

Яндекс

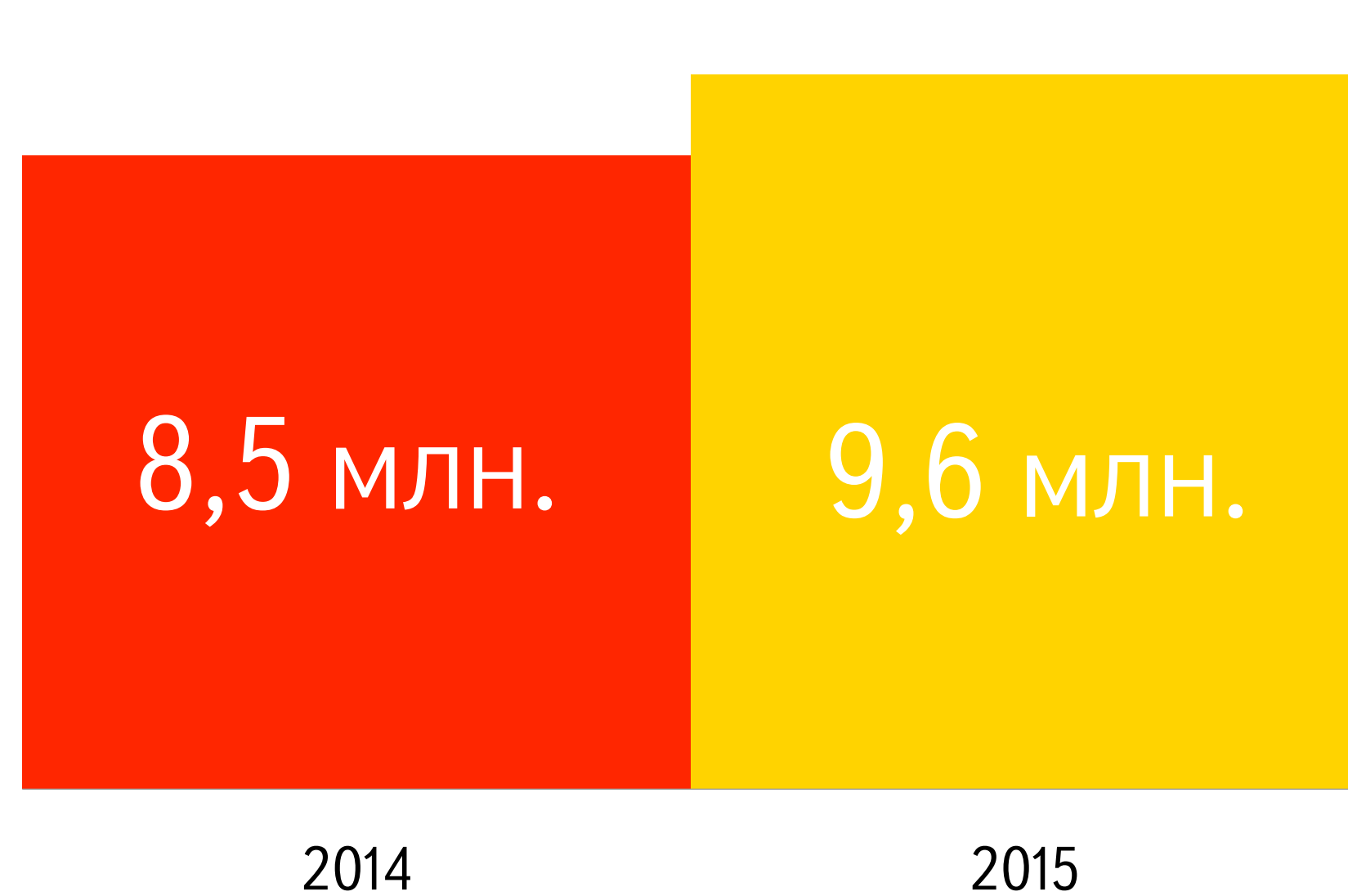
Аналитика и тренды в контекстной рекламе

