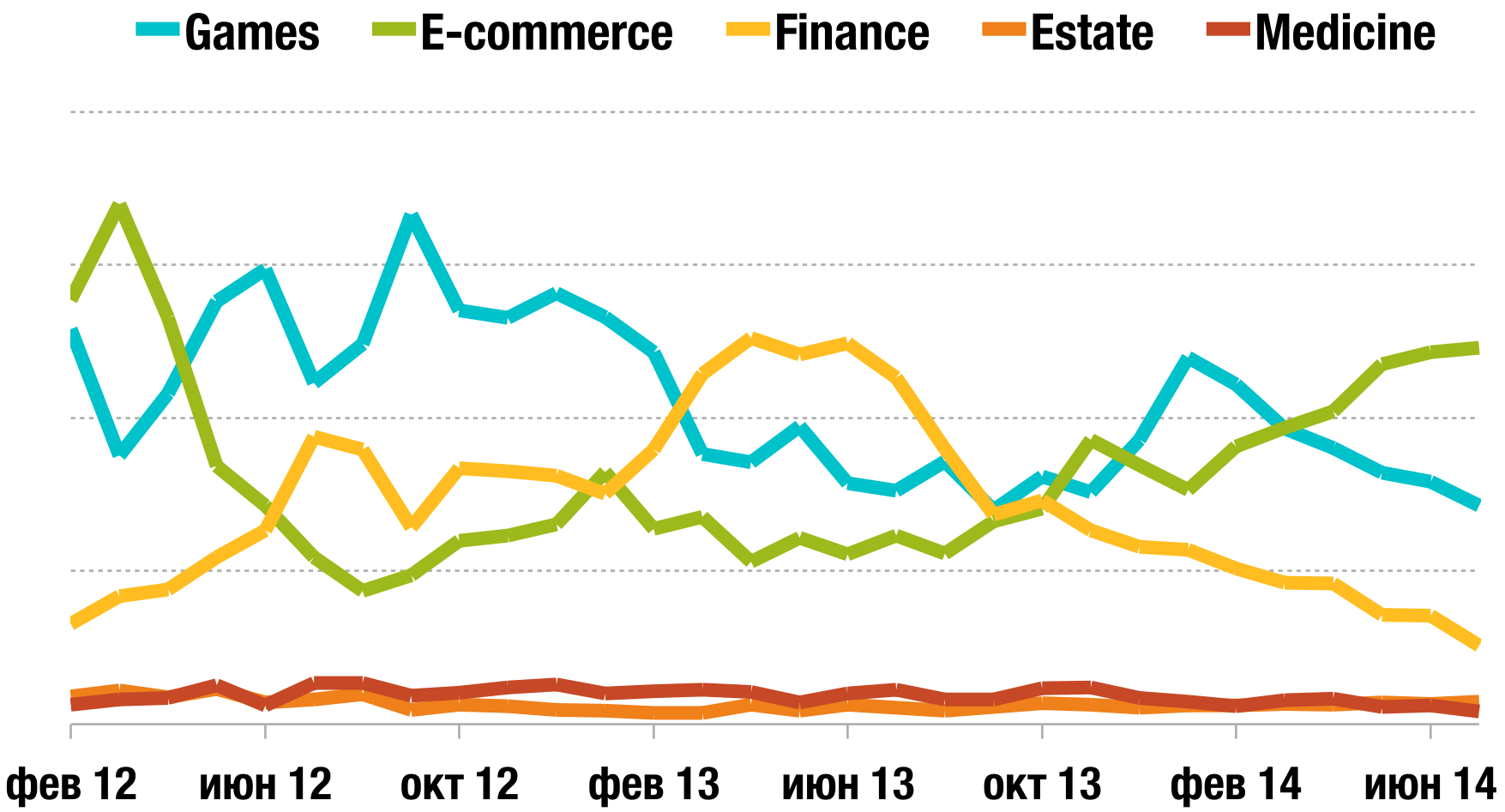
ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ

АЛЕКСАНДР КОНЕВ, ТАРГЕТ@MAIL.RU
Руководитель отдела по работе с массовым сегментом

ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ



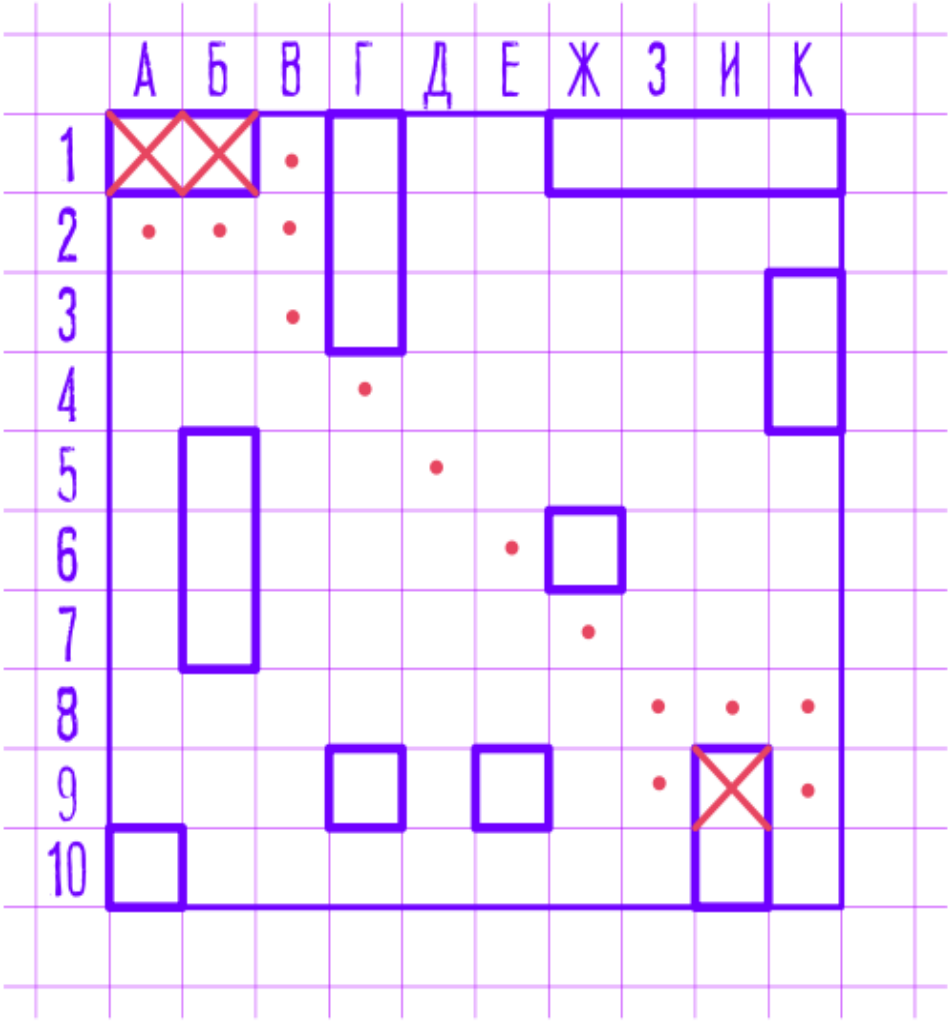
Источник:
Таргет@Mail.Ru

СТРАТЕГИЯ РЕШАЕТ ВСЁ

@mail.ru group

ТАРГЕТ=КОНТЕКСТ?

СТРАТЕГИЯ РЕШАЕТ ВСЁ



КОМУ ПОКАЗЫВАТЬ РЕКЛАМУ?

ТАРГЕТИНГИ

Пол

Возраст

Дни Рождения

География

Бюджет

Ремаркетинг

Интересы

Списочные таргетинги

Таргетинг по уровню дохода

Расписание показов

Аукционные стратегии

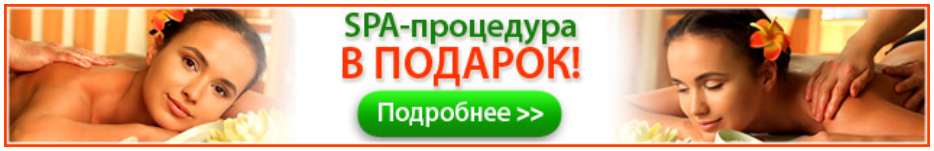
ЕСТЬ ЛИ ПАНАЦЕЯ?

