



«Незабываемая Москва» увеличила CTR в Google AdWords до 30-35%, а количество клиентов выросло на 50%



«Незабываемая Москва» на своем опыте убедилась, что важно следить за тремя показателями эффективности рекламной кампании в Google AdWords — CTR, CPC и CPA. Если первые два отражают эффективность запущенных кампаний, то последняя — стоимость привлечения клиентов. Этот показатель не должен превышать маржу от стоимости проданных товаров или услуг.

Экскурсионное агентство «[Незабываемая Москва](#)» было открыто летом 2015 года. Сегодня команда из 11 человек предлагает своим клиентам автобусные и пешеходные экскурсии по Москве для туристов из России и иностранцев из Америки, Европы и Китая. В настоящее время компания тесно сотрудничает с экскурсионным бюро Киноконцерта «Мосфильм», а в ближайшем будущем планирует начать работать с Москва-Сити и экскурсионным бюро Останкинской телебашни. Также в планах выход на рынок Санкт-Петербурга.

Всего за год «Незабываемая Москва» вырвалась в лидеры на московском рынке экскурсионных услуг. Яшанов Артем, менеджер по продвижению, отмечает, что нет предела совершенству: «Мы постоянно стремимся оптимизировать все бизнес-процессы, происходящие внутри компании, повышая качество обслуживания и эффективность нашего бизнеса. Ввиду высокого уровня конкуренции на московском рынке экскурсионных услуг бороться приходится за каждого клиента. На мой взгляд, в условиях жесткой конкуренции и экономического спада для развития действующего бизнеса необходимо использовать комплексный подход к продвижению услуг на рынке и широкий спектр инструментов современного маркетинга. Важно все — и рекламные каналы, и стимулирующие спрос предложения (акции, скидки, бонусы), и взаимодействие с постоянными клиентами с помощью CRM-системы».



«На данный момент мы не используем рекламу ни на ТВ, ни на радио, ни в традиционных СМИ. При этом о высокой эффективности интернет-рекламы в Google AdWords можно говорить с большой уверенностью. При грамотном распределении бюджетных средств, запланированных на онлайн-рекламу, рентабельность инвестиций в неё может составлять до 300% в месяц»

— Яшанов Артем, менеджер по продвижению

Продолжаете ли вы заниматься оптимизацией сайта?

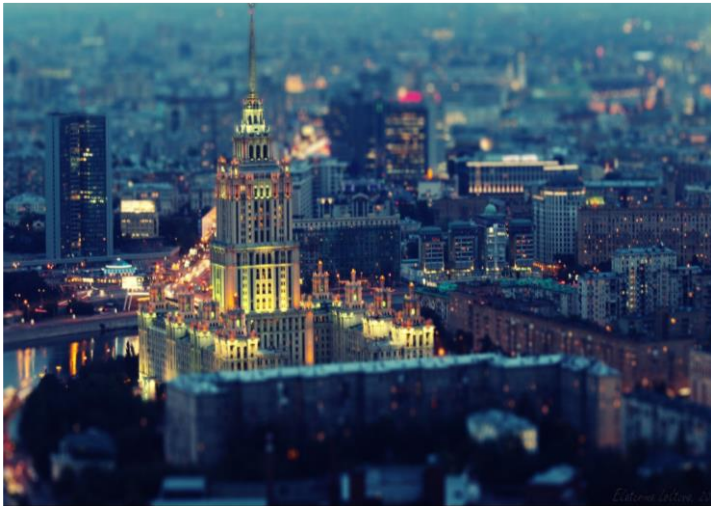
Сайт «Незабываемой Москвы» доступен с первого дня работы компании. Именно с его помощью компания находит новых клиентов. Артем отмечает, что большинство туристов ищут экскурсии в интернете. Развитием интернет-площадки в компании занимаются постоянно. «Перестать заниматься оптимизацией сайта — значит перестать развивать действующий бизнес, войти в стадию стагнации. Наши конкуренты развиваются и совершенствуются — развиваемся, совершенствуемся и мы!», — говорит Артем. Для продвижения сайта компания использует SEO-продвижение, тематические онлайн-ресурсы и, конечно, интернет-рекламу. Google AdWords в компании очень довольны. Артем отмечает, что «стоимость продвижения в «Google AdWords гораздо ниже, чем на других платформах. При грамотном подходе Google является мощным и эффективным рекламным инструментом для вашего бизнеса».

AdWords: эффективная оптимизация

Сегодня компания использует контекстную рекламу в результатах Google Поиска на десктопе. При продвижении услуг в Google AdWords «Незабываемая Москва» старается охватывать и низкочастотные, и среднечастотные, и высокочастотные запросы, однако все они так или иначе связаны с основной деятельностью фирмы. При этом Артем говорит: «На мой взгляд, важна не столько широта спектра запросов, как правильные настройки рекламной кампании и грамотно составленные объявления. Мы следим за рекламными кампаниями в Google AdWords на постоянной основе и регулярно занимаемся повышением их эффективности — пишем объявления, тестируем их, выбираем лучшие, то есть те, которые в наибольшей степени привлекают внимание целевой аудитории».

