

Подготовка аккаунта к автоматизации

Сергей Кравченко, Менеджер по работе с ключевыми клиентами



Четыре ключевых фактора, на которые необходимо обратить внимание при переходе на автоматизацию

Больше клиентов с большей эффективностью

назначение ставок в режиме реального времени

Назначение
ставок

Объявления

Правильный “месседж”

в каждый отдельный момент, для каждого пользователя

Находите людей, которые еще не являются вашими клиентами, но могут ими стать

за счет динамических кампаний

Таргетинг

Атрибуция

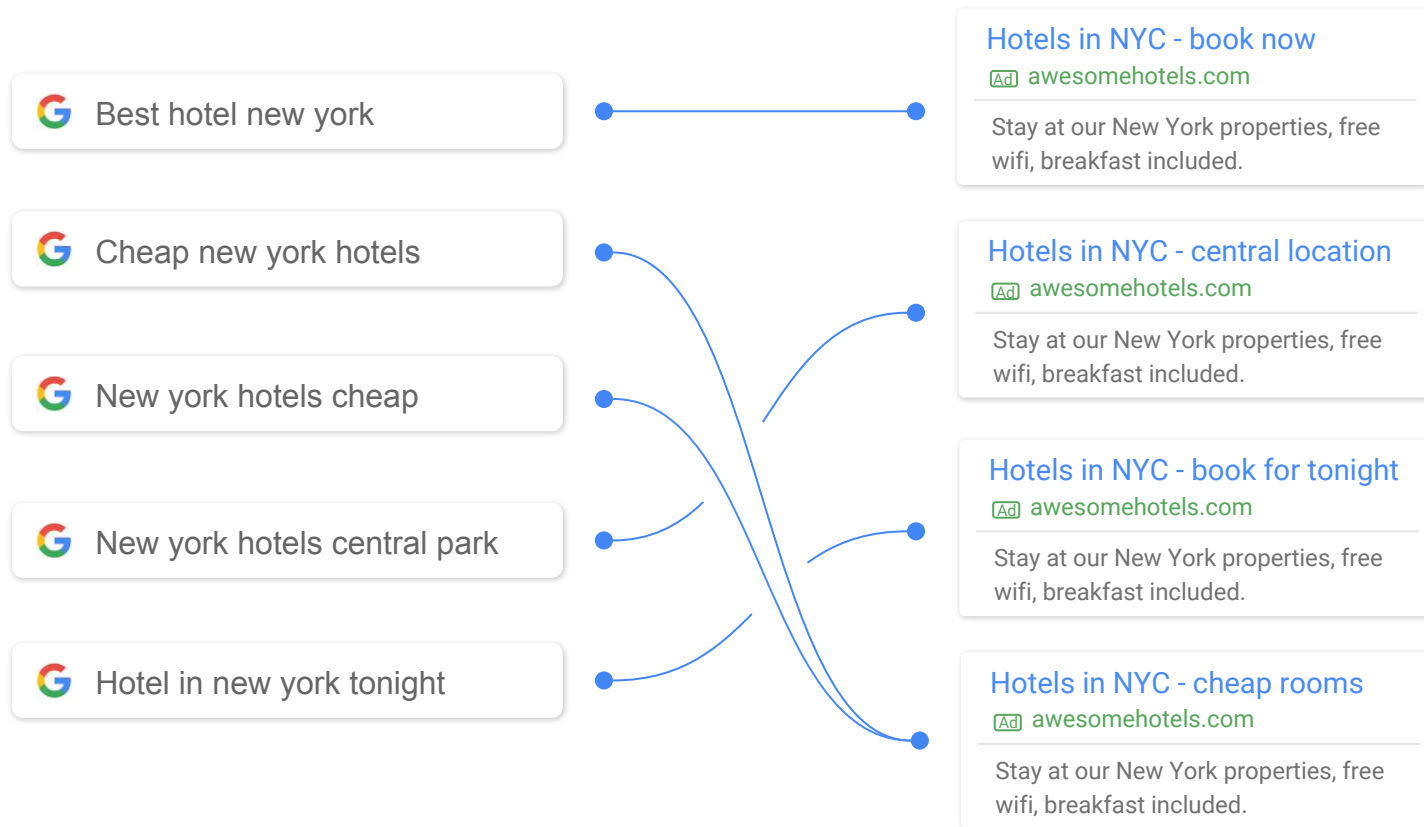
Атрибуция не по последнему клику

использование атрибуции на основе данных



Объявления

Чем больше объявлений вы используете, тем выше эффективность



Необходимо давать алгоритмам автоматизации как можно больше данных

Модификаторы объявлений



Модификаторы объявлений подстраивают ваши объявления к контексту поиска, то есть адаптируют их в зависимости от того, что именно и когда ищет пользователь, в каком браузере и на каком устройстве.

Адаптивные объявления



Адаптивные объявления (Responsive Search Ads (RSA)) упрощают процесс создания и управления объявления в поисковой сети.

Они генерируются из комбинации заголовков, описаний и URL.

