



## Автоателье AMD plus: «Google AdWords позволяет быстро и эффективно получить максимум от интернет-рекламы: конверсия с мобильных устройств достигает 50%!»



**Интернет-реклама в Google нужна даже бизнесу с очень узкой специализацией. Профессиональная настройка кампаний, постоянная оценка стоимости целевого действия и дальнейшая оптимизация кампании — вот секреты успешного продвижения от московского автоателье AMD plus.**

Основная услуга [AMD plus](#) — реставрационные работы любой сложности. Сотрудники скептически относятся к слову «тюнинг», фокус в ателье скорее на «детейлинг», то есть ремонт салона и уход за автомобилем в целом.

Компания появилась на рынке относительно недавно — 1 января 2015 года. Сегодня в команде работают 30 человек, и AMD Plus переживает стадию бурного роста.

Андрей Параскев, директор автоателье, отмечает, что сейчас главное — наладить все бизнес-процессы и закрепиться в статусе лучшего ателье, предлагающего эксклюзивные услуги по реставрации автомобилей.

«Любой бизнес начинается с конкурентного преимущества, — отмечает Андрей. — В нашем случае мы сделали ставку на специалиста топ-уровня, который хорошо разбирается в теме: выбирает оптимальное оборудование, лучшие технологии, индивидуальный подход к клиенту. Чтобы потенциально заинтересованная аудитория узнала о наших услугах, мы используем контекстную рекламу. По эффективности интернет — номер один для нас. Его ключевые преимущества — большой охват и прекрасные возможности таргетинга. С Google у нас вообще полная гармония!».

Среди преимуществ Google Андрей особо выделяет большую мобильную аудиторию. «Это инструмент для тех, кому нужна современная аудитория или чей бизнес под нее заточен (например, эвакуаторы)», — подчеркивает Андрей. Благодаря правильной настройке в Google AdWords AMD plus добилась высоких показателей эффективности рекламы: конверсия с мобильных устройств по ключевому слову «реставрация» в AdWords составляет 50%.



**«У нас в Google AdWords стоимость кликов по реставрационным услугам в два раза ниже, чем в Директе. В Яндексe – 60 руб, а в Google – 30 руб. Соответственно и стоимость конверсии, целевых действий на сайте тоже в полтора-два раза ниже. Нам очень нравится!»**

**— Андрей Параскев, директор автоателье AMD plus**

### **Интернет-реклама vs «сарафанное радио»: что лучше?**

Большинство владельцев нишевых бизнесов отмечают, что с ростом количества постоянных клиентов эффективность «сарафанного радио» растет. Конечно, при условии, что компания предоставляет качественные товары или услуги по рыночным ценам. Однако это не отменяет эффективности интернет-рекламы. С этим мнением согласны и в AMD plus.

«Сегодня уже более 20% наших клиентов обращаются к нам по рекомендации текущих клиентов. Их количество постоянно растет. Тем не менее, львиная доля клиентов приходит из результатов поиска — органических или рекламных. Так что, на мой взгляд, нет нужды выбирать, чему отдать предпочтение — рекламе или рекомендациям. Нужно работать по всем каналам!».

### **Рекламные кампании в Google AdWords**

Рекламную кампанию в Google AdWords AMD plus запустили практически одновременно с сайтом. В первое время ее поддержкой и оптимизацией занимались сотрудники самой компании. Однако позже они пришли к выводу, что предпочтительнее отдать эту работу профессиональным подрядчикам. Андрей отмечает: «Представители агентств постоянно проходят тренинги и повышают квалификацию. Конечно, они в курсе последних трендов, хорошо знают рынок, имеют опыт работы со многими клиентами. Так что для себя мы выбрали именно работу через агентство. При этом могу отметить, что эффективной реклама в AdWords может быть, и если вы самостоятельно ведете кампании. Главное — разобраться в настройках, активно пользоваться инструментами, отслеживать результаты и на их основе проводить дальнейшую оптимизацию».

AMD plus рекламируется только в Google Поиске, как на десктопах, так и на мобильных устройствах.

Сегодня 50% конверсий обеспечивают пользователи мобильных устройств

### **Какие запросы являются наиболее эффективными?**

«Ключевые высокочастотные запросы — “ремонт салона автомобиля/авто”, “ремонт прожогов”, “ремонт сидений автомобиля/авто”», — рассказывает Андрей. По его словам, трафика в узкой нише реставрации автомобилей немного, так что сильно оптимизировать небольшие объемы запросов неразумно: «Постоянно оптимизировать маленький объем — нецелесообразно с точки зрения трудозатрат. Игра идет на уровне статистической погрешности. Поэтому мы берем все по этим словам. Потом прорабатываем новые минус-слова и добавляем рекламные объявления на новые услуги, которые появляются в нашем автоателье. Ну и конечно, наши менеджеры проводят еженедельные замеры эффективности работы рекламных бюджетов. По их результатам мы также проводим дальнейшую оптимизацию».



