

Контекстная реклама в Яндекс-Директ (ЯД\*)/2

РГГУ 2018

Шитова Ю.Ю.

Управление проектами в бизнес-  
коммуникациях

\* - Не путать с Яндекс-Деньги, для которого также часто используется аббревиатура ЯД.

# Краткое содержание предыдущей серии/1: как это работает?

Яндекс  Раньше...

Нашлось 11 млн ответов

Все объявления 33

**Веломагазин! Распродажа!**

Велосипеды со склада по низким ценам. Отличные консультации. Гарантия!  
[www.velosfera.ru](http://www.velosfera.ru)

1. Интернет-магазин велосипедов...

В нашем Интернет-магазине можно выбрать и заказать женские велосипеды.  
[www.velosite.ru](http://www.velosite.ru) копия ещё

2. Магазин велосипедов - распродажа...

Веломагазин с самым большим выбором велосипедов (от детских до горных) от ведущих производителей в Москве.  
[www.VeloStrana.ru](http://www.VeloStrana.ru) Москва копия ещё

Яндекс.Директ

Экспертный подбор велосипедов

Позвоните, мы подберём вам велосипед, который принесёт 100% удовольствия!  
[www.extreme-net.ru](http://www.extreme-net.ru)

Велосипеды проверенных марок!

DENTON, STERN, TREK от 4690 р., детские от 2590 р.  
Скидки до 20%!  
[sportmasht.ru](http://sportmasht.ru)

Яндекс  Найти

поиск КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ МАРКЕТ НОВОСТИ ПЕРЕВОДЧИК ЕЩЕ

## Как это работает:

- 1) Пользователь ищет в интернете товары или услуги
  - 2) Видит в ответ ваше контекстное объявление
  - 3) Переходит по нему на ваш сайт, чтобы получить подробную информацию и позвонить
- Поисковая выдача** – список сайтов, выдающийся пользователю по его запросу.

Яндекс  Найти

поиск КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ МАРКЕТ НОВОСТИ ПЕРЕВОДЧИК ЕЩЕ

Нашлось 81 млн результатов  
413 тыс. показов в месяц  
дать объявление Показать в

Купить велосипед в Москве! – Эксперты по Велосипедам

Рассрочка 0 % Акции и Бонусы Бесплатная Доставка Наши магазины  
[velostrana.ru](http://velostrana.ru)/Распродажа-Велосипед реклама

Гарантия Лучшей Цены © Бесплатная Доставка! Скидки до 60%  
Огромный выбор · Помощь эксперта · Акции и Скидки · Любые виды оплаты  
Контактная информация · +7 (495) 787-22-33 · пн-сб 10:00-21:00, вс 10:00-20:00  
★★★★★ Магазин на Маркете · М. Отрадное · Москва

Купить велосипед в Белограде! / [velograd.ru](http://velograd.ru)

м. Улица Академика Янгеля м. Юго-Западная  
[velograd.ru](http://velograd.ru)/Купить-велосипед реклама

Официальный магазин брендов Stinger, Novatrack. Оф. дилер Stels, Merida, Cube и др.!

Контактная информация · +7 (495) 902-00-03 · пн-вс 10:00-22:00  
★★★★★ Магазин на Маркете · Москва

Сейчас

# Краткое содержание предыдущей серии/2: ключевые моменты

- \* Правильно подобрать ключевые фразы;
- \* Качественно их обработать;
- \* Привести в соответствие с объявлениями;
- \* Протестировать несколько вариантов текстов и заголовков;
- \* Оставить лучшее сочетание, которое дает максимально высокую кликабельность и конверсию.



# Продажная рекламная компания: разработка алгоритма

- \* На предыдущей лекции мы рассмотрели основные принципы контекстной рекламы в целом, и ЯД в частности
- \* Теперь разберем алгоритм создания универсальной продажной рекламной компании.
- \* **Рассмотрим подход из 6 основных шагов + 2 дополнительных**

# Шаг 1: Сбор ключевых фраз

- \* Для подготовки ключевых фраз воспользуемся вордстатом
- \* Возможен поиск по 1) словам, 2) по регионам, и 3) по времени (истории)

