



# «Квеструм.рф»: 70% бронирований в AdWords с мобильных устройств



**«Квеструм.рф» выяснили, что для высокой эффективности в Google AdWords под каждый ключевой запрос необходимо создавать максимально релевантные объявления. Такой подход позволил компании увеличить CTR более чем в 4 раза!**

[«Квеструм.рф»](#) — молодая и быстро развивающаяся компания из Санкт-Петербурга, которая занимается организацией квестов в реальности. Уже сегодня ее сотрудники (а их всего 10 человек) создали 75 уникальных квестов, многие из которых доступны по франшизе не только в России, но и еще в восьми странах мира. Ребята достаточно амбициозны. В их планах открытие филиалов в новых городах и странах, разработка и запуск новых квестов, а также подключение нескольких крупных мировых сетей квестов к их собственной CRM-системе. И еще одна немаловажная задача — увеличение розничных продаж существующих квест-сеансов. И хотя больше 65% клиентов возвращаются в течение полугода, новых клиентов всегда рады видеть.

«Квеструм.рф» продвигает свой сайт в поисковой выдаче, через агрегаторы, где пользователи могут выбрать и сразу забронировать напрямую интересующие их сеансы, а также с помощью контекстной рекламы, в частности, Google AdWords.



«Настройка рекламной кампании — это многоэтапная работа. Сначала мы самостоятельно ее настраивали, затем привлекали подрядчиков, после донстраивали. Сегодня нас устраивает то, как работает контекстная реклама AdWords, поэтому мы не очень много внимания уделяем ее оптимизации»

— Золотухин Кирилл, основатель проекта «Квеструм.рф»

### Какую роль играет сайт в бизнесе?

Несмотря на то, что сами квесты проходят в офлайне, сайт для «Квеструм.рф» играет важнейшую роль. Именно он — основной инструмент взаимодействия с аудиторией.

Кирилл комментирует: «Люди видят ассортимент квестов, которые мы проводим. У клиентов есть возможность выбрать подходящее время, забронировать понравившийся квест. Через сайт мы управляем бронированиями сеансов, оцениваем аналитику, изучаем финансовую сводку и многое другое».

Сайт был запущен одновременно с основанием компании, поэтому с самого начала большинство маркетинговых активностей строилось вокруг его продвижения. Весь рекламный бюджет «Квеструм.рф» идет на продвижение в сети.

### Как настраивали рекламную кампанию в AdWords?

Чтобы качественно настроить рекламную кампанию, необходимо потратить какое-то время. Кирилл это прекрасно знал и выстраивал кампанию в несколько этапов. Основную часть работ сотрудники «Квеструм.рф» сделали самостоятельно, на отдельные работы привлекали подрядчиков. Сейчас их все устраивает, поэтому «докрутка» кампании занимает минимальное время. В Google AdWords компания продвигается по максимально целевым запросам, характерным для их ниши. Например, «квесты в реальности». Всего таких запросов около 400-500. Рекламные объявления компании доступны как на десктопе, так и на мобильных устройствах. Кирилл отмечает, что «для показов на смартфонах характерен более высокий показатель CTR, а, следовательно, и более дешевый клик. Более того, 70% бронирований из Google AdWords совершаются именно с мобильных устройств».

Рекламная система	Конверсия	Достижения цели	Целевые визиты	Целевые посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Мобильность
Итого и средние	0,9%	60	56	55	0%	1,32	10:10	71,4%
Google Adwords	0,93%	59	55	54	0%	1,33	10:10	70,9%

«Квеструм.рф» стремится повышать эффективность рекламных вложений. Недавно компания смогла увеличить CTR с 2% до 9%. Для этого Кирилл и его команда начали под каждый целевой запрос формировать максимально релевантное объявление.



«На своем сайте мы реализовали полноценный аналитический раздел, который позволяет нам понимать, какой именно источник привел клиента к нам. Благодаря этой информации, мы все время корректируем наши маркетинговые усилия. Проще говоря, мы не тратим деньги и время на неэффективные инструменты, а вкладываем все ресурсы в те каналы, у которых максимальный ROI».

— Золотухин Кирилл, основатель проекта «Квеструм.рф»

## Как настраивать систему аналитики?

В «Квеструм.рф» полагают, что при анализе эффективности рекламных кампаний важно оценивать не только совершенные бронирования, но также совершенные отмены и фиксировать те случаи, когда клиенты вовсе не приходят на забронированные сеансы. Чтобы все это отследить, была создана внутренняя CRM-система.

Кирилл объясняет: «Например, если у нас было 100 бронирований из контекстной рекламы, а потом 20 из них было отменено, то на выходе мы получили всего 80 завершенных бронирований. Соответственно, стоимость каждого бронирования меняется. Таким образом, наша внутренняя система позволяет нам максимально объективно оценивать эффективность каждого канала привлечения клиентов».

## Таблицы результатов

Значения в таблице показываются за весь период, без учета рабочих/выходных дней.

		Игры		Источники		
#		СОСТОЯВШИЕСЯ	ОТМЕНЕННЫЕ	НЕСОСТОЯВШИЕСЯ		
API (главный Квест-Агрегатор)	189	59%	94	30%	35	11%
UTM	87	63%	33	24%	18	13%
adwords	84	61%	32	23%	18	13%
Сайты	260	61%	127	30%	38	8,94%
www.google.ru	55	13%	23	5,41%	9	2,12%
yandex.ru	37	8,71%	22	5,18%	9	2,12%
vk.com	22	5,18%	8	1,88%	2	0,47%



## Как формировать бюджет на Google AdWords и эффективны ли сервисы контекстной рекламы?

Если при оценке результатов появляется понимание, что кампанию можно сделать еще эффективнее. По мнению Кирилла, стоит предпринять следующие действия: изменить ставки, оптимизировать тексты рекламных объявлений, добавить ключевые слова. Кирилл делится собственным опытом: «Если при увеличении бюджета у нас не становится больше бронирований, то мы фиксируем эти показатели и принимаем решение, что это тот максимальный бюджет, который мы готовы выделять на рекламную кампанию AdWords».

Кирилл доволен работой AdWords и считает ее очень эффективной. «Google AdWords — это отличная площадка, которая помогает показывать рекламу целевым клиентам», — говорит он.

### Цели:

- Привлечение целевой аудитории на сайт
- Поиск новых клиентов

### Подход:

- Рекламная кампания в результатах поиска Google на десктопах и мобильных устройствах
- Продвижение только по максимально целевым запросам
- Эффективная аналитика на базе внутренней CRM-системы
- Постоянная оптимизация рекламных кампаний (изменение ставок, оптимизация текстов рекламных объявлений, добавление ключевых слов)

### Результаты:

- CTR рекламных объявлений вырос до 9%
- Google AdWords обеспечивает больший процент состоявшихся бронирований (то есть тех, в результате которых клиенты проходили квест), чем поисковые системы и социальные сети

### О AdWords

AdWords — это решение Google для показа рекламы в интернете, позволяющее привлечь новых клиентов и повысить продажи. AdWords помогает вам обращаться к пользователям, когда они ищут слова или фразы (мы называем их ключевыми словами) или просматривают веб-сайты, имеющие отношение к сфере вашего бизнеса. Ваша реклама может появляться на сайтах компании Google и ее партнеров. Тарификация на основе цены за клик подразумевает, что вы платите только тогда, когда пользователи нажимают на ваши объявления.