

Как рекламный бюджет в 42 т.р. приводит клиентов на 1.2-1.7 млн. рублей в месяц?

Сколько клиентов приводит ваш бюджет?

Как можно быть эффективными, когда мебельный рынок высококонкурентен и наводнен компаниями, которые то и дело сбивают цену?!

При размещении рекламы вы рассчитываете на новых клиентов. Но часто лишь гадаете, какую отдачу получите от листовок, баннеров и контекстных объявлений.

Как рекламироваться эффективнее конкурентов?

Как привлекать клиентов за 600 – 1300 рублей за одного?

Какая стратегия наиболее подходящим образом подходит для мебельной компании?

Почему вы сливаете бюджет не получая должное количество клиентов?

Что влияет на Ваши продажи через интернет?



Продающий сайт

01



Рекламная кампания

02



Работа с входящим потоком

03



Повторные продажи

04



Продающий сайт

01

Цель сайта - превратить посетителя в покупателя.

Для этого, сайт побуждает выполнить какое-либо действие: позвонить, оставить заявку, вызвать замерщика или прислать на почту проект для расчета цены.



раз

нам приходилось менять сайты,

чтобы добиться лучших результатов!

В итоге: Мы разработали два продающих сайта: кухни на заказ и шкафы купе на заказ.



> Рекламная кампания

02

Мы
поменяли



Подрядчиков,
которые настраивали нам контекстную рекламу!

Нам настраивали рекламную кампанию разные агентства по величине, начиная с региональных и дошли до Агенств уровня ТОП -10 по России.

Но не получив результатов, которых ожидали, мы открыли для себя **две ошибки**, которые допускают владельцы мебельных компаний, которыми и пользуются агентства контекстной рекламы. О них мы и поговорим в следующих слайдах.

Две ошибки в контекстной рекламе

Ошибка №1: “Работает – Не трогай”

Ошибка №2: “Оптимизация рекламной кампании
выгодна вам, но невыгодна агенству”

“Работает – не трогай”

Особенно эту поговорку любят рекламные агентства.

Во первых им необходимо окучивать более прибыльных заказчиков (с бюджетом от 100 т.р.)

А во вторых – зачем что-то менять, тестировать, анализировать, ведь заказчик (вы) платит исправно, результатами доволен, что еще надо?!

А вам не приходило в голову, что стоимость клика можно понизить на 20-50%? Может вы тратите 30 т.р. и получаете 20 заказов, а можно 30 или 50?

Тестирование – единственный способ получить максимум от ваших ресурсов. А рекламному агентству по своей инициативе делать это не хочется, а 95% заказчиков это не приходит в голову.

“Оптимизация рекламной кампании выгодна вам, но невыгодна агенству”

Чем больше у вас бюджет на рекламную кампанию, тем больше зарабатывает агенство. Но есть одно НО. Чтобы вы не сочли контекстную рекламу неэффективной – используется **ПОТОКОВЫЙ** метод. Это когда за основу берется *усредненный* заказчик и для него производится *усредненный* набор действий.

Результат правда..... тоже ***усредненный!***

И клиенты у Вас есть, не столько сколько хотелось бы, но есть.
И агенство извлекает прибыль. Все в плюсе!

Итоги подведем на следующем слайде

Подведем итоги – сделаем выводы:

1. Если у вас маленький бюджет по “меркам” агентства – вы никому не интересны. Либо вам раздуют бюджет, либо вы усредненный заказчик, либо вы надеетесь на свои силы.
2. Вами уже занимаются – Вы рекламируетесь. В 90% случаев вы на потоке у агентства. Почему на потоке? Приведем пример: Сколько клиентов может обслужить специалист в агентстве за месяц?
В Яндексе есть норматив 30 клиентов на одного сотрудника.
В месяце – 22 рабочих дня.
30 клиентов абсолютно из разных сфер бизнеса, по каждой из которых, специалист должен быть компетентен!?
И сколько времени специалист контекстной рекламы готов вам уделить?
P.S.: В период отпусков один специалист ведет 60 рекламных кампаний!

Ошибки настройки и ведения рекламных кампаний мебельными организациями!

1. Структура рекламной кампании в директе:

Проблема: У вас одна кампания на Поиск и Рся – вы не рационально расходуете бюджет (*переплачиваете*). Настроен только Поиск – вы не охватываете значительную часть аудитории, ведь охват Рся превышает охват Поиска, тем более, что клики будут стоить дешевле.

