Эксперименты с объявлениями

Зачем экспериментировать с рекламой

Для каждого своего предложения в Директе вы можете составить несколько рекламных материалов и автоматически показывать аудитории самые кликабельные из них. Это поможет вам понять, какие материалы лучше работают на привлечение вашей целевой аудитории, и за счет этого улучшить результаты размещения.

В рекламе такие эксперименты называются А/Б-, или сплит-тестированием.

А/Б-тестирование — это один из самых простых и популярных методов маркетингового исследования. Его суть заключается в том, чтобы при прочих равных условиях показывать аудитории несколько вариантов какого-то элемента рекламы или сайта. Например, заголовка или текста объявления. Посмотрев на статистику, можно выяснить, какой из вариантов больше нравится целевым пользователям.

С чего начать и что можно тестировать

- 1. Распределите ключевые фразы по тематическим категориям своих товаров или услуг. Например, если вы продаете велосипеды, можно разделить наборы ключевых фраз на группы для таких предложений, как: горные велосипеды, дорожные велосипеды, детские велосипеды и bmx.
- Подготовьте для каждой группы фраз несколько объявлений, которые вы хотели бы протестировать.

Проверять можно самые разные гипотезы. Например, рассказать о скидке и подчеркнуть временный характер предложения

Горные велосипеды. Распродажа 60%

В наличии более 1000 моделей! вело.рф

Зимняя распродажа!

Не пропустите! До 1 марта продаем горные велосипеды по смешным ценам! вело.рф

или добавить указание конкретных моделей.

Горные велосипеды Merida

Matts Champion-D 2013, взрослые и детские до 9990 руб в наличии!

вело.рф

Поэкспериментировать стоит не только с текстами, но и с иллюстрациями



и быстрыми ссылками.

Ванны. Огромный выбор!

Чугунные Акриловые Стальные

От ведущих производителей. Быстрая доставка! Низкие цены! Звоните!

bath.ru

Ванны. Огромный выбор!

150x70 160x70 170x70

От ведущих производителей. Быстрая доставка! Низкие цены! Звоните!

bath.ru

Ванны. Огромный выбор!

BLB Family Jacob Delafon

От ведущих производителей. Быстрая доставка! Низкие цены! Звоните!

bath.ru

Таким образом, вы можете провести в Директе А/Б-тестирование практически для любого элемента контекстного объявления.

А Внимание.

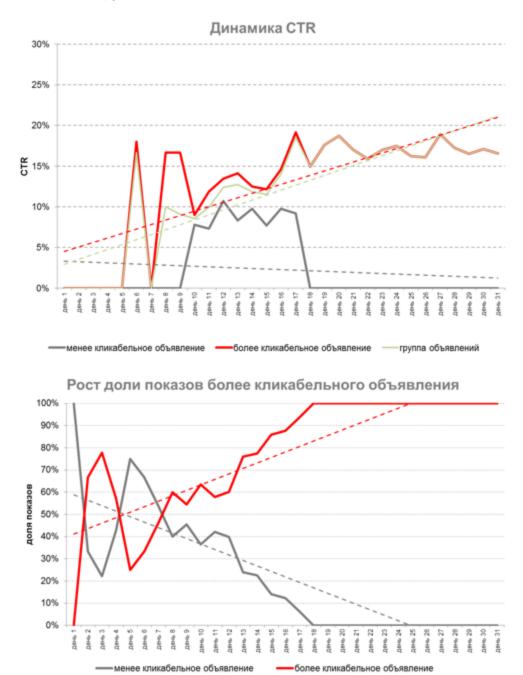
- Важно, чтобы каждый вариант рекламных материалов в группе соответствовал ключевым фразам.
- Рекомендуем вам одновременно тестировать варианты не более чем для одного элемента рекламы. Например, проверять только разные тексты или только разные иллюстрации. Если все элементы объявлений в группе различаются, вам, скорее всего, будет сложно оценить, какой из них повлиял на эффективность.

Как проходит эксперимент

В начале эксперимента все объявления в группе будут показываться в ротации. Как только по ним накопится достаточная статистика, система автоматически выберет для каждой ключевой фразы самое кликабельное объявление и начнет чаще показывать именно его.

Объявления, оказавшиеся неэффективными, вы сможете в любой момент отключить или отредактировать.

Вот пример изменения СТR и доли показов у двух объявлений в группе, которая в течение календарного месяца попадала в премиум-показы. На графиках видно, как более кликабельное объявление постепенно начинает показываться чаще, а вместе с этим растет общий СТR группы.



Этот пример хорошо иллюстрирует принцип работы групп объявлений, но не является единственным вариантом развития эксперимента. Каждый случай индивидуален, и на результаты любого тестирования влияет много факторов.

① Примечание. При определении объявления с лучшим СТR учитывается множество различных факторов (поведение пользователей, сезонность, время суток и пр.).

Поэтому количество показов каждого объявления в группе не может быть одинаковым.

Остались вопросы?

▲ Внимание. Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо

© 2015-2024 ООО «Яндекс»