



Аудит рекламы
<http://orchid-studio.ru>

19.07.2016

Оглавление

1. Рекомендации для повышения эффективности сайта
2. Почта на домене
3. Контекстная реклама
4. Таргетированная реклама
5. Геолокационные сервисы
6. Каталоги
7. Социальные сети
8. Варианты размещения рекламы оффлайн
9. E-mail и sms-рассылки
10. Купонные сервисы
11. Медийная реклама
12. Реклама в прессе, блогах и популярных изданиях
13. Реклама на YouTube
14. Реклама на радио и ТВ

1. Рекомендации для повышения эффективности сайта

Перед тем, как начинать любую рекламную кампанию, необходимо сделать все возможное для того, чтобы увеличить конверсию сайта.

№	Инструменты для повышения конверсии	Данные
1	Прием онлайн-платежей	Нет
2	Скидки	Да
3	Рекомендованные товары	Да
4	Рекламные метки	Да
5	Таймер обратного отсчета для акций	Нет
6	Формы обратной связи	Да
7	Заказ в 1 клик	Да
8	Продающие триггеры	Да
9	Отзывы клиентов	Да
10	Отображение адреса на карте	Да
11	Кнопки социальных сетей	Да

Рекомендации:

Для интерпретации полученных данных требуется особый внимательный подход, поскольку рекомендации основываются не на данных абсолютности, а на данных относительности. Например, если в таблице указано, что для достижения желаемого результата необходимо использовать определенное количество продукта, это не означает, что этот продукт является единственным способом достижения результата. Например, если в таблице указано, что для достижения желаемого результата необходимо использовать определенное количество продукта, это не означает, что этот продукт является единственным способом достижения результата. Например, если в таблице указано, что для достижения желаемого результата необходимо использовать определенное количество продукта, это не означает, что этот продукт является единственным способом достижения результата.

Таблицу обратного отчета можно не свести на максимум, но в таб-форме можно есть. Рекомендуется использовать таблицу для людей, чтобы подтолкнуть к максимуму в поведении. Формы обратной связи не свести «Минимум» или «Средний минимум» есть в работе. А вот в таб-форме рекомендуется убрать минимум, так как чем больше людей в форме, тем меньше возможностей не использовать. Оптимальное количество людей в таб-форме – два: один в таблице.

Отказы клиентов не влияют на работу, но с ними нужно работать. Рекомендую стараться отвечать на все отзывы и работать с негативными отзывами. Это повышает лояльность клиентов и улучшает репутацию компании. Также рекомендую использовать интерактивные каналы коммуникации, чтобы было видно, что отзыв и комментарий остаются реальными пользователями.

2. Почта на домене

Значение корпоративной почты для бизнеса огромно. Это настоящее лицо Вашей компании и элемент фирменного стиля. Именно с этого почтового адреса Вы будете общаться с клиентами и партнерами, получать заказы. Именно эта почта будет указана на Вашей визитке и других презентационных материалах.

В данный момент, почта на домене не подключена.

Рекомендуем создать корпоративный ящик email info@nethouse.ru для всех служебных писем. Например, для информации по проекту – info@nethouse.ru, а для директора – director@nethouse.ru. Адрес корпоративной почты указывает больше доверия у клиентов, чем ящик nethouse@nethouse.ru.

