

Эксперименты с объявлениями

Зачем экспериментировать с рекламой

Для каждого своего предложения в Директе вы можете составить несколько рекламных материалов и автоматически показывать аудитории самые кликабельные из них. Это поможет вам понять, какие материалы лучше работают на привлечение вашей целевой аудитории и за счет этого улучшить результаты размещения.

В рекламе такие эксперименты называются А/Б-, или сплит-тестированием.

А/Б-тестирование — это один из самых простых и популярных методов маркетингового исследования. Его суть заключается в том, чтобы при прочих равных условиях показывать аудитории несколько вариантов какого-то элемента рекламы или сайта. Например, заголовка или текста объявления. Посмотрев на статистику, можно выяснить, какой из вариантов больше нравится целевым пользователям.

С чего начать и что можно тестировать

1. Распределите ключевые фразы по тематическим категориям своих товаров или услуг. Например, если вы продаете велосипеды, можно разделить наборы ключевых фраз на группы для таких предложений, как: *горные велосипеды, дорожные велосипеды, детские велосипеды и втх.*
2. Подготовьте для каждой группы фраз несколько объявлений, которые вы хотели бы протестировать.

Проверять можно самые разные гипотезы. Например, рассказать о скидке и подчеркнуть временный характер предложения

Горные велосипеды. Распродажа 60%

В наличии более 1000 моделей!

[вело.рф](#)

Зимняя распродажа!

Не пропустите! До 1 марта продаем горные велосипеды по смешным ценам!

[вело.рф](#)


или добавить указание конкретных моделей.

Горные велосипеды Merida

Matts Champion-D 2013, взрослые и детские до 9990 руб в наличии!


[вело.рф](#)

Поэкспериментировать стоит не только с текстами, но и с иллюстрациями



Офисные кресла
Скидка от 10 кресел - 15%!
Скидка в шоу-рум до 50%!
Доставка - бесплатно!!!

[Адрес и телефон](#) кресло.рф



Офисные кресла
Скидка от 10 кресел - 15%!
Скидка в шоу-рум до 50%!
Доставка - бесплатно!!!

[Адрес и телефон](#) кресло.рф

и быстрыми ссылками.

Ванны. Огромный выбор!
[Чугунные](#) [Акриловые](#) [Стальные](#)
От ведущих производителей. Быстрая доставка!
Низкие цены! Звоните!
[bath.ru](#)

Ванны. Огромный выбор!
[150x70](#) [160x70](#) [170x70](#)
От ведущих производителей. Быстрая доставка!
Низкие цены! Звоните!
[bath.ru](#)

Ванны. Огромный выбор!
[BLB](#) [Family](#) [Jacob Delafon](#)
От ведущих производителей. Быстрая доставка!
Низкие цены! Звоните!
[bath.ru](#)

Таким образом, вы можете провести в Директе А/Б-тестирование практически для любого элемента контекстного объявления.

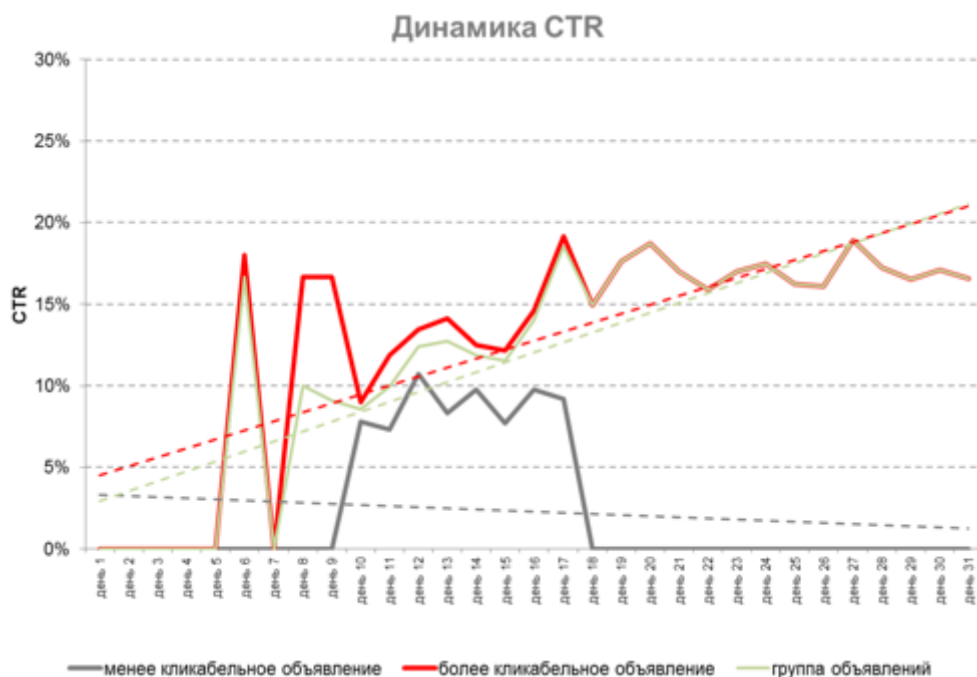
Внимание.

- Важно, чтобы каждый вариант рекламных материалов в группе соответствовал ключевым фразам.
- Рекомендуем вам одновременно тестировать варианты не более чем для одного элемента рекламы. Например, проверять только разные тексты или только разные иллюстрации. Если все элементы объявлений в группе различаются, вам, скорее всего, будет сложно оценить, какой из них повлиял на эффективность.

Как проходит эксперимент

В начале эксперимента все объявления в группе будут показываться в ротации. Как только по ним накопится достаточная статистика, система автоматически выберет для каждой ключевой фразы самое кликабельное объявление и начнет чаще показывать именно его. Объявления, оказавшиеся неэффективными, вы сможете в любой момент отключить или отредактировать.

Вот пример изменения CTR и доли показов у двух объявлений в группе, которая в течение календарного месяца попадала в премиум-показы. На графиках видно, как более кликабельное объявление постепенно начинает показываться чаще, а вместе с этим растет общий CTR группы.



Этот пример хорошо иллюстрирует принцип работы групп объявлений, но не является единственным вариантом развития эксперимента. Каждый случай индивидуален, и на результаты любого тестирования влияет много факторов.

Примечание. При определении объявления с лучшим CTR учитывается множество различных факторов (поведение пользователей, сезонность, время суток и пр.). Поэтому количество показов каждого объявления в группе не может быть одинаковым.