Для «Незабываемой Москвы» ключевыми являются 3 показателя — CTR, CPC, CPA, причем именно в такой последовательности.

Оценить эффективность того или иного объявления может помочь соотношение количества показов и числа кликов на то или иное объявление, то есть показатель CTR. Добившись желаемого CTR, в компании обращают внимание на CPC, ведь порой цена клика может не вполне оправдывать себя с экономической точки зрения. Артем отмечает: «У каждой коммерческой организации максимально возможный уровень CPC, безусловно, разный. Конечно, мы не забываем и о CPA — стоимости привлечения одного клиента с учетом общего количества сделанных кликов. Наверное, это один из важнейших показателей, демонстрирующих эффективность или неэффективность созданной рекламной кампании. Следует отметить, что показатель CPA, на мой взгляд, в том числе зависит от привлекательности самого сайта и от используемого для привлечения новых клиентов маркетингового подхода». Меньше чем за год работы в Google AdWords Артему и его команде удалось значительно увеличить эффективность рекламного продвижения в онлайн.



«Google AdWords — это возможность сконцентрироваться на потенциальной аудитории и привлечь дополнительных клиентов, которые на данный момент даже не догадываются о существовании вашей фирмы»

— Яшанов Артем, менеджер по продвижению

AdWords: эффективная оптимизация

Продолжение

«Поскольку экскурсионный бизнес напрямую зависит от погоды, времени года и т. д., мы склонны оценивать эффективность рекламных кампаний в Google AdWords не в достижении конкретных KPI, а в процентном соотношении. Мы смогли увеличить CTR с 15-17% до 30-35%, снизили CPC в среднем с 16-17руб. до 10-12 руб. Следует отметить, что полученные результаты оказались намного выше, чем по тем же самым рекламным кампаниям, например, в Яндекс.Директе. Благодаря тому, что мы смогли снизить стоимость клика в среднем на 30-35%, вместе с этим увеличив кликабельность объявлений, поток клиентов вырос практически в полтора раза, в то время как конечная стоимость привлечения одного клиента — по показателю CPA — значительно снизилась. Одно мы знаем точно — нет предела совершенству. Именно поэтому, на мой взгляд, нас ждут еще более эффективные результаты работы в Google AdWords», — говорит Артем.

Для тех, кто только начинает свой путь в мире интернет-рекламы

Артем делится пошаговым планом создания рекламной кампании в Google AdWords, который лежит в основе работы «Незабываемой Москвы»:

- Сделайте Google AdWords неотъемлемой составляющей ваших рекламных кампаний. В условиях жесткой конкуренции и экономического спада необходим комплексный подход к продвижению ваших услуг на рынке;
- Используйте бесплатные инструменты Google AdWords (например, «Планировщик ключевых слов») при создании рекламных кампаний и планировании бюджета. Это поможет вам не пропустить важные коммерческие запросы и правильно определить объем рекламного бюджета;
- После начала работы с Google AdWords следите за уровнем CTR и CPC, так как данные показатели демонстрируют первоначальную эффективность запущенных рекламных кампаний;

- После достижения желаемых результатов с CTR и CPC, обратите внимание на CPA. Чаще всего, показатель CPA зависит именно от информации, представленной на сайте. Так, например, грамотно составленное объявление может приводить на ваш сайт сотни человек в день, однако никто из них не совершит целевое действие, если цены у вас в два раза выше, чем у конкурентов;
- Оптимизируйте рекламные кампании на регулярной основе. Если вы думаете, что эффективность достигается единожды и сохраняется навсегда, вы ошибаетесь. Ваши конкуренты работают, работайте и вы;
- И, наконец, Google AdWords поощряет предпринимателей, начинающих продвигать свои товары или услуги с помощью контекстной рекламы (например, с помощью промокодов AdWords на партнерских сайтах). Почему бы не использовать их для запуска рекламной кампании?



Цели:

- Привлечение на сайт людей с высшим образованием в возрасте от 25 до 50 лет (целевой аудитории компании)
- Увеличение эффективности рекламной кампании: увеличение CTR и снижение CPC

Подход:

- Рекламная кампания в результатах Google Поиска на десктопах
- Использование бесплатных инструментов, в том числе «Планировщика ключевых слов»
- Использование большого спектра поисковых запросов — и низкочастотных, и среднечастотных, и высокочастотных
- Отслеживание показателей CTR, CPC, CPA
- Постоянная оптимизация рекламной кампании

Результаты:

- Увеличение CTR с 15-17% до 30-35%
- Снижение CPC в среднем с 16-17 руб. до 10-12 руб.
- Увеличение количества клиентов практически в полтора раза

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.