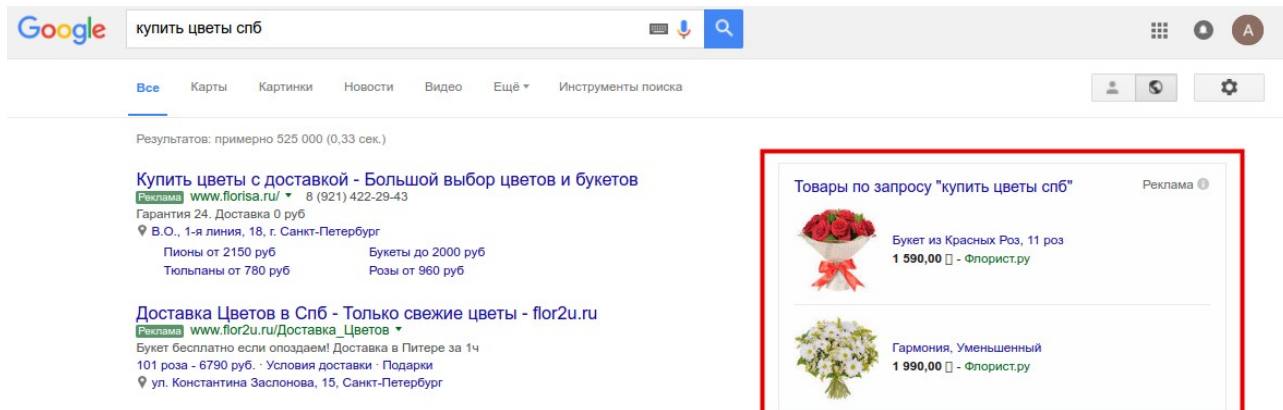
3. Контекстная реклама

Это объявления, которые показываются в ответ на запрос в поисковых системах. Является, пожалуй, самым популярным способом привлечения клиентов в интернете.

В данный момент контекстная реклама для Вашего сайта не ведется. Чтобы оценить спрос контекстной рекламы для тематики «доставка цветов», мы подобрали несколько общих запросов:

доставка цветов
цветы
интернет магазин доставки цветов
интернет магазин цветов
интернет магазин цветов доставка
интернет магазин цветов сайт
цветы цветы и интернет магазин цветов
магазин интернет магазин цветов
цветы интернет магазин
цветы интернет магазин цветов
цветы интернет магазин сайт
цветы цветы и интернет магазин
цветы магазин интернет магазин

Данная тематика очень популярна на поиске. Яндекс прогнозирует среднюю цену за клик – 200 рублей, Google – 200 рублей. Это только приблизительные данные, так как стоимость клика и бюджет зависят от многих факторов, таких как запросы, объявления, целевая страница, CTR и т. д. Но по прогнозу можно сделать вывод, что для размещения рекламных объявлений в Яндекс. Поиске. Также в Google можно размещать товарные объявления, что будет выглядеть гораздо привлекательнее текстовых.



Так как принятие решения о заказе доставки цветов происходит в основном за один день, то рекламные кампании в РСЯ (Рекламной сети Яндекс) или в КМС (Контекстно-медийной сети Google) рекомендуем

Также рекомендуем настроить технологию ретаргетинга. Ретаргетинг позволяет вам взаимодействовать с пользователями, которые ушли с сайта и ранее были бы потеряны для вас. Например, посетитель посмотрел интересующий его раздел или товар, но потом по какой-то причине покинул ресурс. С помощью ретаргетинга вы можете "преследовать" этого пользователя на других сайтах и напоминать о себе. Таким образом, конверсия сайта увеличивается за счет возвращения "теплых клиентов" и доведения их до совершения нужного действия или покупки.

Технологию ретаргетинга в вашей тематике рекомендуем использовать в таких случаях:

