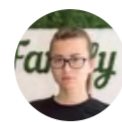


Как мы помогли цветочному магазину запустить контекстную рекламу с CTR 51%



Алина
Project менеджер / Автор статьи

Цветочный магазин CITY FLOWERS искал способ привлечь больше клиентов через интернет, но реклама работала в убыток, а конкуренты завышали ставки. Мы взяли проект в работу, разработали новые рекламные объявления, настроили ретаргетинг и запустили Look-alike кампании. Рассказываем, как нам удалось достичь рекордного CTR в 51%, увеличить узнаваемость бренда и сделать доставку цветов выгодной даже в условиях высокой конкуренции.



Содержание

[Развитие цветочного бизнеса в России](#)

[Рекламная кампания для магазина цветов](#)

[Подготовка контента](#)

[Техническая настройка кабинета в Яндекс.Директе](#)

[Удержание топовых позиций](#)

[Результаты](#)

[Обратная связь от клиента](#)

Развитие цветочного бизнеса в России

Согласно [исследованию](#) Бизнес-секретов Т-Банка и команды Посифлоры (система для ведения цветочного бизнеса) в 2023 году объём цветочного рынка вырос на 17% по сравнению с 2022 годом. Люди стали чаще покупать цветы и тратить на них больше денег. При этом по данным того же исследования в 2023 году доля покупок через онлайн-платформы составила 9% и в первом квартале 2024 года продолжала расти. А значит, роль контекстной рекламы в этом сегменте бизнеса также возросла. Ведь для цветочного магазина важно оставаться заметным, что непросто в условиях большой конкуренции, особенно в период повышенного спроса. В этом кейсе расскажем, как помогаем нашему клиенту из цветочного бизнеса побеждать в конкурентной борьбе (за клики).

Рекламная кампания для магазина цветов

В 2021 году к нам обратился цветочный магазин [CITY FLOWERS](#) с запросом увеличить количество заявок на доставку цветов через сайт. До нас клиент сотрудничал с двумя другими компаниями, но решил их сменить. Контекстная реклама магазина была настроена на Google AdWords. Она приносила хорошие результаты, так как большинство заявок делалось со смартфонов, чьи владельцы использовали Google-поиск. В 2022 году доступ к этой платформе был заблокирован и нам пришлось всё начинать с нуля. Поэтому условно работу над проектом можно разделить на 3 этапа:

- подготовка рекламного контента для кампании;
- техническая настройка кабинета заказчика в Яндекс.Директе;
- удержание топовых позиций в условиях выросшей конкуренции в Яндекс.Директ.

Подготовка контента

Может быть интересно

Кейс по продвижению кондиционеров в летний сезон. В 5 раз снизили стоимость заявки

 3023  6 мин.

Увеличили средний чек до 11 000, а стоимость заказа снизили до 600 руб для сервиса доставки цветов

 27  11 мин.

Увеличили окупаемость контекстной рекламы на 3500% для магазина стройматериалов

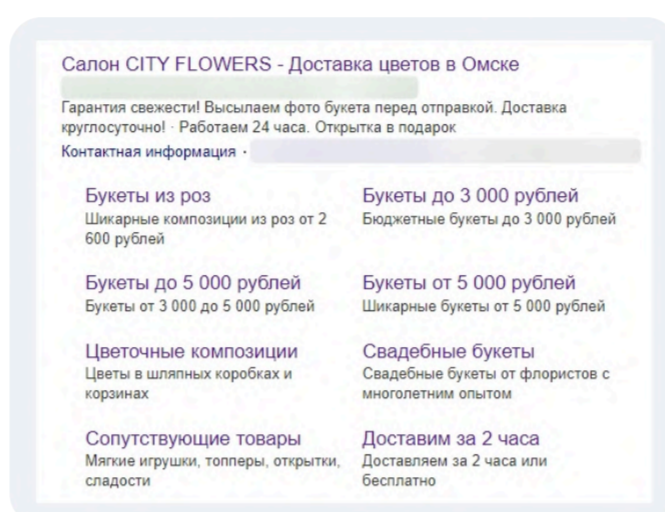
 18  24 мин.