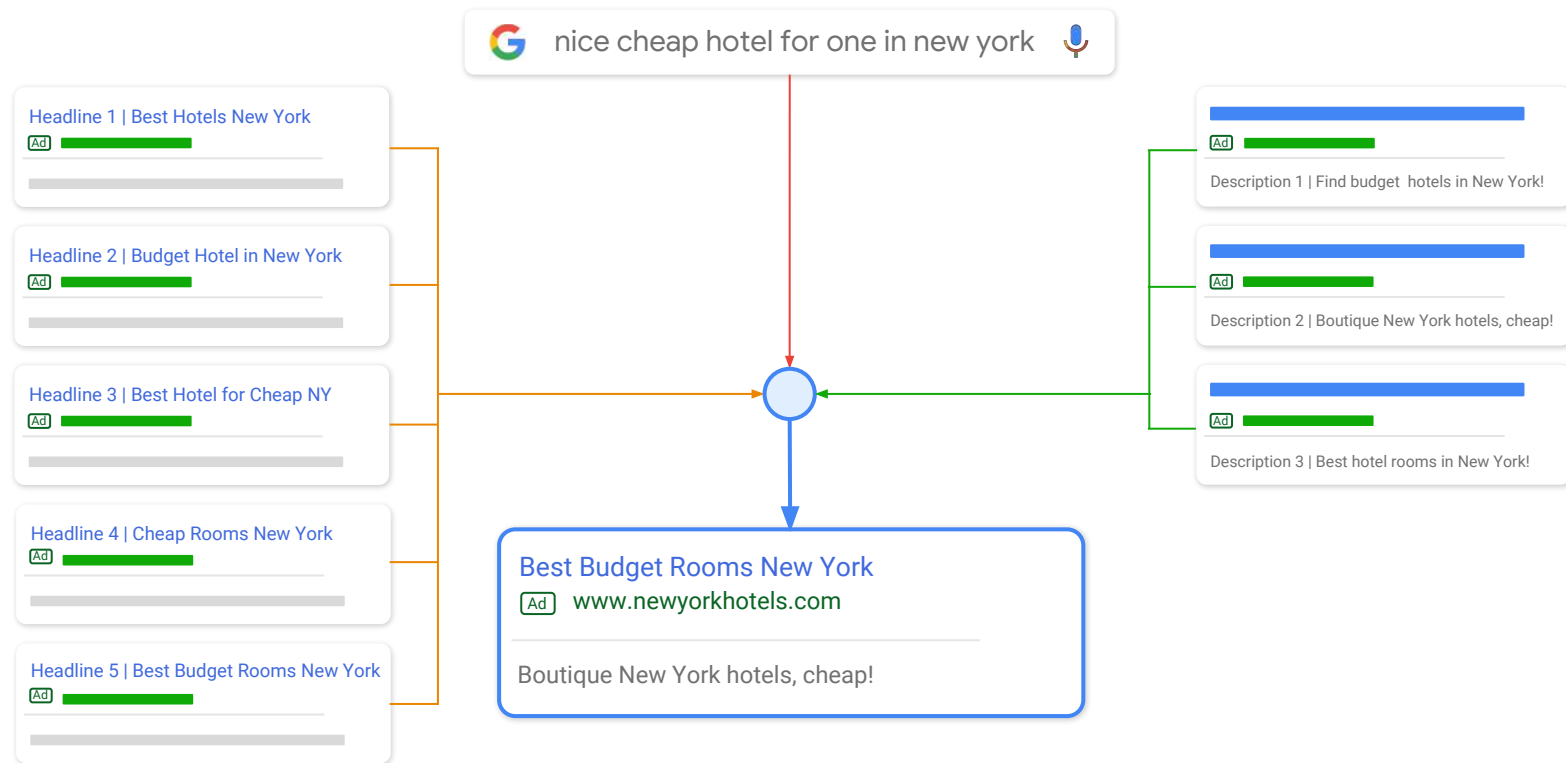
Логические операторы IF



Логические операторы IF позволяют вам customизировать содержание текстового объявления при выполнении определенного условия (если условие не выполнено, будет показано обычное сообщение).

Адаптивные объявления (Responsive Search Ads)

генерируются из комбинаций заголовков, описаний и конечных URLs, что упрощает процесс создания и управления текстовых объявлений





Таргетинг

Одна кампания постепенно превращается в две, затем в три, затем в четыре...

CAMPAIGNS

AUCTION INSIGHTS

Feb 1 - 28, 2018

Feb 1, 2018

Feb 28, 2018

+

Find campaigns

Campaign status: All but removed

<input type="checkbox"/>	<div><div></div></div> Campaign <div>↑</div>	Budget	Status	Bid strategy type	Campaign type	Bid strategy	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost
Total: Campaigns							1,637,266	13,739,341	11.92%	£0.17	£1,369,090.51
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Destination</div><div>211392023</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	4,374	5,947	73.89%	£0.84	£903.28
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Flight</div><div>211391423</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	2,378	2,973	79.99%	£0.21	£202.54
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Generic</div><div>400745783</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	506,234	678,769	72.45%	£0.121	£17,588.14
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Generic Seasonal</div><div>211391663</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	1,045	1,229	85.03%	£0.03	£54.38
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Holiday</div><div>211391C63</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	15,492	19,183	80.76%	£0.05	£3,344.47
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Holiday Seasonal</div><div>211391903</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	7.879	9,318	84.56%	£0.22	£1,364.52
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Hotel</div><div>400745903</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	409	757	54.03%	£0.41	£167.61
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Management</div><div>211350543</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	3,243	5,438	59.64%	£0.10	£327.46
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[Brand] Misc</div><div>212871523</div></div>	£5,000 C0/day <input checked="" type="checkbox"/>	Eligible	Manual CPC	Search	—	297	916	32.42%	£0.32	£93.93
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div>[DSA]</div><div>39535743</div></div>	£20,000 C0/day	Eligible	Target ROAS	Search	DSA - ROAS	121,363	1,629,185	7.45%	£0.11	£134,604.39

Обучение алгоритмов автоматизации будет ограничено, если ваши кампании излишне сегментированы

Необходимо давать алгоритмам как можно больше хороших и плохих примеров для того, чтобы они быстрее обучались и эффективнее предсказывали результат

Интеллектуальное
назначение ставок

Динамические
поисковые
объявления

Модификаторы
объявлений

Вы ограничиваете процесс обучения
и сокращаете объем кампании,
сегментируя ее по следующим
параметрам:

Тип соответствия

Локация

Аудитории

Устройства

У аккаунта, структура которого направлена на дальнейшую автоматизацию, есть множество преимуществ



Автоматизация работает лучше на большом объеме данных



Легче управлять минус-словами



Нужно управлять меньшим количеством объявлений



Легче находить инсайты




Нужно управлять меньшим количеством расширений




Легче принимать решения

Динамические поисковые объявления позволяют автоматизировать таргетинг

A close-up photograph of a smartphone screen showing the Google search homepage. The Google logo is visible in its multi-colored font. The phone is held against a yellow background.

