



Автоматическая оптимизация контекста на  
основе конверсии: когда можно, а когда нет

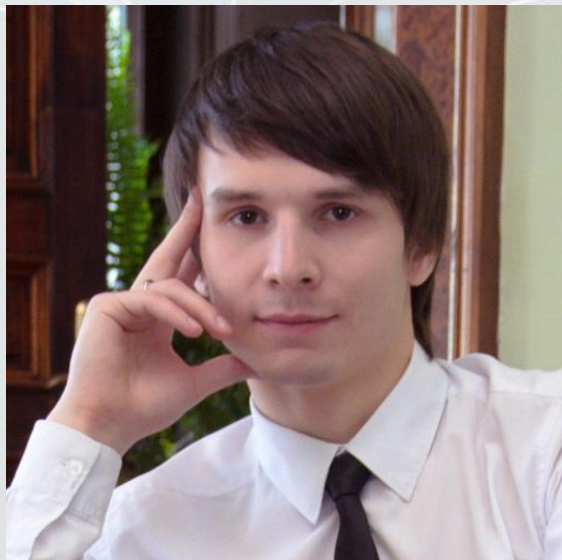
Александр Егоров

[ae@alytics.ru](mailto:ae@alytics.ru)

тел.: +7 495 215-23-57

[www.alytics.ru](http://www.alytics.ru)

# А с чего вдруг я эксперт?



С 2006 года в контекстной рекламе  
2010-2011 – руководитель отдела  
контекстной рекламы в независимом  
performace-агентстве Artics

С 2012 директор по развитию системы  
автоматизации контекстной рекламы для  
профессионалов Alytics

За плечами контекстная реклама для: Price.ru, Московский Кредитный Банк, Авиакомпании Аэрофлот и SkyExpress, Тур-операторы Pegas, DSBW и TezTour, Сервис КупиКупон, Связной Банк, Saxo Bank, ЦУМ, МИАН, издательство Ferra, магазин Finn Flare.

# Что такое автоматическая оптимизация контекста на основе конверсии?

Снижение **CPA**. Без снижения количества заказов

Повышение **ROI**. Без снижения прибыли

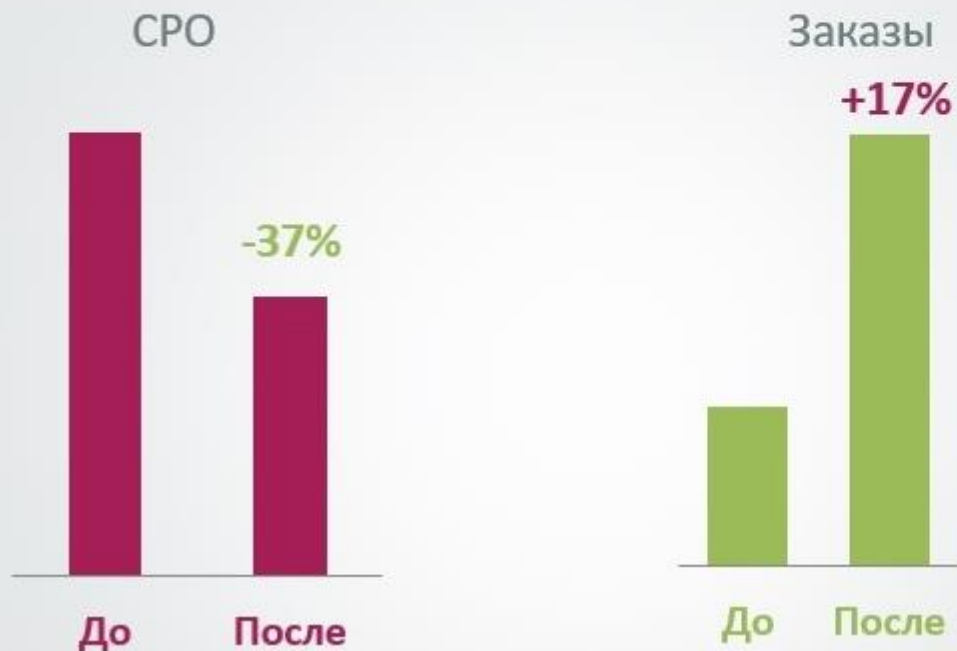
Снижение **DRP**. Без снижения выручки

Задача: снизить CPO заказов через корзину и звонок

Особенности: учет ассоциированных конверсий при оптимизации

Результат: снижение CPO на 37%

Приятный бонус: экономия ФОТ до 1 млн.р. в год



Задача: снизить ДРР

Особенности: Оптимизация от забронированных заказов через GA + брошенная оплата

Результат: снижение ДРР на 64%



# Кому и когда необходим оптимизатор?

Большое семантическое ядро



# Оптимизаторы – это...

Встроенные  

The text "Встроенные" is on the left. To its right are two logos: the Google AdWords logo, which features the word "Google" in its multi-colored font with "AdWords" in a smaller, grey font below it; and the Яндекс Директ logo, which features the word "Яндекс" in red and "Директ" in grey below it.