Современный пользователь не любит тратить время на чтение длинных текстов. Поэтому рекламное предложение должно быть четким, лаконичным и заметным. Вот что мы сделали, чтобы покупателю было легко заинтересоваться и принять решение о заказе букета:

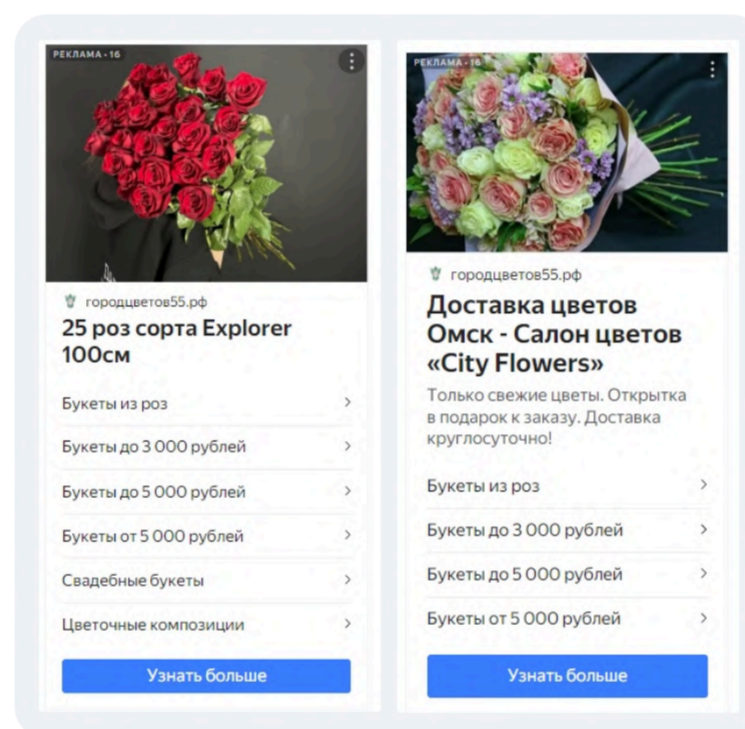
Рекламные объявления и баннеры. Мы написали ёмкие тексты с кликабельными заголовками для разных групп целевой аудитории. Также мы подобрали фото товаров, привлекательных для пользователей и соответствующих рекомендациям рекламной системы.

Проверка посадочной страницы. Мы проверили сайт клиента на наличие ошибок, оценили его юзабилити и привлекательность для пользователей. Простыми словами мы убедились, что сюда можно запускать покупателей. По результатам аудита пришли к выводу, что нужно разместить дополнительные формы для заявок и сделали это.

Семантическое ядро. Мы составили список ключевых фраз и слов по которым будет показываться наша реклама в поисковике. Классифицировали их по степени «теплоты», чтобы сконцентрироваться на наиболее эффективных. Также мы составили список фраз и слов, на которые система не должна реагировать (минус-фразы и минус-слова).



Пример рекламного объявления на поиске



Пример рекламных баннеров

Техническая настройка кабинета в Яндекс.Директе

Но каким бы качественным ни был контент, он не будет работать с неправильной аудиторией. Рекламу нужно размещать в правильном месте, в нужное время, чтобы она попадалась на глаза потенциальным покупателям. А главное – она должна появляться в числе первых. Для этого мы проработали следующие настройки:

Выбор формата. Наша рекламная кампания ориентирована на поисковые запросы пользователей. По горячим ключевым словам мы создали отдельные кампании, чтобы удерживать их в спецразмещении. А для горячих и тёплых запросов дополнительно подключили рекламную сеть Яндекса (РСЯ). Она размещает объявления на сайтах-партнёрах Яндекса.