Андрей Свинцицкий
руководитель отдела продаж в Киеве

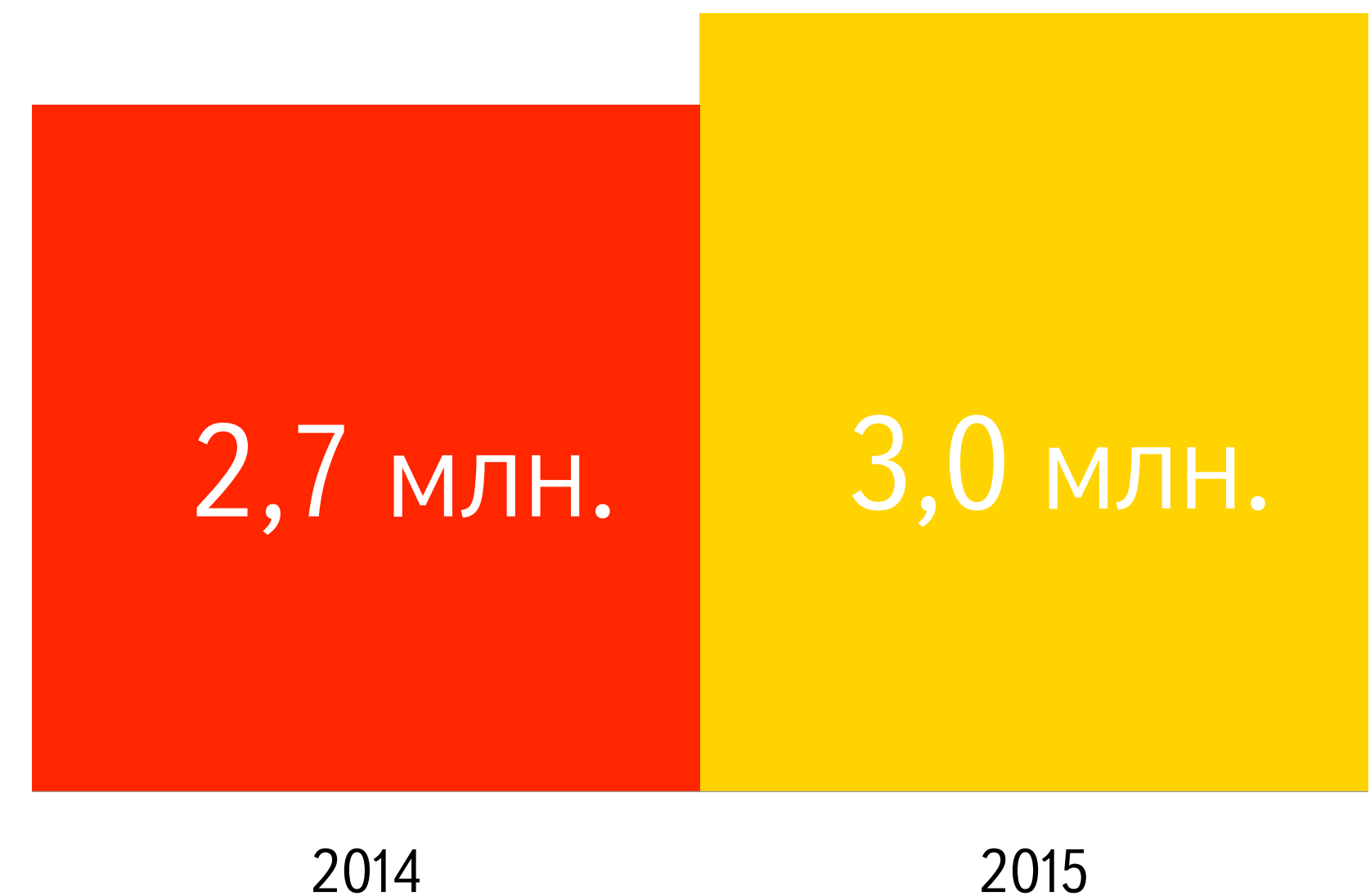
Яндекс в Украине



Аудитория Яндекса в Украине



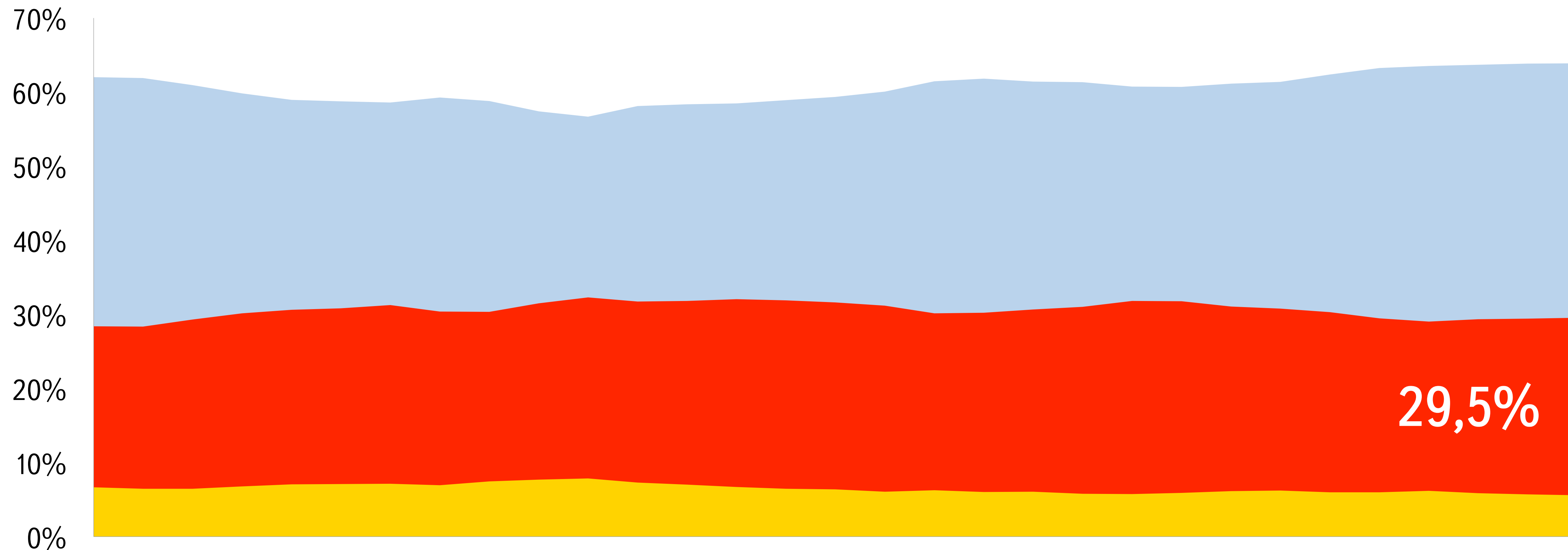
Месячная аудитория



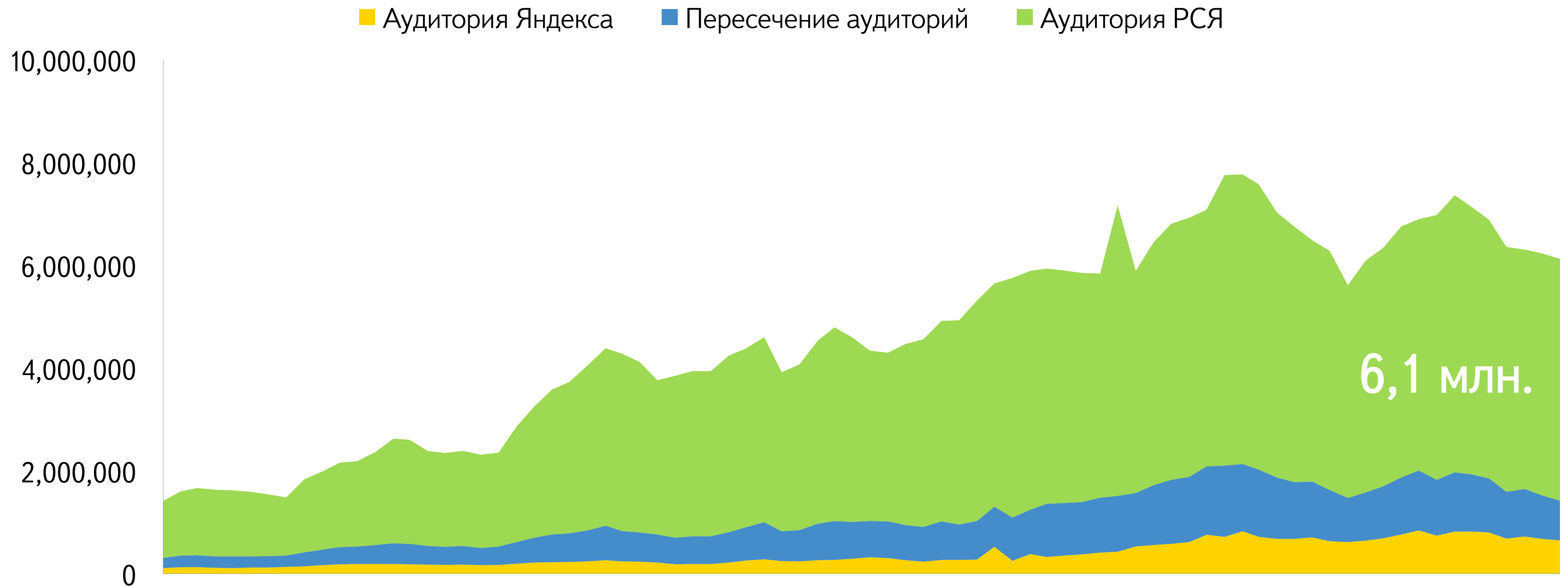
Средняя дневная аудитория

Поисковая доля Яндекса в Украине

■ Google ■ Яндекс ■ Search.Mail.ru



Совокупная аудитория Директа и РСЯ в Украине



