



Благодаря использованию корректировок ставок для мобильных устройств и по времени компания Interwetten стала получать со смартфонов почти 40% от общей выручки.

О компании Interwetten

- Онлайн-букмекер
- Свыше 1,3 млн зарегистрированных пользователей
- Более 10 млн ставок в год
- Главный офис на Мальте
- www.interwetten.com

Цели

- Повысить количество регистраций от новых клиентов в пиковый сезон.
- Увеличить число конверсий на мобильных устройствах по целевой цене за потенциального клиента.

Стратегия

- Показ релевантных контексту сообщений и предложений для мобильных пользователей в поиске.
- Автоматическое назначение ставок для показа вверху страницы.
- Корректировка ставок для мобильных устройств на +50%.
- Дополнительная корректировка ставок по времени на +25%.

Результаты

- Во время Чемпионата мира по футболу 37% всех регистраций было выполнено на смартфонах.
- На мобильных устройствах средняя позиция объявлений была выше, чем на компьютерах.

Interwetten – онлайн-букмекер, принимающий классические спортивные ставки и ставки в режиме реального времени. На сайте также есть разделы казино, live-казино и онлайн-игр. Компания была основана в 1990 году, в 1997 году она запустила сайт, а в 2005 – платформу приема ставок с мобильных устройств. На сегодняшний день все ее онлайн-активы, включая портфель приложений и набор инновационных функций, оптимизированы для компьютеров, смартфонов и планшетов.

Люди все чаще делают ставки с мобильных устройств, будь то на стадионе во время спортивного матча или у себя дома перед телевизором. Поэтому бренды с хорошо продуманной стратегией мобильной оптимизации и долгой историей мобильного присутствия получают существенные преимущества. На сегодняшний день Interwetten обрабатывает более 3,2 млн ставок со смартфонов и планшетов в год. На мобильные устройства приходится 40% всего оборота компании.

Компания Interwetten решила воспользоваться пиком активности болельщиков во время Чемпионата мира по футболу – 2014, чтобы увеличить количество конверсий с мобильных устройств без существенных затрат. Ее комплексная стратегия в AdWords включала маркетинговые сообщения, точно соответствующие контексту, рекламные тексты, ориентированные на мобильных пользователей, автоматическое назначение ставок для показа вверху страницы, а также корректировки ставок для мобильных устройств и по времени.

При показе рекламы на мобильных устройствах ставки корректировались на +50%. Ставки также корректировались по времени проведения матчей на +25%. В результате реклама Interwetten стала чаще показываться по наиболее популярным ключевым словам перед началом и во время игр.

Примерная ставка 100 руб. на компьютерах/планшетах	Во время игры Корректировка ставок по времени: +25%	Не во время игры Без корректировки ставки по времени
Мобильные устройства Корректировка ставок для мобильных устройств: +50%	188 руб. = 100 * (+50%) * (+25%) <i>Применяются обе корректировки (для мобильных устройств и по времени)</i>	150 руб. = 100 * (+50%) <i>Применяется только корректировка для мобильных устройств</i>
Компьютеры/планшетные ПК Без корректировки ставок по типу устройств	125 руб. = 100 * (+25%) <i>Применяется только корректировка по времени</i>	100 руб. = основная ставка <i>Не применяется ни одна из корректировок</i>

При показе рекламы на мобильных устройствах ставки корректировались на +50%. Ставки также корректировались по времени проведения матчей на +25%.

“Мобильный поиск сыграл решающую роль в успехе нашей сезонной кампании, позволив нам показывать релевантную рекламу в самое подходящее время”.

— Вернер Бечер, представитель правления компании Interwetten

В период проведения Чемпионата мира по футболу 37% всех конверсий, получаемых компанией Interwetten, приходилось на долю смартфонов. “Процент конверсий на мобильных устройствах был гораздо выше, чем мы ожидали”, – говорит Вернер Бечер, представитель правления компании Interwetten. Полученные результаты дали компании стимул двигаться дальше в том же направлении. “Мы стабильно увеличиваем рекламные затраты на мобильный сектор, так как это неотъемлемая часть нашей стратегии взаимодействия с пользователями”.

Как работает корректировка ставок

Допустим, у вас есть кампания с таргетингом на Россию. Объявления из нее показываются во все дни недели, а максимальная цена за клик для группы объявлений составляет 100 рублей. Вы решили корректировать ставку на +20% для пользователей смартфонов и на 25% при показе по субботам. В итоге цена за клик по объявлению на смартфоне в субботу составит 150 рублей. Вот как получено это значение:

Исходная ставка: 100 руб.

Корректировка ставки для смартфонов: $100 \times (+20\%) = 120$ руб.

Корректировка ставки при показе на смартфонах по субботам: $120 \times (+25\%) = 150$ руб.

Дополнительная информация

Как точнее контролировать показ рекламы, задавая корректировки ставок
<https://support.google.com/adwords/answer/2732132?hl=en-GB>

Как создавать привлекательную мобильную рекламу
<https://support.google.com/adwords/answer/6167115?hl=en>