Яндекс  
подбор слов

Директ Справочник Метрика Рекламная сеть Маркет Баян Деньги ещё

мобильный

По словам  По регионам  История запросов

Последнее обновление: 11.03.2018

### Что искали со словом «мобильный» — 4 442 506 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">мобильный</a>	4 442 506
<a href="#">мобильный телефон</a>	1 063 215
<a href="#">мобильная версия</a>	676 565
<a href="#">мобильные банки</a>	373 983
<a href="#">банки мобильный банк</a>	373 971
<a href="#">мобильный банк</a>	373 971
<a href="#">мобильный номер</a>	312 121
<a href="#">мобильный сбербанк</a>	268 446
<a href="#">мобильный интернет</a>	262 303
<a href="#">мобильное приложение</a>	234 995
<a href="#">мобильные операторы</a>	211 401
<a href="#">мобильный банк сбербанк</a>	196 187
<a href="#">мобильному банку сбербанк</a>	196 187
<a href="#">мобильная связь</a>	186 482
<a href="#">скачать мобильный</a>	178 208
<a href="#">номера мобильных телефонов</a>	175 460
<a href="#">скорая +с мобильного</a>	168 044
<a href="#">мобильный биллайн</a>	166 173
<a href="#">мобильные страницы</a>	155 429
<a href="#">mts мобильный</a>	141 559
<a href="#">мобильный личный</a>	133 548

### Запросы, похожие на «мобильный»

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">сотовый телефон</a>	544 331
<a href="#">купить телефон</a>	1 394 486
<a href="#">интернет телефон</a>	657 527
<a href="#">купить сотовый</a>	76 892
<a href="#">телефон номер</a>	5 603 207
<a href="#">сотовый связь</a>	421 545
<a href="#">телефон магазин</a>	588 585
<a href="#">купить сотовый телефон</a>	48 456
<a href="#">телефон самсунг</a>	812 971
<a href="#">карта сима</a>	660
<a href="#">бесплатный телефон</a>	4 024 384
<a href="#">безлимитный интернет</a>	220 129
<a href="#">сотовый магазин</a>	75 520
<a href="#">мегафон интернет</a>	327 332
<a href="#">телефон нokia</a>	265 525
<a href="#">купить смартфон</a>	648 410
<a href="#">mts интернет</a>	686 618
<a href="#">номер оператор</a>	517 248
<a href="#">мобилка цена</a>	165
<a href="#">доступный телефон</a>	5 887

# Алгоритм работы с фразами/1

- \* Берете ключевое слово. К примеру, рекламируете курс по созданию сайтов. Берете ключевое слово «сайт» и исследуете выдачу по нему. Записываете ключевые фразы
- \* Анализируете их в комплексе, классифицируя на:
  1. Целевые
  2. Покупательские
  3. Сопутствующие
- \* В первую очередь запускаются целевые и покупательские.
- \* Все собранные фразы стоит распределить между двумя компаниями.
- \* Для одного продукта – 2 отдельные компании. Одна – для поискового сайта, другая – для РСЯ (внешних сайтов)

# Алгоритм работы с фразами/2

- \* В компанию для поисковика берем фразы из 4-х и более строк
- \* В кампанию для РСЯ берем широкие ключи, которые состоят из 2-х или 3-х слов, и имеют прямое отношение к теме рекламируемого продукта или услуги.
- \* После запуска объявлений в показы будет видно, что кликается лучше, а что хуже.
- \* В Яндекс.метрике (счетчике, установленном на сайте) будет видно: а) время, проводимое на Вашем сайте, б) совершение целевых действий (покупок).
- \* Сомнительные фразы. **Стоит попробовать!** Иногда сомнительная фраза кликается лучше всех!
- \* Каждая ключевая фраза (и объявление) – индивидуальный подход и индивидуальные ставки!

# Основные принципы сбора фраз

- \* Чем больше уникальных ключевых фраз вы соберете, тем больше будет охват аудитории потенциальных покупателей
- \* **Обязательно классифицировать фразы!**
- \* Тестировать сомнительные фразы по минимальной цене!