Динамика отраслей в Яндекс.Директе

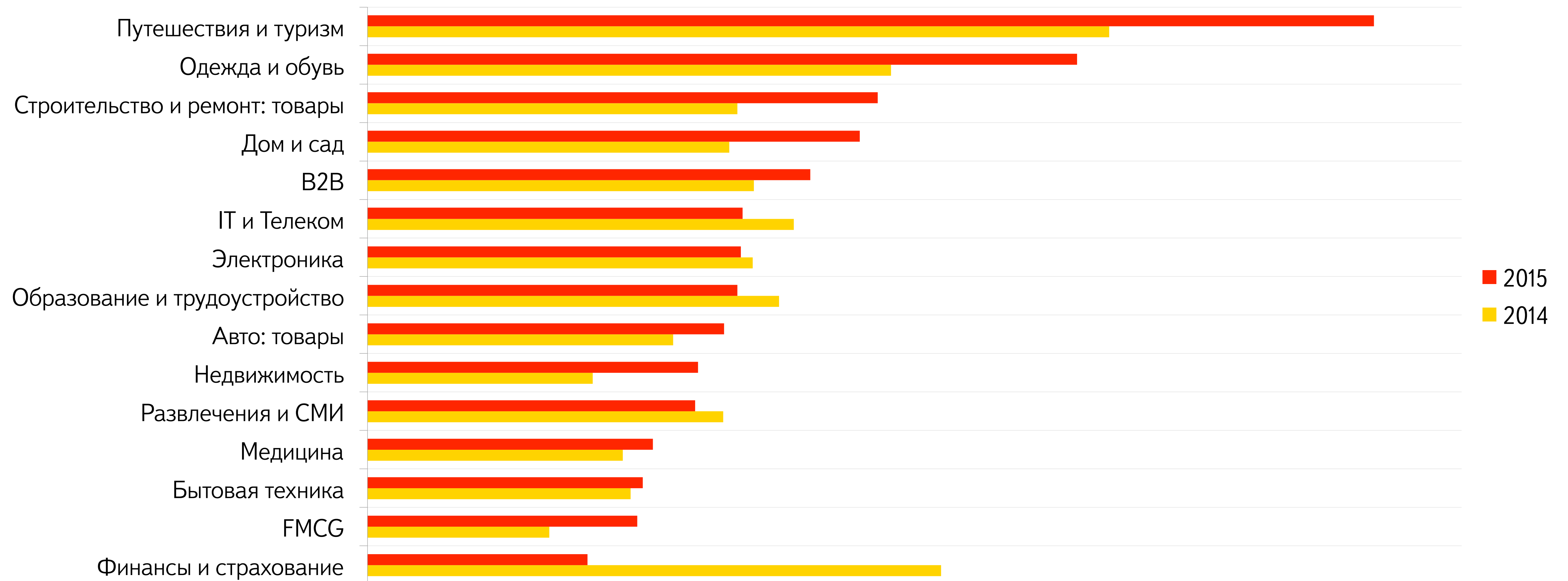


Крупнейшие категории Директа в Украине

	По затратам	По кликам
1	Путешествия и туризм	Одежда и обувь
2	Одежда и обувь	Дом и сад
3	Строительство и ремонт: товары	Развлечения и СМИ
4	Дом и сад	Авто: товары
5	B2B	Строительство и ремонт: товары
6	IT и Телеком	Электроника
7	Электроника	Образование и трудоустройство