Каждый день в Google Поиске совершается 15% абсолютно новых запросов

Даже аккаунты с тщательно подобранными ключевыми словами могут пропускать ценный трафик. Динамические поисковые помогут вам покрыть все релевантные запросы

A photograph of two women with long blonde hair looking down at their smartphones. One woman is holding a gold-colored phone, and the other is holding a red phone. They are both wearing patterned tops.

Контент вашего сайта обширен и постоянно изменяется

Динамические поисковые объявления позволяют рекламировать и изменяющийся перечень товаров, и труднодоступный контент на вашем веб-сайте

Динамические объявления обеспечивают релевантность и высокий CTR на уровне каждого отдельного запроса



Укажите страницы
вашего сайта,
дневной бюджет и
шаблон объявления



Пользователь
вводит запрос,
относящийся к
вашему бизнесу



Если отсутствует
подходящее ключевое
слова в точном
соответствии, мы найдем
страницу, которая
соответствует запросу

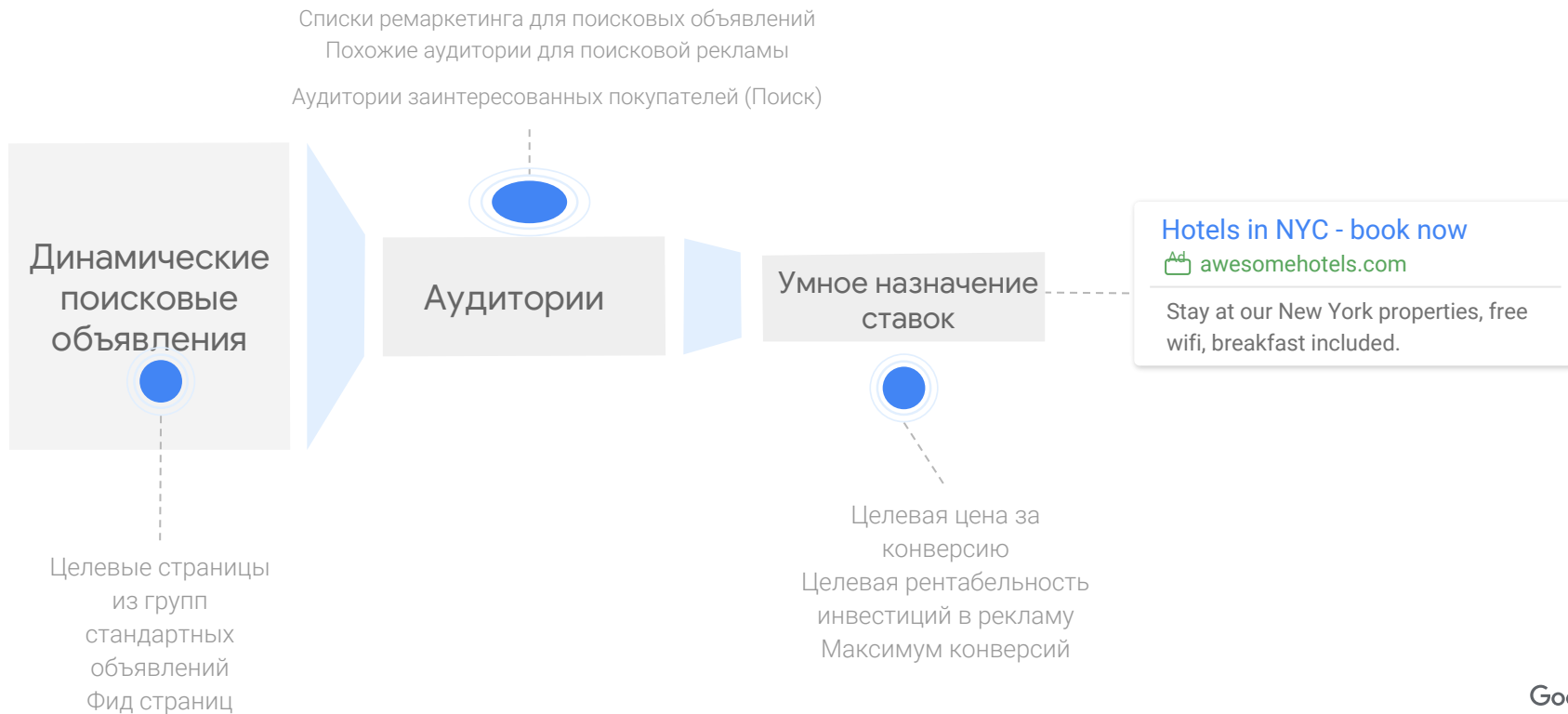
[Hotels in NYC - book now](#)

Ad [awesomehotels.com](#)

Stay at our New York properties,
free wifi, breakfast included.

