

Как подготовиться к сезону праздничных покупок



Список советов, которые помогут вам выдержать конкуренцию в период праздничных распродаж.

Подробнее о том, как настроить торговые кампании и оптимизировать объявления в Google Поиске и Google Покупках в преддверии праздничного сезона, читайте здесь: g.co/GoogleBP.

Продумайте бюджет с учетом возможных подъемов и спадов покупательской активности

- 1. Отслеживайте статистику и на основании ее выделяйте больше средств на те дни, когда процент показа ваших товарных объявлений снижается, а количество покупательских запросов и активность конкурентов растут.
Почему это важно? *Сегодня потребители не так лояльны, как раньше: если в списке объявлений не будет ваших товаров, они сделают выбор в пользу других продавцов.*
- 2. Распределите бюджет по дням, задайте ключевые показатели эффективности и установите пороги затрат.
Почему это важно? *Запросы в праздничный сезон могут быть непредсказуемыми, поэтому старайтесь подготовиться ко всему.*

Ускорьте работу мобильной версии сайта

- 3. Сделайте так, чтобы ваш мобильный сайт загружался не дольше двух секунд.
Почему это важно? *Покупатели считают, что быстрые сайты более надежны. Посетитель может покинуть сайт, если ему придется долго ждать.*
- 4. Сделайте так, чтобы между страницами с товарами было легко перемещаться. Не добавляйте межстраничные объявления, создайте простые раскрывающиеся меню и поместите цену и кнопку "Добавить в корзину" на видном месте.
Почему это важно? *Чтобы потребитель не изменил свое решение, процесс выбора и покупки товаров важно сделать как можно более удобным.*
- 5. Включите функцию автозаполнения в Chrome.
Почему это важно? *С этой функцией пользователи мобильных устройств смогут заполнять формы на 30% быстрее.*

Назначайте ставки в реальном времени, используя оптимизатор цены за конверсию

- 6. Оптимизатор цены за конверсию предлагает максимальную цену за клик с учетом поисковых запросов и динамики аукционов.
Почему это важно? *Вы сможете ограничить максимальную цену за клик и получить на 7% больше конверсий и продаж без повышения затрат.*

Используйте списки ремаркетинга

- 7. Используйте модификатор ставок для повторного показа просмотренных объявлений.
Почему это важно? *Если покупатели, уже посетившие ваш сайт, увидят объявление ещё раз, это даст им новый стимул приобрести товар.*

Предложите покупателям свой местный ассортимент

- 8. Если у вас есть фид местного ассортимента, включите показ объявлений о товарах из этого фида в настройках товарной кампании.
Почему это важно? *Реклама местного ассортимента привлечет покупателей в ваш магазин рядом с ними. Коэффициент конверсии у нее такой же, как у объявлений с рекламой товаров из онлайн-ассортимента.*