

# — КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА:

# ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА И ПОЖИРАТЕЛЬ БЮДЖЕТА

Как получить прибыль  
с контекстной рекламы,  
и не **«слить»** бюджет



Павел Исаченко, Einstein Media Group  
[pi@emg2.ru](mailto:pi@emg2.ru), [facebook.com/pavel.isachenko](https://facebook.com/pavel.isachenko)



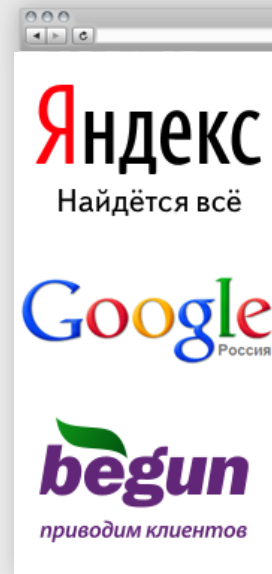
# ПРОДАТЬ СЛОНА НЕ ТАК-ТО ПРОСТО!

## ЭФФЕКТИВНАЯ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА ЗАЧЕМ?

Контекстная реклама – сложный маркетинговый продукт, с особой спецификой ценообразования и оценки.

Здесь нет «откатов», своих людей, договоренности с конкурентами.

И это лишь источник, выпить до дна его еще надо суметь!



# А ВАШ БИЗНЕС ГОТОВ?



## ПРЕДУПРЕДИТЬ ЛЮБУ?

Теперь Вам могут звонить не только рекламные агенты и сетевики.

## МЕНЕДЖЕРА НАНЯТЬ?

Кто вообще будет заниматься работой с клиентами? Или опять все самому?

## МОЖЕТ ОБНОВИТЬ ПРАЙС?

А точно ли у мы продаем глубинные вибраторы или таких поставок уже нет?

## ЦЕНА АДЕКВАТНАЯ?

А сколько это стоит у конкурентов? Может они опять демпингуют!

# А ЧТО НА САЙТЕ?

## ОН ВООБЩЕ РАБОТАЕТ?

Мы сейчас адрес не помним, но в конце что-то про погрузчики и точка ru

## МОЖЕТ ЗАНОВО СДЕЛАТЬ?

Вопрос цены/времени, делать сайты надо у профильных компаний, а не у Сереги-соседа

## ГОЛУБИНОЙ ПОЧТОЙ НАДЕЖНЕЕ

Ну когда мы сайт делали, эта почта работала, но потом Дима ушел, а пароль у него

## А КТО ВООБЩЕ ТУДА ЗАХОДИТ?

Ну туда по каталогам и с визиток ходят, но что-то ничего не заказывают

## ЗАТО У НАС ЕСТЬ ФОТКА ДИРЕКТОРА!

Возможно фотография с новогоднего корпоратива не так важна на главной странице

## У НАС НА МОНИТОРЕ НЕ «ЕДЕТ»!

10 браузеров в 4 основных версиях работающих под 5 разными операционными системами

# МНОГА БУКФ КОТОРЫМИ «ГРУЗИТ» АГЕНТСТВО



Павел Исаченко, Einstein Media Group  
pi@emg2.ru, facebook.com/pavel.isachenko



# А ДАВАЙТЕ БЮДЖЕТ УВЕЛИЧИМ?

## +100% БЮДЖЕТА ≠ +100% ПРОДАЖ

Как и другого рекламного носителя – существует предел роста эффективности

## ПОДКЛЮЧАЕМ СЕТКУ ОСТОРОЖНО

Размещение контекста на сайтах-партнерах – отдельная головная боль, которую надо лечить

## РАБОТАЮТ ТОЛЬКО 20% СЛОВ

Большую часть клиентов приносят только 20% слов в контексте

## РЕСУРСЫ ЕСТЬ?

Если объемы продаж ограничены поставками, зачем доплачивать, чтобы сказать «нет» клиенту

## НЕ ДИРЕКТОМ ЕДИНЫМ

Для агентства проще добавить новые площадки, чем улучшать прошлое размещение

## АГЕНТСТВО СПРАВИТСЯ?

Резкое увеличение бюджета (и работы) может привести к ухудшению прошлого результата

# ЦЕНОВЫЕ ВОЙНЫ



## Реклама будет окупаться?

В среднем каждый 20-й клик приводит к контакту, и далеко не каждый контакт приводит к покупке

## Занимательная арифметика

Стоимость клика 420 руб. \* 20 кликов = 8400 руб. – цена контакта по запросу «кредитные карты»



# ДОРОГО?

## ЭФФЕКТИВНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Используйте разные призывы и анализируйте, какие работают лучше для Вашей аудитории

## УТОЧНЕНИЕ ФРАЗ

Если продаете только Chevrolet Niva – не стоит рекламироваться по широкому запросу «Chevrolet»

## ФИШКИ КОНТЕКСТА

Дополнительные ссылки, отдельные объявления под фразу/группу фраз, адрес и телефон

## ЦЕЛЕВЫЕ СТРАНИЦЫ

Приводите посетителей сразу на ту информацию, которую они искали

## ОТКЛЮЧЕНИЕ ПЛОЩАДОК

Заставьте подрядчика отключить малоэффективные площадки

## НЕ ТРАТЬТЕ ДЕНЬГИ

Если работаете до 19 часов, отключайте контекст за 30 минут до закрытия



Павел Исаченко, Einstein Media Group  
pi@emg2.ru, facebook.com/pavel.isachenko





# КАК ВЫДЕЛИТЬСЯ?



КОНТЕКСТ №1



КОНТЕКСТ №2



КОНТЕКСТ №3

# ИНТЕРНЕТ - УЖЕ НЕ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА



## ОТНЕСИТЕСЬ К РЕКЛАМЕ СЕРЬЕЗНО

Интернет-рекламу можно померить, нацелить, оптимизировать.

Порог входа отсутствует, надо лишь приложить голову – свою или подрядчика.

Действуйте, успехов!

— ДО ОБЕДА  
ОСТАЛОСЬ  
15 МИНУТ!

[www.emg2.ru](http://www.emg2.ru) – правильное агентство Интернет-маркетинга

Вопросы?

Пишите – [pi@emg2.ru](mailto:pi@emg2.ru)



Павел Исаченко, Einstein Media Group  
[pi@emg2.ru](mailto:pi@emg2.ru), [facebook.com/pavel.isachenko](https://facebook.com/pavel.isachenko)