8	Образование и трудоустройство	B2B
9	Авто: товары	IT и Телеком
10	Недвижимость	Бытовая техника
11	Развлечения и СМИ	Путешествия и туризм
12	Медицина	FMCG
13	Бытовая техника	Спортивные товары и услуги
14	FMCG	Медицина
15	Финансы и страхование	Недвижимость

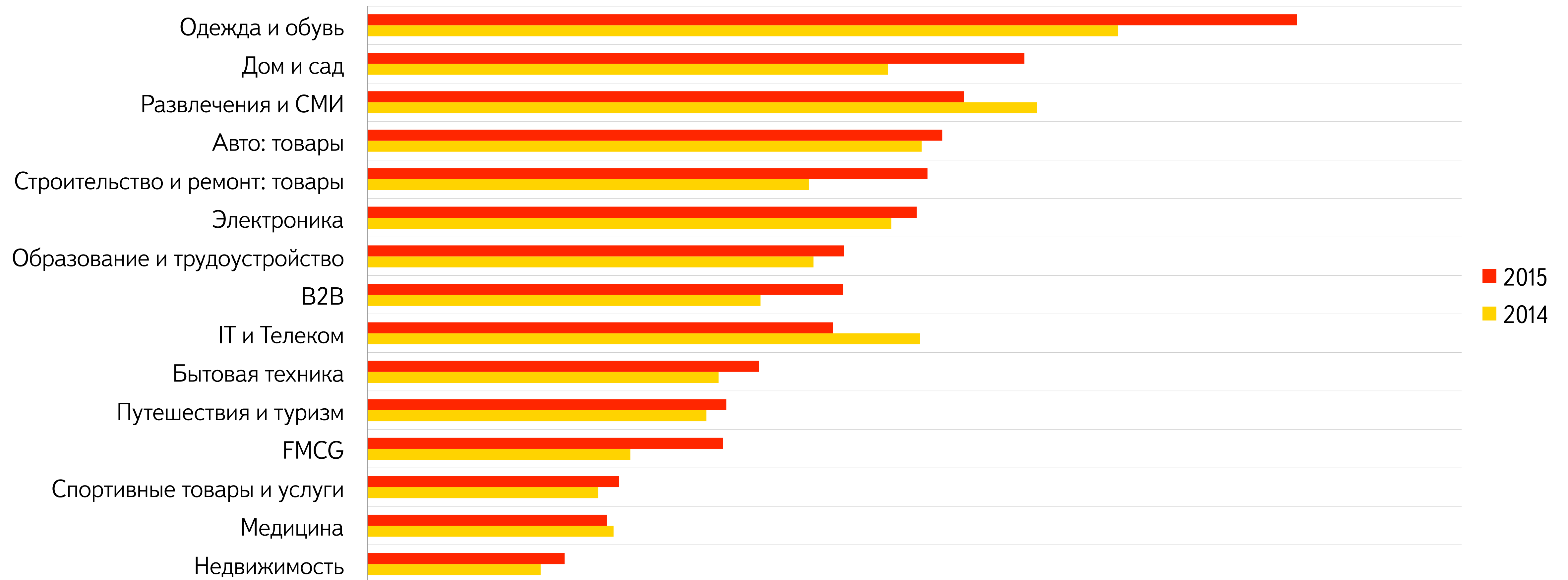
Динамика затрат, Украина

для крупнейших категорий, за период 2014 – 2015 (январь — сентябрь)



