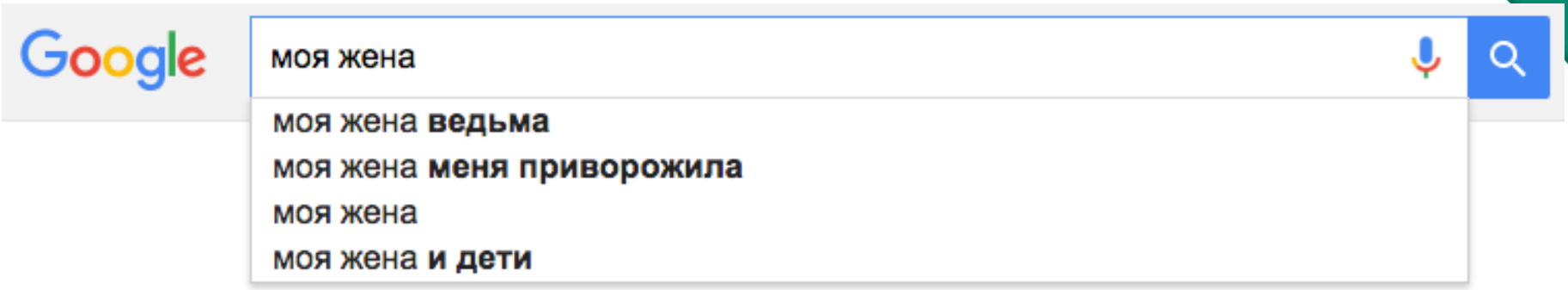
thinkpharma with Google

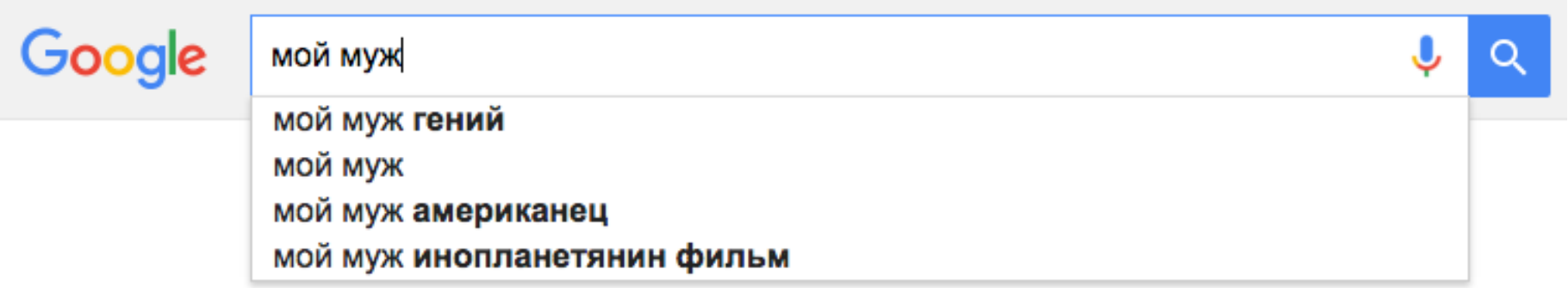
Поисковая реклама для решения задач Фармы

