**Что такое контекстная реклама?**

Это вид интернет-рекламы, которая демонстрируется только тем пользователям, которые проявили интерес к рекламируемому продукту. Это размещение объявлений рядом с результатами поиска по определенному набору ключевых фраз. В России ведущие сервисы показа поисковой рекламы – Яндекс.Директ, «Бегун», Google.Awords.

Процесс работы с контекстной рекламной кампанией можно разбить на три этапа:

1. Планирование рекламной кампании;

2. Создание и настройка рекламной кампании;

3. Подведение промежуточных результатов – оценка эффективности.

Чем выгодна и почему эффективна контекстная реклама?

Основное преимущество данного вида рекламы в том что бюджет рекламной кампании будет существенно ниже бюджета рекламной кампании проводимой например на телевидении или через СМИ. Стоимость показа одного ролика на телевидении будет выше бюджета месячной контекстной рекламной кампании.

Второе преимущество это целевая аудитория. Ваше рекламное объявление будет показано людям, которые интересуются данной тематикой, товарами и услугами, и делают движения направленные на поиск необходимой информации.

Третье преимущество это скорость запуска рекламной компании. Весь необходимый комплекс работ будет выполнен в течение одного рабочего дня, по истечении которого рекламная компания будет работать.

Четвертое преимущество это возможность просчитать количество показов рекламного объявления, количество переходов по объявлению, и среднее количество заинтересованных в вашем предложении клиентов.

В заключении можно сравнить эффективность контекстной рекламы с поисковой оптимизацией, но при этом главное преимущество контекстной рекламы – это быстрота и оперативность.

**Планирование рекламной кампании.**

На этапе планирования рекламной кампании необходимо четко представлять цели кампании и, исходя из них, выбрать формат рекламного сообщения. Цели могут быть следующие: повышение уровня продаж, нишевой брендинг, привлечение большого количества целевой аудитории на сайт с низкой стоимостью контакта.

Далее оценка бюджета кампании, расстановка приоритетов в случае зажатого бюджета для выделения наиболее существенных направлений.

При оценки бюджета особое внимание следует уделять сезонности и различным социальным поворотам. В качестве примера можно привести рекламный бюджет фирмы, торгующей автомобильными шинами. В период активизации покупательской активности в связи со снегопадами сильно возрастет спрос на продукцию и соответственно рекламный бюджет. Далее последует спад покупательской активности и рекламный бюджет необходимо уменьшить. Оставшиеся излишки от рекламного бюджета в период бурных продаж не пропадут, а будут перенесены на следующий период.

Из данного примера очевидна важность учета возможного всплеска сезонного спроса при прогнозировании бюджета рекламной кампании.

Уже на этапе планирования рекламной кампании очень важно уделить внимание сайту: проверить актуальность информации, корректность работы системы заказов, выбрать страницы на которые будут перенаправляться пользователи с рекламных объявлений, и при их отсутствии разработать их, внедрить дополнительные системы статистики.

**Создание и настройка рекламной компании.**

Этапы создания и настройки рекламной кампании можно разделить на три части:

подбор ключевых слов;

составление текстов объявлений;

настройка правил показа объявлений контекстной рекламы.

Ключевые слова – слова, при запросе которых посетителем поисковой машины, ему будут показаны ваши рекламные объявления. Необходимо тщательно составить список ключевых слов, т.к. от их корректности зависит успешность рекламной компании.

Грамотно составленное рекламное объявление с использованием притягивающих внимание пользователя слов повысит заметность объявления на рекламных площадках.

Системы контекстной рекламы позволяют настроить показ вашего объявления в определенное время, например только в будние дни с девяти утра до семи вечера, а также в определенных регионах. Четкая настройка регионального и временного таргетинга значительно повысит качество аудитории, привлекаемой на ваш сайт.

**Оценка эффективности.**

Существует несколько способов оценки эффективности. Начнем с самого простого, вопрос «Как вы нас нашли» можно разместить на вашем сайте. По вариантам ответа на данный вопрос можно судить об эффективности рекламной кампании. Данный метод слишком прост не дает возможность анализировать психологию и поведение клиента.

Следующий вариант размещение на сайте счетчиков, которые будет вести сводную статистику посещений, переходов по сайту, времени работы с сайтом, строить графики, хранить данные о переходах с других сайтов и т.д. Этот метод дает больше статистических данных, на основе которых возможно проведение анализа эффективности рекламной кампании.

Наконец, внедрение на сайт аналитического модуля, который дает такие возможности, как: ведение и учет статистики посещений, выделение потоков посетителей в рекламной кампании по некоторым критериям, анализ рекламных кампания по четырем составляющим (статистические данные, внимание к контенту, события, финансовые показатели ROI), анализ путей по сайту, анализ отрезков путей, анализ посещаемости разделов и страниц, анализ точек входа на сайт, выгрузка данных в Excel, анализ точек выхода, анализ по графикам, сводная статистика, учет хитов посетителей, мониторинг пользователей, анализ активности поисковых машин, анализ поисковых фраз, анализ статистики в динамике по дням в виде круговой диаграммы и другие возможности.

Всегда старайтесь оценивать эффективность рекламных кампаний. Это поможет избежать вам необоснованных расходов и ошибок.

**Заключение.**

Мы работаем с самой эффективной системой контекстной рекламы Яндекс.Директ.

Наш опыт работы и анализ различных отраслей рынка позволяет нам с уверенностью утверждать, что контекстная реклама в Интернет, на сегодняшний день считается одной из самых эффективных видов рекламных кампаний. Бюджет такой рекламной кампании является прогнозируемым и существенно ниже бюджетов проводимых в других отраслях медийной рекламы. Ваша рекламная кампания гораздо быстрее будет приносить результаты, а вложенные деньги вернутся быстро, весь товар будет продан в нужные сроки, а посещаемость сайта увеличится в десятки, сотни раз.

Доверяя нам проведение рекламной компании вашего сайта, Вы получаете тщательный анализ вашего сайта, необходимый комплекс работ, направленный на внесение изменений и доработок на сайте, чтобы подготовить его к рекламной кампании. Мы составим текст рекламного объявления, учитывая психологию Вашего потенциального клиента, рассчитаем временной и региональный таргетинг для экономии Ваших денег. Бюджет рекламной кампании будет рассчитан сроком на один месяц, по истечении которого, Вам будет выслан отчет о результатах проведения рекламной кампании. Ежемесячно мы будем проводить новый анализ предстоящей рекламной кампании, высылать Вам счет с указанием будущего бюджета рекламной кампании для утверждения и оплаты. Правоотношения будут скреплены договором, Вы всегда сможете поддерживать связь с нашими менеджерами для получения необходимой информации.

Стоимость наших услуг находится в разумных и выгодных для Вас пределах:

Проведение анализа сайта, просчет рекламной кампании, составление рекламного объявления, размещение вашего объявления в системе Яндекс.Директ, отслеживание расходов денежных средств, корректировка информации на Вашем сайте: 10 000 руб; ежемесячно комиссия за проведение рекламной кампании составляет 10% от бюджета рекламной кампании.

Итак, Вы хотите быстро и выгодно провести рекламную кампанию, заполните форму для заказа или позвоните по телефону (495) 220-46-09.