@mail.ru group

ХОЧУ ТАКУЮ КНОПКУ!

100% СЕКРЕТЫ УСПЕХА

- Привлекательная картинка
- Указание бренда в заголовке
- Низкая цена, скидки, подарки
- Описание преимуществ продукта
- Решение проблем клиента
- Кампания приурочена к событию
- Призыв к действию (call to action)
- A/B тестирование креативов



100% СЕКРЕТЫ УСПЕХА

Если привлекаем пользователей в группу:

ТРЦ Планета, г.Красноярск

Все акции и последние новости. Присоединяйтесь!

Отвязная домохозяйка

Смотри, что вытворяет девушка наедине с GoldStar

Отдых с ребёнком

Отдых с ребёнком без забот - это возможно?

Отдых с ребёнком

Отдых с ребёнком без забот - это возможно?

Техника Prestigio

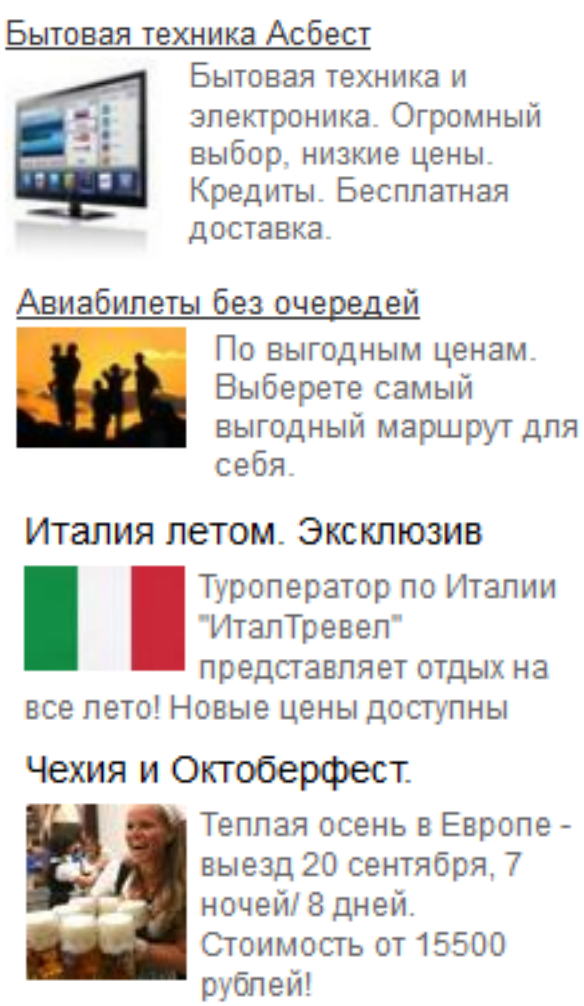
Техника в удовольствие! Не отказывайте себе в нем.

Спутниковый интернет. Миф

"Со всем справится 3G" 3G плохо покрывает регионы. Спутниковый интернет - это выход!

- Приятные картинки
- Интригующий текст
- Популярные фразы или звучные слоганы
- Чувство юмора
- Думайте не только о бренде, но и о людях
- Тестировали, тестируем и будем тестировать!

100% СЕКРЕТЫ НЕУДАЧ ;-(



- Картинка «ни о чём»
- Реклама в не сезон (горные лыжи летом, январская продажа билетов на октоберфест)
- Использование общих фраз «широкий выбор», «все направления» и т.п.
- В региональной рекламе не указывается регион, на который она предназначена
- Вместо цены общие фразы типа – «хорошие тарифы», «наши цены вас приятно удивят»
- Отсутствие призыва к действию (call to action)

СОСТАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Рассмотрим пример объявления, рекламирующего муфты для молодых мам, гуляющих с детьми.

Объявление составленное самим рекламодателем:

Муфты на санки.

Большой выбор цветов.
Привлекательные цены.
Все в наличии.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

Уточнение: кампания стартовала 16 ноября и была таргетирована на Москву.

Муфты на санки.

Большой выбор цветов.
Привлекательные цены.
Все в наличии.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

Уточнение: кампания стартовала 16 ноября и была таргетирована на Москву.