Татьяна Носкова, Google

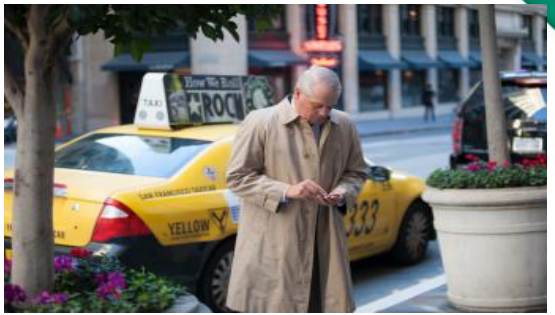
Менеджер по развитию бизнеса

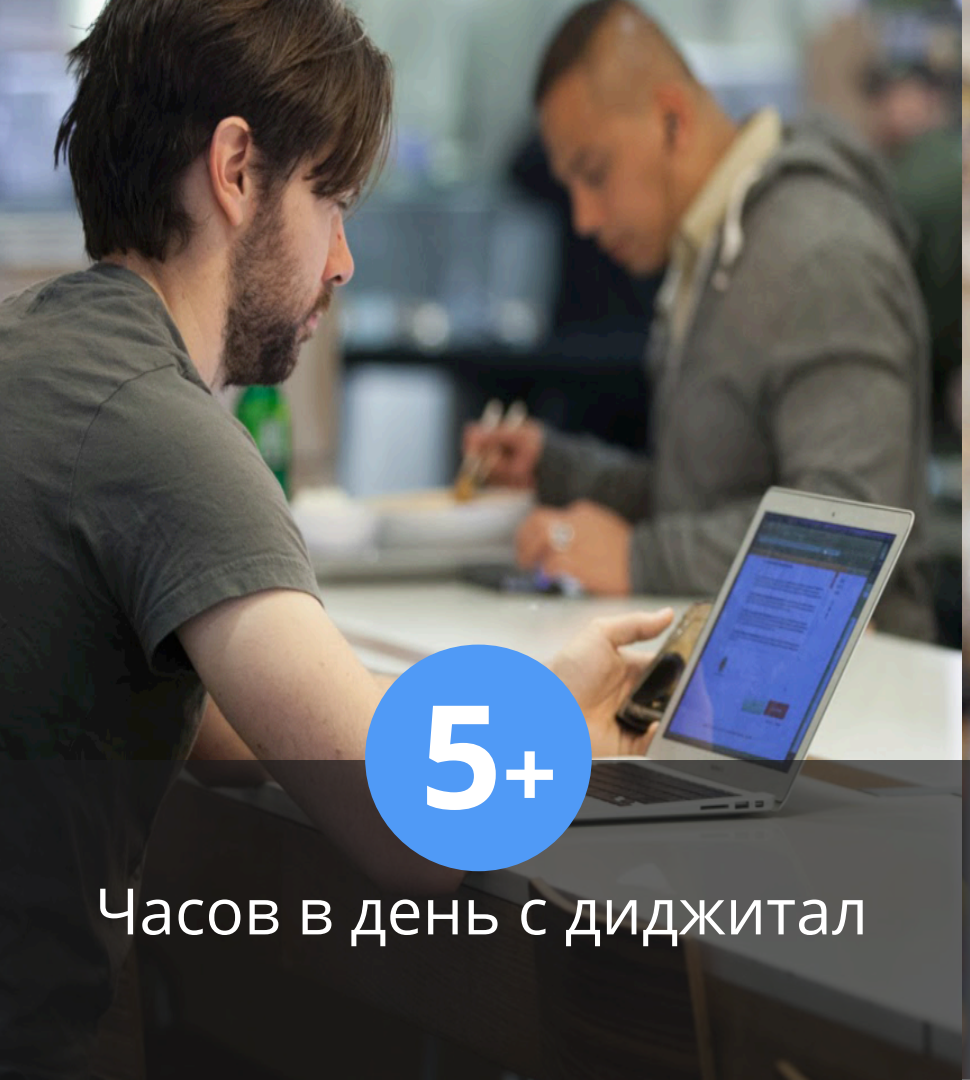
Пользователи ищут все что угодно…





... и при любых обстоятельствах





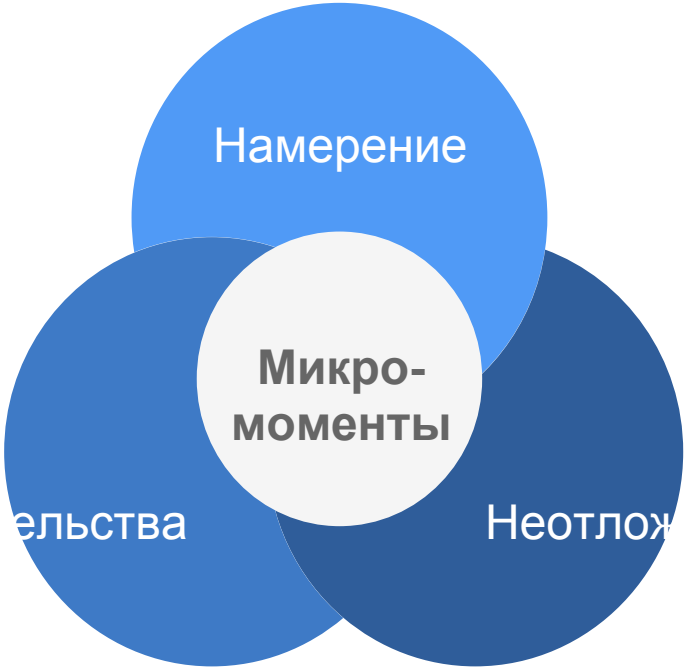
5+

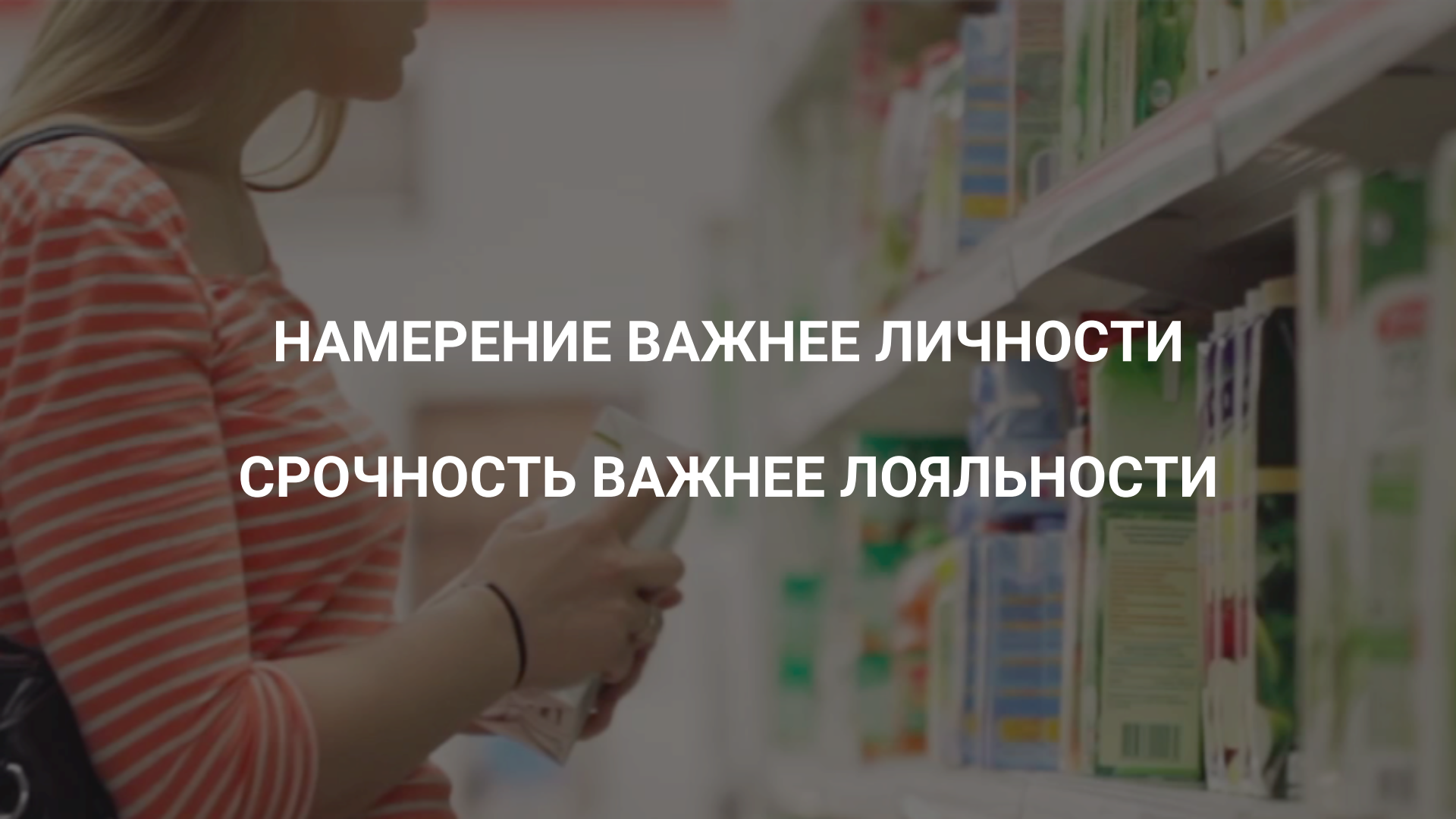