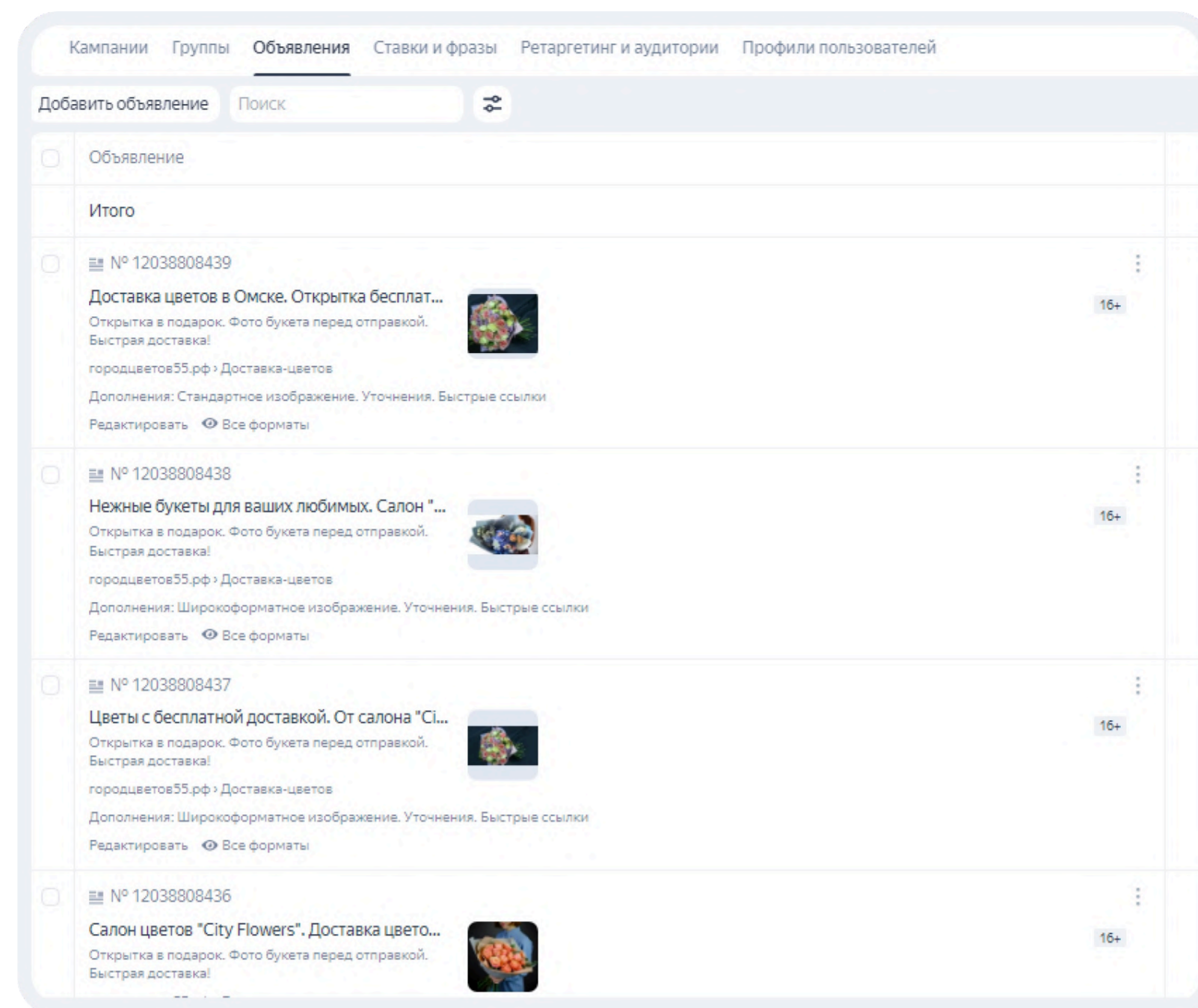
Таргетинг. Мы задали параметры целевой аудитории, в том числе геолокацию: город Омск. Так система точнее выбирает пользователей, которым нужно показать рекламу.

Ретаргетинг. Пользователя, посетившего сайт клиента, «догоняют» наши объявления, пока он находится в процессе поиска. Для этой цели мы также использовали смарт-баннеры через фид. По поведению покупателя система подбирает и выводит на баннере наиболее подходящий товар из ассортимента клиента. Это повышает вероятность совершения целевого действия.

Look-alike аудитория. На основе данных о покупателях создан профиль «идеального клиента». Это профиль используется платформой для поиска новых пользователей, чтобы численно расширить целевую аудиторию.

Модели оплаты и цена. Мы изучили предложения конкурентов и определили оптимальные стратегии оплаты для каждого вида рекламы. В одних случаях целесообразно платить за конверсию, в других – за клики. Ставки установили средние по сегменту рынка.

Мониторинг. Мы настроили цели рекламной кампании, ключевые действия пользователей и связали кабинет с Яндекс.Метрикой, чтобы отслеживать статистику. Это позволяет анализировать результаты и корректировать стратегию рекламы.



Настройка контекстной рекламы в личном кабинете в Яндекс Директе

После согласования этих двух этапов с заказчиком мы запустили рекламную кампанию.