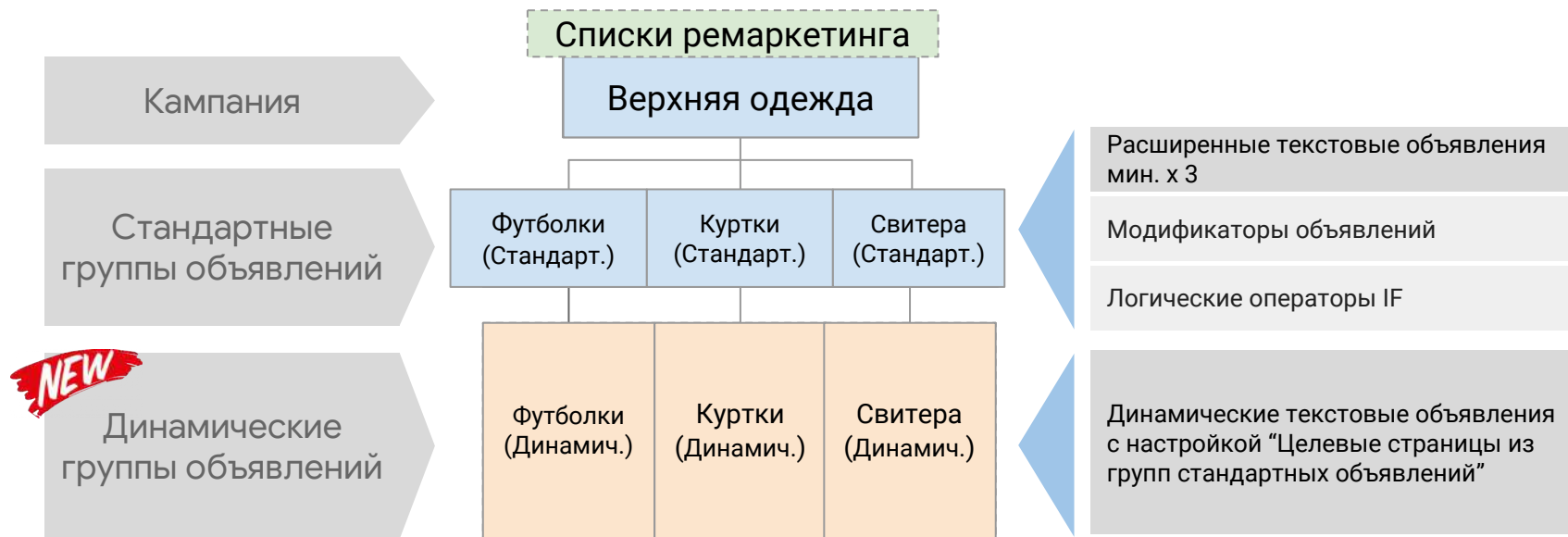
Мы динамически
подберем заголовок
объявления и целевой
URL

Динамические поисковые объявления работают эффективнее в сочетании с аудиторными решениями и интеллектуальным назначением ставок