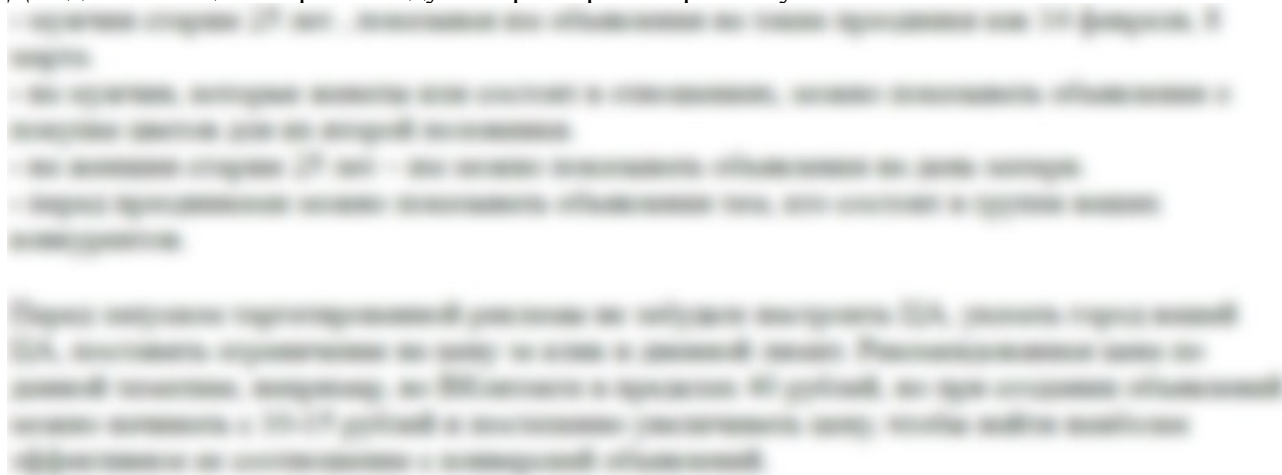


4. Таргетированная реклама

Это объявления, привязанные к анкетным данным пользователей в социальных сетях. Является одним из наиболее активно развивающихся каналов интернет-маркетинга. Главными преимуществами такой рекламы является возможность рекламировать свои услуги и товары только на целевую аудиторию (ЦА), а также относительно невысокая стоимость клика. Таргетированную рекламу можно размещать в таких социальных сетях, как ВКонтакте, Facebook и Одноклассники.

В таргетированной рекламе главное – правильный выбор целевой аудитории и "цепляющие" объявления. Поэтому при размещении таргетированной рекламы рекомендуем тестировать разные объявления (тексты, картинки) и разные целевые аудитории.

Для доставки цветов рекомендуем таргетировать рекламу на:



5. Геолокационные сервисы

Не секрет, что сейчас, когда нужно найти какую-нибудь компанию или услугу, потенциальные клиенты чаще всего пользуются поисковыми системами и картами. Размещение на геолокационных сервисах является дополнительным источником привлечения клиентов, особенно для таких оффлайн точек, как магазин цветов.

Геолокационный сервис	Данные
Яндекс.Карты	Нет
Google Карты	Нет
2ГИС	Нет
Foursquare	Нет

Рекомендации

Для того, чтобы максимально эффективно использовать возможности официальных ресурсов поиска и в частности, системы, рекомендуется использовать следующие ресурсы:

- 1. Максимально информировать об официальных ресурсах: Яндекс.Карты, Google Карты, 2GIS, Яндекс.Погода. Для того, чтобы получить информацию, можно обратиться к ним.
- 2. Проверить наличие информации о сайте компании, контактных данных, график работы, сайт, чтобы убедиться, что сайт и документы в нем.
- 3. Проверить наличие информации о компании, контактных данных, график работы, сайт, чтобы убедиться, что сайт и документы в нем.

6. Каталоги

Размещение в проверенных каталогах позволяет бесплатно продвигать свой сайт в интернете.

- Основные каталоги

Каталог	Данные
Яндекс.Каталог (https://yandex.ru/yaca/)	Нет
Каталог DMOZ (http://www.dmoz.org/World/Russian/)	Нет
Рамблер/ТОП100 (http://top100.rambler.ru/)	Нет
Рейтинг@Mail.Ru (https://top.mail.ru/add)	Нет

- Городские порталы

Каталог	Данные
100.100.100.100	Нет
100.100.100.100	Нет
100.100.100.100	Нет
100.100.100.100	Нет
100.100.100.100	Нет

- Тематические порталы

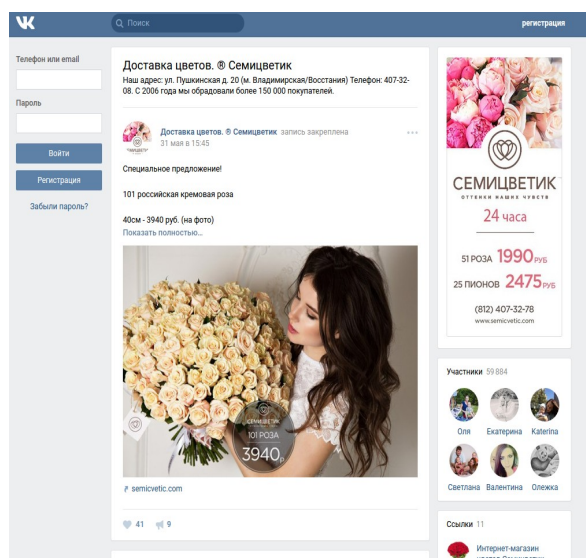
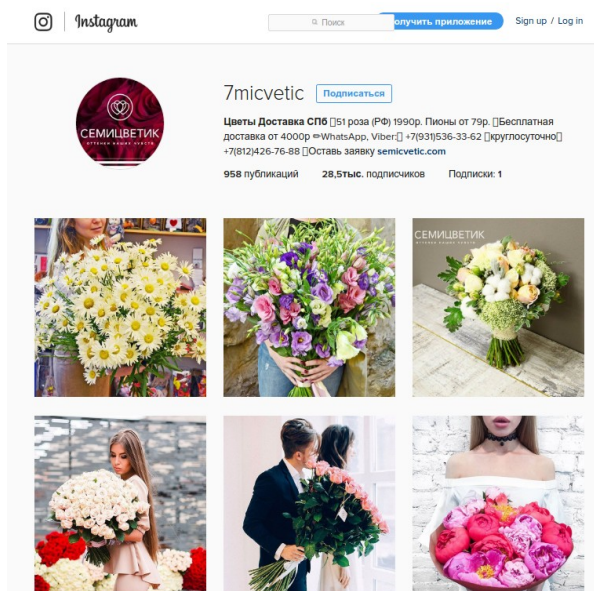
Информация о сайте размещена в различных тематических ресурсах, включая:

