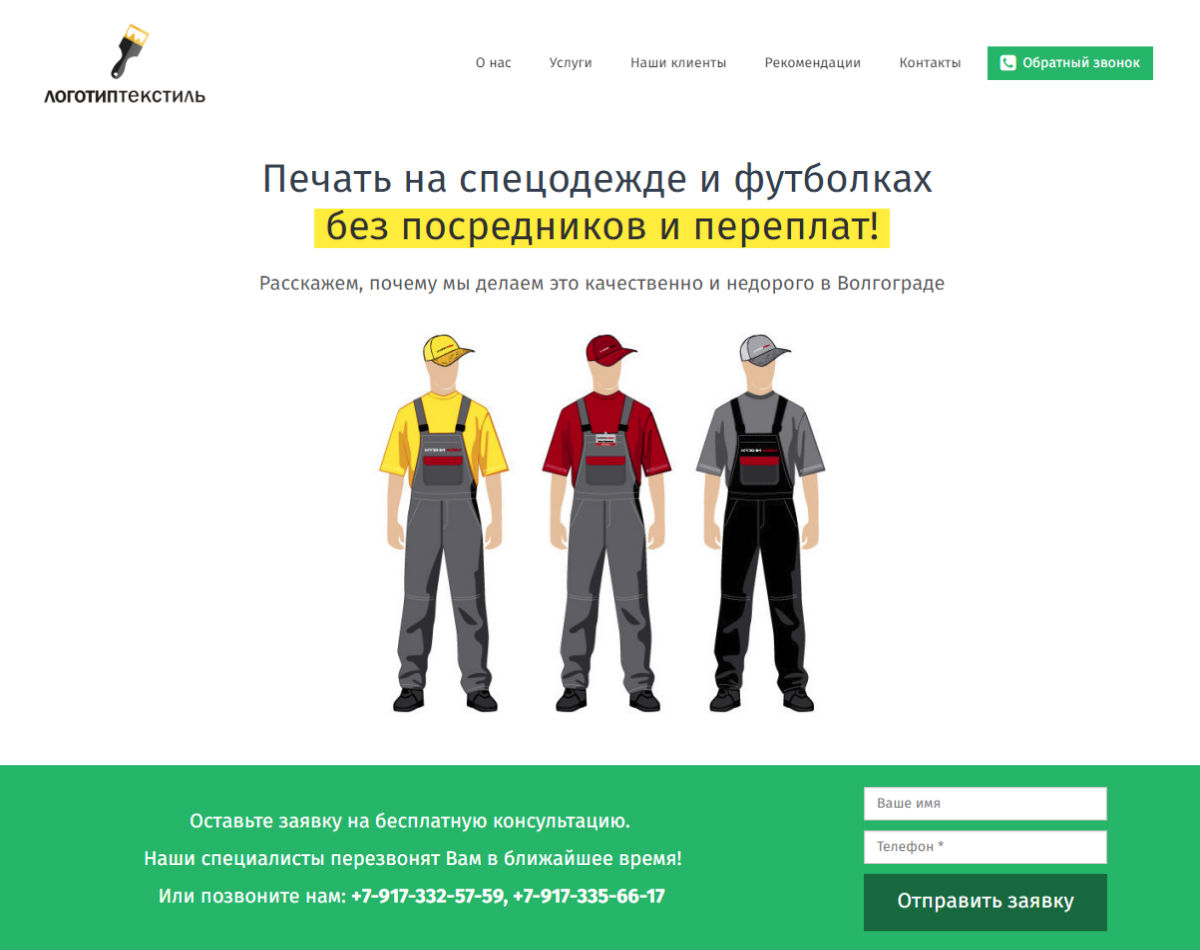
Кейс по услуге

**«Печать на спецодежде и футболках»**

регион Волгоград

Сайт <http://logovlg.ru/>

Пример кейса с маленьким бюджетом на рекламу



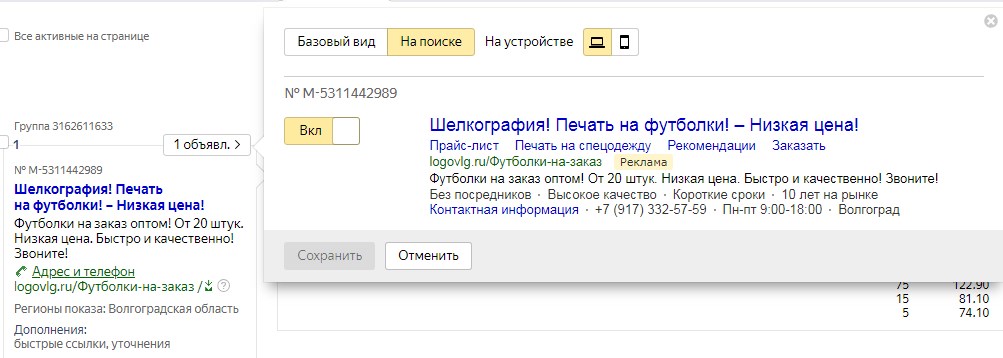
Компания клиента занимается печатью логотипов, эмблем на спецодежде и футболках, мелким оптом.