Удержание топовых позиций

Настройка рекламной кампании в Яндекс.Директе – это всего лишь первый шаг. Гораздо сложнее закрепиться в топе рекламного блока и быть там выше конкурентов. Вот благодаря чему наши объявления остаются в числе самых заметных в Яндекс.Директе:

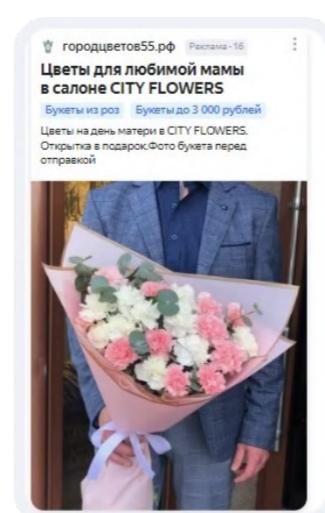
Аналитика. Мы регулярно проводим микро- и макроанализ по всем запросам, целевой аудитории и типам устройств, с которых идут заказы. Если есть изменения в поведении пользователей, адаптируемся под них, если не срабатывает стратегия – корректируем рекламную кампанию.

Ревизия. Мы ежедневно расширяем список минус-фраз и минус-слов, а также чистим нерабочие площадки на РСЯ. Это помогает избежать неэффективного расхода бюджета.

Корректировка цен. Мы постоянно следим за другими игроками на рынке клиента. Когда они повышают ставки, чтобы снизить наши позиции в поисковой выдаче, мы делаем конкурентное предложение. Именно это позволяет нам оставаться в топе даже в период повышенного спроса на доставку цветов.

Контроль показателей. Автоматизация работы со ставками – это примерно 1/3 временных затрат. Остальная работа проводится специалистами ежедневно, в том числе в выходные дни. Без этого удержать высокие позиции в топе невозможно, так как доставка цветов – спросовая ниша.

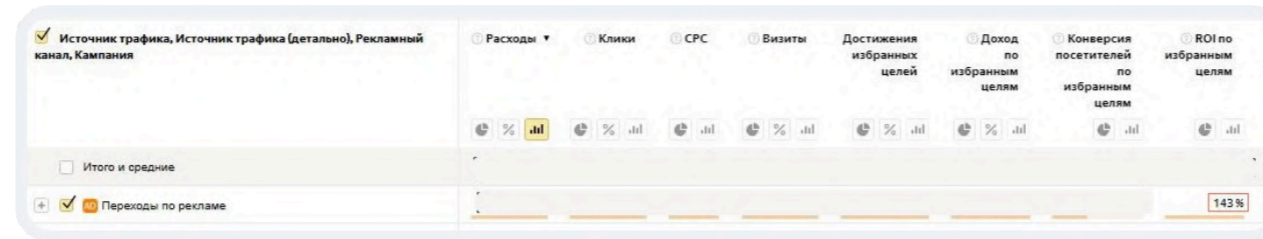
Актуализация контента. Для каждого значимого повода команда готовит тематические баннеры и объявления.



Пример рекламного баннера ко дню матери

Результаты

1. Нам удастся сохранить топовые позиции, даже когда конкуренты завышают ставки, и при этом тратить меньше.
2. Повысилась узнаваемость бренда.
3. Показатель ROI составил 143% – это значит, что потраченные на рекламу средства вернулись в 1,43 размере.