**«Я совершенно точно могу рекомендовать Google AdWords как эффективную рекламную платформу. Google — это идеальный инструмент для тех, кому нужна современная аудитория или чей бизнес под нее заточен»**

**—Андрей Параскев, директор автоателье AMD plus**

### Каковы результаты?

Андрей считает Google AdWords самым эффективным каналом интернет-рекламы. Он отмечает: «Сейчас по запросам реставрации и ремонта салона в Google мы тратим 40-50 тысяч рублей в месяц. При этом стоимость конверсии в Google по реставрационным услугам в два раза ниже, чем в Яндексe. Особо я бы хотел отметить эффективность работы с мобильной аудиторией Google. Ее доля в целом гораздо выше, чем у Яндексa. А размер конверсии с мобильных устройств в Google достигает 50%».

По мнению директора AMD plus, Google идеально подойдет всем рекламодателям, бизнес которых нацелен на современную аудиторию. А также тем, кто умеет считать эффективность рекламного бюджета.

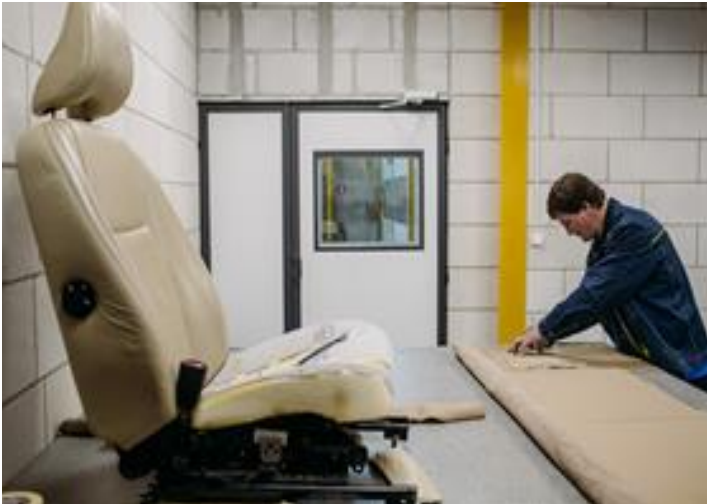
### Советы от директора AMD plus

«При работе с интернет-рекламой думайте не только о частотности ключевых слов, но и о логике поведения пользователей. Приведу собственный пример: в самом начале мы активно рекламировались по темам, связанным как с уникальными реставрационными работами, так и с услугами профессиональной химчистки. Кликов было много и там, и там. Однако потом мы отметили, что конверсия по услуге «химчистка» значительно ниже. Почему? Сложные работы, типа реставрации, люди готовы доверить только профессионалам, к которым они согласны ехать даже через весь город. А химчистку могут сделать практически в любом мало-мальски приличном автоцентре. Поэтому сейчас мы отключили всю рекламу, связанную с уходом за салоном автомобиля, и рекламный бюджет стал расходоваться гораздо эффективнее».

Андрей отмечает, что размер аудитории, до которой можно «дотянуться» рекламным сообщением, — это важный фактор, но далеко не единственный.

«Например, мы попробовали работать с крупнейшим сайтом бесплатных объявлений: цена клика была относительно низкой — около 3 рублей, интерес был большим, однако отказы составляли примерно 80%. Мы решили не портить себе статистику и не тратить рекламные бюджеты и окончательно убедились, что контекстная реклама эффективнее всего.

Обязательно пользуйтесь инструментами, которые предлагает Google AdWords. Выставляйте минус-слова, устанавливайте цели, изучайте аналитические отчеты с помощью Google Analytics. Это позволит вам быстрее и эффективнее получить максимум от интернет-рекламы в Google!».



# AMD PLUS STUDIO

## Цели:

- Поиск новых клиентов с фокусом на продвинутую современную аудиторию
- Привлечение «мобильных» клиентов
- Закрепление за AMD Plus статуса лучшего ателье по реставрации автомобилей

## Подход:

- Эффективная работа с нишевой аудиторией
- Регулярный анализ и оптимизация рекламных кампаний
- Тщательная проработка новых минус-слов
- Использование узкоспециализированных запросов для продвижения конкретных услуг

## Результаты:

- Стоимость конверсии в Google по определенным категориям в два раза ниже, чем в Яндекс
- Размер конверсии с мобильных устройств в Google достигает 50%

## 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.