- [100.100.100.100](#) - сайт по сайтам, информационным ресурсам. Там вы найдете много информации о сайте, его структуре, контенте, а также сможете увидеть, какие сайты, по мнению пользователей, являются лучшими в своей категории.

7. Социальные сети

Социальные сети плотно вошли в нашу жизнь и стали ее неотъемлемой частью, поэтому нужно обязательно использовать их для продвижения своего сайта. Благодаря этому можно привлечь дополнительные переходы на сайт, получить обратную связь от клиентов и начать формирование бренда и узнаваемости.

Социальная сеть	Данные
Вконтакте (https://new.vk.com/)	Нет
Instagram (https://www.instagram.com/)	Нет
Facebook (https://www.facebook.com/)	Нет
Одноклассники (https://ok.ru/)	Нет



Рекомендации:

1. Создайте аккаунты в социальных сетях, выберите наиболее подходящие для вашего бизнеса.
 2. Разработайте контент-стратегию и план публикаций, чтобы регулярно обновлять свои профили.
 3. Используйте хештеги и геотегги для повышения видимости ваших постов.
 4. Взаимодействуйте с клиентами, отвечайте на комментарии и сообщения, чтобы укрепить доверие.
 5. Проводите конкурсы и акции, чтобы привлечь новых клиентов и повысить активность.
- Помните, что социальные сети – это не только место для продаж, но и возможность построить сообщество вокруг вашего бренда.

8. Варианты размещения рекламы оффлайн

Для рекламы сайта, а особенно салона цветов, рекомендуем проводить активности и в оффлайн, например:

- Реклама в газетах
- Тизеры в телевизионных программах
- Реклама в торговых центрах, торговых сетях, торговых центрах и супермаркетах, торговых центрах, торговых центрах, торговых центрах и т.д.

9. E-mail и sms-рассылки

Email- и sms-рассылки являются самым простым и эффективным способом взаимодействия с клиентами. Они позволяют выстроить доверительные отношения с подписчиками, повышают процент вернувшихся клиентов и дают возможность обратной связи от покупателей.

Рекомендуем

использовать следующие инструменты для создания рассылок: [Mailchimp](#), [Sendy](#), [MailboxLM](#) и т.д. Для создания рассылок можно использовать сервисы, которые предоставляют готовые шаблоны для рассылок и позволяют легко настроить рассылку под свои нужды.

Также, используя сервисы, можно создавать рассылки, которые будут рассылаться только тем клиентам, которые подписались на рассылку. Это позволяет избежать рассылки рассылки тем, кто не хочет получать рассылки.

Для создания рассылки можно использовать сервисы, которые предоставляют готовые шаблоны для рассылок, например [Mailchimp](#). Сервисы Mailchimp и Sendy позволяют создавать рассылки, которые будут рассылаться только тем клиентам, которые подписались на рассылку.

Рекомендуем использовать следующие инструменты для создания рассылок: [Mailchimp](#), [Sendy](#), [MailboxLM](#) и т.д.

10. Купонные сервисы

Это сайты выгодных предложений, которые дают право приобрести товар или услугу по скидке в ограниченный промежуток времени.

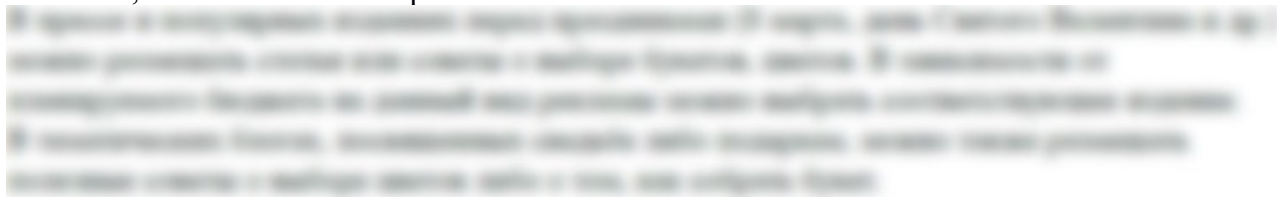
Такие сайты, как [PromoKod.ru](#), [Kupony.ru](#), [Kupony.ru](#) и т.д. позволяют легко создать купон, который можно использовать для покупки товара или услуги.

