



+7 (495) 225-41-93

web@aventon.ru | aventon.ru

Контекстная реклама для фотоцентра

ФОТОСФЕРА



+7 (495) 225-41-93

web@aventon.ru | aventon.ru

Сайт

fsfera.ru

О клиенте

Клиент создает осязаемые и качественные фотопродукты – фотокниги, фотографии на холсте/доске/пенкартоне, фотокалендари и многое другое. На сайте fsfera.ru можно легко создать свой фотопродукт через конструктор и заказать его на дом. У клиента имеется более 20 собственных центров обслуживания в Москве и области, а также в Твери и Владимире.

Регион

Москва и Московская область.

Услуга

Яндекс.Директ.

Задача

Увеличение продаж.

Период

Март 2018го года - настоящее время.

Что было сделано

С помощью ретаргетинга показы были настроены на тех, кто:

- интересовался фото на холсте, но не совершил заказ;
- интересовался печатью фото, но не совершил заказ;
- интересовался фотокалендарями, но не совершил заказ;
- интересовался фотокнигами, но не совершил заказ.

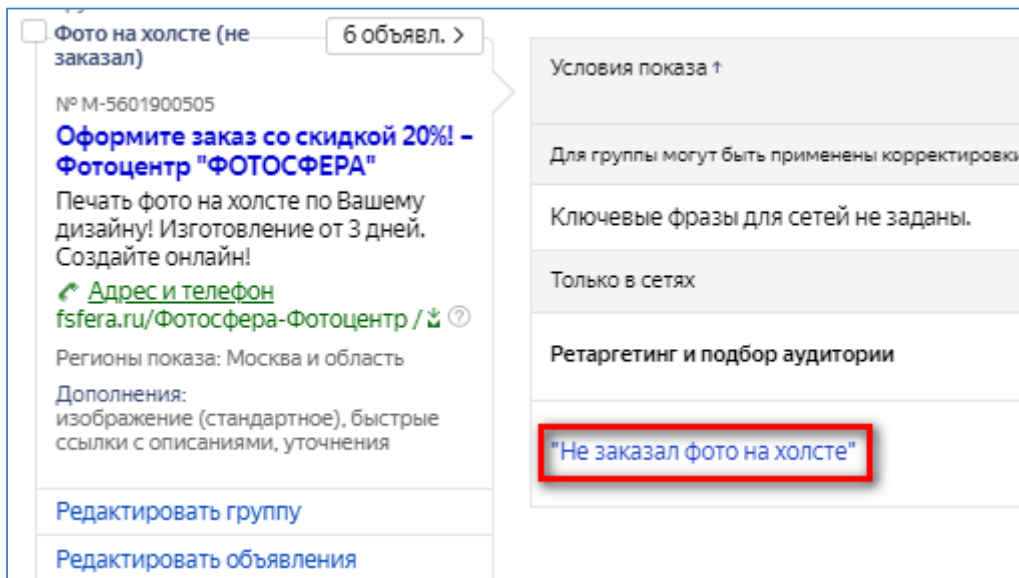




Фото на холсте (не заказал) б объявл. >

№ М-5601900505

Оформите заказ со скидкой 20%! - Фотоцентр "ФОТОСФЕРА"

Печать фото на холсте по Вашему дизайну! Изготовление от 3 дней. Создайте онлайн!

[↗ Адрес и телефон](#)
fsfera.ru/Фотосфера-Фотоцентр/  

Регионы показа: Москва и область

Дополнения:
изображение (стандартное), быстрые ссылки с описаниями, уточнения

[Редактировать группу](#)

[Редактировать объявления](#)

Условия показа ↑

Для группы могут быть применены корректировки

Ключевые фразы для сетей не заданы.

Только в сетях

Ретаргетинг и подбор аудитории

"Не заказал фото на холсте"

Пример настроенного набора правил для ретаргетинга:

Набор правил 1

Выполнено хотя бы одно Выполнены все Не выполнено ни одного

1.	Цель Метрики	fsfera.ru :: Перешел в конструктор Фото на холсте	за	90	дней
2.	Цель Метрики	fsfera.ru :: Перешел в корзину Фото на холсте	за	90	дней
3.	Цель Метрики	fsfera.ru :: Перешел в калькулятор Фото на холсте	за	90	дней

и

Набор правил 2

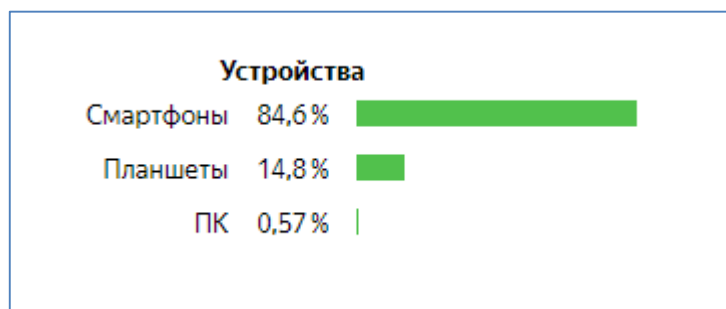
Выполнено хотя бы одно Выполнены все Не выполнено ни одного

1.	Сегмент Метрики	fsfera.ru :: Совершен заказ через корзину
----	-----------------	---

Все условия ретаргетинга и подбора аудитории, которые были использованы в Директе:

Ретаргетинг и подбор аудитории		
Удалить можно только условия, которые не используются в кампаниях.		
<input type="text" value="Поиск по названию"/>		
<input type="checkbox"/> №	НАЗВАНИЕ/САЙТ	КАМПАНИИ
<input type="checkbox"/> 1.	Не заказал фотокнигу fsfera.ru	5 ∨
<input type="checkbox"/> 2.	Не заказал фото на холсте fsfera.ru	4 ∨
<input type="checkbox"/> 3.	Посетил холст без конверсий fsfera.ru	4 ∨
<input type="checkbox"/> 4.	Посетил фотокниги без конверсий fsfera.ru	3 ∨
<input type="checkbox"/> 5.	Посетил Фотокалендари без конверсий fsfera.ru	4 ∨
<input type="checkbox"/> 6.	Печать фото без корзины fsfera.ru	3 ∨
<input type="checkbox"/> 7.	Не заказал печать фото fsfera.ru	2 ∨
<input type="checkbox"/> 8.	Смартфоны и планшеты audience.yandex.ru	

Последнее условие в списке использовалось для того, чтобы по максимуму «отсечь» пользователей мобильных устройств (большой процент отказов, мало конверсий). Для этого был создан сегмент Аудиторий на основе Метрики – визиты с мобильных устройств, а затем – сегмент похожих пользователей с упором на точность (не охват). Он содержал такие устройства:



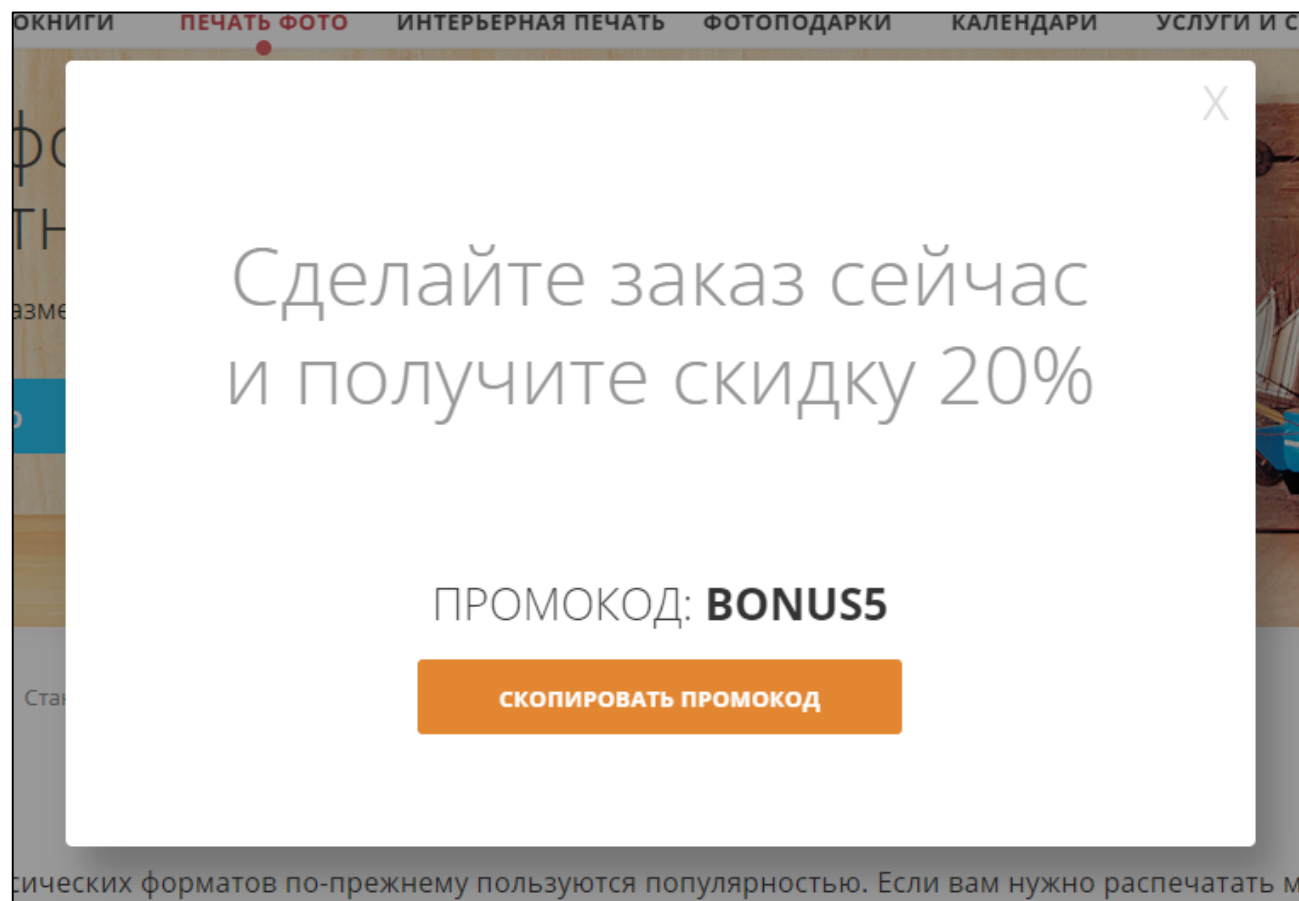
Как видим, он почти полностью состоит из смартфонов и планшетов. Затем для данного сегмента ставки были скорректированы, в результате чего показы для мобильных устройств значительно сократились.

Созданы отдельные рекламные кампании в соцсетях для фотопечати и фотокалендарей. Кроме того, после накопления необходимой статистики по продажам наиболее конверсионные условия показа выделялись в отдельные кампании.

Примеры креативов в различных форматах:



Кроме того, реализованы скидочные окна с промокодами, с помощью которых удалось добиться увеличения конверсии.



Результаты

Полугодовой график (с 01.01.2019 до 30.06.2019) наглядно показывает рост продаж. За этот период посетителями было куплено 1 694 товара.

