

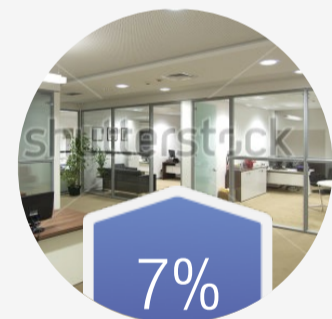


НА 20% БОЛЬШЕ ЗВОНКОВ НЕ МЕНЯЯ БЮДЖЕТ И ПОДРЯДЧИКА

Performance-реклама в
сфере Недвижимость

7 ЛЕТ В МАРКЕТИНГЕ НЕДВИЖИМОСТИ

ОФИСЫ
АРЕНДА/ПРОДАЖА



ЖИЛЫЕ
АПАРТАМЕНТЫ



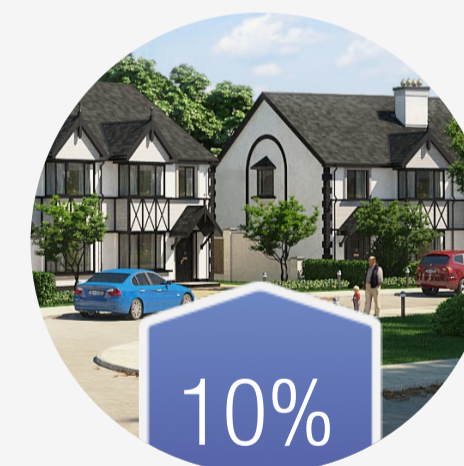
ЭЛИТНАЯ
НЕДВИЖИМОСТЬ



КВАРТИРЫ
В МОСКВЕ И МО



КОТТЕДЖНЫЕ
ПОСЕЛКИ



ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ
ПРОДАЖА



HALS

ЛИДЕР
ФИНАНСОВО-СТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ

KR PROPERTIES

BEKTOP
ИНВЕСТМЕНТС

DEKRA

Белая Дача

ДО 80% КОНТАКТОВ - PERFORMANCE-РЕКЛАМА

Рекламная сеть Яндекса
Ремаркетинг
Facebook
Яндекс-поиск
Google-поиск
YouTube
Яндекс-недвижимость
ВКонтакте
RTB-системы
Поисковый ретаргетинг
Google display network
Ресурсы mail.ru

ГДЕ ЗВОНКИ?

**ЧТО ДЕЛАТЬ С
ПОДРЯДЧИКОМ?**

ОПТИМАЛЬНАЯ ЛИ РК?



МЫ ВЕРИМ



Нет идеальных
рекламных кампаний

МЫ ВЕРИМ



Нет идеальных
рекламных кампаний



Нет идеальных
подрядчиков



МЫ ВЕРИМ



Нет идеальных
рекламных кампаний



Нет идеальных
подрядчиков



Оптимизация -
бесконечный процесс

СМЕНА ПОДРЯДЧИКА?

РИСКИ



1-2 МЕСЯЦА АДАПТАЦИЯ



«ОСЕЧКА»

DIGITAL-КОНСАЛТИНГ: ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ



5 РЕЦЕПТОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ПРИОРИТЕТ №1: КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