Часов в день с диджитал

150

раз в день люди проверяют свои смартфоны

Микромоменты - вот что на самом деле важно

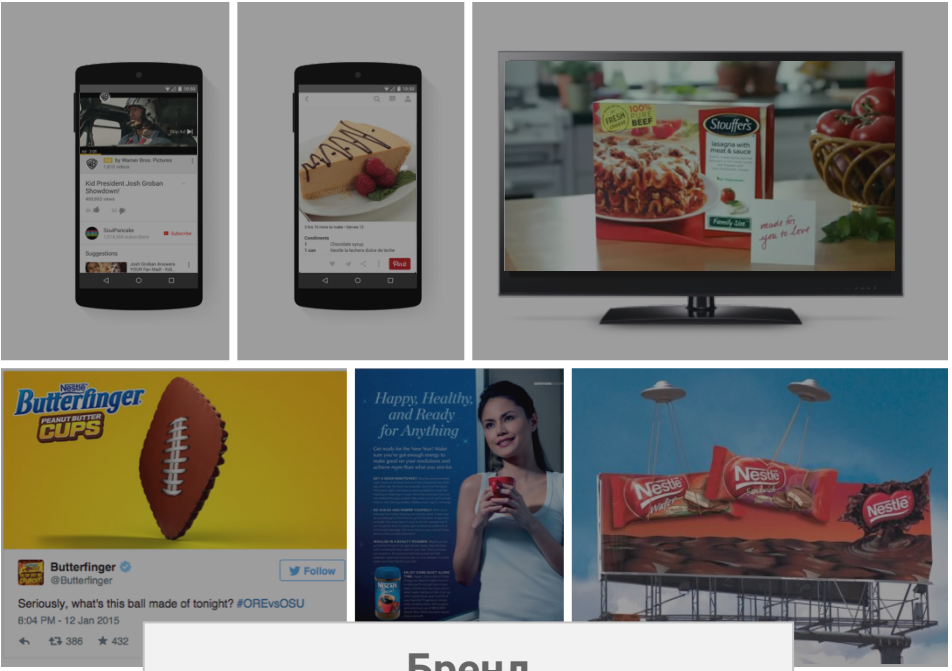




НАМЕРЕНИЕ ВАЖНЕЕ ЛИЧНОСТИ

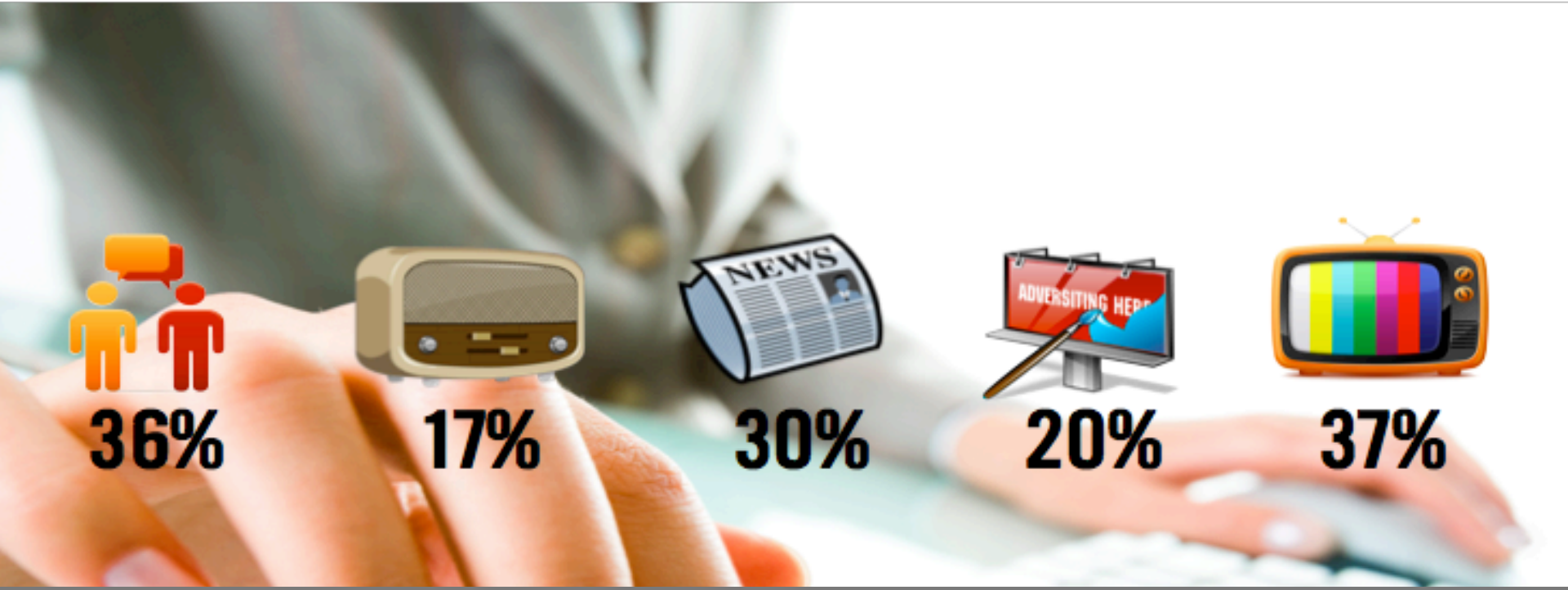
СРОЧНОСТЬ ВАЖНЕЕ ЛОЯЛЬНОСТИ

Как микро-моменты возникают у вашей аудитории?



