

# БАРБЕРШОП 13 BY BLACK STAR

**Мужские стрижки и бритье**

Категория: Рекламная кампания

Ниша: Красота и здоровье

Атмосферный барбершоп с мужским характером.  
Утонченность во всём – это то, что отличает барбершоп  
от всех стандартных заведений Санкт-Петербурга.

# СТАТИСТИКА ЗА 3 МЕСЯЦА РАБОТЫ:

| Инструмент                       | Показатель                  | Февраль 2019  | Март 2019     | 1.04 - 7.04   | 8.04 - 14.04  | 15.04 - 21.04 | 22.04-28 .04  | Апрель 2019   | Всего          |
|----------------------------------|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Яндекс Директ,<br>Google Adwords | Показы                      | 70 144        | 54 203        | 43 658        | 33 601        | 11 961        | 11 022        | 100 242       | <b>224 589</b> |
|                                  | Клики                       | 1 123         | 936           | 224           | 257           | 235           | 226           | 942           | <b>3 001</b>   |
|                                  | CTR                         | 1,60%         | 1,73%         | 0,51%         | 0,76%         | 1,96%         | 2,05%         | 0,94%         | 1,34%          |
|                                  | Ср. цена клика              | 33,45         | 37,74         | 41,17         | 21,27         | 33,38         | 30,63         | 46,34         | 39,18          |
|                                  | Расход                      | 37 544        | 33 877,20     | 6 656,80      | 5 065,80      | 6 977,20      | 6 467         | 25 166,80     | <b>96 588</b>  |
|                                  | Открытие формы записи       | 153           | 166           | 45            | 72            | 74            | 70            | 261           | <b>580</b>     |
|                                  | Запись в салон через виджет | 39            | 59            | 9             | 11            | 11            | 10            | 41            | <b>139</b>     |
|                                  | Скачали приложение          | 9             | 3             | 0             | 0             | 1             | 0             | 1             | <b>13</b>      |
|                                  | Оформили подписку           | 10            | 11            | 2             | 2             | 1             | 4             | 9             | <b>30</b>      |
|                                  | Клик по телефону в шапке    | 0             | 29            | 5             | 8             | 8             | 4             | 25            | <b>54</b>      |
|                                  | <b>Всего конверсий</b>      | <b>58</b>     | <b>102</b>    | <b>16</b>     | <b>21</b>     | <b>21</b>     | <b>18</b>     | <b>76</b>     | <b>236</b>     |
|                                  | <b>Стоимость конверсии</b>  | <b>654,30</b> | <b>526,57</b> | <b>463,06</b> | <b>623,13</b> | <b>673,26</b> | <b>648,97</b> | <b>660,87</b> | <b>613,91</b>  |



# ВЫВОДЫ

**Сравнивая статистику, полученную с контекстной рекламы Яндекс Директ и Google Ads, а также анализируя данные за разные месяцы, можно выделить следующие детали:**

- CTR в Яндекс Директ выше, чем в Google Ads в каждом из рассмотренных месяцев. Это может указывать на более привлекательную рекламу и лучшую реакцию аудитории.
- CPC в Яндекс Директ выше, чем в Google Ads в каждом из рассмотренных месяцев. Однако, учитывая более высокий CTR и количество конверсий в Яндекс Директ, можно сказать, что стоимость кликов оправдана.
- В обеих системах наблюдается увеличение CTR и количества конверсий с течением времени, что свидетельствует о постепенном улучшении эффективности рекламных кампаний.
- Постепенное увеличение CTR в обеих рекламных системах со временем. Это свидетельствует о том, что рекламные объявления становились более привлекательными для пользователей и приводят к большему количеству кликов.
- Увеличение количества конверсий как в Яндекс Директ, так и в Google Ads. Это указывает на эффективность рекламных кампаний и способность привлечь целевую аудиторию.
- Относительно низкий CPL (стоимость за конверсию) в обеих системах. Хотя стоимость кликов (CPC) может быть выше в некоторых случаях, общая стоимость привлечения клиента остается разумной и оправданной.
- Растущий объем показов в обеих системах, что свидетельствует о расширении охвата аудитории и возможностях для дальнейшего роста бизнеса.