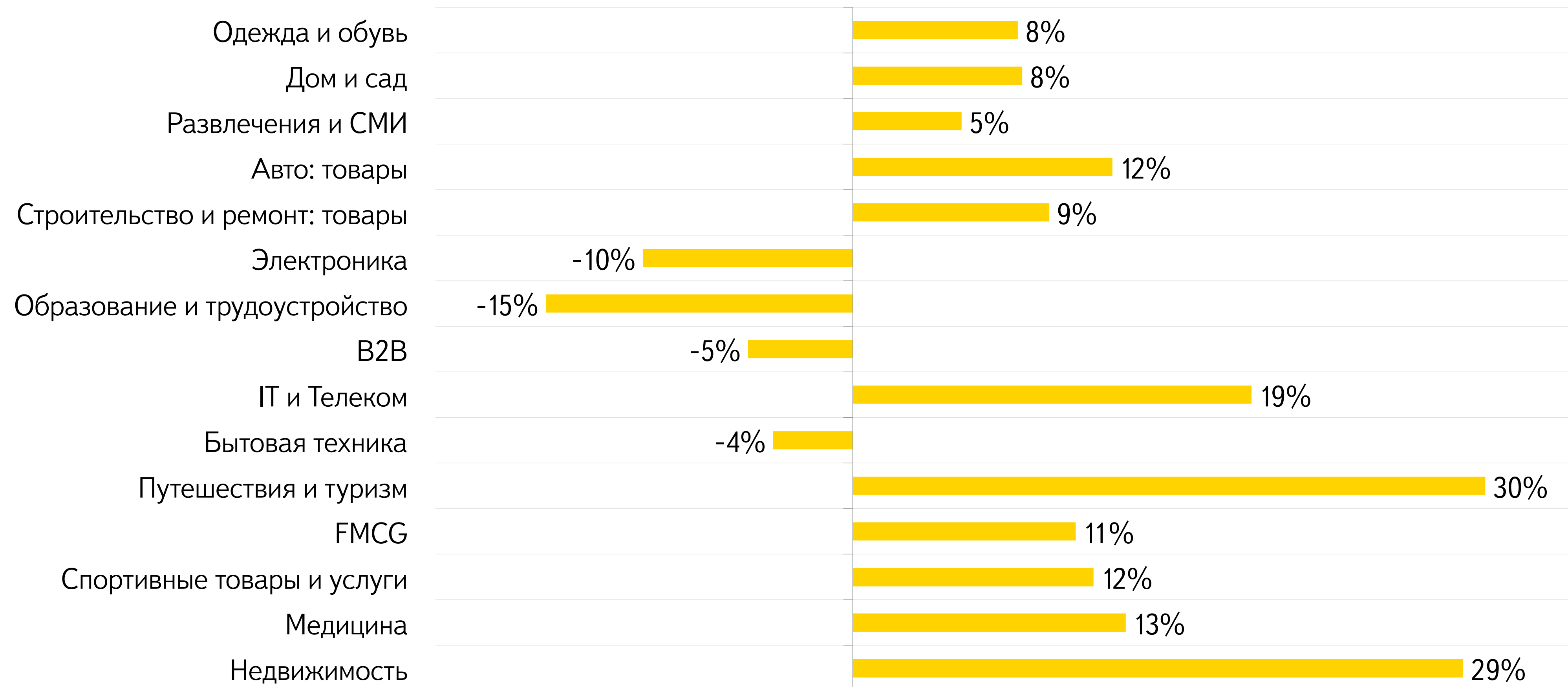
Динамика кликов, Украина

для крупнейших категорий, за период 2014 – 2015 (январь — сентябрь)