Муфты на санки.

Большой выбор цветов.
Привлекательные цены.
Все в наличии.

1. Отсутствие снега в этот период.
2. Картинка «ни о чем».
3. Использование общих фраз.
4. Отсутствие призыва к действию.

СОСТАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Переделываем объявление, меняем основной посыл.

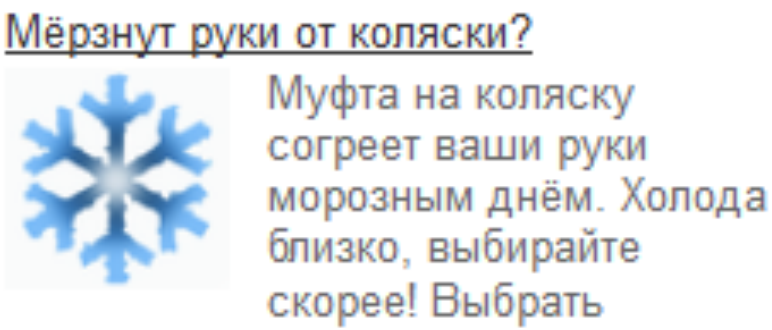
Мёрзнут руки от коляски?

Муфта на коляску согреет ваши руки морозным днём. Холода близко, выбирайте скорее! Выбрать

- Клиент шёл от продукта, не поясняя в каких случаях и среди кого он может быть востребован.
- Меняем этот подход, создаём объявление в стиле «есть проблема – у нас есть решение!»
- Санки заменяем на коляску
- Подбираем ассоциативную картинку
- Добавляем в текст эмоций («морозным днём»)
- Призываем поторопиться с покупкой
- Заканчиваем призывом к действию

СОСТАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Переделываем объявление, меняем основной посыл.



- Клиент шёл от продукта, не поясняя в каких случаях и среди кого он может быть востребован.
- Меняем этот подход, создаём объявление в стиле «есть проблема – у нас есть решение!»
- Санки заменяем на коляску
- Подбираем ассоциативную картинку
- Добавляем в текст эмоций («морозным днём»)
- Призываем поторопиться с покупкой
- Заканчиваем призывом к действию

Результат – двухкратный рост CTR!

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

1. Не пользуетесь системами аналитики, не выявили ЦА.
2. Заниженная ставка. Установили макс. ставку 5 руб.
3. Не использовали таргетинг по интересам.
4. Не настраивали собственные аудитории.
5. Не проводили A/B тестирование.

Пример с AtlasForMen

advaction
different way to work smarter

ЦА AtlasForMen

@mail.ru group

возраст					
16 - 24	14,80	3,2	288,0	11,20	76
25 - 34	21,10	3,9	498,8	19,40	92
35 - 44	17,00	4,9	503,9	19,60	115
45 - 54	16,70	5,2	529,6	20,60	123
55 +	30,40	4,1	748,2	29,10	96
образование					
н. среднее	4,10	2,1	51,4	2,00	49
среднее	57,20	4,5	1560,7	60,70	106
высшее	38,60	4,1	959,0	37,30	97
доход					
ниже среднего	23,50	4,7	676,2	26,30	112
средний	36,00	4,5	987,3	38,40	107
выше среднего	11,60	4,2	298,2	11,60	100
нет ответа	28,90	3,5	611,9	23,80	82
доля затрат на продукты питания					
до 25% семейного бюджета	20,60	3,7	457,7	17,80	86
25-50% семейного бюджета	38,00	4,8	1110,7	43,20	114
50-75% семейного бюджета	21,80	4,7	617,1	24,00	110
более 75% семейного бюджета	9,00	3,8	208,3	8,10	90
нет ответа	10,60	2,8	177,4	6,90	65
социальный статус					
служащие	11,00	6,5	431,9	16,80	153
руководители, владельцы	12,60	3,7	280,2	10,90	87
специалисты	14,60	4,6	406,2	15,80	108
рабочие	22,40	4,1	555,4	21,60	96
студенты, учащиеся	6,10	3,0	110,6	4,30	70
домохозяйки	6,10	6,7	246,8	9,60	157
другое	27,20	3,3	542,5	21,10	78