Бренд

Потребность



67% интернет-пользователей ищут онлайн информацию о продукте, о котором изначально узнали офлайн

Рост поисковых запросов после рекламы Samsung Galaxy S6

46% ⇧

Рост поисковых запросов после рекламы Adrenaline Rush FMX

67% ⇧

Поиск - это потребность

После посещения врача

Поверяют рецепт

В аптеке

31% пользователей ищут информацию в аптеке

В поисках ближайшей аптеки

94% ищут информацию с мобильных устройств

*Source: Our mobile planet, 2013; The world has gone multiscreen 2013, base = mobile web users

Количество запросов по Лекарственным препаратам выросло на **36%** в Q1’16 YoY

⇧7%

⇧69%

⇧9%

Source: Внутренние данные Google, Q1’16 YoY growth

Большинство фармацевтических компаний не готовы к мобильной эре...

63% сайтов фармацевтических и медицинских компаний **Mobile Unfriendly**

Проверить свой сайт можно здесь: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/

Source: AdWatch Isobar

Успешная мобильная стратегия учитывает ожидания пользователей

Легко

Пользователи хотят свободно и удобно выходить и совершать любые задачи в интернете

Универсально

Независимо от того, какое устройство сейчас в работе

Эффективно

Пользователи хотят без загвоздок выполнять действия на мобильных устройствах

Везде

Независимо от того, где сейчас находятся пользователи

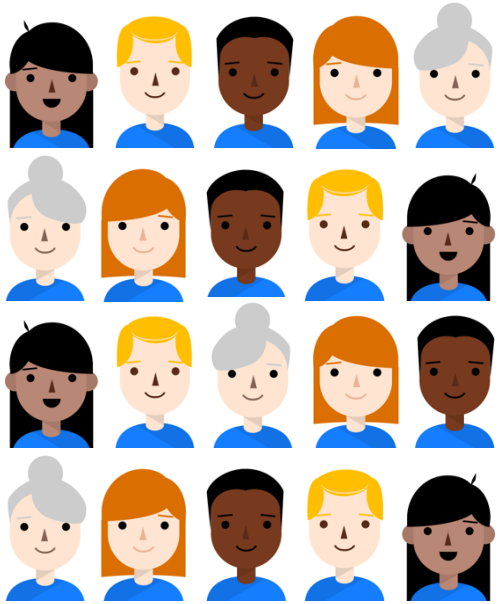
Успешная мобильная стратегия учитывает ожидания пользователей

UX

Скорость

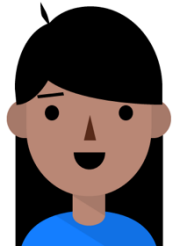
Мы провели исследование!

100 сайтов
Участники выполняли стандартные задачи на своих устройствах Android и iOS



Мне нужно купить новые стулья...

Для начала, я нажму на вот эту кнопку.....



Методы исследования: традиционный подход к измерению юзабилити + метод размышлений взлух.

Результаты: 25 принципов разработки мобильных сайтов

Главная страница и средства навигации по сайту

- Меню должны быть краткими и содержательными
- Призывы к действию должны размещаться на переднем плане
- Возврат на главную страницу должен быть удобным
- Реклама не должна быть навязчивой

Поиск по сайту

- Окно поиска по сайту должно быть заметным
- Добавьте фильтры, чтобы сделать поиск по сайту более удобным
- Результаты поиска по сайту должны быть релевантными
- Помогите пользователю найти то, что он ищет

Торговля и конверсии

- Предоставьте пользователю возможность изучить товар
- Позвольте совершать покупки без регистрации
- Используйте имеющиеся сведения для ускорения процесса
- Добавьте интерактивный номер телефона рядом со сложными действиями
- Позаботьтесь о том, чтобы пользователь мог завершить процесс конверсии на другом устройстве

Заполнение формы

- Оптимизируйте ввод информации
- Выберите простейший способ ввода данных для каждой задачи
- Предлагайте выбрать дату в календаре
- Информативные подписи и проверка в режиме реального времени позволяют уменьшить количество ошибок
- Формы должны быть продуманными

Удобство использование и форм-фактор

- Оптимизируйте все компоненты сайта для мобильных устройств
- Не вынуждайте пользователя менять масштаб
- Изображения товаров должны быть раскрывающимися
- Порекомендуйте оптимальную ориентацию экрана
- Используйте одно окно браузера
- Избегайте выражения “полная версия”
- Объясните, зачем нужны сведения о местоположении пользователя

Ссылка на 25 принципов

Результаты: Основные принципы разработки мобильных сайтов для Фармы

Главная страница и средства навигации по сайту

- Меню должны быть краткими и содержательными
- Призывы к действию должны размещаться на переднем плане
- Возврат на главную страницу должен быть удобным

Поиск по сайту

- Окно поиска по сайту должно быть заметным
- Добавьте фильтры, чтобы сделать поиск по сайту более удобным
- Результаты поиска по сайту должны быть релевантными

Торговля и конверсии

- Предоставьте пользователю возможность изучить товар
- Используйте имеющиеся сведения для ускорения процесса
- Добавьте интерактивный номер телефона рядом со сложными действиями

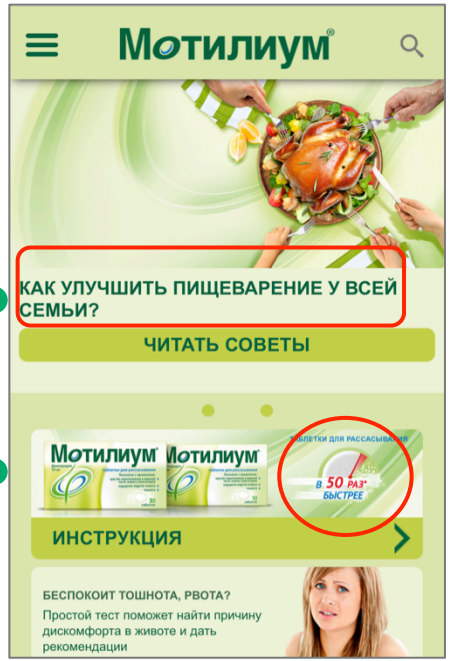
Заполнение формы

- Оптимизируйте ввод информации
- Выберите простейший способ ввода данных для каждой задачи
- Формы должны быть продуманными

