

План работ на Яндекс Рекламу

для B2B бизнеса.

Стратегии

-Как основную стратегию используем: **Общее количество показов рекламы.**

Время в выдаче и позиции в поиске.

-Показатели KPI- **доля рекламных расходов.**

Подробнее о стратегии

Основная задача- **поиск клиентов с высоким чеком.**

Для достижения этих показателей мы используем максимально «узкую» и **сегментированную** семантику в поисковой выдаче.

Так-как ниша визуальная и есть очень большой цикл принятия решения, используем это для ретаргетинга. Выстраиваем цепочку коммуникации через контент. Не просто реклама продукта, а используем формат информирования, через статьи, новые макеты проектов, информационный контент о компании.

Распределение бюджета 80/20 (Основная РК/Ретаргетинг)

Метрики

- За основную метрику берем **ДРР**.(доля рекламных расходов)

Все показатели ниже не имеют значения, так как мы ищем больших заказчиков, соответственно и в анализе нас интересует только **расход относительно прибыли**.

Берем в учет только чистоту трафика в поиске.

Стоимость клика, CTR, цена конверсии в данной стратегии не имеет смысла, так как опираясь на эти данные можно отключить целевые направления трафика, которые приносят клиентов.

- Период оценки трафика: от 6 месяцев.

Для примера:

Месяц	Чистый доход	Расход без НДС	Показы	Клики	Расход, ₽	Расход с НДС, ₽	Конверсии	Конверсия, %	CPA, ₽
Итого			182 555	3 630	528 350,47	634 020,58	20	0,55	26 417,5
апрель	0	135 351,78	9 406	1 221	384 034,19	460 841,03	10	0,82	38 403,4
май	10 000 000	72 251,24	105 576	1 306	39 168,10	47 001,72	4	0,31	9 792,0
июнь	0	105 038,56							
июль	0	184 697,56	19 853	449	3 705,00	4 446,00	1	0,22	3 705,0
август	9 000 000	31 877,66							
сентябрь			40 264	265	9 726,15	11 671,38	4	1,51	2 431,5
Итого			1 888	314	89 630,07	107 556,09	1	0,32	89 630,0

Статистика из моего кейса, расход за 5 месяцев 528 тыс и всего два клиента, но на 19 млн чистой выручки. В кабинете есть кампании с ценой заявки от 2 400 руб до 89 000.

И все они целевые, так как идет долгое взаимодействие между всеми сегментами трафика. Оценивается только общий результат.

Детализация Не задана ▾

Вид размещения	Расход	Клики	Конверсии ↓	CR	CPA
Итого	1 642 928,96 ₽	4 256	87	2,04 %	18 884,24 ₽
Спецразмещение	1 425 567,00 ₽	3 710	80	2,16 %	17 819,59 ₽
Прочее	191 226,31 ₽	457	6	1,31 %	31 871,05 ₽
Реклама в саджесте	10 527,01 ₽	23	1	4,35 %	10 527,01 ₽
Динамические места на поиске	4 759,86 ₽	28	0	0,00 %	—
Эксклюзивное размещение	10 848,79 ₽	38	0	0,00 %	—

Также пример в одном из проектов, где более дорогое спецразмещение дает трафик дешевле позиций ниже.

[И еще один пример из моего видео-кейса в блоге](#)

Можно наглядно убедиться в эффективности стратегии на примере рекламы для завода.