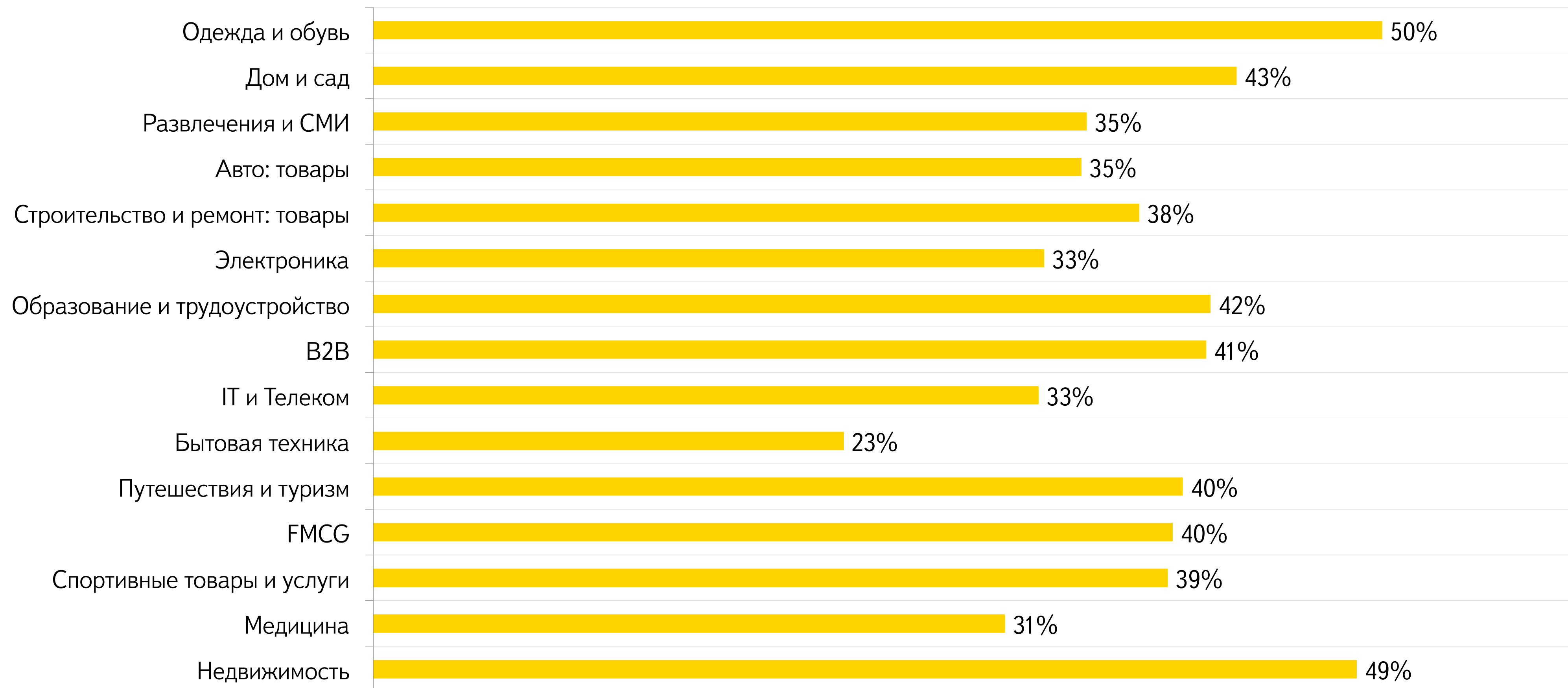


Топ-15 категорий по количеству кликов,

Украина, 2014 — 2015: динамика средней стоимости клика в Директе в процентах



Топ-15 категорий по количеству кликов, Украина, средняя доля РСЯ



Продуктивная осень в Яндекс.Директе

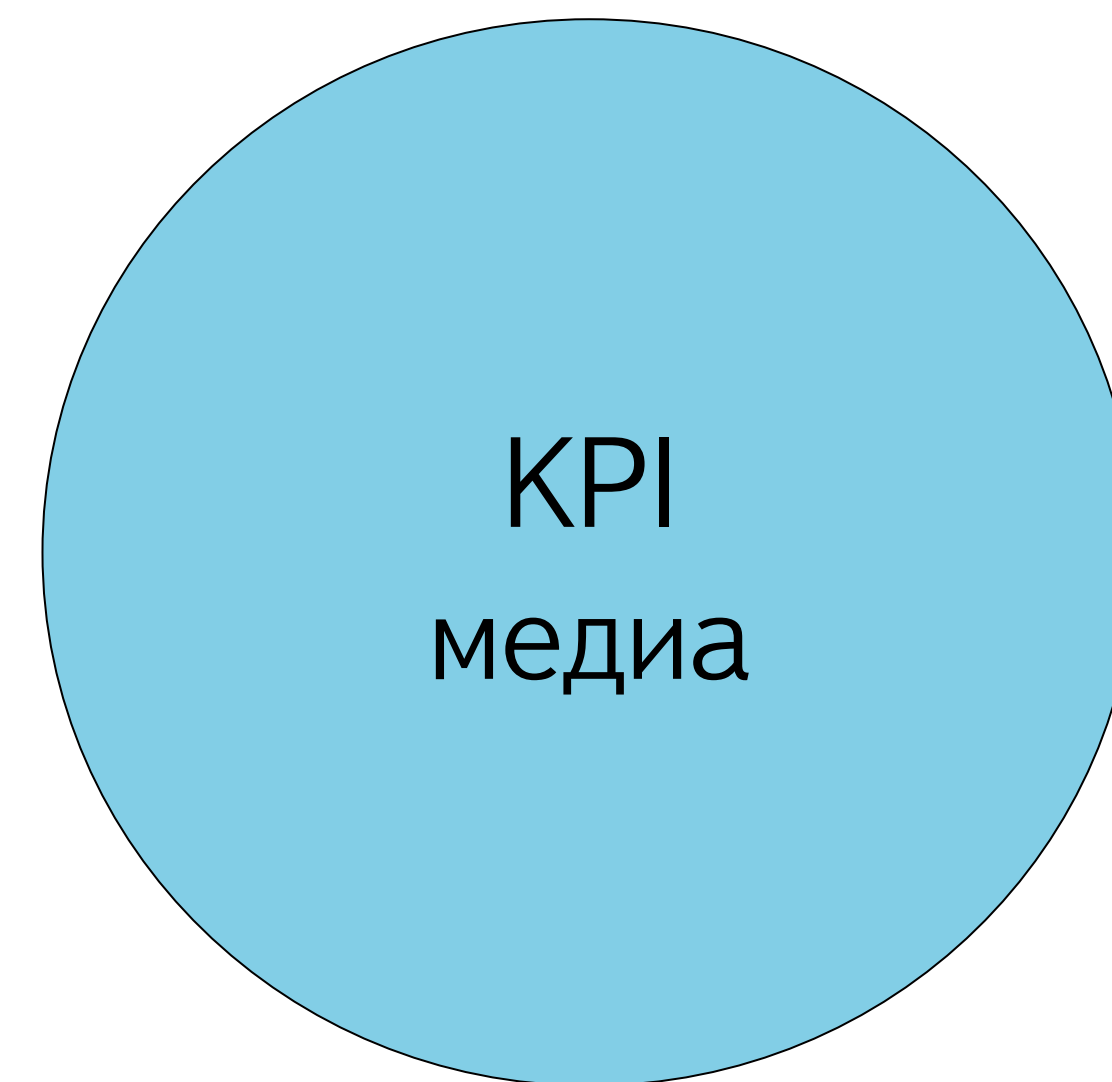


KPI



- Продажи товаров
- Валовая прибыль
- Выручка
- Объем продаж
- Рентабельность

- Awareness
- Consideration
- Trial
- Loyalty



- Уникальные пользователи
- Показы
- Клики
- Глубина
- Поведенческие хар-ки
- Лиды / Лайки / Действия
- Просмотр видео

KPI

Первичные
показатели

- Число показов