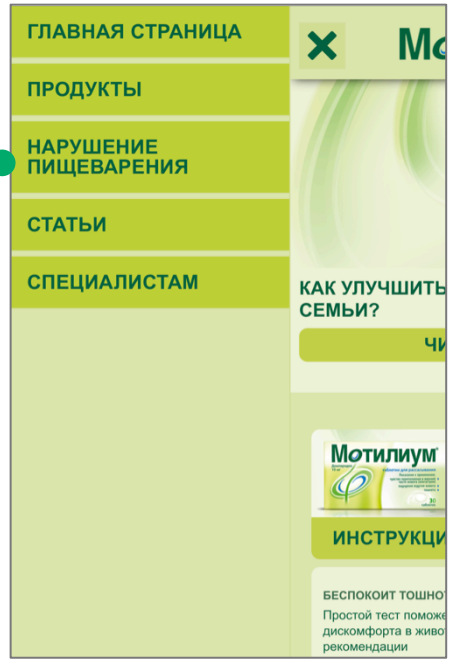
Удобство использование и форм-фактор

- Оптимизируйте все компоненты сайта для мобильных устройств
- Не вынуждайте пользователя менять масштаб
- Используйте одно окно браузера
- Избегайте выражения “полная версия”

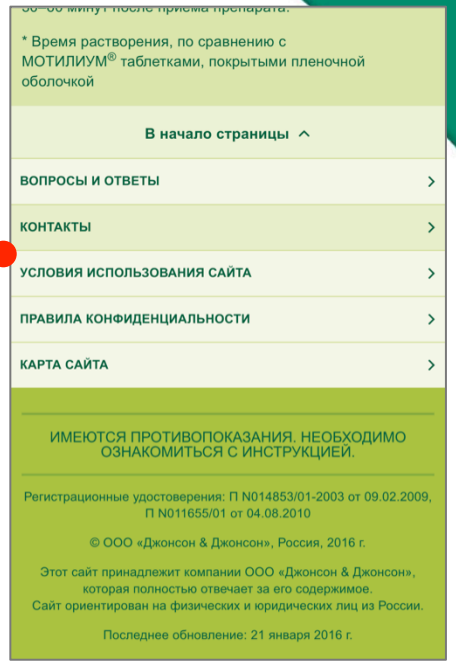
Ссылка на 25 принципов



Главная
начало



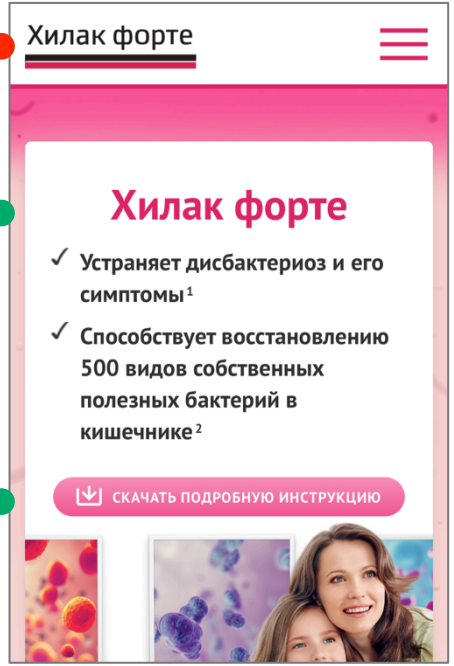
Меню

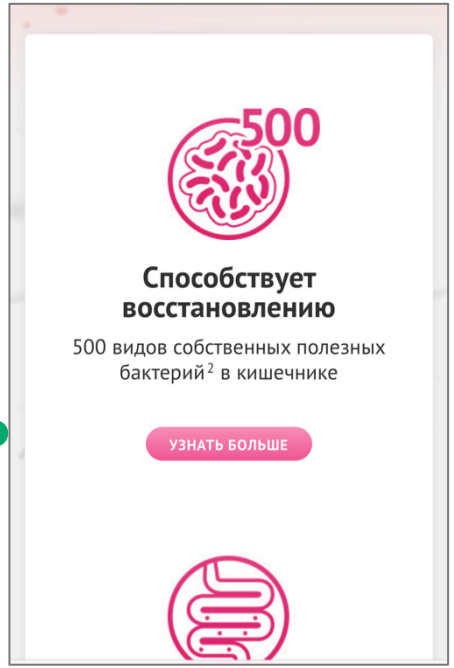


Главная конец

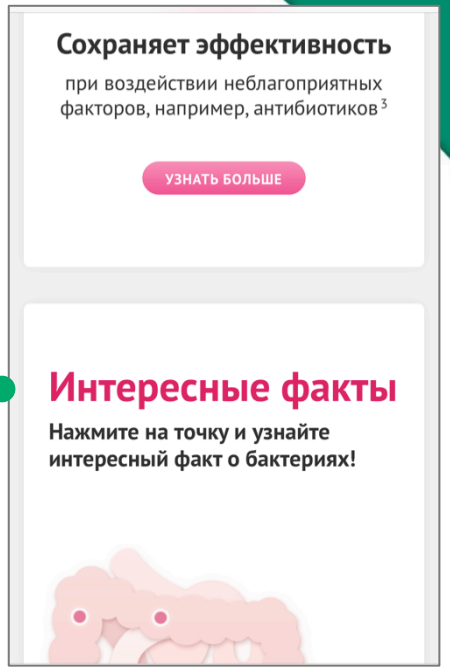
- Ценность предложения для пользователя в начале сайта
- Краткое меню
- Перенесите карту сайта, Q&A и контакты в начало сайта

Главная





Контент (below the fold line)