# Шаг 2: обработка ключевых фраз

- \* Обработка фраз – кропотливая задача, которую трудно взять с наскока: необходима тренировка.
- \* **Пример. Мы продаем услуги по созданию сайтов.**
- \* По простой ключевой фразе «создание сайтов» объявление будет показано по запросам
  - ✓ создание сайтов Екатеринбург;
  - ✓ создание сайтов бесплатно;
  - ✓ создание сайтов Москва.
- \* Второй запрос для нас – пустые траты.
- \* Как корректировать – **минус-слова. При их наличии ваше объявление не показывается.**

# Обработка ключевых фраз

- \* Пример. Мы продаем новые холодильники Самсунг.
- \* Простая ключевая фраза «купить холодильник самсунг»
- \* Беспольные для нас показы будут по сочетаниям:

**купить плату холодильника самсунг**

**купить полки +для холодильника самсунг**

**купить реле холодильника самсунг**

**купить ящик +для холодильника самсунг**

**купить б +у холодильник самсунг**

- \* Для их исключения наша ключевая фраза должна иметь вид:

**купить холодильник самсунг -плата -полка -реле -ящик -!б -!у**

# Ключевые слова: уточнения/1

- \* На сайте вродстат не увидать всех фраз пользователей в сочетании с вашей ключевой фразой.
- \* Например:



[Директ](#) [Справочник](#) [Метрика](#) [Рекламная сеть](#) [Маркет](#) [Баян](#) [Деньги](#) [ещё](#)

создание сайта +с нуля самостоятельно пошаговая инструкция

Подобрать

По словам  По регионам  История запросов

Все регионы

Все

Последнее обновление: 05.02.2016

Что искали со словом «создание сайта +с нуля самостоятельно пошаговая инструкция» — 808 показов в месяц

Статистика по словам

Показов в месяц

[создание сайта +с нуля самостоятельно  
пошаговая инструкция](#)

808

Запросы, похожие на "создание сайта +с нуля самостоятельно пошаговая инструкция"

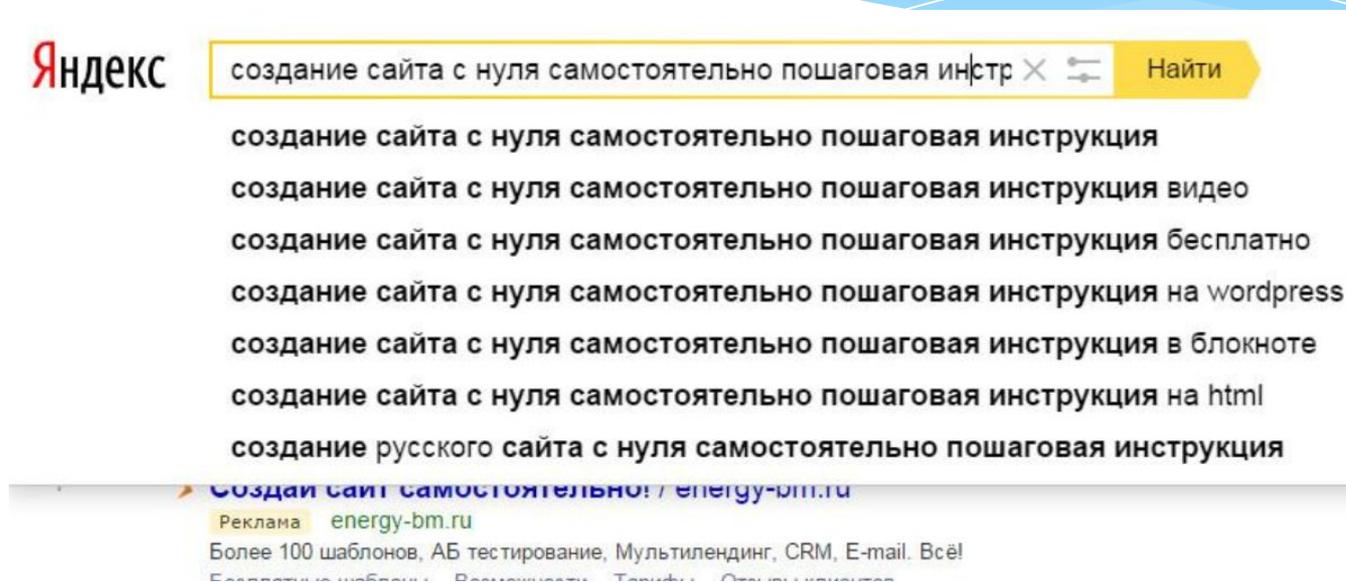
Статистика по словам

Показов в месяц

Страницы — назад **1** далее —

# Ключевые слова: уточнения/2

- \* А теперь тот же запрос в Яндексе:



- \* Видно, что Яндекс показывает гораздо больше информации для размышления. Если продаем платные услуги по созданию сайтов, но слово бесплатно выключаем:  
**создание сайта +с нуля самостоятельно пошаговая инструкция -бесплатно**