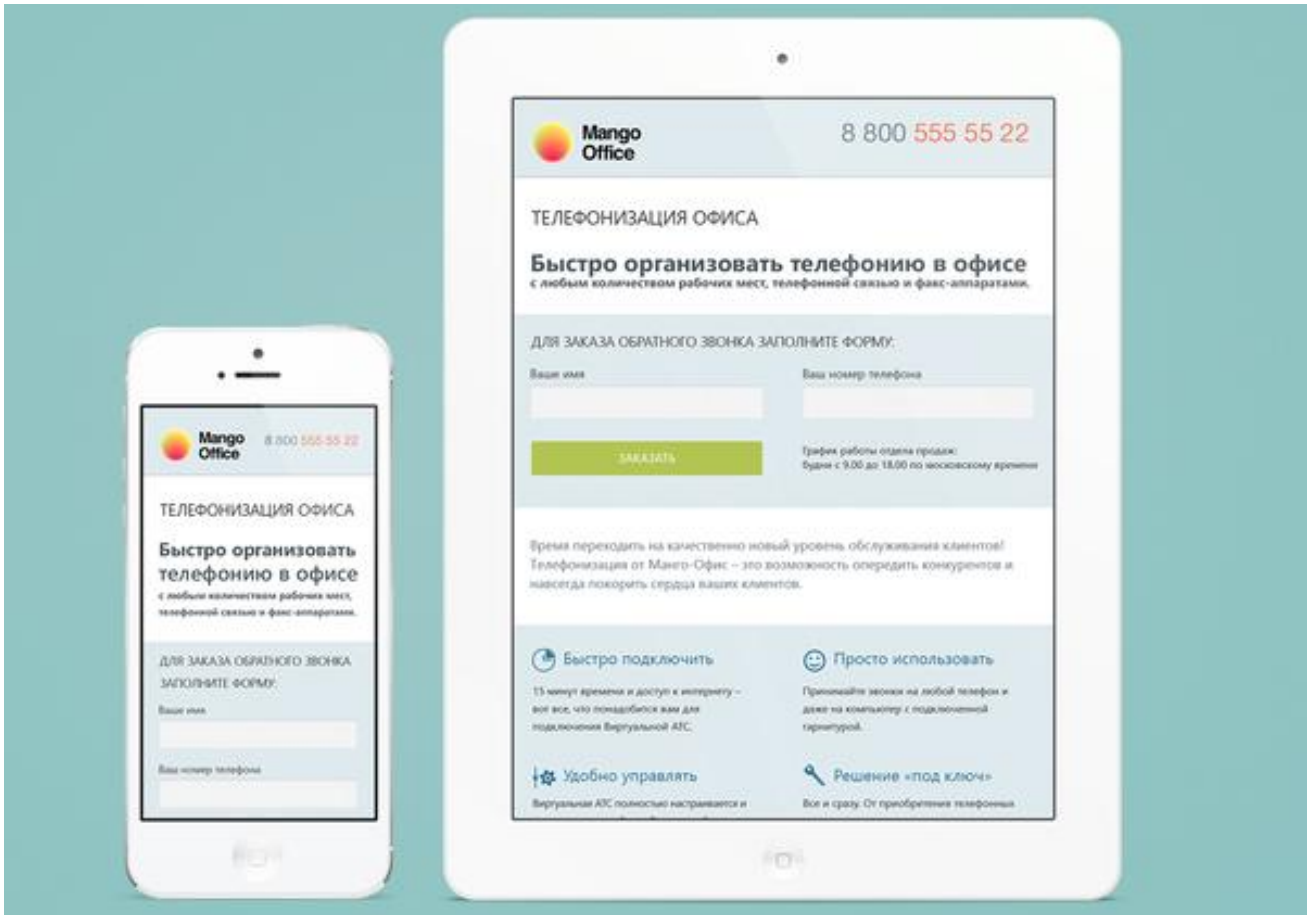
ИСТОРИИ УСПЕХА

ИСТОРИИ УСПЕХА

@mail.ru group

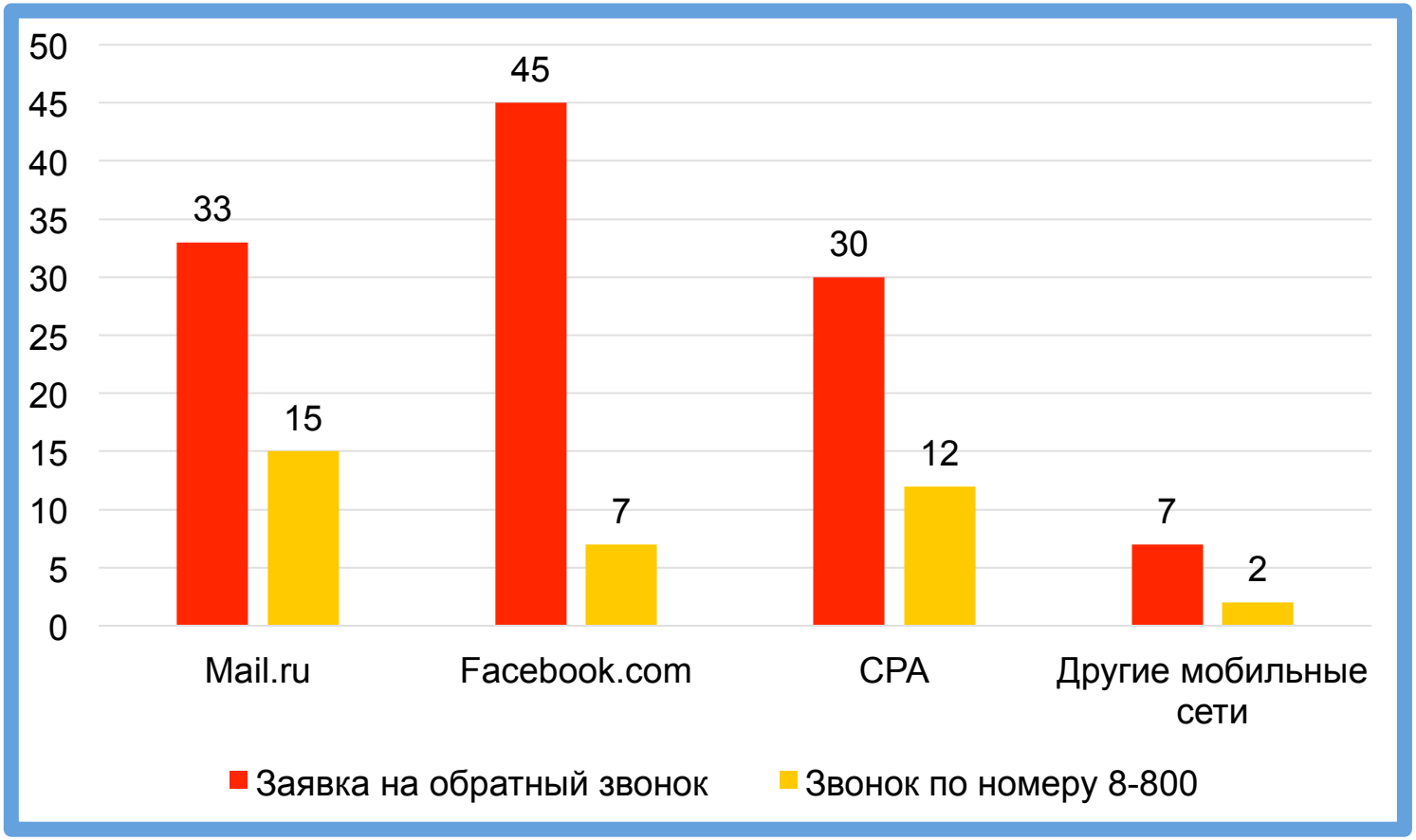
MANGO OFFICE