11. Медийная реклама

Это реклама, содержащая графику. Типичные форматы — баннеры и тизеры. Такая реклама используется для привлечения внимания к товару, услуге или компании.

12. Реклама в прессе, блогах и популярных изданиях

Данный тип рекламы помогает получить дополнительный трафик на сайт, привлечь клиентов, а также стать экспертом в своей тематике.



13. Реклама на YouTube

Популярность YouTube и видеороликов в целом в Сети постоянно растет. Для того, чтобы что-то найти или сделать, все чаще пользуются именно поиском видеохостингов, а не поисковых систем. Также видеоролики хорошо индексируются поисковыми системами и при запросе показываются пользователям в результатах выдачи (пример на скриншоте ниже).

Яндекс как выбрать цветы для девушки ✕ ⇄ Найти

Поиск **Как выбрать цветы девушке?** vipman.org > love/404-kak-vybrat-czveti-devushke Нашлось 30 млн результатов
19 показов в месяц Дать объявление Показать все

Картинки Идеальный выход — одна красивая роза, но если **выбираешь** **цветок** красного цвета, то это является своего рода признанием в любви. ... Разумеется, дарить лучше те **цветы**, которые нравятся женщине. Но если вкус **девушки** вы не знаете, можно...

Видео

Карты **Как выбрать цветы для девушки | Superior Male** superiormale.ru > devushki/kak-vibrat-tsvety-dlya...

Маркет **Как выбрать цветы для девушки.** 28.01.2015 Саныч Комментарии (11). За несколько недель, предшествующих Дню Всех Влюблённых, мы подготовили серьезный, объемный материал, посвященный одному из самых важных вопросов...

Ещё **Как правильно выбрать цветы, как выбрать цветы.** parniok.ru > ?mod=boards&id=237
Давайте разберемся, **как выбрать цветы** любимой **девушке** или женщине. ... **Выбирая цветы**, лучше всё-таки придерживаться установленного этикета. Чтобы правильно **выбрать цветы** для женщины, исходите из её возраста.

О чем «говорят» цветы и как правильно выбрать букет? aif.ru > dontknows/infographics/o...cvety...kak...vybrat...
+ - К Международному женскому дню 8 марта АиФ.Ру рассказывает, как правильно **выбрать букет для девушки**, мамы, коллеги и других близких, а также объясняет, что означают те или иные **цветы**.

как выбрать цветы для девушки — 24 тыс. видео video.yandex.ru > как выбрать цветы для девушки

 **Как правильно выбрать цветы девушке** youtube.com

 **Как выбрать свежие цветы. Часть 1. Розы** youtube.com

 **Как правильно выбирать цветы** youtube.com

 **Как при покупке выбрать самые свежие цветы?** youtube.com



Основные задачи по рекламе:

- привлечь внимание к своей компании и ее продуктам, услугам и товарам, а также к конкретным предложениям;
- повысить узнаваемость бренда;
- обеспечить достижение поставленных целей, не нарушая при этом законодательства и не нанося вреда окружающей среде;
- обеспечить взаимодействие с целевой аудиторией, поддержать ее интерес к своей компании и ее продуктам, услугам и товарам;
- обеспечить достижение поставленных целей, не нарушая при этом законодательства и не нанося вреда окружающей среде;
- обеспечить взаимодействие с целевой аудиторией, поддержать ее интерес к своей компании и ее продуктам, услугам и товарам;
- обеспечить достижение поставленных целей, не нарушая при этом законодательства и не нанося вреда окружающей среде;
- обеспечить взаимодействие с целевой аудиторией, поддержать ее интерес к своей компании и ее продуктам, услугам и товарам;

14. Реклама на радио и ТВ

Реклама на радио и телевидении позволяет охватить широкую целевую аудиторию.

Реклама на радио и телевидении позволяет охватить широкую целевую аудиторию. Для этого необходимо использовать различные каналы и методы продвижения.