

КЕЙС

КАК МЫ ПРИВЛЕКАЛИ ТАТЬЯН
И ЕКАТЕРИН С ПОМОЩЬЮ СЕРВИСА
ЯНДЕКС.АУДИТОРИИ



ЯНДЕКС АУДИТОРИИ



Яндекс Аудитории — сервис, который позволит использовать собственные данные о целевой аудитории для настройки рекламных кампаний в Яндекс Директе и Яндекс Дисплее.



Задача

Провести адресную рекламную кампанию и получить максимальное количество продаж.

ЧТО НАМ ПОНАДОБИЛОСЬ


Для проведения рекламной кампании нам понадобилась телефонная база с мобильными номерами, которую предоставил нам рекламодатель, мы произвели сегментацию базы по именам. Выявили что наибольшее количество владельцев номеров, являются женщины с именем Татьяна и Екатерина. Именно они стали нашими потенциальными покупателями.

Для номеров с именем Татьяна было использовано две отдельные группы объявлений с уникальным обращением. В каждой группе мы использовали имя в заголовке и три разных текста объявлений.


Сегменты по номерам:

Татьяна – **7670** номеров
Екатерина – **2600** номеров } Средняя цена клика - **13,94 р.**

Пример объявлений



[Татьяна, у нас – распродажа!](#)
Осенний обвал цен на женскую одежду больших размеров! Скидки до 50%.
[Акции и скидки до 50%](#)
[Доставка по России](#) [Оптовая продажа](#)
[Каталог](#)
z-dama.ru



[Екатерина, у нас – распродажа!](#)
Скидки до 50%! Платья, юбки, блузки и многое другое от 300 рублей!
[Акции и скидки до 50%](#)
[Доставка по России](#) [Оптовая продажа](#) [Каталог](#)
z-dama.ru

НАСТРОЙКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В РЕКЛАМНОЙ СЕТИ ЯНДЕКСА (РСЯ)

Мы настроили временные и геолокационные таргетинги:
ГЕО - Россия, Республика Крым



Временные настройки:

Круглосуточно с ограничениями

Праздники с **10:00** до **22:00**

Рабочие выходные - по расписанию перенесенного буднего дня.

Начало проведения РК 12 августа 2016 года.

Завершение РК 26 сентября 2016 года.

Для отслеживания статистики и отслеживания результата рекламной кампании мы настроили электронную коммерцию в Google Analytics.

Для разделения двух категорий трафика мы использовали разные UTM – метки.



РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННЫХ РАБОТ

За период проведения рекламной кампании было совершено **643** перехода на сайт интернет магазина.

СТАТИСТИКА В РАЗРЕЗЕ ПО ИМЕНАМ

Всего по кампании с 11.08.16 по 26.09.16		488 642	643	0.13	8 966.38	13.94	
Дата ▲	Группа	№ группы	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.
2016 г.	Татьяны		382 282	555	0.15	7 299.87	13.15
2016 г.	Екатерины		106 360	88	0.08	1 666.51	18.94

СТАТИСТИКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Кампания ?	Цена за клик ? ↓	Стоимость ?	Транзакции ?	Доход ?	Рентабельность инвестиций в рекламу ?
2. EKATERINA	18,94 ₺	1 666,50 ₺ (0,39 %)	0 (0,00 %)	0,00 ₺ (0,00 %)	0,00 %
3. TATIANA	13,15 ₺	7 299,86 ₺ (1,71 %)	12 (0,16 %)	40 515,00 ₺ (0,13 %)	555,01 %

Из таблицы мы видим, что объявления направленные на Татьян принесли нам **12** конверсий с доходом **40515** рублей.

Кампания по Екатеринам не принесла конверсий, но принесла нам **88** переходов на сайт при расходе в **1667** рублей.

Общий расход составил **8966,38р** при доходе **40515р**.

Конечный ROMI – 451,8%