Мобильная реклама



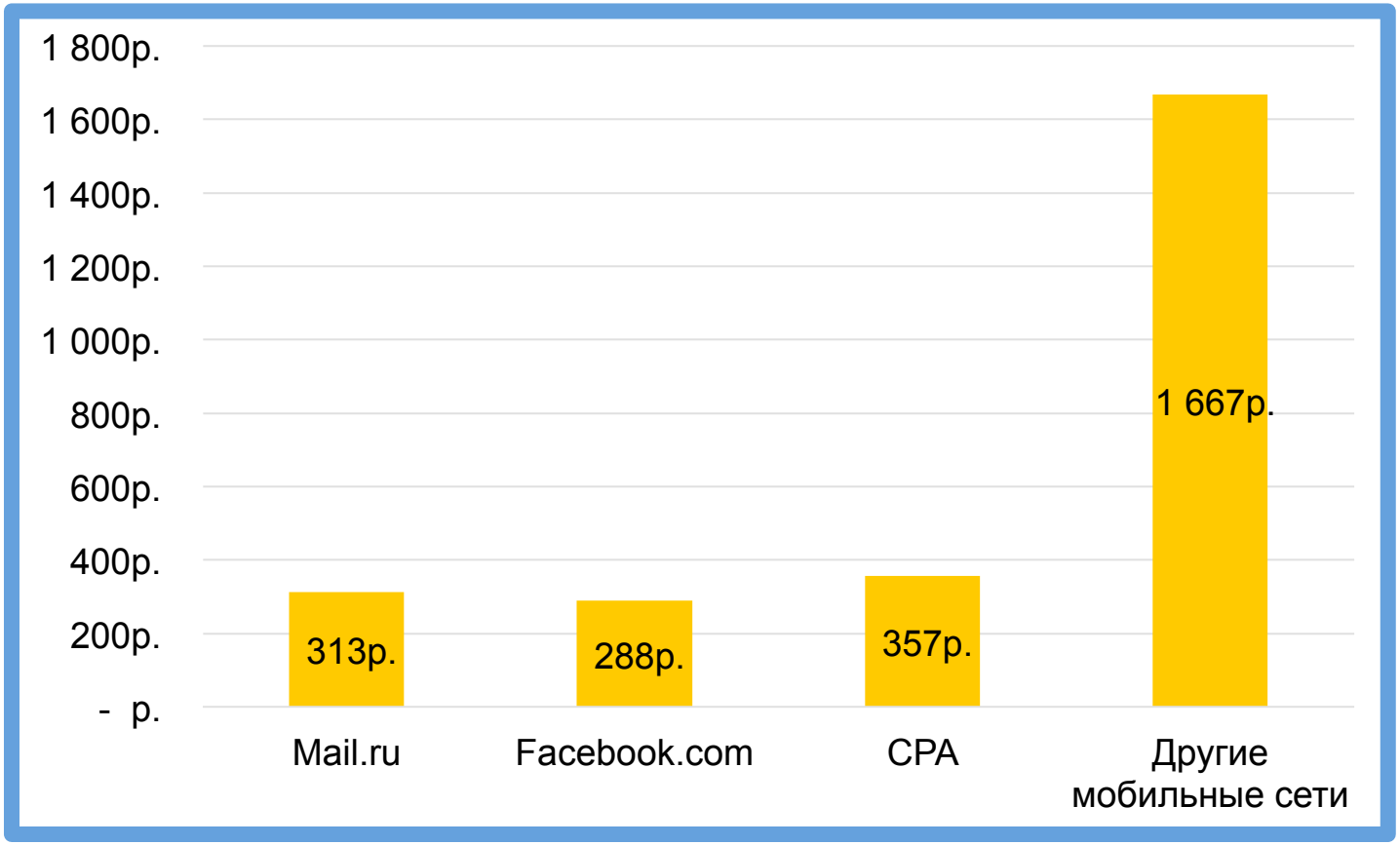
ИСТОРИИ УСПЕХА

Источники конверсий



ИСТОРИИ УСПЕХА

Стоимость конверсий



Средние показатели мобильной рекламы

% Конверсии – 3-10%

Ст-ть инсталла – 30-50р.

% Конверсии – 8-15%

Ст-ть инсталла – 20-40р.