# Ключевые слова: уточнения/3

- \* Качественный подбор ключей – ключ к успеху.
- \* В Директе есть специальные операторы формы подбора слова, подробно можно почитать о них тут:  
<https://yandex.ru/support/direct/efficiency/refine-keywords.xml>
- \* В итоге, **основные принципы подбора ключевых фраз:**
  - Максимально очистить фразу от вложенных не целевых запросов
  - Используйте операторы формы подбора слов там, где это необходимо

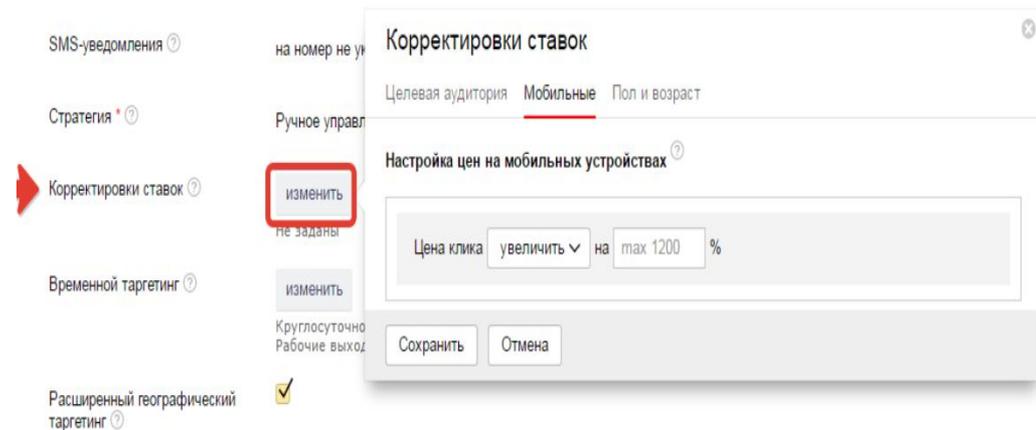
# Шаг 3: настройка параметров рекламной компании

- \* **Таргетинг.** Прежде всего, **геотаргетинг** - настройка показов объявлений рекламной кампании, позволяющая показывать Ваши рекламные материалы только тем пользователям, месторасположение которых идентифицировано и совпадает с одним из указанных Вами регионов
- \* **Пример.** Вы находитесь в Москве и продаете зонты. Доставка по Москве – бесплатно.
- \* Ключевая фраза «купить зонт» может показываться по всей России, а «купить зонт +в Москве» - только в Москве и области. Поэтому в настройках компании указываете «Вся Россия», а для отдельной группы объявлений – Москва и область.

# Настройка аудитории

- \* **Сегментация аудитории.** Допустим, в процессе компании вы видите (по **Яндекс.Метрике** , что зонты охотно покупаются женщинами от 25 до 34 лет, а мужчины старше 45 практически не покупают. Тогда показы для женщин 25-34 нужно показывать на более высоких позициях, а показы на мужчин старше 45 – запретить. Это делается с помощью **корректировки ставок**

- \* **Настройки нужно делать на достаточной статистике, не на глазок! Иначе можно сильно ошибиться и потерять деньги!**

