

1й месяц

Первый месяц – разведка.

Основная задача в первый месяц – настройка трафика по различным гипотезам, сбор максимально возможного количества данных.

1 неделя

Основные работы – Анализ сайта, разработка стратегии, сбор ключевых фраз, разработка креативов для сетей, сбор ключевых фраз, настройка рекламных кампаний, настройка аналитики.

Результаты – Готовые к запуску рекламные кампании.

Пример семантического ядра.

Фраза	Базовая частота [YW]
косметология тюмень	2232
косметология прайс	219
косметология тюмень прайс	211
косметология сайт	209
косметология официальный сайт	200
косметология тюмень официальный сайт	188
косметология цены	144
клиника косметологии	121
телефон косметология	90
центр косметологии	83
косметологии тюмени цены	52
клиника косметологии тюмень	38
косметология тюмень чистка	36
центр косметологии тюмень	34
чистка лица тюмень косметология	34
косметология лица цены	25
адреса косметологии	20
чистка лица тюмень косметология цена	20
чистка лица косметология цена	20
студия косметологии	18
косметология услуги	16
салон косметологии	16
бьюти косметология	15

Список работ:

1. Анализ сайта и формирование списка необходимых правок для увеличения конверсии сайта.
2. Проверка наличия счетчиков аналитики (Яндекс.Метрика и Google Analytics).
3. Анализ конкурентов по поисковой выдаче.
4. Сбор полного семантического ядра.
5. Сбор первичного списка минус-слов.
6. Разработка креативов для рекламы в РСЯ и КМС.
7. Настройка целей в счетчиках аналитики.

1й месяц

Первый месяц – разведка.

Основная задача в первый месяц – настройка трафика по различным гипотезам, сбор максимально возможного количества данных.

1 неделя

Основные работы – Анализ сайта, разработка стратегии, сбор ключевых фраз, разработка креативов для сетей, сбор ключевых фраз, настройка рекламных кампаний, настройка аналитики.

Результаты – Готовые к запуску рекламные кампании.

Пример семантического ядра.

Фраза	Базовая частота [YW]
косметология тюмень	2232
косметология прайс	219
косметология тюмень прайс	211
косметология сайт	209
косметология официальный сайт	200
косметология тюмень официальный сайт	188
косметология цены	144
клиника косметологии	121
телефон косметология	90
центр косметологии	83
косметологии тюмени цены	52
клиника косметологии тюмень	38
косметология тюмень чистка	36
центр косметологии тюмень	34
чистка лица тюмень косметология	34
косметология лица цены	25
адреса косметологии	20
чистка лица тюмень косметология цена	20
чистка лица косметология цена	20
студия косметологии	18
косметология услуги	16
салон косметологии	16
бьюти косметология	15

Список работ:

1. Анализ сайта и формирование списка необходимых правок для увеличения конверсии сайта.
2. Проверка наличия счетчиков аналитики (Яндекс.Метрика и Google Analytics).
3. Анализ конкурентов по поисковой выдаче.
4. Сбор полного семантического ядра.
5. Сбор первичного списка минус-слов.
6. Разработка креативов для рекламы в РСЯ и КМС.
7. Настройка целей в счетчиках аналитики.

