



«КдБукет.ру»: «Значительная часть новых клиентов приходит именно с Google AdWords»



С самого начала команда [«КдБукет.ру»](#) выстраивала маркетинговую стратегию с расчетом на то, что в качестве основного канала продвижения будет использоваться онлайн-реклама. Сегодня руководство компании отмечает, что это было правильное решение. Значительная часть новых клиентов приходит именно с Google AdWords. Ведь достигаться до целевой аудитории в интернете гораздо проще, чем где бы то ни было. Только за первый год продвижения с помощью Google AdWords объем продаж вырос на 200%. А за два года база постоянных клиентов выросла на 300%.

Калининградский цветочный онлайн-магазин «КдБукет.ру» был основан в 2013 году, до этого продажа цветов осуществлялась только через традиционную точку сбыта. Идея запуска собственного интернет-магазина назревала долго. К началу работы над созданием сайта руководство «КдБукет.ру» уже отлично понимало, чего хочет. В первый же месяц работы онлайн-сервиса выручка компании выросла на 100%, а чистая прибыль — на 60%.

Сегодня «КдБукет.ру» — это команда из 8 человек. Основная сфера деятельности — доставка цветов, цветочных корзин и букетов по Калининградской области.

Для продвижения в компании используют контекстную рекламу Google. Как отмечает Матвей Лекс, владелец и сооснователь компании, «география нашей аудитории весьма разнообразна. Наши клиенты — это люди из других стран или соседних регионов, которые хотят поздравить своих близких или знакомых из Калининграда или Калининградской области с каким-либо праздником». Также «КдБукет.ру» продвигается по запросам в органическом поиске.



«Мы заметили, что посетители охотно заказывают цветы с мобильных устройств. Сейчас есть даже небольшой перевес (примерно 10%) по конверсии и среднему чеку по сравнению с аудиторией ПК»

— Матвей Лекс, сооснователь «КдБукет.ру»

Легко ли находить новых клиентов?

С самого начала команда «КдБукет.ру» выстраивала работу в расчете на привлечение клиентов через онлайн-рекламу. Как отмечает Матвей, так компании было проще достигать до целевой аудитории. Сегодня значительная часть новых клиентов приходит именно из рекламной выдачи. Сопоставимая по количеству — из органического поиска. Один из важнейших каналов привлечения клиентов — это Google AdWords.

Какие каналы для продвижения используют в компании?

Сейчас «КдБукет.ру» продвигается в Google Поиске. И несмотря на то, что результаты кампаний полностью устраивают команду «КдБукет.ру», они видят возможности для улучшения показателей.

Также используют и контекстно-медийную сеть, но пока не очень активно. Матвей отмечает: «В настоящий момент мы получаем меньшую отдачу от вложений в контекстно-медийную сеть, но мы еще только учимся с ней работать. Поэтому надеемся, что в скором эффективность кампаний КМС будет гораздо выше».

Как быстро окупается интернет-реклама?

«Реклама в интернете окупается с лихвой, и это наиболее быстрый канал по возврату вложенных средств к тому же с широким охватом аудитории. А возможности настроек и таргетирования AdWords позволяют добиться максимальной эффективности. Если говорить о конкретных цифрах, то окупаемость рекламы в Google AdWords в среднем превышает 50%. Офлайн-реклама для нас — вложения с отложенным и неочевидным результатом», — говорит Матвей.

Для каких устройств — ПК или мобильных гаджетов — запущены рекламные кампании?

«КдБукет.ру» уделяет одинаковое внимание как продвижению на ПК, так и на мобильных устройствах. Сегодня доля мобильного трафика уже почти сравнялась с десктопным (по некоторым каналам превысила) и продолжает расти. Текущее соотношение примерно — 45% и 55% соответственно.

Матвей рассказывает: «В определенный момент мы заметили, что посетители охотно заказывают и с мобильных устройств. Сейчас есть даже небольшой перевес (примерно 10%) по конверсии и среднему чеку по сравнению с аудиторией ПК».



«Мы обратили внимание, что кампании с ремаркетингом в Google AdWords позволяют охватить еще больше потенциально заинтересованных пользователей и удержать уже существующих клиентов»

— Матвей Лекс, сооснователь «КдБукет.ру»

Какой инструмент сервиса Google AdWords вам кажется самым полезным?

«Контекстная реклама в поисковой выдаче — безусловно, один из самых полезных инструментов AdWords, который мы активно используем. И несмотря на то, что результаты кампаний нас устраивают, мы видим возможности для улучшения показателей.

На этапе запуска бизнеса Google AdWords особенно полезен, поскольку позволяет сразу привести клиентов. Как правило, мы ежедневно отслеживаем бюджет и эффективность рекламы. А раз в неделю анализируем, насколько действенны настроенные запросы, уточняем минус-слова и вносим изменения. При этом для успеха должны работать все звенья цепочки привлечения клиента, в том числе сайт, отдел продаж и уровень обслуживания», — рассказывает Матвей.

Как оценивать эффективность кампании?

«Изначально мы пробовали разные бюджеты и широкий характер запросов, чтобы понять, насколько большой спрос на наши услуги. С течением времени мы оптимизировали кампании по таким критериям, как количество заказов и стоимость одного заказа. Эффективность каждого канала мы рассчитываем на основе окупаемости затрат на привлечение клиента», — говорит Матвей.

Стоит ли использовать кампании с ремаркетингом?

В последнее время в «КдБукет.ру» стали запускать кампании по ремаркетингу в Google AdWords. Матвей рассказывает: «Мы обратили внимание, что кампании с ремаркетингом позволяют охватить еще больше потенциально заинтересованных пользователей и удержать уже существующих клиентов. Например, если пользователь зашел на наш сайт, но ничего не купил, мы можем показывать ему релевантные объявления в Google Поиске. Или мы можем напомнить действующим клиентам о нас.

Например, пользователь увидит наше объявление, когда будет искать информацию о цветах в Калининградской области».

Как помогает Google AdWords в реальном бизнесе?

«По своему опыту могу сказать, что оперативность Google AdWords очень полезна на мартовские праздники. Как бы неожиданно не звучало, но на 8 Марта цветочный интернет-магазин может отработать и в убыток, если неправильно прогнозировать продажи. Очень важно не перебрать лишних заказов. Такое может случиться, если плохо отслеживать остатки. AdWords позволяет в нужный момент отключить контекстную рекламу, а через некоторое время запустить заново. Например, в прошлом году, мы именно так и поступили, когда поняли, что пока еще можем принимать заказы. Поэтому использование контекстной рекламы похоже на лавирование между рифами, когда вы можете оперативно снижать или увеличивать поступление заказов», — отмечает Матвей.



Цели:

- Привлечение целевой аудитории на сайт
- Удержание уже существующих клиентов
- Увеличение объема продаж
- Выход на новые рынки

Подход:

- Реклама в результатах Google Поиска
- Использование расширенных функций таргетинга для охвата аудитории
- Запуск рекламных кампаний с ремаркетингом

Результаты:

- Увеличение базы постоянных клиентов за два года на 300%
- За первый год объем продаж вырос на 200%

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.