- Расширенный NDA
- Репутация компании
- Отзывы клиентов

№2: ЗНАНИЕ СПЕЦИФИКИ НЕДВИЖИМОСТИ



Практический опыт ведения рекламных кампаний



**НЕ «ЛИНЧЕВАНИЕ»
А ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И
ПРОВЕРЕННЫЕ ИДЕИ ГОТОВЫЕ К
ПРИМЕНЕНИЮ**

№3: ОЦЕНКА ОЖИДАЕМОГО ЭФФЕКТА

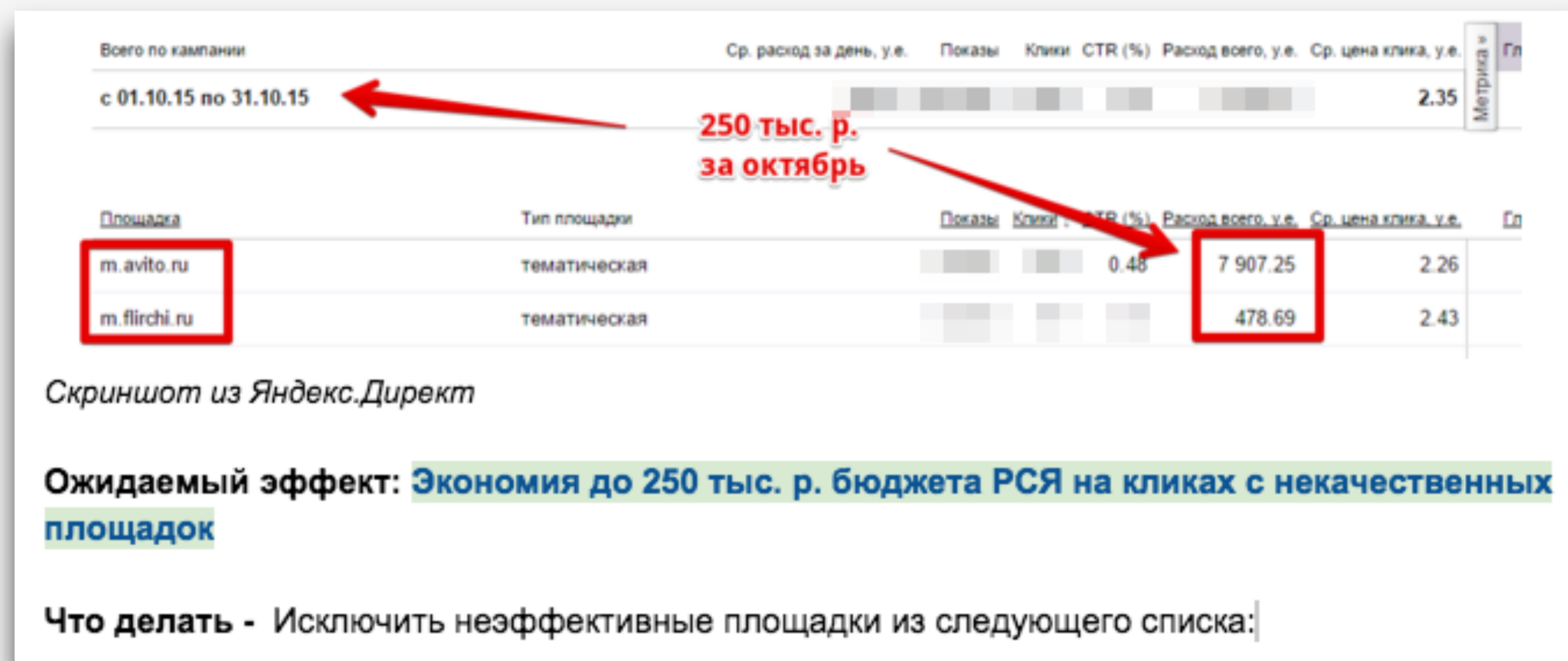
| Рекомендации (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|--|---|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цены клика в Яндексе для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс+Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза. Экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Минус-слова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс.р./мес. экономии бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ретаргетинг в Яндексе | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс.р. экономии на мусорных заходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв позвонить в планировки | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |
| Реклама в мобильных приложениях в GDN | Экономия затрат 10-15% в этих кампаниях. Улучшить показатель |