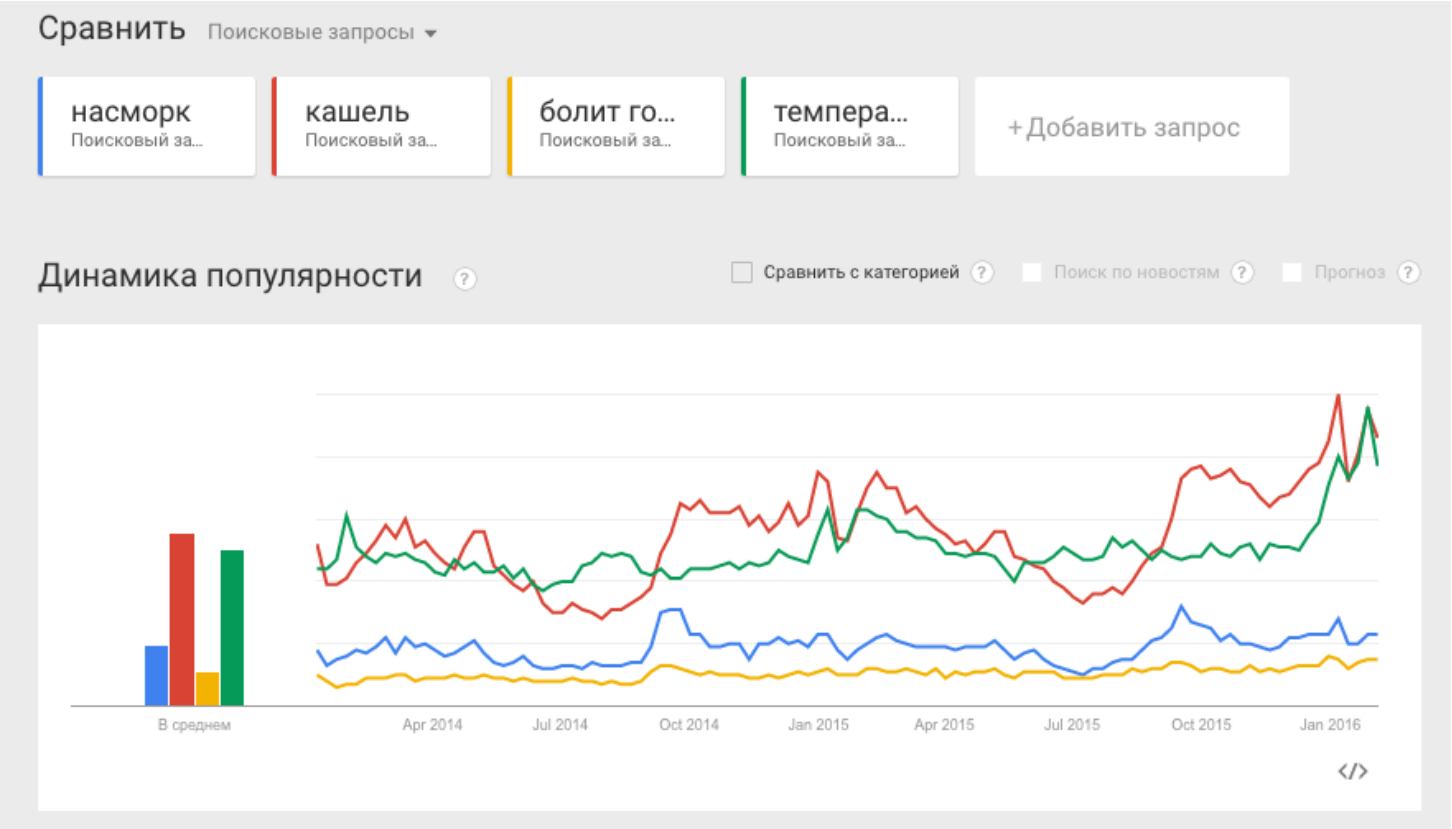
Контент (below the fold line)

- Ярко выраженые CTA кнопки
- Ценность предложения для пользователя в начале сайта
- Сложный контент представлен в виде инфографики
- Добавьте поиску по сайту в начало сайта

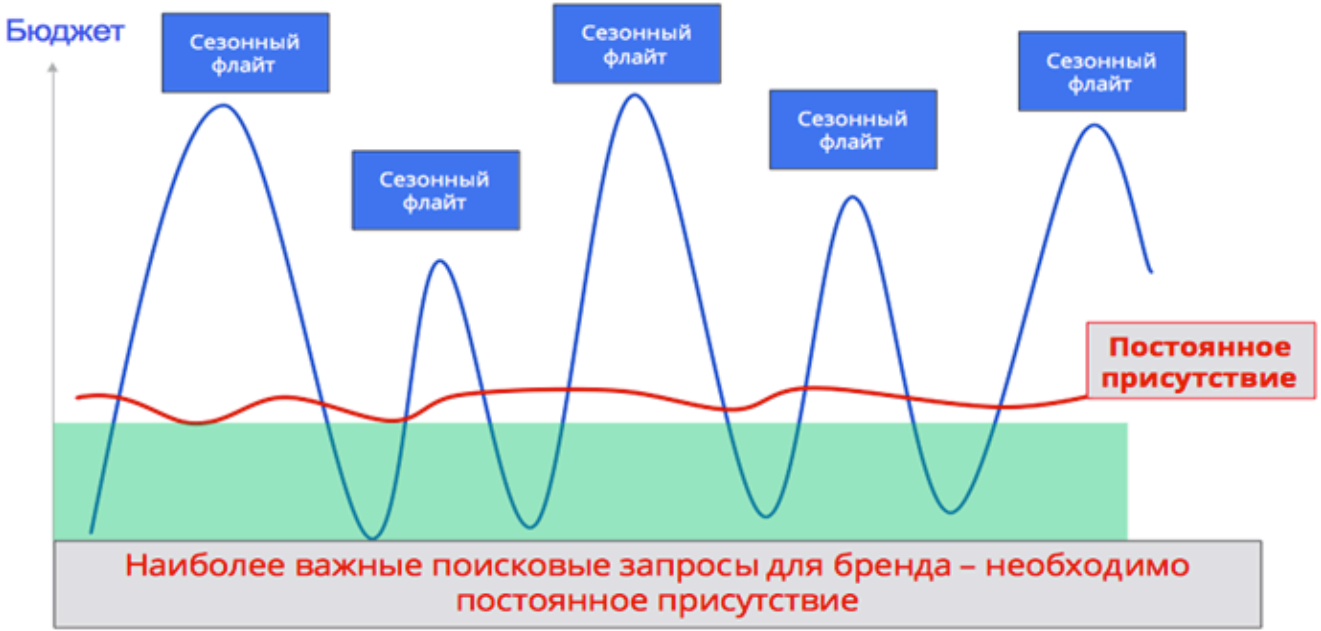
Стратегия на Поиске

Поисковая выдача - это ваша полка в Аптеке

Люди не перестают искать Вас...