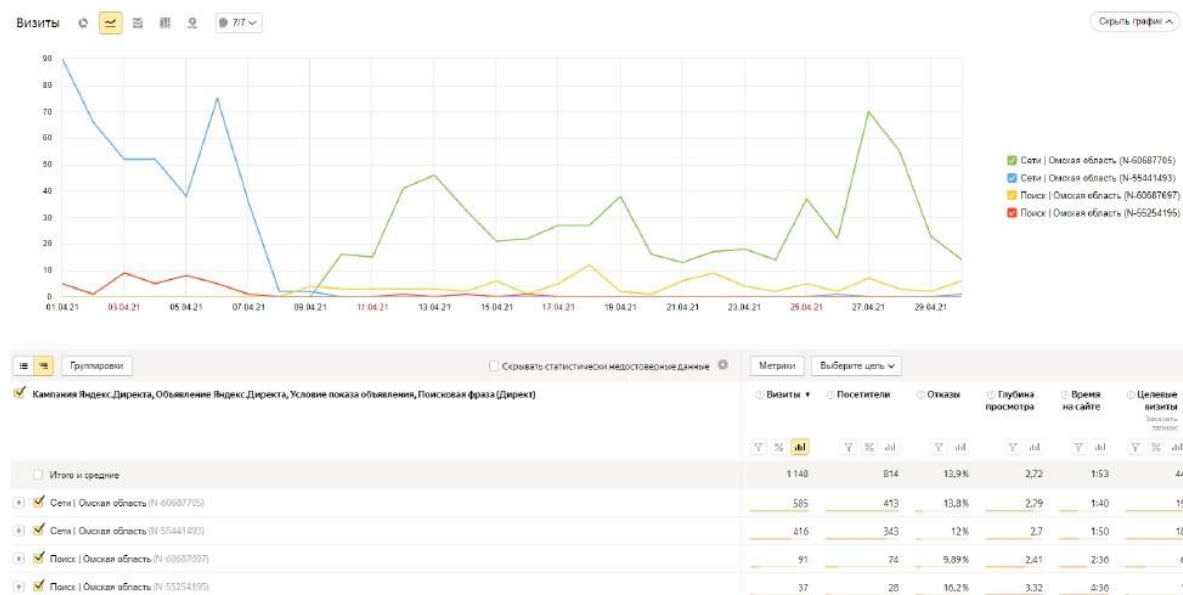
1. Ежедневное отслеживание статистики рекламных кампаний.
2. Добавление новых минус-фраз для поиска.
3. Добавление первых минус-площадок для сетей.
4. Добавление необходимых корректировок в рекламные кампании.
5. Сведение итогов А/Б-теста объявлений и оценка результатов.
6. Отключение менее эффективных элементов.
7. Создание нового А\Б-теста.
8. Оценка необходимого месячного бюджета на основании полученной статистики.

4 неделя

Основные работы – Ежедневное отслеживание статистики рекламных кампаний и оценка итогов за весь месяц.

Результаты – Итоги работы рекламы за 1 месяц и план дальнейшего развития рекламы.

Пример статистики за месяц работы



Список работ:

1. Ежедневное отслеживание статистики рекламных кампаний.
2. Добавление новых минус-фраз для поиска.
3. Добавление первых минус-площадок для сетей.
4. Проведение аудита рекламных кампаний.
5. Формирование плана для дальнейшей работы.
6. Внесение правок в рекламные кампании или на сайт.

2й месяц

2й месяц – действия.

По результатам первого месяца у нас есть достаточное количество данных по рекламе, анализируем, внедряем изменения. К примеру, мы видим, что определённые ключевые запросы дают очень хорошую статистику, и лид по ним дешёвый (соответственно, мы углубляемся в эти ключевые запросы, расширяем их), а часть запросов дают дорогие результаты (соответственно такие запросы отключаем, либо разбираемся, можно ли их как-то заминусовать).

1-2 неделя

Основные работы – Подведение итогов второго А/Б-теста, увеличение бюджета, настройка ретаргетинговых кампаний.

Результаты – Настроенные ретаргетинговые кампании, рекомендации по оптимальному бюджету для получения большего количества заявок с сайта.

Пример сегментов для ретаргетинга

Сегменты

№	Название	Ретаргетинг	👤 за 7 дней		👤 за 30 дней ▼		Дата создания
1	Не лид	✓	2 173	99%	7 453	99%	14 янв 2021
2	Отказы	✓	548	26%	2 044	27%	24 апр 2020
3	Был мини-погрузчики, более 30 сек		234	13%	874	12%	28 авг 2020
4	Был ВПУМ, более 30 сек		133	7%	682	9%	28 авг 2020
5	Был КДМ, более 30 сек		84	5%	330	5%	28 авг 2020

Список работ:

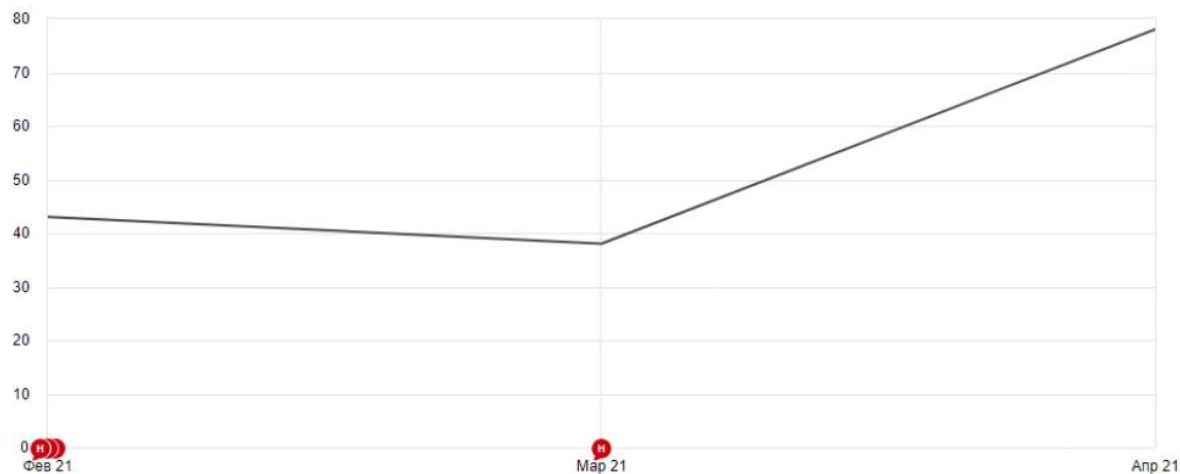
1. Создание сегментов аудиторий в Яндекс.Метрике и Google Ads.
2. Разработка креативов для ретаргетинговых кампаний.
3. Разработка текстов объявлений для ретаргетинговых кампаний.
4. Настройка ретаргетинговой кампании в Яндекс.Директ.
5. Настройка ретаргетинговой кампании в Google Ads.
6. Подведение итогов А/Б-теста.
7. Отключение менее эффективных объявлений.

3-4 неделя

Основные работы – Ежедневное отслеживание статистики ретаргетинговых кампаний, оптимизация всех кампаний на аккаунтах

Результаты – Увеличение количества заявок, повышение качества трафика с контекстной рекламы.

Пример увеличения количества звонков



Список работ:

1. Ежедневное отслеживание статистики рекламных кампаний.
2. Внесение корректировок в рекламные кампании.
3. Добавление минус-фраз в поисковые кампании.
4. Добавление минус-площадок в кампании в сетях.
5. Разработка вариантов для расширения семантики и охвата.

3й месяц

3й месяц – максимальный результат.

На 3й месяц у нас уже есть чёткая картина – какие связки ключевых запросов и текстовых объявлений дают максимальный результат. Соответственно, весь упор на них. В дальнейшем масштабируемся и можно пробовать другие варианты трафика.

1-2 неделя

Основные работы – Сбор семантики для дополнительных разделов сайта и/или околотематической семантики для увеличения охватов, создание рекламных кампаний.

Результаты – Дополнительные рекламные кампании с большим количеством трафика.

Пример околотематической семантики

Фраза	Частотность
колледжи после класса	31519
колледжи после 9	31353
поступить после	26185
колледжи после 9 класса	25343
куда поступать	15828
поступить после 9 класса	9574
можно поступить после	9059
куда поступать после	8728
колледж после 11	8262
куда поступать после класса	6633
куда можно поступить	6542
колледжи после 11 класса	5752
куда поступать 9	5191
куда поступить после 9	5054
после техникума	4875
училища после	4773
поступить 9 класса можно	4692
куда поступить 9 класса	4613
куда можно поступить после	4490
куда поступить после 9 класса	4483

Список работ:

1. Сбор околосемантической семантики и/или семантики для других разделов сайта.
2. Разработка креативов для объявлений в сетях по новой семантике.
3. Разработка текстов объявлений для новой семантики.
4. Настройка рекламных кампаний для новой семантики.
5. Запуск новых рекламных кампаний.
6. Ежедневное отслеживание статистики.

3-4 неделя

Основные работы – Ежедневное отслеживание статистики ретаргетинговых кампаний, оптимизация всех кампаний на аккаунтах, подведение итогов по кампаниям с расширенным охватом, разработка новых креативов для сетей.

Результаты – Новые креативы в сетях, более оптимизированные кампании, результаты кампаний с большим охватом.

Пример креатива для рекламы в сетях



Список работ:

1. Оценка работы кампаний с дополнительной семантикой.
2. Внесение необходимых корректировок в эти кампании.
3. Оценка общей работы контекстной рекламы.
4. Оптимизация всех рекламных кампаний.
5. Разработка новых креативов для рекламы в сетях.
6. Поиск вариантов продвижения по аудиториям похожих пользователей.