Что было сделано?

1. На лендинг установил Яндекс Метрику и настроил цели.
2. Настройка рекламных кампаний Яндекс Директ.

В кампанию были собраны горячие и теплые ключи, низкочастотные ключи были сгруппированы по смыслу, чтобы избежать попадания в статус «мало показов». Собраны минус слова/фразы. В кампании была произведена кросс-минусовка ключевых фраз. Объявления были созданы максимально релевантные к ключам, с такими дополнениями как второй заголовок, дополнительные ссылки, уточнения, визитка, отображаемая ссылка.

Вот так выглядит объявление на поиске

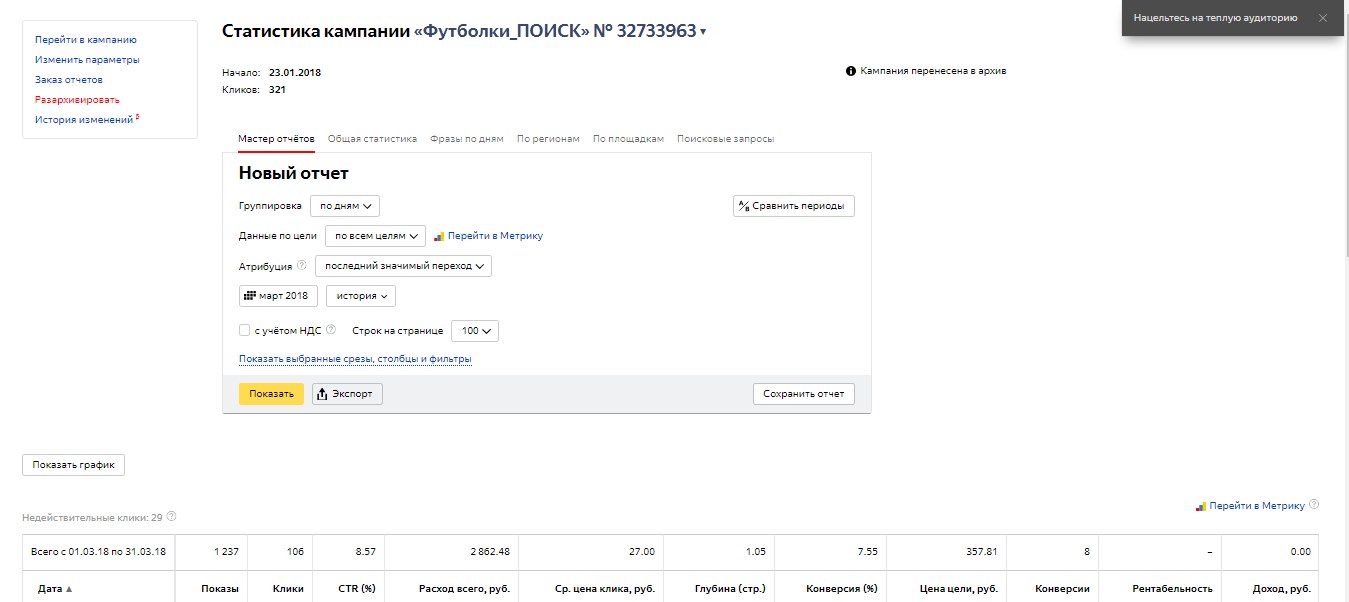


3. Настройка параметров кампании.

В параметрах кампании выбрал ручную стратегию назначения ставок, отключил показы по дополнительным релевантным фразам. Так как у клиента на рекламу выделен маленький бюджет, то я настроил временной таргетинг с 10:00-15:00 (по утверждению клиента в это время идет больше заказов). Работают они только по Волгограду, соответственно ГЕО выбрал Волгоград

4. Далее запуск и анализ кампаний

В итоге за месяц работы получилось достичь таких показателей



CTR кампании – 8.57%

Расход за месяц составил – 2 862 рубля

Средняя цена клика – 27 рублей

Конверсия составила – 7.55%

Итого с бюджетом 2 862 рубля получилось получить 8 конверсий (это не считая звонков, так как не подключали коллтрекинг)