

Маркетолог Денис Рысенкин

тел: +7-952-272-49-39

сайт: <https://directolog-spb.ru/>

Ведение рекламных кампаний включает

Ежедневный контроль и оптимизация бюджета

- Контроль расхода рекламных кампаний и корректировка ставок.
- Проверка остатка бюджета и контроль средней цены клика.
- Перераспределение бюджета в пользу кампаний, объявлений и регионов с лучшей конверсией.

Работа с ключевыми фразами и запросами

- Анализ поисковых запросов и регулярное добавление минус-слов.
- Поиск и добавление новых ключевых фраз.
- Выявление и удаление дублирующихся и неэффективных ключей.
- Оптимизация ключевых слов с низким показателем качества.
- Разделение кампаний по запросам с высокой и низкой конверсией с удержанием оптимальных позиций.

Оптимизация объявлений

- Мониторинг и отключение неэффективных объявлений.
- Создание и тестирование новых текстов объявлений.
- Подготовка акционных объявлений при изменении условий: скидки, спецпредложения, новые товары.
- Повышение релевантности объявлений под ключевые фразы с высокой конверсией.
- Работа с объявлениями с низким CTR или показателем качества.
- Проведение А/В-тестирования текстовых и графических объявлений (при достаточной статистике).

Аналитика и работа с данными

- Регулярный анализ эффективности рекламных кампаний по ключевым метрикам.
- Анализ аудиторий по полу, возрасту, устройствам.
- Оценка поведенческих показателей: отказы, время на сайте, глубина просмотра.
- Корректировка ставок по аудиториям и устройствам на основе фактических данных.
- Контроль CTR и оперативное вмешательство при отклонении от целевых значений.
- Анализ ROMI, ROI, стоимости клика, стоимости конверсии и транзакции.

Работа с РСЯ / КМС и площадками

- Чистка неэффективных площадок в РСЯ и КМС.
- Проверка качества мест размещения и исключение нецелевых источников.
- Оптимизация стратегий и настроек показов.

Работа с посадочными страницами

- Выявление посадочных страниц с низкой конверсией.
- Рекомендации по оптимизации или переадресации трафика на более эффективные страницы.
- А/В-тестирование контента посадочных страниц.
- Оптимизация связки «объявление → страница» на основе поведенческих данных.

Структура аккаунта и масштабирование

- Оптимизация структуры аккаунта и групп объявлений.
- Укрупнение или дробление групп для повышения релевантности.
- Региональное разделение рекламных кампаний.
- Тестирование новых типов рекламных кампаний и форматов.
- Расширение аудитории показа и уточнение списков ремаркетинга.
- Анализ эффективности в сравнении с предыдущими периодами (месяц / квартал / год).

Контроль KPI и оперативная реакция

- Постоянный мониторинг ключевых показателей.
- Оперативное внесение изменений в кампании, объявления и ставки при ухудшении KPI более чем на 20%.
- Принятие решений на основе статистики, а не предположений.

Отчётность и прозрачность

- Подготовка ежемесячных отчётов с ключевыми показателями и выводами.
- Формирование гипотез по оптимизации по принципу:
минимум ресурсов — максимальный ожидаемый эффект.