



«ОпаснаяБритва.рф»: «Текст рекламных объявлений оказывает значительное влияние на онлайн- и офлайн-продажи»



Даже незначительные изменения в тексте рекламных объявлений могут сильно увеличить продажи. О важности постоянной оптимизации рекламной кампании и грамотного использования инструментов Google рассказывает представитель компании «ОпаснаяБритва.рф».

Модников уже давно не удивить барбершопами, которые с завидной регулярностью открываются в крупных российских городах. Одновременно растет и популярность товаров для домашнего бритья, так что компания [«ОпаснаяБритва.рф»](#) попала своим ассортиментом прямо в точку. Интернет-магазин по продаже опасных и безопасных бритв, аксессуаров для бритья, а также средств для ухода за бородой и усами, был открыт в 2014 году. Качество товаров — как современных, так и под винтаж, — очень высокое. Компания, в которой сегодня работают 12 человек, самостоятельно отбирает лучшие европейские продукты и доставляет их в Россию.

Продажи осуществляются как с помощью сайта, который был запущен в день основания компании, так и с помощью появившихся позднее двух офлайн-магазинов в Москве и Санкт-Петербурге.

Перед магазином «ОпаснаяБритва.рф» стоят две задачи: образовывать свою аудиторию, рассказывая ей, как пользоваться бритвенными принадлежностями, и находить новых клиентов. Если первую они решают с помощью собственного блога, социальных сетей и консультаций по телефону, то вторую — с помощью контекстной рекламы, в частности, Google AdWords. Именно на продвижение в интернете идет 75% всего рекламного бюджета компании. За пару лет работы с контекстной рекламой «ОпаснаяБритва.рф» убедилась, что в рекламных объявлениях важно каждое слово. Например, после того, как в объявлениях они стали использовать слово «бритва» вместо «дорожная бритва», количество продаж соответствующих товаров выросло на 200%.



«Мы отмечаем постоянный рост покупок с мобильных устройств. Совет простой: чтобы пользователи могли быстро находить нужные товары и услуги прямо с телефона, необходимо потратить ресурсы на создание комфортной для использования мобильной версии вашего сайта и грамотно настроить рекламную кампанию».

— Дмитрий Андрущенко, Управляющий директор компании «ОпаснаяБритва.рф»

Почему именно интернет-реклама?

Дмитрий, Управляющий директор, рассказывает: «Реклама в Google AdWords для нас наиболее эффективна при продвижении нашего сайта. С ее помощью мы стремимся получать как можно больше заказов. Люди знают определенный перечень брендов, а название магазина для них не играет никакой роли. Поэтому мы и продвигаемся в основном по маркам товаров».

«ОпаснаяБритва.рф» отмечает, что онлайн-продвижение положительно сказывается и на продажах в магазинах в Москве и Санкт-Петербурге. Дмитрий говорит: «Есть определённый процент людей, которые принципиально не заказывают товары в интернете. Они ищут информацию в Сети, но за покупкой идут в наши офлайн-магазины. Поэтому мы видим, что, как только мы запускаем новую рекламную кампанию в AdWords, количество покупателей в физических магазинах также заметно увеличивается».

Настройка Google AdWords

Почти с самого начала использования Google AdWords «ОпаснаяБритва.рф» привлекает агентство i-Media. Рекламные кампании доступны в результатах поиска Google на всех типах устройств: как на десктопах, так и на мобильных. Для удобства «мобильных» пользователей компания регулярно занимается оптимизацией сайта и совершенствует его мобильную версию.

Стоит отметить, что мобильный сайт был запущен на два года позже, чем десктопная версия. В компании стали обращать внимание, что все больше и больше людей ищут информацию о товарах именно с мобильных устройств. И уже сегодня более 35% аудитории «ОпаснаяБритва.рф» — это обладатели смартфонов (30%) и планшетов (5%).

Дмитрий отмечает, что у пользователей смартфонов модель поведения отличается от тех, которые предпочитают десктопы: «Мы также обратили внимание, что клиенты гораздо быстрее принимают решение, когда взаимодействуют с нашим сайтом с помощью мобильного телефона. Они приходят за определенным товаром и почти сразу же оформляют заказ. Хотя средний чек у мобильных пользователей и немного ниже, но скорость принятия решения гораздо выше».

Компания продвигается по названиям товаров, которые есть в наличии. «Очень удобно, что Google позволяет перекрывать запросы, написанные с ошибками», — отмечает Дмитрий.

Оптимизация кампании проводится регулярно, в ее основе — тестовая система: «ОпаснаяБритва.рф» делает несколько версий рекламных объявлений, которые циклично демонстрируются пользователям, а затем сравнивает их эффективность.