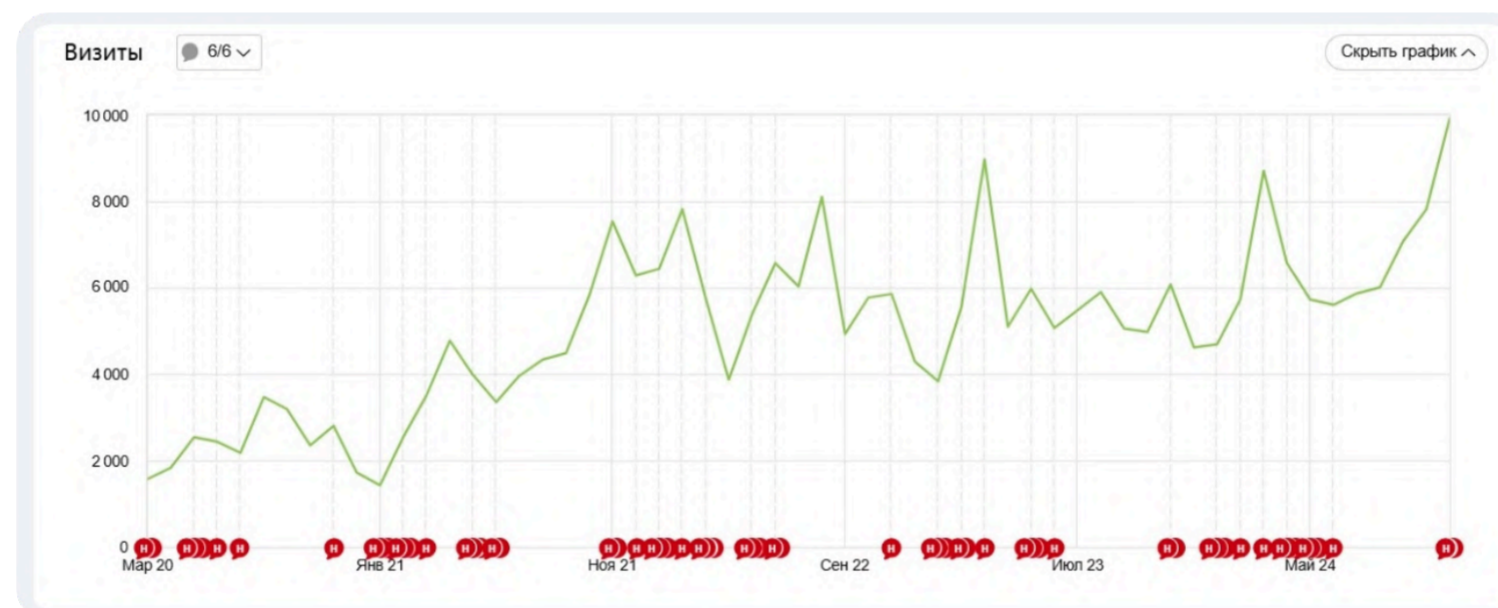
4. Заказчик масштабировал бюджет на рекламу в 6 раз.
5. Нам удалось добиться для клиента рекордно высоких показателей CTR у рекламных объявлений. Для одного из них он составил 51%, что значит, что больше половины показанных объявлений ведёт к посещению сайта. При этом хорошим показателем кликабельности для поисковой кампании в Яндекс.Директе по данным платформы для работы с контекстной рекламой eLama считается 8%.

Объявление ↑	Показы	Клики	CTR, %
Итого	272	140	51,47
№ 16135913272	272	140	51,47

Салон CITY FLOWERS - Доставка цветов в О...
Гарантия свежести! Высылаем фото букета перед отправкой. Доставка круглосуточно!
городцветов55.рф · Доставка-цветов
Дополнения: Стандартное изображение. Уточнения. Быстрые ссылки
Редактировать Все форматы

Данные по показателю CTR из Яндекс.Метрики

6. Посещаемость сайта магазина постоянно растёт: с 1074 визитов в марте 2020 года до 6234 в ноябре 2024 года.



Данные о динамике визитов из Яндекс.Директ

Обратная связь от клиента

На момент написания кейса мы продолжаем сотрудничать с CITY FLOWERS. С самого начала у нас сложились тёплые отношения. На протяжении всего времени команда проекта не менялась. А о своих впечатлениях от работы с нами клиент расскажет вам сам. Посмотреть отзыв можно [по ссылке](#).

На нашем счету огромное количество успешных кейсов по контекстной рекламе. Хотите, чтобы ваш проект стал одним из них? Проведём бесплатную консультацию и дадим рекомендации, которые помогут привлекать больше заявок. Оставляйте заявку на бесплатную консультацию.

Бесплатный аудит контекстной рекламы

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку ваших персональных данных согласно [политике конфиденциальности](#)

Подпишитесь на полезные материалы по интернет-маркетингу

[Оставить заявку](#)

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку ваших персональных данных согласно [политике конфиденциальности](#)



Вам понравилась статья?

Ваши ответы помогают нам становиться лучше

Комментарии

[Отправить](#)[×](#)

8 (3812) 29-42-88

[Заказать звонок](#)



Услуги

- Создание сайтов
- Контекстная реклама
- Аудит сайта
- Соц. сети

Продвижение

- Сайтов по тематикам
- Сайтов по позициям
- Сайтов по трафику
- Сайтов в Google
- Сайтов в Яндекс

О компании

- Кейсы
- Блог
- Отзывы
- Команда
- Вакансии
- Контакты

Москва

Новая улица, 21с1

Омск

ул. Фрунзе, 1к4, ТОК "Миллениум",
3 этаж, офис 307

Новосибирск

Проспект Димитрова, 7, 5-й этаж, офис 520

Барнаул

Павловский тракт, 257-в, офис 3

Санкт-Петербург

Астана

Е-356, ЖК "Арнау-2"

Продвижение и создание сайтов.
Контекстная реклама, SMM, работа с репутацией бренда.
© ООО Информационные технологии бизнеса, 2024.
Все права защищены. Копирование запрещено.

Является правообладателем ПО Statisto, включенного в Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных. Запись в реестре от 30.01.2023 №16364