...Always On: не закрывайте перед ними свои двери



Будьте первыми

Топ рекламодатели получают от 80 до 100% кликов

ource: Google internal data and eyetools.com, The inventors of eyetracking heatmaps, experts in eyetracking analysis

Стратегия на Поиске

защита

усилить сообщение при прямых запросах

рост

быть частью релевантных запросов

Ваши ценности

ассоциироваться с тем, о чем говорит бренд

Бренд: защищайте свою территорию

Google

гексорал

All Images News Videos Maps More Search tools

About 167,000 results (0.20 seconds)

Болит горло? - Strepsils помогает избавиться от боли - strepsils.ru
Ad www.strepsils.ru/
Есть противопоказания. Узнайте у врача
Полезная информация - Все продукты

Описание Гексорал (Hexoral) - Энциклопедия РЛС: инструкция по ...
www.rlsnet.ru/tn_index_id_909.htm Translate this page
Гексорал (Hexoral) описание препарата: состав и инструкция по применению, противопоказания, 3D-упаковка, цены на **Гексорал** в аптеках Москвы.
3D-изображения - Состав и форма выпуска - Фармакологическое действие

ГЕКСОРАЛ - аэрозоль д/местн. прим. 0.2%: баллон 40 мл в компл. с ...
www.vidal.ru › Препараты Translate this page
Гексорал, аэрозоль д/местн. прим. 0.2%. Показания, противопоказания, режим дозирования, побочное действие, передозировка, лекарственное ...

Категория: стремитесь к лидерству

Google

средство от диареи

All Images News Videos Maps More Search tools

About 304,000 results (0.32 seconds)

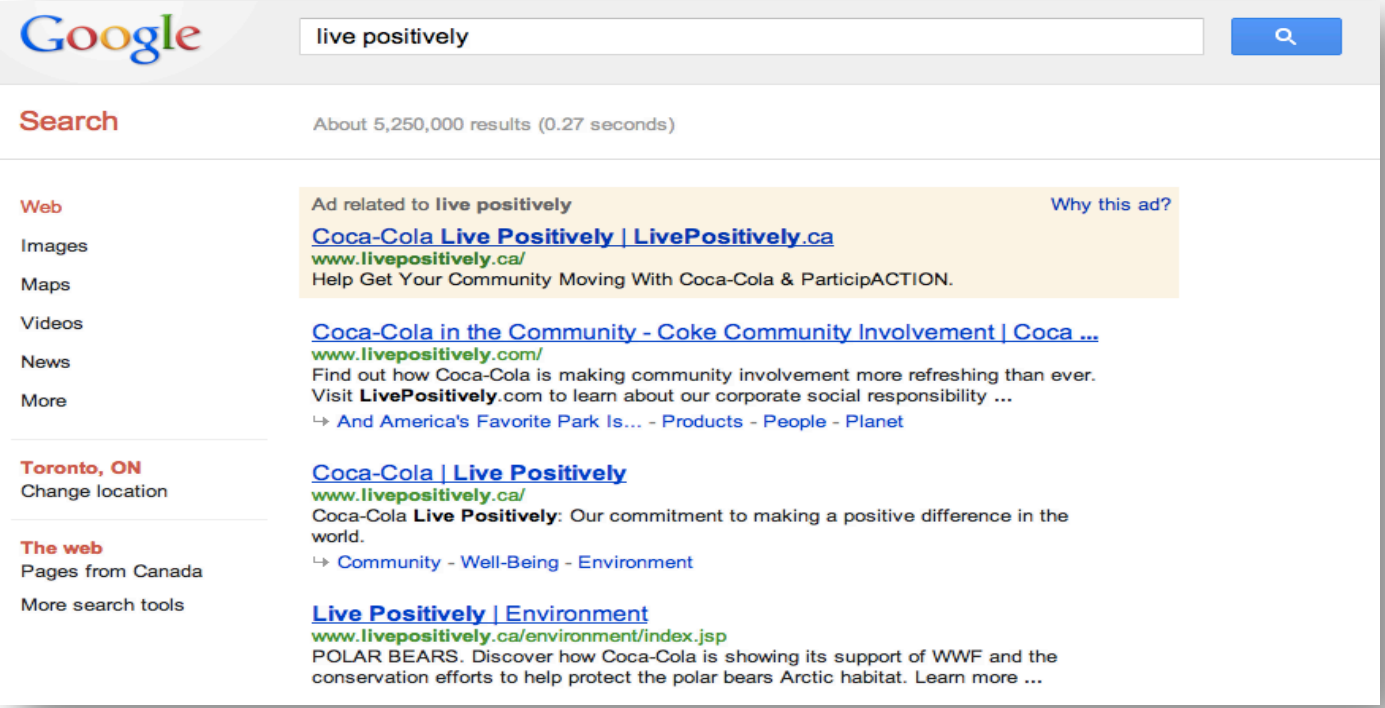
Хилак форте при диарее - hylakforte.ru
Ad www.hylakforte.ru/
Капли против симптомов дисбактериоза. Есть противопоказания. Узнайте у врача
Сделано в Германии · Нормализует кислотность · Для синтеза витаминов

Имодиум - средство от диареи - imodium.ru
Ad www.imodium.ru/таблетки_от_**поноса**
Растворяется на языке за 2-3 сек. Есть противопоказания, узнайте у врача
Не нужно запивать водой · Приятный мятный вкус
Инструкция по применению - Как действует Имодиум

Лекарства от поноса для детей и взрослых - все таблетки ...
zdravotvet.ru/lekarstvo-ot-ponosa-sredstvo-tabletki-ot... Translate this page
Самые популярные, эффективные лекарства от поноса, таблетки, вяжущие **средства от диареи**, для детей и взрослых. Как выбрать лучшее лекарство ...
Пробиотики - Смекта (инструкция - Желудочный (кишечный) грипп

Средства от поноса и диареи – что принимать при диарее ...
https://www.imodium.ru/polezno.../sredstva-ot-ponosa Translate this page
Лекарство от поноса. Антидиарейное **средство от диареи** и расстройства кишечника.

