



Dogsy.ru: первые заказы сразу после подключения к AdWords



Контекстная реклама, в частности в Google, помогает Dogsy.ru получать больше клиентов, чем другие каналы продвижения, включая социальные сети.

В прошлом году в Москве открылся сервис для поиска передержки для собак [Dogsy.ru](https://dogsy.ru), который многие уже называют «Airbnb для четвероногих». Неважно, собирается ли клиент в командировку или к нему на несколько дней приезжают гости с аллергией, на сайте компании он может легко найти предложения по передержке от людей, любящих собак, а также от профессиональных зоогостиниц.

Михаил Репников, партнер и сооснователь проекта, планирует в ближайшем будущем запустить проект в Санкт-Петербурге, а затем — и во всех российских городах-миллиониках. Конечно, перед ним постоянно стоит задача находить новых клиентов и продолжать работать с теми, кто заказывает догситтеров на постоянной основе. Эффективнее всего это получается делать благодаря рекламным кампаниям в Интернете, в частности, с помощью сервиса Google AdWords.

Как найти новых клиентов?

Существует множество способов расширить клиентскую базу. По мнению Михаила, далеко не все они одинаково эффективны. Dogsy.ru тестировала рекламные возможности социальных сетей — Facebook и Вконтакте, но этот канал не принес большой поток новых клиентов. Михаил добавляет: «Некоторые СМИ нас поддерживали, публикуя статьи о нашем сервисе, какие-то заказы идут от сайтов партнерских зоомагазинов. Но в основном мы продвигаемся через поисковые системы. Часть клиентов находят наш сайт в результатах поисковой выдачи. Чтобы нас было проще найти таким способом, мы занимаемся оптимизацией сайта. Сейчас, правда, уже в меньшем объеме, так как площадка уже довольно качественная. И, конечно, мы используем контекстную рекламу. Такие рекламные кампании я настраиваю самостоятельно. В самом начале, правда, привлекал специалиста-фрилансера, но мне не понравился результат».



«Когда мы запустились, контекстная реклама позволила очень быстро получить первую обратную связь. Буквально сразу после запуска рекламы мы получили первые заказы. Сейчас это стабильный источник новых заказов, эффективный способ привлечь горячих клиентов, которые уже знают про услуги передержки животных и ищут подходящий вариант»

— Михаил Репников, партнер и сооснователь проекта

Совет для новичков от опытного предпринимателя

«Конечно же, я рекомендую использовать Google AdWords. Механизм простой:

- Выделить с помощью Планировщика ключевых слов все возможные запросы, по которым ищут такие услуги;
- Придумать объявления под группы запросов так, чтобы запрос входил в объявление. Например, если человек ищет гостиницу, то мы и показываем ему объявления вида «Домашние гостиницы для собак», а если догситтера, то «Проверенные догситтеры Москвы». Так кликабельность объявления будет хорошей.
- Использовать UTM-метки в объявлениях и отслеживать их при заказе, чтобы оценивать конверсию. Так можно узнать, сколько денег тратится на объявление и сколько выручки оно приносит, и, исходя из этого, оптимизировать кампанию.

Если нет собственного опыта, можно найти массу статей и справочных материалов. Это совсем не сложно!»

Как настраивали рекламную кампанию?

Когда Dogsy.ru только запускала кампанию в AdWords, специалисты потратили достаточно времени на ее настройку, чтобы максимизировать эффективность. Сейчас реклама дает стабильно хороший результат и не требует дополнительного времени на настройку.

Михаил создал около 50 рекламных объявлений под основные ключевые запросы: «передержка собак», «передержка животных», «гостиница для собак», «с кем оставить собаку во время отпуска». Контекстную рекламу AdWords Dogsy.ru размещает как на десктопе, так и на мобильных устройствах, чтобы получить доступ к максимально широкой аудитории. Михаил отмечает, что в его проекте «конверсия для мобильного трафика в контекстной рекламе меньше на полтора процента (10% для десктопа и 8.5% для мобильных)». Он предполагает, что причина в недостаточно качественно оптимизированных мобильных лендингах. Но это владельцы бизнеса планируют поправить в ближайшем будущем.

От размещения на мобильных устройствах отказываться Михаил не планирует, в частности, потому что средняя цена за «мобильный» клик у Dogsy.ru чуть ниже, чем на десктопе.

Какие результаты?

Михаил и его коллеги довольны результатами AdWords. Они отмечают: «На каждую вложенную тысячу рублей мы получаем три тысячи шестьсот рублей». То есть ROI составляет 360%, и это очень неплохой показатель. Количество клиентов благодаря контекстной рекламе в AdWords постоянно растет. Например, с ее помощью Dogsy.ru организовала более 300 передержек на новогодние праздники. Михаил уверен, что и летом результаты будут не хуже.

Михаил планирует и дальше использовать контекстную рекламу и рассчитывает, что благодаря ее эффективности у Dogsy.ru не будет проблем с поиском новых клиентов.



Dogsy.ru

Цели:

- Привлечение целевой аудитории на сайт
- Поиск новых клиентов

Подход:

- Рекламная кампания в результатах поиска Google на десктопах и мобильных устройствах
- Использование UTM-меток для оценки конверсии

Результаты:

- Конверсия 10% для десктопов и 8,5% для мобильных
- ROI для AdWords у Dogsy.ru на уровне 360%

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.