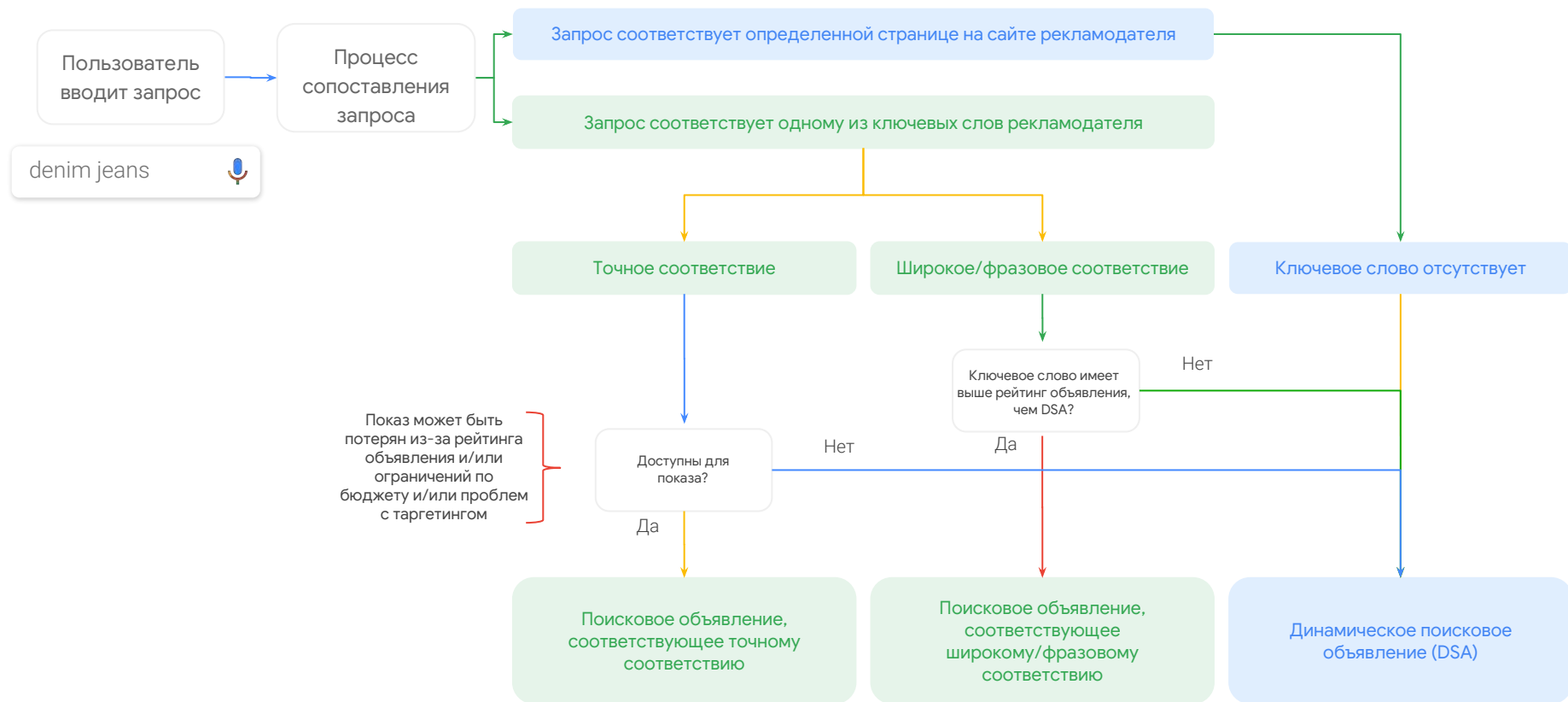


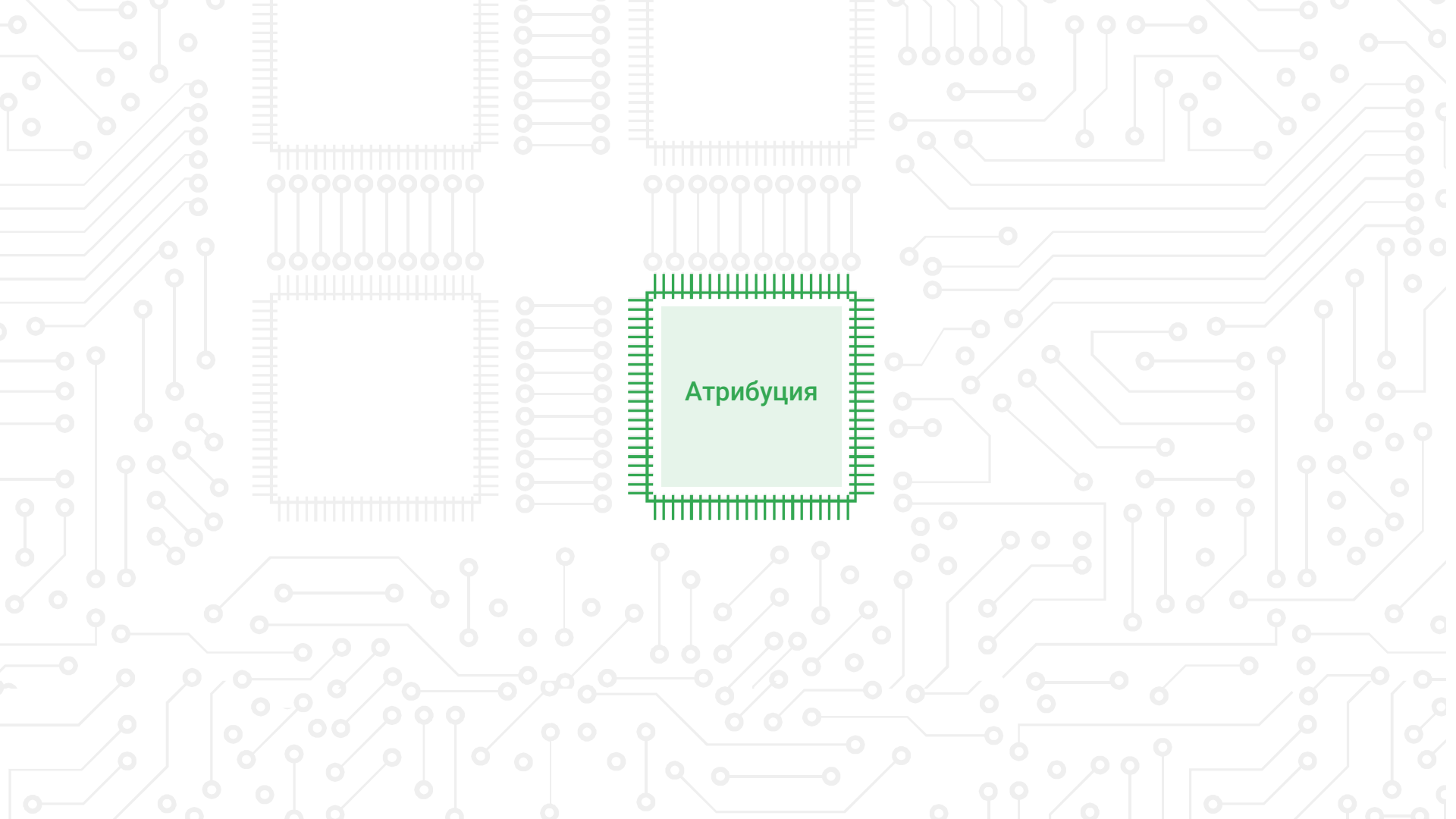
Воссоздайте структуру вашего сайта при создании групп объявлений

Интегрируйте Динамические поисковые объявления (DSA) в ваши текущие поисковые кампании (как дополнительную группу объявлений); создавайте динамическую кампанию отдельно только в том случае, если необходимо установить отдельный бюджет, целевую цену/целевую рентабельность или таргетинг, отличную от остальных поисковых групп объявлений



