

Как подготовиться к сезону праздничных покупок



Список советов, которые помогут вам провести успешную кампанию в новогодние праздники.

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.

Исправьте существующие ошибки в фиде и не допускайте новых

- 1. Поддерживайте информацию о ценах и ассортименте в актуальном состоянии. Для этого включите автоматическое обновление сведений о товарах или регулярно загружайте фиды онлайн-ассортимента.
Почему это важно? Если сведения о ценах и ассортименте в объявлениях и на целевых страницах не будут совпадать, вы потеряете доверие покупателей.
- 2. Перейдите на вкладку "Диагностика" и исправьте указанные там ошибки. Тогда ваши отклоненные товары будут восстановлены.
Почему это важно? Чем больше ваших товаров участвует в аукционах, тем больше у вас показов.
- 3. Проверьте и при необходимости обновите информацию о контакте по техническим вопросам и контакте при чрезвычайных ситуациях в Merchant Center.
Почему это важно? Если в праздники нам потребуется что-то уточнить или сообщить вам о проблеме, мы должны знать, к кому обратиться.

Оптимизируйте свои рекламные кампании

- 4. Создайте для сезонных или стратегически важных товаров отдельную кампанию с повышенным приоритетом.
Почему это важно? Вы сможете оптимизировать бюджет продвижения этих товаров, не нарушая работу основной кампании.
- 5. Распределите свой бюджет так, чтобы подготовить кампанию к периодам наибольшей активности пользователей: перед праздничными распродажами и после Нового года.
Почему это важно? Как показывает статистика, с каждым годом покупатели все раньше начинают искать подарки. В 2014 г. 48% покупателей в США начали искать рождественские подарки ещё до "киберпонедельника" – дня, на который обычно приходится пик распродаж в интернет-магазинах. В 2013 г. эта цифра составила лишь 40%¹.
- 6. Выявите наиболее перспективные группы товаров. Для этого настройте в Google AdWords столбцы с данными по процентам полученных кликов.
Почему это важно? Эта статистика поможет вам понять, на какие группы нужно обратить особое внимание перед праздниками.
- 7. Сравните эффективность своей и конкурирующих кампаний по продвижению популярных в праздники товаров. Это можно сделать с помощью отчета "Статистика аукционов" – обратите внимание на степень пересечения и процент выигрышей.
Почему это важно? Вы сможете понять, для каких товаров нужно повысить ставки, чтобы привлечь больше покупателей и повысить CTR.

Настройте показ объявлений на мобильных устройствах

- 8. Привлеките покупателей, живущих неподалеку, повысив корректировку ставок с таргетингом на адреса.
Почему это важно? Покупатели все чаще ищут ближайšie к ним магазины с помощью мобильных телефонов. По сравнению с 2011 г. количество поисковых запросов со словами "near me" ("поблизости") увеличилось в 34 раза².
- 9. Измените модификатор ставок для мобильных устройств так, чтобы он учитывал общее расчетное число конверсий по всем рекламным кампаниям.
Почему это важно? Мобильные устройства теперь используются на всех этапах покупки, от поиска товара до оплаты, поэтому для них стоит установить достаточно высокий модификатор ставок.
- 10. Используйте симулятор ставок: он поможет вам выбрать оптимальное значение модификатора ставок для мобильных устройств с учетом статистики ваших предыдущих кампаний.
Почему это важно? Как показывают данные³ за текущий год, в более чем 10 странах мира покупатели чаще ищут товары на смартфонах чаще, чем на компьютерах.

1. Источник: Google/Ipsos MediaCT Google Post Holiday Shopping Intentions. Отчет опубликован на портале Think with Google, июль 2015 г.

2. Источник: Google Trends. Отчет опубликован на портале Think with Google, апрель 2015 г.

3. Данные компании Google, май 2015 г.