В целом, сравнение статистики между *Яндекс Директ* и *Google Ads* **показывает положительные тенденции в эффективности рекламных кампаний**. Обе системы предоставляют возможности для достижения успешных результатов и привлечения целевой аудитории.

# КАКИЕ РАБОТЫ ПРОВОДИЛИСЬ

## В рамках создания и настройки

- Проведен анализ веб-сайта клиента, для получения полного понимания рекламируемых услуг и продуктов.
- Был составлен бриф для клиента, чтобы раскрыть все детали и получить дополнительную информацию о направлениях, услугах и преимуществах барбершопа.
- Определены основные направления для рекламной кампании, учитывая специфику и потребности барбершопа.
- Проведен сбор семантического ядра и разделение направлений на группы запросов.
- Семантическое ядро было утверждено клиентом, а также были внесены представленные корректировки.
- Выделены уникальные предложения и преимущества барбершопа для последующего создания рекламных объявлений и расширений.
- Определены основные минус-слова для исключения нецелевого трафика и повышения эффективности кампании.
- Настроена и внедрена аналитика, установлены базовые цели для отслеживания конверсий и оценки результатов рекламной кампании.
- Созданы и предварительно настроены аккаунты в рекламных системах Google Ads и Яндекс.Директ для размещения рекламы барбершопа.
- Были выполнены настройки кампаний, включая таргетинг, корректировки, установка счетчика аналитики, определение ключевых целей, подключение организации справочника и другие необходимые доработки.
- Составлены уникальные объявления для каждой группы, чтобы обеспечить релевантность текста объявлений поисковым запросам потенциальных клиентов.
- Добавлены расширения рекламных объявлений, такие как уточнения, структурированное описание, быстрые ссылки, промоакции, цены в объявлениях, номера телефонов и другие расширения, чтобы улучшить видимость и привлекательность рекламных объявлений.



- Внедрены стандартные и тематические наборы минус-слов на уровне кампаний или групп объявлений, чтобы исключить нежелательный трафик и улучшить качество переходов.
- После пополнения бюджета была запущена рекламная кампания с дальнейшим отслеживанием результатов в период бесплатного ведения. Проводилось отсечение нецелевых запросов и аудиторий, а также вносились корректировки в тексты объявлений для повышения их эффективности.
- По итогам первого запуска рекламы был составлен итоговый отчет. Отчет включал обзор результатов кампании, анализ ключевых показателей эффективности, оценку достигнутых целей и рекомендации по дальнейшим действиям.
- На основе обратной связи клиента и итогового отчета были разработаны планы для последующих этапов рекламной кампании, включая дальнейшую оптимизацию, расширение каналов рекламы и улучшение результатов.
- Проект получил полный набор работ по созданию новой рекламной кампании, включая анализ, разработку стратегии, создание объявлений, оптимизацию и отчетность.
- В результате были достигнуты определенные цели и повышена видимость потенциальными клиентами и улучшена эффективность барбершопа в рекламных каналах.

### **В рамках сопровождения и оптимизации**

- Активный анализ показателей и статистики для внесения своевременных корректировок и доработки рекламы сразу после запуска.
- Анализ поисковых запросов, мест размещения и площадок для каждой рекламной кампании с последующей проработкой минус-слов и исключенных площадок для получения наилучших показателей.
- Отслеживание эффективности в разрезе отдельных кампаний, групп, объявлений и ключевых слов для выявления неэффективных сегментов, таргетингов, текстов объявлений и ключевых слов.
- Контроль бюджета, выставление счетов, пополнение рекламных кабинетов и распределение средств между кампаниями и группами объявлений.

- Дополнение семантического ядра при появлении новых целевых запросов и их вариаций на основании поисковых запросов и изменении спроса.
- Тестирование вариантов объявлений, расширений и различных УТП в тексте в случае их недостаточной результативности.
- Проработка и актуализация текстов объявлений и расширений в случае изменений в условиях, смене цены или появлении новых акций.
- Решение проблем с модерацией и ее прохождение в случае появления каких-либо проблем после запуска для разрешенных тематик.
- Сбор ежемесячной статистики для построения отчетов, описание проделанных работ и показателей полученных за период отчета в сравнении с предыдущими периодами.
- Предложения и планы по развитию, масштабированию компаний, добавлению направлений и тестированию различных подходов.