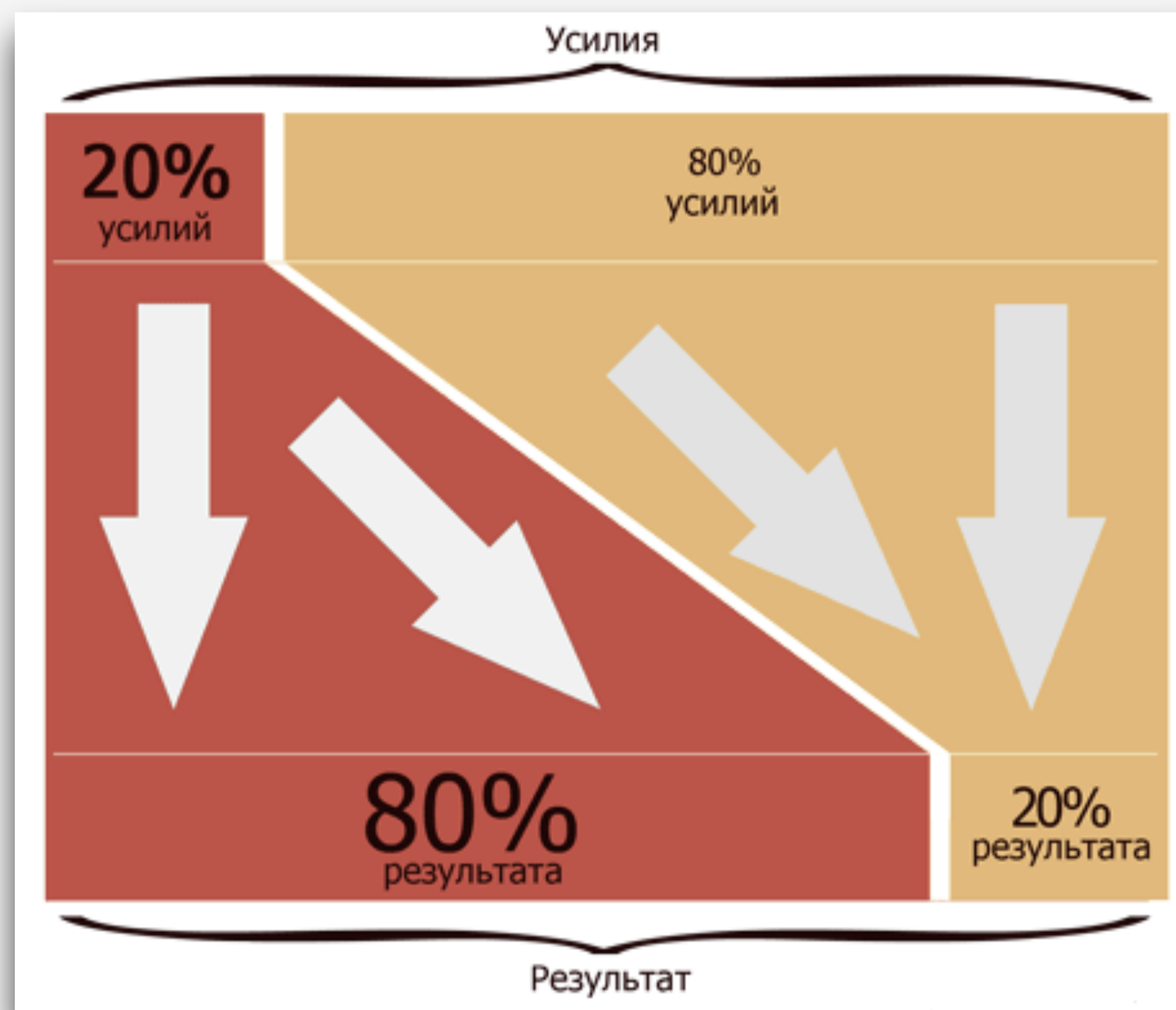
- Идеально - в деньгах
- Можно в звонках
- Хуже в посетителях

ФОРМАТ РЕКОМЕНДАЦИЙ

- Где теряем?
- Сколько?
- Как исправить?