Решение: Кампания должна быть разделена на Поисковую и РСЯ (рекламную сеть яндекса). Это позволяет более гибко управлять рекламным бюджетом. В конечном итоге мы увеличиваем конверсию и экономим бюджет.

2. Подбор ключевых запросов:

Чем больше ключевых запросов вы используете, тем больше переходов получите на сайт – это простая статистика.

Проблема: агентства используют внешние инструменты подбора слов, которые не дают полного охвата запросов целевой аудитории, желающих приобрести мебель у вас.

Решение: Мы используем для подбора запросов мозговой штурм и чтобы не забыть ни один запрос, нами была составлена интеллектуальная карта как на кухне, так и на шкафы.

Интеллектуальная карта на примере автодилера (Рис. 1 матрица запросов):



Из понятных Вам соображений мы не выложили интеллект-карты по кухням и шкафам

3. Объявления:

Если ключевые слова - это основа рекламной кампании, то объявления играют особую роль. А именно цель объявления – это заставить кликнуть по нему и перейти на ваш сайт.

Проблема: Использование шаблонов и несоблюдение принципа 1 ключ = 1 объявление

Яндекс

кухни на заказ — 45 млн ответов

Найти

Поиск

Картинки

Видео

Карты

Маркет

Ещё

Немецкие кухни со скидкой 30%! / noltering.ru Не правильно
Реклама noltering.ru Адрес и телефон, Тула
Кухни Nolte - бренд №1 в Германии. Скидка 30% до 16 апреля - звоните!
+7 (4872) 71-00-00 - Пн-сб 10:00-19:00

Распродажа кухонной мебели! / skuhni.ru В корне не правильно
Реклама skuhni.ru Адрес и телефон, Тула
Ищите в салонах Центр Кухни!
+7 (950) 913-55-23 - Пн-пт 10:00-20:00, сб 11:00-18:00

Кухня на заказ от «Мария» / maria.ru Правильно
Реклама maria.ru Адрес и телефон
Только в апреле скидка до 30% на вашу новую кухню + скидка на столешницу!
Онлайн-расчет кухни Бесплатный дизайн-проект Бесплатный замер
8 (800) 100-31-31 - Пн-пт 10:00-18:00

Разместить объявление по запросу «кухни на заказ» — 94 636 показов в месяц

Все объявления по этому запросу

Платим меньше всех за клик и имеем самую большую кликабельность!

Итог: Удорожание стоимости клика **от 30 до 70%!**

Решение: Заголовок – это наше ключевое слово (поисковый запрос).

Желательно дублировать ключевое слово и в заголовке объявления, и в тексте.

1 ключевик = 1 объявление. Очень важно создавать для каждого ключевого слова отдельное объявление. То есть, 1 поисковый запрос = 1 объявление.

4. Минусовка (сбор минус-слов):

Подбор минус-слов позволяет на этапе настройки рекламной кампании отбросить множество нецелевых „мусорных„ запросов, каких в мебельной тематике огромное количество.

Проблема: агентства и некоторые специалисты считают, что можно использовать 30-70 минус-слов в мебельной тематике. Помните мы говорили, что оптимизировать рекламную кампанию невыгодно – это именно этот случай. Лучше приведем пример:

Яндекс купить китайскую кухню — 4 млн ответов Найти

Поиск **Распродажа кухонной мебели! / skuhni.ru** Не отминусовано слово: Китайская Разместить объявление по запросу «купить китайскую...» — 169 показов в месяц

Картинки Реклама skuhni.ru ↶ Адрес и телефон, Тула Все объявления по этому запросу

Видео Акция в салонах Центр Кухни!

+7 (950) 913-55-23 · Пн-пт 10:00-20:00, сб 11:00-18:00

Яндекс потолок на кухню — 10 млн ответов Найти

Поиск фото своими руками цена Разместить объявление по запросу «потолок на кухню» — 30 723 показа в месяц

Картинки **Распродажа кухонной мебели! / skuhni.ru** Все объявления по этому запросу

Видео Реклама skuhni.ru ↶ Адрес и телефон, Тула

Карты Акция в салонах Центр Кухни!

Маркет +7 (950) 913-55-23 · Пн-пт 10:00-20:00, сб 11:00-18:00

Ещё Смотрите картинки по запросу «потолок на кухню»

Решение: Необходим подбор максимального количества минус-слов на начальном этапе, а также отминусовывание отдельных ключевых запросов во время ведения рекламной кампании на основе полученной статистики.