- Число кликов
- CTR клики/показы
- CPC

- Уникальные пользователи
- Глубина
- Поведенческие хар-ки
- Лиды/Лайки/Действия
- Просмотр видео

Показатели
вовлеченности

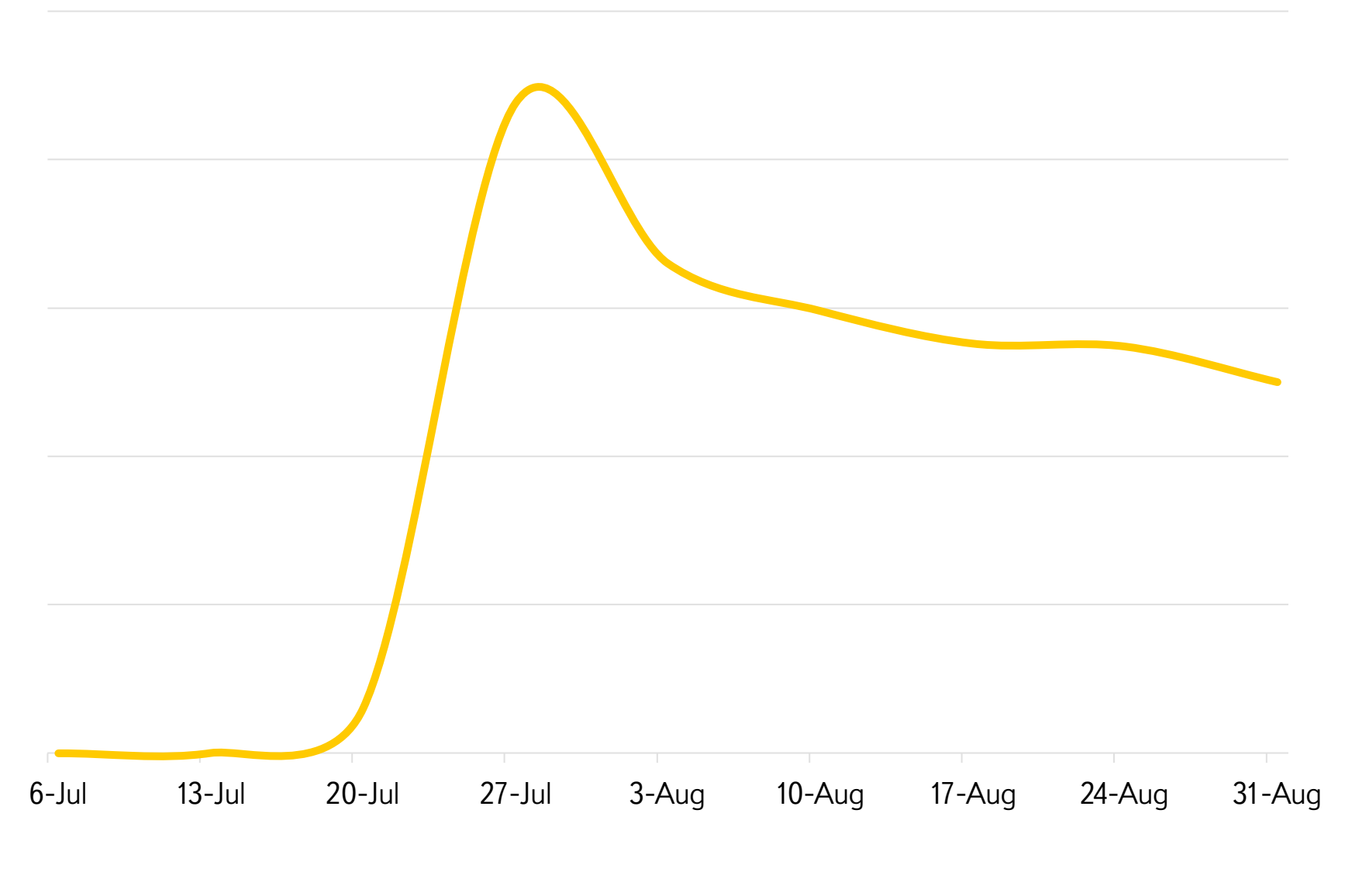
Экономическая
эффективность

- CPA (CPL) стоимость действия
- CR конверсия
- CPO стоимость заказа
- ROI окупаемость инвестиций

Новый аукцион (VCG)



Вильям Викри



«аукцион VCG»

Ключевые изменения

- › Смена подхода: от покупки позиции к покупке трафика
- › Оптимальная ставка не зависит от конкурентов
- › На стоимость клика влияет качество рекламных объявлений
- › Новое ранжирование



А что ещё?