Источник:
Таргет@Mail.Ru

ИСТОРИИ УСПЕХА

ИСТОРИИ УСПЕХА

Клиент: American Dream
Сегмент: недвижимость

ТУНЕЦ!
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

Успешный пример использования интересов

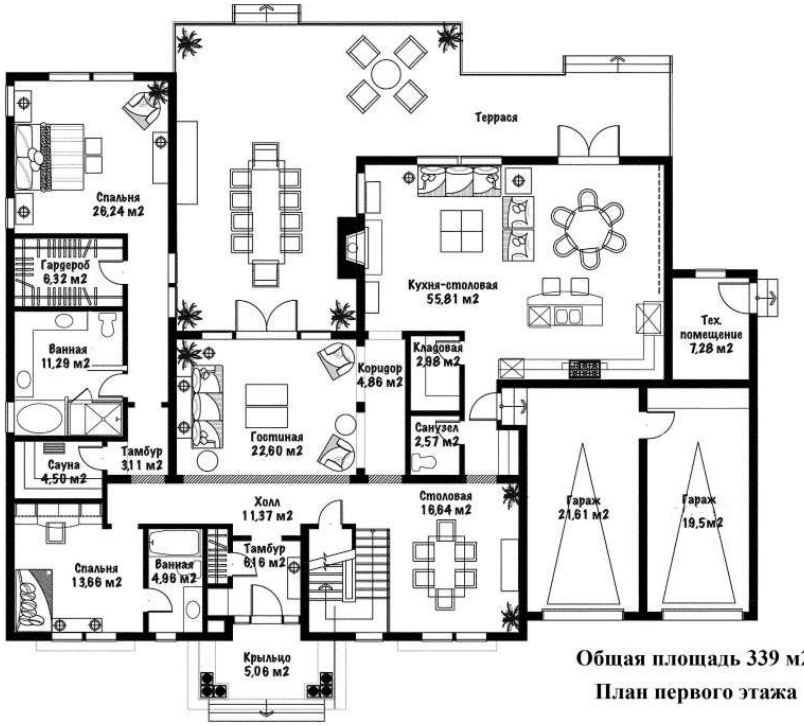
ИСТОРИИ УСПЕХА

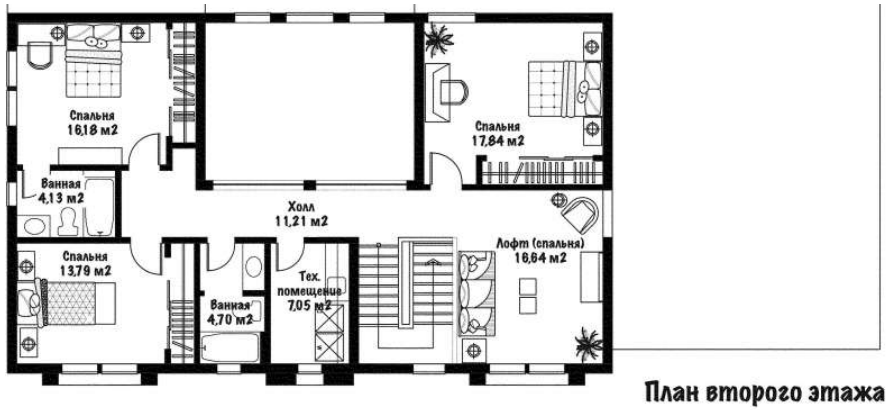
Цель:
Конверсии в показы домов или их продажу

Результаты до Таргета:
CPC = до 50 руб.
Количество обращений – до 15 в месяц
Конверсия в показы – 2-5%

Первый запуск Таргета (общий):
CPC = до 15 руб.
Количество обращений – до 70 в месяц
Конверсия в показы – 5-7%

Второй запуск Таргета (интересы):
CPC = до 12 руб.
Конверсия в показы – 15%
Поток обращений увеличился до 100 за месяц.





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
ВОПРОСЫ?

https://target.mail.ru

@mail.ru group

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Офис в Воронеже:

☎ +7 (473) 233-01-21

✉ vrnsales@corp.mail.ru

- Правила: https://target.mail.ru/adv/help/rules
- Помощь: https://target.mail.ru/adv/help
- Горячая линия для агентств: target.agency@corp.mail.ru
- Служба поддержки и модерации: target.help@corp.mail.ru
- Финансовые вопросы (заключение договоров, оплата счетов и т.п.): target.finance@corp.mail.ru
- Сайт: https://target.mail.ru