Про важность взаимоотношений DSA и ключевых слов

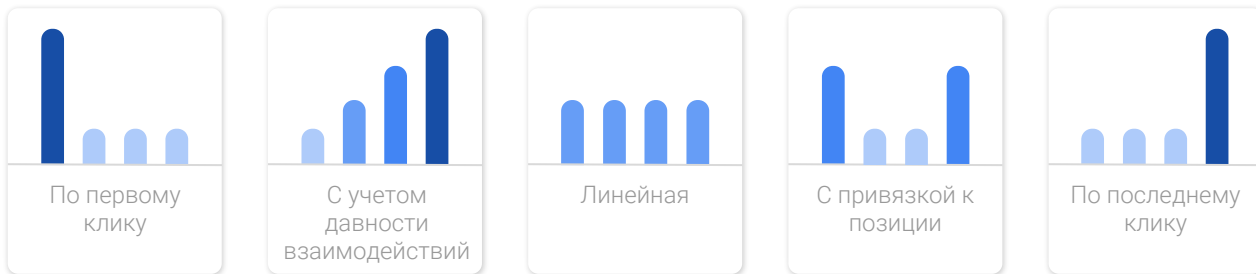




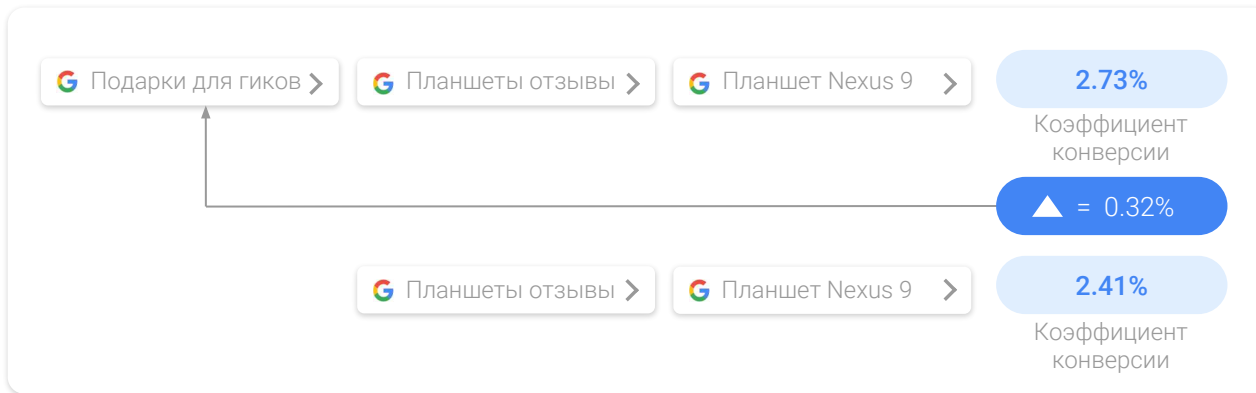
Атрибуция

Приумножьте результаты с атрибуцией на основе данных

Атрибуция на основе правил



Атрибуция на основе данных



+5% прирост конверсий

- ✓ Кросс-девайс
- ✓ Полная автоматизация
- ✓ Легкая в подключении
- ✓ Больше данных для интеллектуального назначения ставок

Пример из жизни

Шаг 1



Покупаем продукты
онлайн

Шаг 2



Продукты
доставлены

Шаг 3



Готовим ужин

Шаг 4



Отправляем все в
печь до полной
готовности

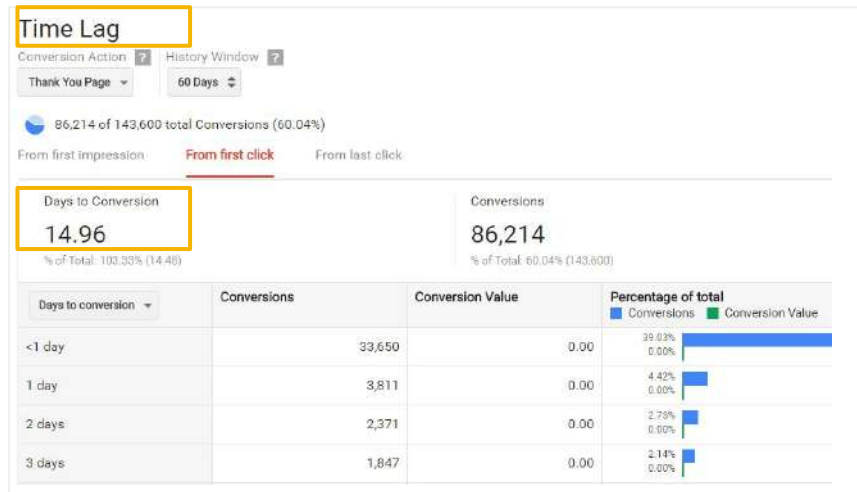
Конверсия



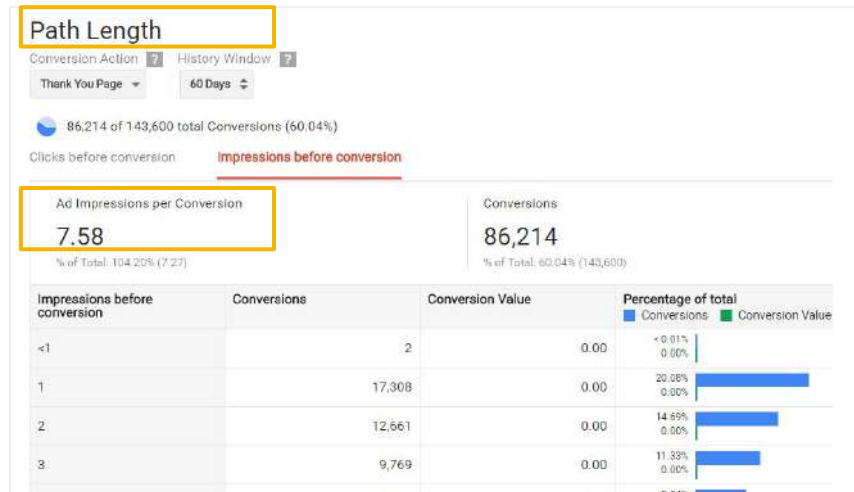
**Приятного
аппетита!**

На что стоит обратить внимание

Среднее #количество дней до конверсии




Среднее #количество кликов/показов до конверсии




Измените модель атрибуции за 2 минуты

1. В **Конверсиях** кликните на действие-конверсию, для которой вы хотите поменять модель атрибуции

Действия-конверсии




<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Название	Источник	Категория 
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Транзакции	Analytics	Покупка/Продажа

Инструменты, оплата и настройки > Отслеживание > Конверсии

2. Выберите **‘Изменить Настройки’**, чтобы изменить модель атрибуции по умолчанию

Название конверсии	Транзакции
Категория	Покупка/Продажа
Ценность	Использовать значение из Google Analytics
Источник	Analytics
Ресурс Google Analytics	website.ru (UA-1234567-1)
Представление Google Analytics	Marketing
Тип события Google Analytics	Транзакция
Учет	Каждая конверсия
Период учета конверсий	90 дней
Включение данных в столбец "Конверсии"	Да
Модель атрибуции	На основе данных



Инструменты, оплата и настройки > Отслеживание > Конверсии > Действия-конверсии

Как отрегулировать кампании в соответствии с новой моделью атрибуции



Переключение с модели атрибуции по последнему клику требует пересмотра временных интервалов для анализа данных