Внешние  Оригами, к50 и др.

The text "Внешние" is on the left. To its right is the Alytics logo (a dark red square with a white line graph icon, followed by "Alytics" in white on a black background). To the right of the Alytics logo is the text "Оригами, к50 и др." in a grey, sans-serif font.

# Какие требования предъявляются к рекламным кампаниям, которые планируют подключить к автоматизации?

1. Необходимое количество статистики
2. Повышенные требования к качеству семантического ядра



# Необходимое количество статистики

1 конверсия

100 кликов

**Статистики мало**

10 000 конверсий

1 000 000 кликов

**Статистики достаточно**

**Где граница?**

15-30 конверсий

# Повышенные требования к качеству семантического ядра

## Что делает оптимизатор?

1. Меняет ставки на ключевые фразы или сегменты фраз
2. Оптимизатор – это **бездушный робот**, которому на вход должны поступать проработанные кампании

# Семантика vs Типы рекламных площадок

(КМС + Поиск) x Оптимизатор  $\neq$  Love

(РСЯ + Поиск) x Оптимизатор  $\neq$  Love

Необходимо выносить в отдельные РК разные типы площадок

# Семантика: кросс-минусовка. Проблема.

	Ставка до оптимизации	Трафик до оптимизации	Ставка после оптимизации	Трафик после оптимизации	Проблема?
Отель в Одессе	1\$	1000	1,5\$ ↑	1950 ↑	
Отель в Одессе у моря	1\$	500	1,2\$ ↑	50 ↓	Ставка выросла, а трафик упал

# Семантика: кросс-минусовка. Проблема.

## Два кейворда:

отель в Одессе - 1,5\$

отель в Одессе у моря - 1,2\$

Пользователь вводит:  
**отель в Одессе у моря**

Оптимизатор ожидает вызов запроса:  
**отель в Одессе у моря**

Какой кейворд вызовется:  
**Отель в Одессе** или **Отель в Одессе у моря**

Тот где выше ставка :  
**Отель в Одессе**

# Семантика: кросс-минусовка. Решение.

	Проблема?
Отель в Одессе -у -моря	
Отель в Одессе у моря	Нет

	Проблема?
Отель в Одессе (точное)	Трафик ↓
Отель в Одессе у моря	

# Семантика: вложенности. Проблема.

	Ставка до оптимизации	Конверсия до оптимизации	Ставка после оптимизации	Конверсия после оптимизации	Проблема?
Отель в Одессе	1\$	1%	0,8\$ ↓	0,4% ↓	При снижении ставки падает процент конверсии

Во всем виноваты айсберги





# Семантика: вложенности. Проблема.

отель в одессе

По словам  По реги  Все регионы

Что искали со словом «отель в одессе» — 31 088 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <input type="text"/>
<a href="#">отели одессы</a>	31 084
<a href="#">отели одессы сайт</a>	4 128
<a href="#">отель одесса официальный сайт</a>	3 931
<a href="#">отели одессы цены</a>	1 975
<a href="#">мини отели одесса</a>	1 756
<a href="#">отель немо одесса</a>	1 666
<a href="#">отель одесса кипр</a>	1 433
<a href="#">отель аркадия одесса</a>	1 185
<a href="#">отели одессы +на берегу</a>	1 144
<a href="#">отели одессы +на берегу моря</a>	1 081
<a href="#">отель одесса протарас</a>	1 070
<a href="#">отели одессы +у моря</a>	1 030
<a href="#">отели одесса недорого</a>	892