Содцем таргетинг – работает без Метрики!

Уведомления *

SMS-уведомления ?

Стратегия * ?

Корректировки ставок ?

Временной таргетинг ?

Единый регион показа для всех объявлений ?

keeeena@yande

на номер не ук

Показ под резу

В «гарантии» г

изменить

Не заданы

изменить

Круглосуточно
Рабочие выход

уточнить

Россия (кроме:

Корректировки ставок

Для посетивших сайт На мобильных По полу и возрасту

Пол и возраст пользователя ?

Увеличить цену на %

1.

2.

+ Новая корректировка

вкл.

Сохранить

Отмена

Мобильный таргетинг

Уведомления *

SMS-уведомления ?

Стратегия * ?

Корректировки ставок ?

Временной таргетинг ?

keeeпа@yande

на номер не у

Показ под резу

В «гарантии» г

изменить

Не заданы

изменить

Круглосуточно

Рабочие выходные: по расписанию перенесенного буднего дня

Корректировки ставок

Для посетивших сайт На мобильных По полу и возрасту

Настройка цен на мобильных устройствах ?

Цена клика на %

увеличить ✓

уменьшить

Сохранить

Отмена

Повторный таргетинг

указан **настроить**

Корректировки ставок

Для посетивших сайт **На мобильных** По полу и возрасту

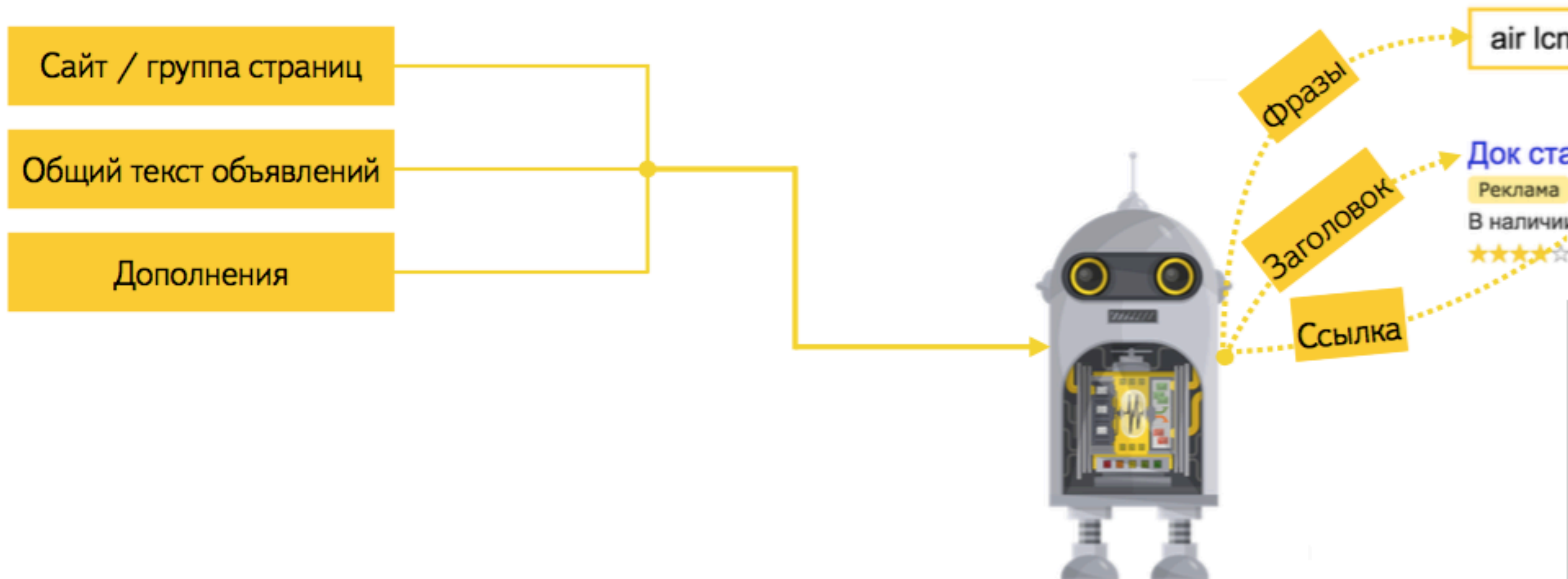
Условие ретаргетинга ? Увеличить цену на max 300%

1. ✕

[+ Новая корректировка](#) [Настройка условий](#) **Вкл.**

реклам

Динамические объявления



Резюме

- › Ставьте конкретные KPI и измеряйте эффективность
- › Оптимизируйте свои рекламные кампании
- › Следите за трендами и новинками

Спасибо за внимание!

Андрей Свинцицкий

Руководитель отдела продаж в Киеве



+38 063 249 95 99



andsv@yandex-team.com.ua