Используйте правильные временные интервалы

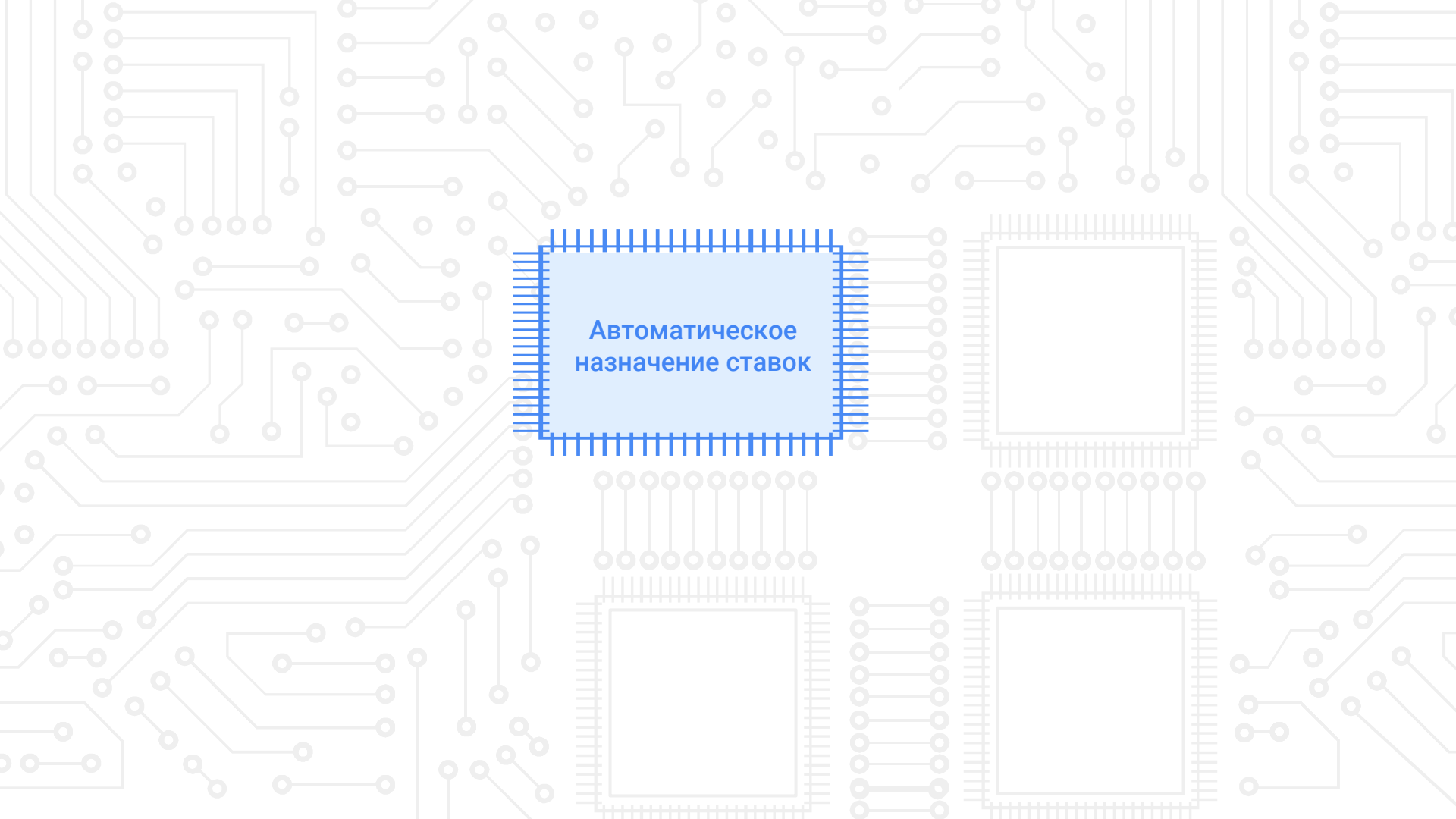
- Рекомендованный интервал 30 дней
- Не используйте данные только за последние несколько дней



Одно лишь изменение модели атрибуции не повлияет на эффективность

Влияйте на результат, основываясь на полученных данных

- Пересмотрите ваши ставки и бюджеты
- Автоматическому назначению ставок потребуется время после того, как вы поменяете модель атрибуции

The background of the image is a light gray circuit board pattern. It features a complex network of thin lines representing traces, which connect to numerous small circles representing solder pads or vias. The pattern is dense and covers the entire area.

Автоматическое
назначение ставок

Полная автоматизация дает лучше результат

eCPC

 7%





больше конверсий,
чем при ручном
назначении ставок в
рамках прежнего
CPA

tCPA

 31%

больше конверсий,
чем при ручном
назначении ставок в
рамках прежнего
CPA

Какие интеллектуальные стратегии существуют?

Цель кампании		Рекомендованная стратегия
	Видимость	Целевой процент выигрышей / Целевое положение на странице поиска
	Клики	Максимизация кликов
	Конверсии / Продажи	Целевая цена за конверсию / Оптимизатор цены за конверсию / Максимум конверсий
	Прибыль	Целевая рентабельность инвестиций в рекламу / Максимизация ценности конверсий



Powered by
Smart Bidding

Пакетные стратегии назначения ставок для кампаний со схожими целями

Для кампаний со схожими целями (по Целевой цене за конверсию или Целевой рентабельности) лучше всего использовать пакетные стратегии

Маленькие кампании с небольшим количеством конверсий можно подключать к пакетным стратегиям: стратегия tCPA в таком случае подойдет для поиска, а tROAS - для торговых кампаний

	Поиск	Торговые кампании
Целевая рентабельность инвестиций в рекламу (tROAS)	Каждая кампания, включенная в пакетную стратегию, должна иметь минимум 15 конверсий за последние 30 дней. Маленькие кампании к стратегии подключить НЕЛЬЗЯ	Кампании, подключенные к пакетной стратегии, должны иметь в общей сложности хотя бы 50 конверсий за последние 30 дней; маленькие кампании подключить МОЖНО
Целевая цена за конверсию (tCPA)	Минимум 30 конверсий за последние 30 дней по всем подключенным к стратегии кампаниям, маленькие кампании подключить МОЖНО	Недоступно
Максимум конверсий	Недоступно	Недоступно
Оптимизатор цены за конверсию	Недоступно	Недоступно

В большинстве случаев система сама вносит необходимые корректировки ставок в момент аукциона

Целевая рентабельность инвестиций в рекламу

Игнорирует все корректировки ставок

Можно выключить тип устройства за счет корректировки -100%

Можно выключить демографию за счет корректировки -100%

Целевая цена за конверсию

Игнорирует все корректировки ставок

Корректировки для устройств работают на уровне Целевой цены за конверсию (**не** Цены за клик)

Можно выключить демографию за счет корректировки -100%

Оптимизатор цены за конверсию

Корректировки по устройствам не включены (нужно добавлять).