СОРТИРОВКА - ЭФФЕКТ * ТРУДОЗАТРАТЫ



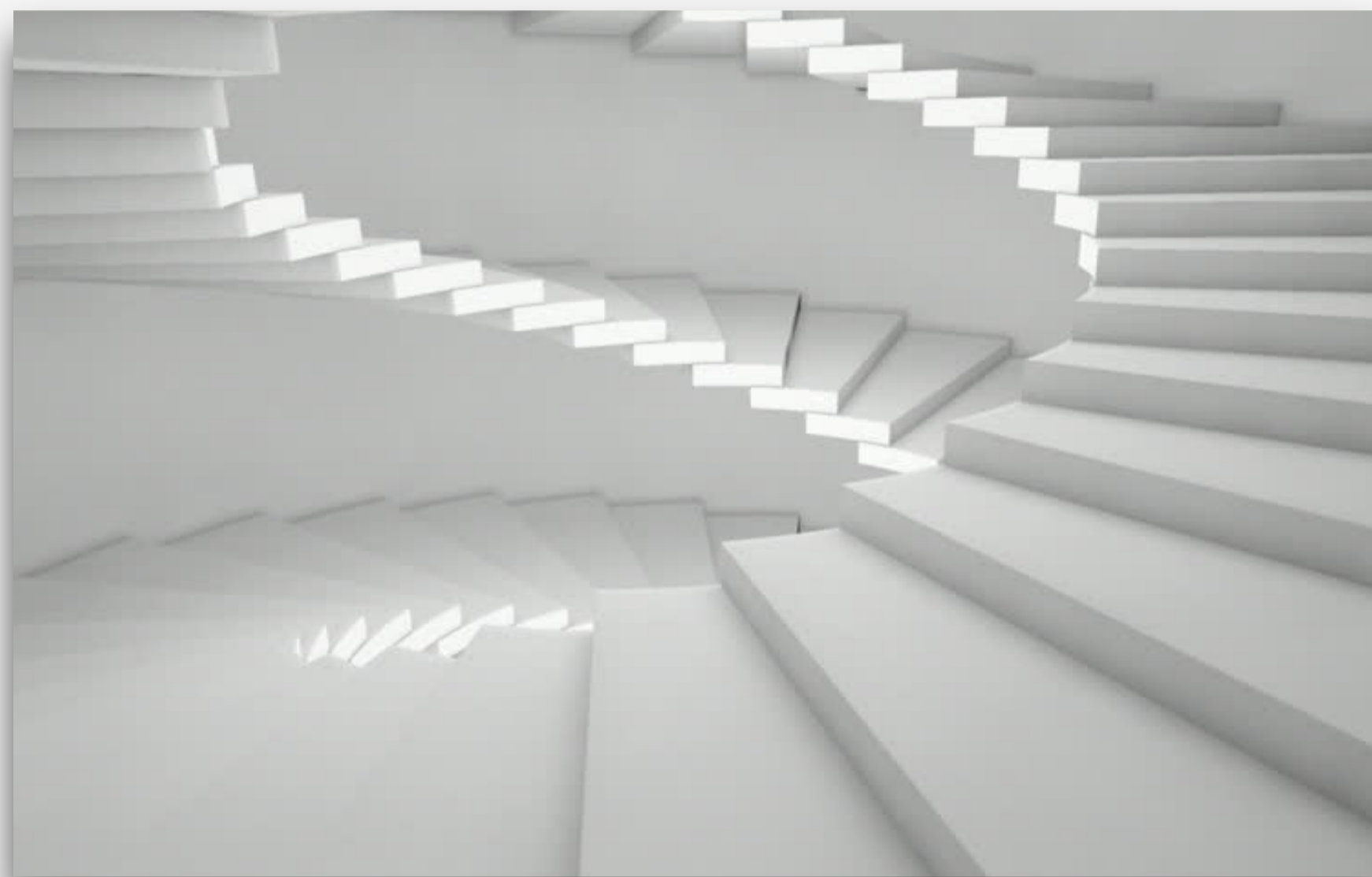
№4: ПОМОЩЬ С ВНЕДРЕНИЕМ

«СНИЖЕНИЕ ТРЕНИЯ»

- Tone of voice
- Копия Noname
- F.A.Q. - ответы



№5: ЦИКЛИЧНОСТЬ



- Итерационный процесс
- Оценка результата через месяц
- Повтор - раз в квартал

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Минус-слова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ретаргетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв повысить в планировщике | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики

-
-
-
-
-
-
-
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Минус-слова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ретargeting в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв повысить в планировщике | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки

-
-
-
-
-
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Минус-слова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ретаргетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв повысить в планировке | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки
- Непопадание в ЦА - таргетинг
-
-
-
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Многослова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ремаркетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв повысить в планировщике | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки
- Непопадание в ЦА - таргетинг
- Неиспользуемые ресурсы, площадки
-
-
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

ichance

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза. Экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Многослова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ремаркетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв позвонить в планировке | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки
- Непопадание в ЦА - таргетинг
- Неиспользуемые ресурсы, площадки
- Распределение бюджета между каналами
-
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015

Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общая ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндекс для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Многослова (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ремаркетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв позвонить в планировке | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки
- Непопадание в ЦА - таргетинг
- Неиспользуемые ресурсы, площадки
- Распределение бюджета между каналами
- Конверсия сайта, landing pages
-

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ

Аудит и рекомендации по рекламной кампании
период: сентябрь-октябрь 2015
Среднемесячный бюджет за период на контекстную рекламу - ... тыс. рублей
Оценка ожидаемого эффекта от внесения изменений в рекламные кампании:
можно сэкономить до 500 000 р./мес.
или получить дополнительно до 150 целевых звонков/заявок в месяц

| Рекомендация (в порядке убывания их эффективности) | Ожидаемый эффект от внедрения |
|---|--|
| Общие ключевые слова | 250 тыс. р./мес. возможная экономия. На 10% ниже цена клика в Яндексе для всех слов |
| Релевантность объявлений (Яндекс/Google) | Повышение CTR в 2-3 раза, снижение цены клика в 2 раза, экономия до 100 тыс. р./мес. |
| Многословие (Яндекс и Google) | 30-50 тыс. р./мес. экономия бюджета на нецелевых посетителях |
| Ремаркетинг в Google | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Ремаркетинг в Яндекс | +3 000 повторных целевых посетителей в месяц с более высокой конверсией в звонок |
| Операторы соответствия в Google | 30-50 тыс. р. экономии на мусорных расходах |
| Управление ставками | Экономия 30% бюджета |
| Призыв позвонить в планировке | Увеличение конверсии в звонок на 20% |
| Неиспользуемые источники | +5000 новых целевых посетителей в месяц |
| Минусовать площадки в РСЯ | Экономия 40 тыс. р. |

- Прозрачность - настройка аналитики
- Управление РК: ставки, настройки
- Непопадание в ЦА - таргетинг
- Неиспользуемые ресурсы, площадки
- Распределение бюджета между каналами
- Конверсия сайта, landing pages
- Атрибуция звонков по каналам

ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ АУДИТА РК?

- Окупает себя всегда. Иначе - money back
- Оценка эффекта в деньгах по каждому пункту
- Сопровождение до результата

