

Отчёт по настройке РК для УКРАГРОСТАНДАРТ

Задача: Создать новую рекламную кампанию в сети Google для сайта agrotehnika-bc.com.ua

Описание работ по рекламной кампании:

1. Проанализированы основные конкуренты по сути Google.

К таким можно отнести:

- ДОЙЧЕ АГРАРТЕХНИК
- TECHNIKA.COM.UA
- ТОВ "ТД" АГРОКОНТИНЕНТ
- OGNAS
- «Агро СМАП»

Также, скорее всего, не совсем релевантные объявления от

— российских компаний:

- ALMAZTD
- KLEVERLTD
- lbr.ru
- М-АГРО

Чешской:

- SMSCZ.CZ

Конкуренция в рекламе по продаже сельскохозяйственного оборудования и техники довольно высока. В будний день до 20:00 все рекламные места заняты (4 сверху и 3 внизу страницы).

Из плюсов:

- Довольно много объявлений от российских компаний. Не все пользователи рискнут покупать за границей. Однако, достоверных сведений по этой информации у нас нет.
- Некоторые украинские сайты (конкуренты), которые размещают рекламу в гугл, размещены на бесплатном сервисе — пром. Это нам на пользу, так как

такие сервисы не сильно надежны, не очень удобны и не вызывают должного доверия.

Как итог, прямых конкурентов много, но их можно легко обойти.

2. Сбор ключевых фраз.

С помощью сервисов Google планировщик, Яндекс.Wordstat и Serpstat отобрал максимально возможное количество релевантных ключевых слов.

Получилось **236** релевантных ключевых запросов, которые впоследствии будем еще дополнять.

3. Создание групп и объявлений для рекламной кампании

В каждое объявление добавлял 1 ключевое слово в 2-х типах соответствия:

- в точном. К примеру: [купить дисковую борону]
- в широком. Пример: +купить +дисковую +борону.

По последнему типу могут приходиться не совсем целевые посетители, однако с его помощью мы сможем отсеять их в будущем с помощью минус-слов, или добавить новое ключевое слово в кампанию (при его достаточной релевантности)

В каждое объявление добавлена ссылка на категорию или товар, который в нем рекламируется.

Проведена первоначальная работа с ценой за клик по всем ключевым запросам.

Дневной бюджет выставлен на уровне 250 грн (можно изменить в любой момент).

4. Расширения

Добавлено 3 расширения:

- номер телефона
- уточнения

- дополнительные ссылки
- цены

Расширения сделают объявление более массивным, за счет чего немного повысим CTR — кликабельность

5. Минус-слова

Добавлено около 50 минус-слов. В процессе ведения кампании список будет расширяться, чтобы исключить мусорные запросы.

6. Таргетинг

Рекламная кампания настроена только на поисковую сеть Google. Показ рекламной кампании производится на территорию Украины, за исключением территории Крыма и оккупированных территорий.

7. Аналитика

Подключены инструменты, которые покажут, по каким ключевым словам был произведен заказ. Таким образом, в дальнейшем можно будет улучшить кампанию в сторону увеличения количества заявок на покупку.

Отчет создан специалистами студии MEDIOL — <http://mediol.name/>