

План запуску рекламних кампаній для Senergy Cosmetics - 1ий місяць роботи.

1. Загальна інформація

- Сайт: Senergy Cosmetics (сфера: косметика для догляду за волоссям).
- Географія: Україна.
- Загальний бюджет: 50,000 грн на 1 місяць.
- Цілі:
 - Performance Max: ROAS 500%.
 - Створення попиту (YouTube Shorts): ROAS 350%.
- Рекламні інструменти: Performance Max, Shopping, Створення попиту (YouTube Shorts).

2. Розподіл бюджету

Загальний бюджет: 50,000 грн на 30 днів.

- Performance Max (ПМакс):
 - Денний бюджет: 1,000 грн.
 - Загальний бюджет на місяць: $1,000 \text{ грн} \times 30 = 30,000 \text{ грн}$.
- Shopping:
 - Денний бюджет: 500 грн.
 - Загальний бюджет на місяць: $500 \text{ грн} \times 30 = 15,000 \text{ грн}$.
- Створення попиту (YouTube Shorts):
 - Денний бюджет: 600 грн (залишок бюджету після ПМакс і Shopping).
 - Загальний бюджет на місяць: $50,000 \text{ грн} - 30,000 \text{ грн (ПМакс)} - 15,000 \text{ грн (Створення попиту)} = 5,000 \text{ грн}$.

3. Терміни навчання кампаній

- Performance Max: Фаза навчання займає 7-14 днів. За цей період система Google оптимізує покази, аналізуючи аудиторію, товари та конверсії.
- Створення попиту (YouTube Shorts): Фаза навчання займає 7-10 днів, адже це відеореклама, і Google потребує часу для аналізу залучення аудиторії.

- Загальний період за який можна буде вийти на заплановані показники може складати 2-3 місяці, в залежності від внутрішній та зовнішніх факторів.

4. Структура кампаній

4.1. Performance Max

- Ціль: Максимізація конверсій (продажі) з ROAS 500%.
- Аудиторія:
 - Жінки 18-45 років (основна аудиторія косметики для волосся).
 - Інтереси: сигнали із Feed Data, Google Merchant Center.
 - Почати з топових продуктів
- Додати продукти з середньою ціною (1,000-2,000 грн) для тестування.
- Оптимізація:
 - Тижні 1-2 (фаза навчання): Не вносити значних змін, дозволити кампанії зібрати дані.
 - Тижні 3-4: Аналізувати товари:
 - Залишити продукти з ROAS > 500%.
 - Зменшити ставки або виключити товари з ROAS < 300%.
 - Додати нові продукти для тестування (наприклад, крем або спреї для волосся).
 - Щотижня перевіряти аудиторії: виключати нерелевантні (наприклад, чоловіків або аудиторію без інтересу до косметики).

4.3. Створення попиту (YouTube Shorts)

- Ціль: Залучення нової аудиторії та продажі з ROAS 350%.
- Формат: Відеореклам в YouTube Shorts (вертикальні відео 15-60 секунд).
- Аудиторія:
 - Жінки 18-35 років (активні користувачі Shorts).
 - Інтереси: б'юті, догляд за волоссям, косметика.
 - Look-a-like аудиторії на основі кастомного списку по базі контактів клієнтів. Вимоги - мінімально 1200 якісних контактів.
- Креативи:
 - Відео 1: Демонстрація результату "до/після" використання набору Y1.

- Відео 2: Короткий тьюторіал (наприклад, "Як відновити сухе волосся за 3 кроки").
- Відео 3: Емоційний ролик (наприклад, "Почувайся впевнено з Senergy!").
- Заклик до дії: "Замовляй зараз на сайті Senergy!" з посиланням на сайт.
- Оптимізація:
 - Тижні 1-2: Тестувати 3-5 різних креативів, аналізувати залучення (перегляди, кліки, утримання).
 - Тижні 3-4:
 - Залишити креативи з ROAS > 350%.
 - Виключити креативи з ROAS < 200%.
 - Створити нові креативи на основі успішних (наприклад, додати музику, субтитри).
 - Оптимізувати аудиторію: виключати сегменти з низьким залученням (наприклад, аудиторію старше 45 років, якщо вона не конвертує).

5. Загальна стратегія оптимізації

- Тестування товарів:
 - Почати з топових продуктів.
 - Щотижня додавати 1-2 нові продукти для тестування.
 - Аналізувати ROAS: залишати продукти з ROAS вище цільового (500% для ПМакс, 350% для Створення попиту), виключати продукти з низьким ROAS.
- Тестування аудиторій:
 - Тестувати різні сегменти (за віком, інтересами, поведінкою).
- Тестування креативів:
 - У YouTube Shorts: тестувати різні формати відео (тьюторіали, емоційні ролики, демонстрація результатів).
- Моніторинг і коригування:
 - Щоденний моніторинг: витрати, кліки, конверсії.
 - Щотижневий аналіз: ROAS, ефективність товарів, аудиторій, креативів.
 - Щомісячний звіт: порівняння фактичного ROAS з цільовим, рекомендації на наступний місяць.

6.Вартість роботи над акаунтом на 1 місяць для 1 рекламного акаунту складає - 8 000 грн.

Після повнцінного начання акаунту можна розглядати інші методи оплати, оскільки вихід на заплановані показники будуть досяжні.