В рекламной кампании по кухням и шкафам купе мы имеем более 350 минус-слов и продолжаем их увеличивать. Тем самым, находясь, в высококонкурентном окружении мы с минимальными силами пробиваемся и удерживаемся в спецразмещении.

Пример правильной настройки рекламной кампании кухонь Марии:

Яндекс

Поиск **Немецкие кухни со скидкой 30%! / noltering.ru** Не правильно Разместить объявление по запросу «кухни на заказ» — 94 636 показов в месяц

Картинки **Реклама noltering.ru** Адрес и телефон, Тула Все объявления по этому запросу

Видео Кухни Nolte - бренд №1 в Германии. Скидка 30% до 16 апреля - звоните!
+7 (4872) 71-02-93 · Пн-сб 10:00-19:00

Карты **Распродажа кухонной мебели! / skuhni.ru** В корне не правильно

Маркет **Реклама skuhni.ru** Адрес и телефон, Тула

Ещё **Акции в салонах Центр Кухни!**

Кухня на заказ от «Мария» / maria.ru Правильно

Реклама maria.ru Адрес и телефон

Только в апреле скидка до 30% на вашу новую кухню + скидка на столешницу!
Онлайн-расчет кухни Бесплатный дизайн-проект Бесплатный замер
8 (800) 100-31-31 · Пн-пт 10:00-18:00

Платим меньше всех за клик и имеем самую большую кликабельность!

Для любителей “сухих” цифр:

- 1) Кликабельность объявления, старгетированных на несколько регионов и городов, в среднем **выше на 7-10%**, чем у объявлений, которые могут видеть все пользователи поиска.
- 2) CTR (кликабельность) **увеличивается в среднем на 10%**, если одно или несколько слов из рекламной фразы присутствуют в тексте объявления, и **на 15-17%**, если слова есть в тексте заголовка объявления. А если заголовок начинается с одного из слов фразы, то средняя кликабельность таких объявлений **вырастает на 25%**.
- 3) Объявления, в которых задан геотаргетинг, а тексте есть слова рекламной фразы, показывают еще большую кликабельность. В среднем CTR таких объявлений **на 30-35% больше**, чем у остальных.
- 4) Указание цены незначительно – **на 5%** - снижает CTR объявления (понятно почему – цена Может отпугнуть). Зато конверсия заметно **увеличивается – на 12%**.
- 5) Обещание доставить товар увеличивает CTR более чем **на 56%** (в 1,5 раза) и, на **23% увеличивает** конверсию.

Коммерческое предложение для мебельной компании:

(окупаемость составляет от 5 до 30 дней)

Пакет Минимальный:

5 000 рублей

- Настройка контекстной рекламы
- Установка Яндекс.Метрики и целей
- Ежемесячное ведение

Пакет Оптимальный:

49 000 рублей

- Два сайта (кухни и шкафы-купе)
- Настройка и ведение рекламной кампании (ведение кампании 5 т.р./месяц включено)
- Установка Яндекс.Метрики и целей
- Домен и хостинг для размещения сайтов
- Книга продаж (используют известные мебельные компании)
- Система мотивации персонала от менеджера до замерщика

Пакет Все включено:

79 000 р

- Два сайта (кухни и шкафы-купе)
- Настройка рекламной кампании (ведение кампании 5 т.р./месяц включено)
- Установка Яндекс.Метрики и целей
- Домен и хостинг для размещения сайтов
- Книга продаж (используют известные мебельные компании)
- Система мотивации персонала от менеджера до замерщика
- Инструменты партизанского маркетинга
- Инструменты малобюджетного привлечения
- Речевые модули продаж – говорите правильно
- Продажи чужими руками – партнерство
- CRM – учет и управление продажами

Мы мебельная компания, которая за счет контекстной рекламы за 2014 год на кухнях и шкафах купе на заказ сделала оборот в **22.300.000** рублей!

Наша задача: Перенести наш опыт в 50 регионов

Сейчас мы выходим на рынок Тулы, и ищем **единственного ключевого партнера**, с которым будем работать в области продвижения, а именно контекстной рекламы.

Рост числа заявок и звонков – уже через 48 часов после запуска рекламной кампании. От 25 до 100% увеличение посещаемости на сайте через 30 дней!

Внимание! Мы работаем только с одной мебельной компанией в одном регионе – будьте первыми и единственными!

Оставьте заявку на почте: kaznin-sky@yandex.ru

8 (4852) 68 46 75

Пн-Пт с 10:00 до 18:00 (по МСК)