Сред. конверсия 1%

Ставки достаточной для показа на первой странице

Конверсия 0,3%

0,5\$

Конверсия 0,6%

0,6\$

Конверсия 0%

0,3\$

Конверсия 11%

0,9\$

Конверсия 0%

0,7\$

# Семантика: вложенности. Решение

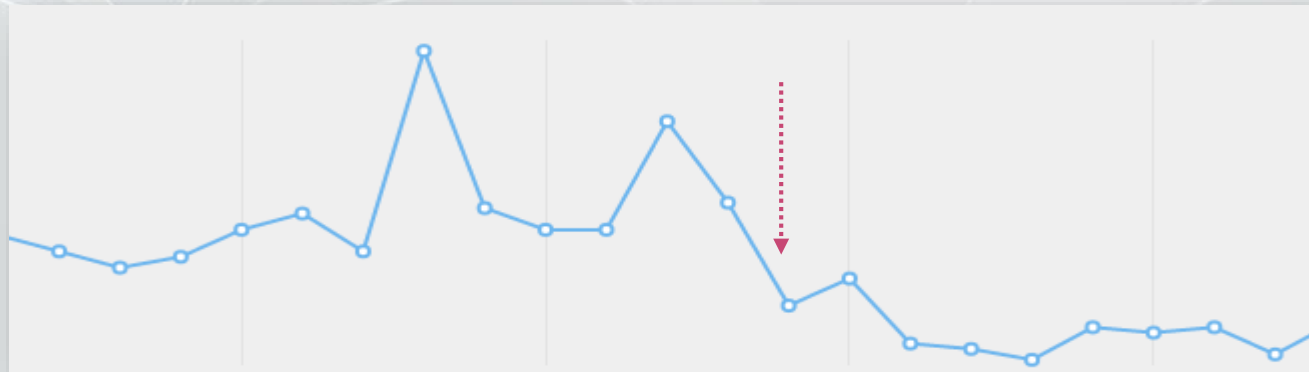
## Решение только одно:

- Сначала раскладывать вложенности;
- Затем кросс-минусовка.

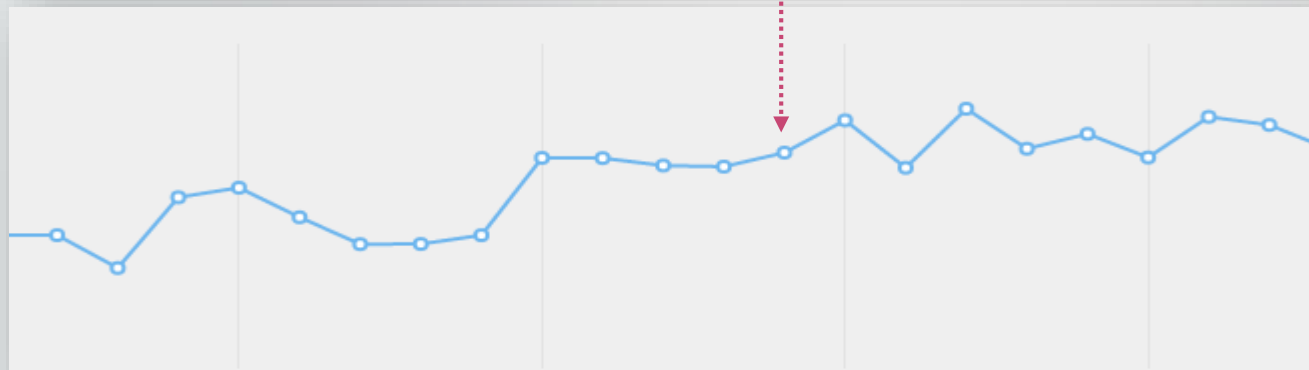
## Заодно это поможет:

- Удалить мусорные ключевики. Не платить за мусорный трафик и поднять CTR;
- Получить более точную статистику и принимать правильные решения.

# Семантика: дубли ключевых фраз. Проблема



Трафик



Доля показов  
в спецразмещении

# Зеркальные дубли кампаний



# Семантика: дубли ключевых фраз. Решение

## Решение:

- Контроль дублей в разных кампаниях
- Контроль дублей в рамках одной кампании

## В каких случаях дубли разрешены?

- Разные ГЕО
- Разные типы площадок (Поиск, РСЯ/КМС)
- В рамках одной кампании с разными типами соответствия и привязанные к одному объявлению

# Семантика: типы соответствия

Идеально, конечно так:

[купить слона]

“!купить !слона”

Но можно и широкое соответствие, только:

С кросс-минусовкой;

С раскладкой вложенностей;

# В итоге. Что нужно для оптимизатора:

1. Достаточное количество статистики;
2. Разделение кампаний на разные типы: Поисковые, РСЯ, Ретаргетинг
3. Кросс-минусовка;
4. Уменьшение вложенностей;
5. Отсутствие повторяющихся ключевых фраз;

Я - не лентяй.

Я - князь  
дивана.





# Спасибо

[www.alytics.ru](http://www.alytics.ru)

[facebook.com/alytics](https://facebook.com/alytics)