«Я однозначно рекомендую использовать сервис Google AdWords. Я определил для себя, что Google аккумулирует более платежеспособную аудиторию, и эффективность рекламы в глобальном поисковике высока. Важно уделять много внимания постоянной оптимизации рекламных кампаний, а также инструментам, которые предлагает Google»

— Дмитрий Андрущенко, Управляющий директор компании «ОпаснаяБритва.рф»

Каковы результаты?

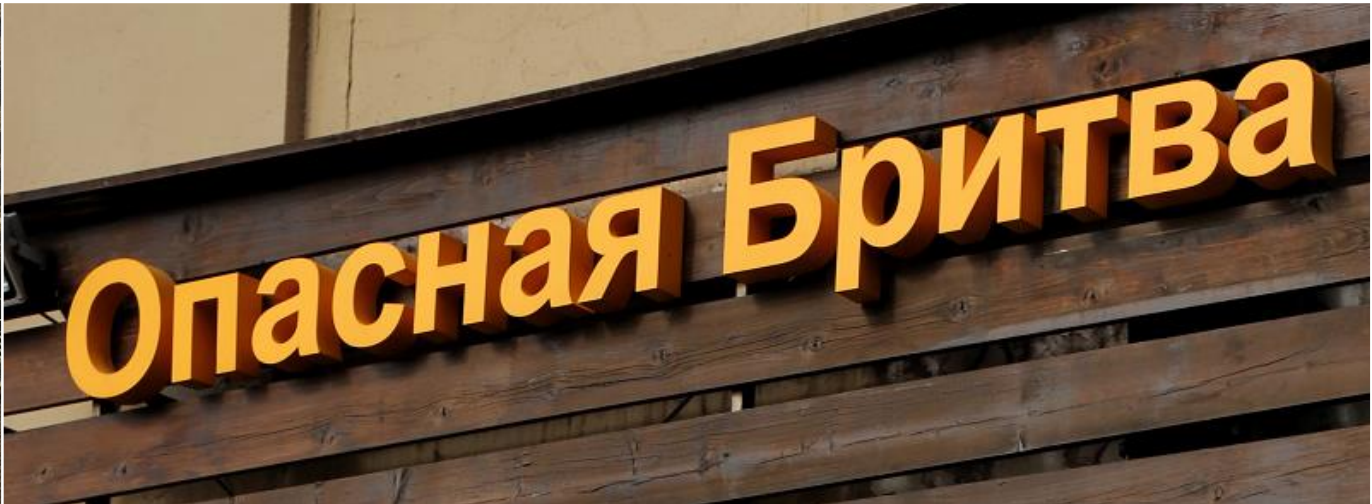
«ОпаснаяБритва.рф» оценивает эффективность рекламной кампании в Google по показателю CPO, то есть стоимости одного заказа. При этом в компании отмечают, что для разных групп товаров этот показатель разный. Дмитрий говорит, что эффективность рекламы во многом зависит от грамотного использования инструментов Google: «Как только мы начинаем использовать тот или иной инструмент, мы видим примерно 15%-ный прирост посещений и заказов. Конверсия растет примерно на столько же».

Дмитрий делится и еще одним секретом: «При запуске новых кампаний в Google мы обязательно смотрим на то, как сказываются на эффективности рекламы изменения заголовков и / или текстов. У нас был такой случай: мы стали использовать слово «бритва» вместо словосочетания «дорожная бритва», и количество заказов на эту категорию сразу же выросло в два раза».

Полезные инструменты Google AdWords

Дмитрий особо отмечает следующие возможности Google AdWords, которые наиболее эффективно помогают его компании при настройке рекламы и анализе ее результатов:

- **«Быстрая статистика».** Благодаря этому инструменту можно посмотреть не только фразы, по которым были переходы, но и получить рекомендации по добавлению запросов;
- **«Демографические отчеты и отчеты по категориям интересов».** При подключении этого отчета в Google Analytics можно анализировать аудиторию сайта: как она меняется, какие у нее интересы. В соответствии с полученной информацией можно оптимизировать рекламную кампанию;
- **«Динамические поисковые объявления».** DSA-кампании органично дополняют классические рекламные кампании, ключевое отличие от последних — для таргетинга система использует содержание сайта. Это позволяет охватить большое количество запросов, сэкономить время, привлечь дополнительный трафик и увеличить продажи.



Цели:

- Поиск новых клиентов
- Уменьшение CPO

Подход:

- Рекламная кампания в результатах поиска Google на десктопах и мобильных устройствах
- Продвижение по маркам продуктов, которые есть в наличии
- Использование динамических поисковых объявлений
- Использование инструмента «Быстрая статистика» в AdWords
- A/B тестирование
- Регулярная оптимизация рекламной кампании в AdWords с целью повышения ее эффективности

Результаты:

- С каждым новым инструментом Google AdWords прирост трафика и продаж составляет около 15%
- По некоторым группам товаров наблюдается двукратный рост продаж при оптимизации рекламных объявлений

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.