



90 меховых магазинов сети «Алеф» ищут покупателей с помощью Google AdWords

Поиск и контекстно-медийная сеть Google помогают привлечь клиентов, рассказать о бренде миллионам интернет-пользователей и лучше понять психологию покупателя.

Алеф – первая буква семитского алфавита, ставшая для компании символом лидерства. На сегодняшний день это крупнейший производитель изделий из мутона в России со своей фабрикой в Пятигорске. Сеть «Алеф» (90 магазинов в Москве, Московской области и других городах центральной части России) продает верхнюю одежду из меха, кожи и текстиля.

Сегодня «Алеф» меняет стратегию: наряду с небольшими магазинами появятся более крупные фирменные салоны. За счет этого компания планирует усовершенствовать логистику, расширить ассортимент и серьезно повысить уровень сервиса, хотя положительные

отзывы и так оставляют 90% покупателей. В перспективе – освоение новых рынков, в том числе за рубежом.

Однако время перемен совпало с непростой ситуацией на рынке, и самая актуальная задача на сегодняшний день – повысить объемы продаж за счет поиска новых клиентов.



«Показ объявления – это уже реклама вашего бренда, причем по большей части бесплатная, ведь платите вы только за клик».

— Константин Добров, руководитель отдела интернет-маркетинга «Алеф»

Идем в Сеть

Год назад руководство приняло стратегическое решение: создать отдельное подразделение интернет-маркетинга. Было очевидно, какую важную роль играет привлечение покупателей в Сети.

«Мы продаем изделия из меха и кожи по ценам не выше средних, поскольку считаем, что люди с любым уровнем дохода должны иметь возможность красиво и модно одеваться, – рассказывает руководитель отдела интернет-маркетинга «Алеф» Константин Добров. – Поэтому нам нужно было решение, нацеленное на массового покупателя. Мы остановились на контекстной рекламе в крупнейших поисковых системах, в частности – Google AdWords».

AdWords: впечатляющий охват

Проведя масштабную кампанию, специалисты сравнили результаты. Google AdWords оказался экономичнее аналогов – вероятно, благодаря эффективному алгоритму расчета цены за клик и точному таргетингу.

«Показ объявления – это уже реклама вашего бренда, причем по большей части бесплатная, ведь платите вы только за клик, – делится мыслями Константин. – При средней цене 5 рублей за клик мы получили около 500 миллионов показов». При конверсии (CTR) в поиске около 6% – довольно высокий показатель! В итоге бюджет маркетинговой кампании с Google составил всего лишь 10% от полученной впоследствии прибыли.

«AdWords помогает обратиться к нашей целевой аудитории с оптимальным соотношением цены и результата», – добавляет Константин.



«Уже сейчас мы можем сделать вывод, что AdWords дает превосходный результат».

— Константин Добров, руководитель отдела интернет-маркетинга «Алеф»

AdWords: впечатляющий охват Продолжение

Помимо рекламы в результатах поиска, «Алеф» использует контекстно-медийную сеть (КМС) партнерских сайтов AdWords. КМС позволяет шагнуть за рамки поисковой системы и обратиться к потенциальным клиентам на множестве сайтов самой разной тематики. В оценке результатов были и сложности: в отличие, например, от онлайн-магазина, для «Алефа» было трудно проследить весь путь от показа объявления до покупки. Но проблема была решена. Как отмечает Константин, инструменты Google Analytics помогают лучше понять поведение покупателя, а это, в свою очередь, дает пищу для новых идей.

«Алеф» значит первый

В ближайшем будущем «Алеф» планирует запустить новый сайт. «Современный, удобный, привлекательный, быстрый, с интерактивным каталогом продукции. Он должен стать лучшим в меховой тематике. Подключим Google Карты и, конечно, Google Analytics – сегодня это самый прозрачный сервис среди аналогов», – говорит Виктор Романов – интернет-маркетолог компании «Алеф».

«Несомненно, будем активнее работать с контекстной рекламой, развиваться в социальных сетях и, вероятно, попробуем видеорекламу в прероллах YouTube. Это еще один канал с богатыми возможностями,

не использовать которые было бы непростительно. Мы верим, что станем первыми в мире: главное – идти в ногу со временем и не упускать возможностей для развития».



«Алеф» использует

- Google Поиск
- КМС (контекстно-медийная сеть) Google
- Google Analytics

Цели

- Привлечение целевой аудитории на сайт
- Привлечение покупателей в магазины
- Оптимизация рекламного бюджета

Подход

- Реклама в результатах поиска Google и КМС
- Подробный анализ показателей кампании и поведения пользователей

Результаты

- Повышение упоминаемости бренда: около 500 млн показов
- Бюджет кампании составил 10% от полученной прибыли (согласно анализу конверсии), что позволило компании выйти в прибыль на сложном этапе.

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 компаний Google и ее партнеров. Тарификация на основе цены за клик подразумевает, что вы платите только тогда, когда пользователи нажимают на ваши объявления.