Остальные внесенные корректировки можно убрать: система учитывает особенности гео, демографии и времени

Сезонность: как работать с интеллектуальными стратегиями во время сезонных всплесков или распродаж?

1. **Короткие всплески (например, Черная Пятница)**
2. **Новая поисковая кампания на короткий срок (распродажа одного дня, срочный продуктовый запуск)**

- Выключите Целевую цену за конверсию, Максимум конверсий или Целевую рентабельность за один цикл конверсии до предполагаемого/планируемого всплеска
- Перейдите на Оптимизатор цены за конверсию, установив Цену за клик на приемлемый для вас уровень
- Подождите пока не закончится всплеск/акция плюс один полный цикл конверсии после нее
- Далее вернитесь обратно на интеллектуальное назначение ставок — к настройкам до сезонного всплеска

1. **Более долгосрочные распродажи (например, летняя распродажа)**
2. **Общая сезонность (например, январские праздники)**
3. **Торговая кампания**

- Используйте Целевую цену за конверсию, Максимум конверсий или Целевую рентабельность
- Адаптируйте целевые значения ставок постепенно, старайтесь не вносить резких изменений (диапазон изменения не более 10-15%)
- Обратите внимание на кампании, ограниченные бюджетом! Отдача от кампаний достигает максимума только при отсутствии ограничений по бюджету. Если бюджет должен остаться неизменным, лучше всего выбрать стратегию Максимум конверсий
- Пересмотрите и скорректируйте ваши цели — например, снизьте Целевую рентабельность/увеличьте Целевую цену за конверсию, если хотите нарастить объем продаж

Автоматизация на уровне аккаунта

Как полностью перейти на стратегии автоматического назначения ставок?

Тип кампании	Тип соответствия ключевых слов	Доля полученных показов	Основная цель	Стратегия назначения ставок	Рекомендации по настройке интеллектуального назначения ставок
Брендовая	Точное	90%+	Эффективность	Оптимизатор цены за конверсию	Установите комфортную для вас максимальную цену за клик. Уберите все корректировки ставок за исключением корректировок по типу устройств.
Брендовая	Точное	90%+	Объем	Максимизация кликов, Целевой процент выигрышей или Целевое положение на странице поиска	N/A
По категориям товаров (в том числе, с упоминанием бренда)	Точное + Модификатор широкого соответствия	70-90%	Эффективность и объем	Целевая цена за конверсию или Максимизация конверсий (Поиск), Целевая рентабельность инвестиций в рекламу (Торговые кампании)	Выберите стартовую целевую цену и/или рентабельность, основываясь на статистике аккаунта за последние 30 дней. Все корректировки ставок по типу устройств будут проигнорированы.
По бренду конкурентов	Точное	50-90%	Эффективность	Оптимизатор цены за конверсию	Установите комфортную для вас максимальную цену за клик. Уберите все корректировки ставок за исключением корректировок по типу устройств.

Автоматизация на уровне аккаунта

Как полностью перейти на стратегии автоматического назначения ставок?

<i>Тип кампании</i>	<i>Тип соответствия ключевых слов</i>	<i>Доля полученных показов</i>	<i>Основная цель</i>	<i>Стратегия назначения ставок</i>	<i>Рекомендации по настройке интеллектуального назначения ставок</i>
По общим запросам, состоящим из 1-3 слов	Точное + Модификатор широкого соответствия	50-80%	Эффективность	Целевая цена за конверсию или Максимизация конверсий (Поиск), Целевая рентабельность инвестиций в рекламу (Торговые кампании)	Выберите стартовую целевую цену и/или рентабельность, основываясь на статистике аккаунта за последние 30 дней. Все корректировки ставок по типу устройств будут проигнорированы.
По общим запросам, состоящим из более чем 3 слов	Модификатор широкого соответствия	30-60%	Эффективность	Целевая цена за конверсию или Максимизация конверсий (Поиск), Целевая рентабельность инвестиций в рекламу (Торговые кампании)	Выберите стартовую целевую цену и/или рентабельность, основываясь на статистике аккаунта за последние 30 дней. Все корректировки ставок по типу устройств будут проигнорированы.
Динамические поисковые объявления	N/A	0-100%	Эффективность	Целевая цена за конверсию или Максимизация конверсий (Поиск), Целевая рентабельность инвестиций в рекламу (Торговые кампании)	Выберите стартовую целевую цену и/или рентабельность, основываясь на статистике аккаунта за последние 30 дней. Все корректировки ставок по типу устройств будут проигнорированы.



Как контролировать автоматизацию

Корректировки ставок по устройствам (при Оптимизаторе цены за конверсию)
Регулирование Целевой цены за конверсию или Целевой рентабельности

Назначение
ставок

Объявления

Персонализация объявлений за счет ваших данных
Фиды данных

Исключения
Фид страниц
Описание в развернутых текстовых объявлениях

Таргетинг

Атрибуция

Уникальное моделирование на основе ваших данных
Последующий экспорт результатов и назначение новых ставок на их основе

Лучшие практики по внедрению автоматических стратегий на уровне аккаунта

Протестируйте на рекомендуемых кампаниях, а затем, основываясь на результатах, внедрите в оставшиеся кампании в аккаунте

Недели

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----

- 1 Найдите подходящие для теста кампании на вкладке Рекомендации
- 2 Перейдите на автоматическое назначение ставок в выбранных кампаниях (можно сделать АБ-тестирование через [эксперименты](#))
- 3 Период обучения интеллектуальных стратегий (*пример; время зависит от объема конверсий и окна конверсий)
- 4 Интеллектуальные стратегии AdWords работают в полной мере
- 5 Оценка результатов
- 6 Внедрение в оставшиеся кампании



Спасибо!