Темы: ассоциируйтесь с тем, что интересует клиентов и является частью вашего бренда



Кейсы: как еще поиск может приносить пользу маркетологам?

Может ли поисковая активность привести к запуску нового продукта?

Пример: L’Oreal – Ombre Hair

United States 2004 - present All categories Web Search

Topics

Subscribe

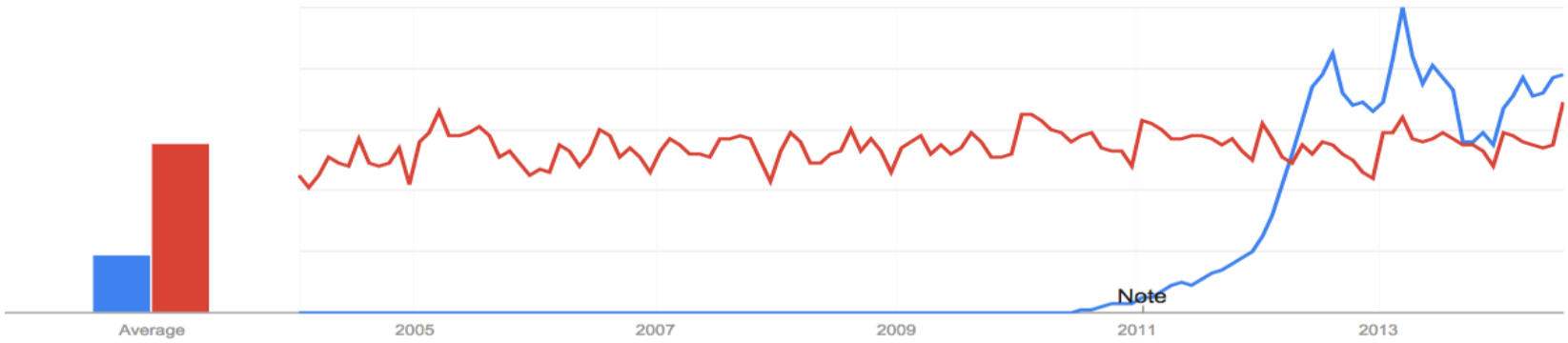
ombre hair
Search term

l'oreal
Search term

+ Add term

Interest over time

News headlines Forecast



VOORZORGSMAATREGELEN / CONSIGNES D'UTILISATION
L'ORÉAL
PARIS
OMBRÉ
N°1
VOOR LICHTBRUIN TOT DONKERBRUIN HAAR
POUR CHEVEUX CHÂTAINS À CHÂTAINS FONCÉS
NEW
EXPERT BORSTEL
BROSSE EXPERT
WILD OMBRÉS
Préférence
STRALEND WILD KLEURVERLOOP
Verheldert de lengten en punten in één enkele borstelstreek
DÉGRADÉ SAUVAGE LUMINEUX
Éclaircit et illumine longueurs et pointes d'un simple coup de brosse

VOORZORGSMAATREGELEN / CONSIGNES D'UTILISATION
L'ORÉAL
PARIS
OMBRÉ
N°2
VOOR DONKERBLOND TOT MIDDENBRUIN HAAR
POUR CHEVEUX BLONDS FONCÉS À CHÂTAINS
NEW
EXPERT BORSTEL
BROSSE EXPERT
WILD OMBRÉS
Préférence
STRALEND WILD KLEURVERLOOP
Verheldert de lengten en punten in één enkele borstelstreek
DÉGRADÉ SAUVAGE LUMINEUX
Éclaircit et illumine longueurs et pointes d'un simple coup de brosse

VOORZORGSMAATREGELEN / CONSIGNES D'UTILISATION
L'ORÉAL
PARIS
OMBRÉ
N°3
VOOR BLOND TOT DONKERBLOND HAAR
POUR CHEVEUX BLONDS À BLONDS FONCÉS
NEW
EXPERT BORSTEL
BROSSE EXPERT
WILD OMBRÉS
Préférence
STRALEND WILD KLEURVERLOOP
Verheldert de lengten en punten in één enkele borstelstreek
DÉGRADÉ SAUVAGE LUMINEUX
Éclaircit et illumine longueurs et pointes d'un simple coup de brosse

Помогает ли Поиск работать с репутацией?

Пример: BP – Экологическая катастрофа

bp oil spill | Search

About 10,100,000 results (0.33 seconds) Advanced searcl

Sponsored links

BP Oil Spill Response
www.BP.com/**OilSpill**Response Info about the Gulf of Mexico **Spill** Learn more about how **BP** is helping

“Мы платим Google большие деньги, чтобы у интернет аудитории был доступ к правдивой информации по разливу нефти” / BP

Можно ли использовать поисковую рекламу для планирования регионального маркетинга?

Пример: Kleenex

Можно ли с помощью рекламы на поиске нестандартно вовлечь аудиторию в коммуникацию?

Пример: Snickers - о голоде

1.Охватывайте брендовый и релевантный трафик на поиске

2. Относитесь внимательно к ресурсам, на которые вы ведете пользователя (удобство+нужная информация+скорость загрузки)

3. Будьте постоянны – 365 дней в году (по ключевым словам и фразам)

4. Используйте возможности поисковой рекламы по максимуму (дополнительные ссылки и расширения)

5. Не переставайте оптимизировать поисковые кампании и улучшать ключевые показатели

Спасибо!

tatiananoskova@google.com