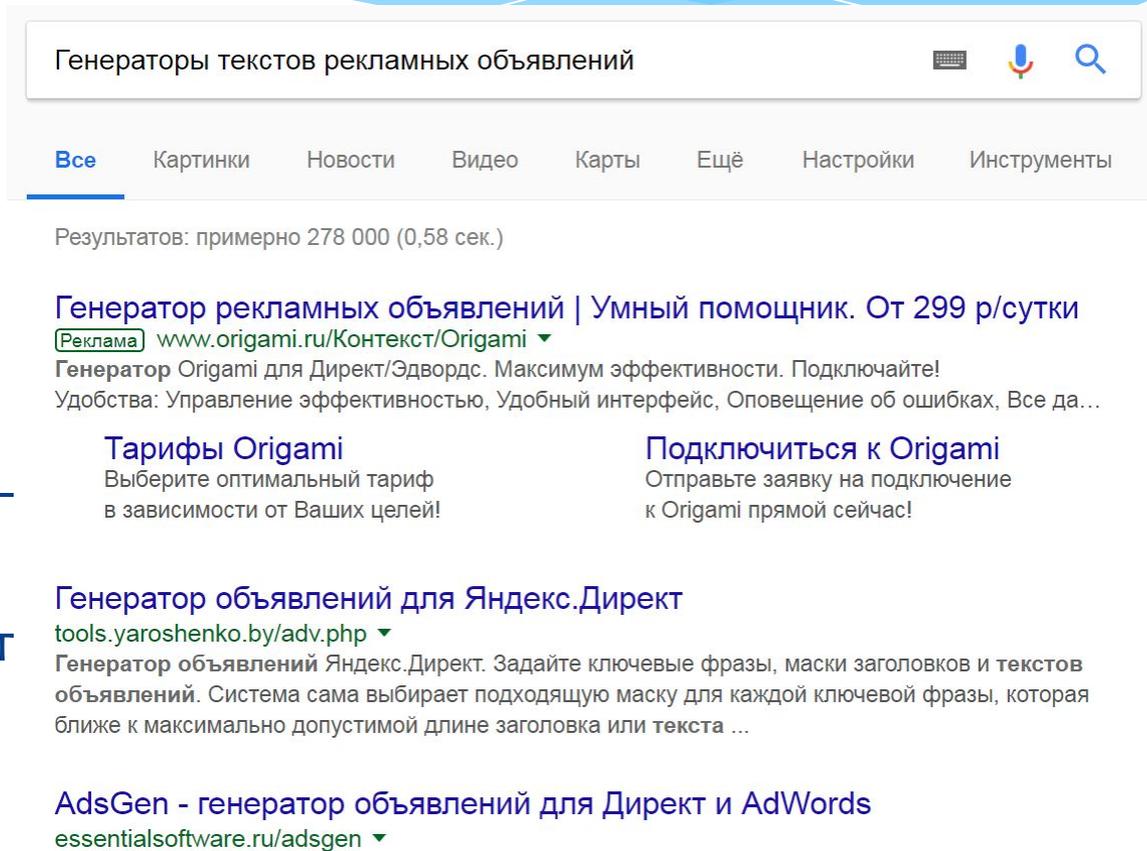


# Принципы настройки эффективной рекламной компании

- \* Стоит создать две кампании – одну для поисковых площадок, вторую для сайтов участников РСЯ
- \* Регионы показов ограничивать только в случае работы на конкретный регион П
- \* оказы по дополнительным релевантным фразам и опцию "Авторасширение фраз" – отключить.
- \* Грамотно подойти к подбору и обработке ключевых фраз.

# Шаг 4: создание рекламных объявлений

- \* 1. Возможно использование генераторов текстов – платных и бесплатных.
- \* По факту – подстановка ключевой фразы в заголовков и текст объявления. Проблемы – корявые тесты
- \* 2. Пишем сами. Занимает больше времени, но результат в разы лучше.



Генераторы текстов рекламных объявлений

Все   Картинки   Новости   Видео   Карты   Ещё   Настройки   Инструменты

Результатов: примерно 278 000 (0,58 сек.)

**Генератор рекламных объявлений | Умный помощник. От 299 р/сутки**  
**Реклама** [www.origami.ru/Контекст/Origami](http://www.origami.ru/Контекст/Origami) ▾  
Генератор Origami для Директ/Эдвордс. Максимум эффективности. Подключайте!  
Удобства: Управление эффективностью, Удобный интерфейс, Оповещение об ошибках, Все да...

**Тарифы Origami**  
Выберите оптимальный тариф в зависимости от Ваших целей!

**Подключиться к Origami**  
Отправьте заявку на подключение к Origami прямой сейчас!

**Генератор объявлений для Яндекс.Директ**  
[tools.yaroshenko.by/adv.php](http://tools.yaroshenko.by/adv.php) ▾  
Генератор объявлений Яндекс.Директ. Задайте ключевые фразы, маски заголовков и текстов объявлений. Система сама выбирает подходящую маску для каждой ключевой фразы, которая ближе к максимально допустимой длине заголовка или текста ...

**AdsGen - генератор объявлений для Директ и AdWords**  
[essentialsoftware.ru/adsgen](http://essentialsoftware.ru/adsgen) ▾

# Рекомендации по объявлениям/1

- \* **Жесткую систему предложить невозможно.** Как только она появляется, объявления становятся «деревянными», заезженными, надоедливыми и перестают работать.
- \* Генерируйте рекламный текст, исходя из текущего момента.
- \* Автоматизация возможна на уровнях:
  - ✓ У Вас есть самостоятельно написанный текст
  - ✓ Он уже поработал
  - ✓ Вы видите, что он пользуется популярностью у пользователей
- \* Но делаем аккуратно, у учетом и тестированием вариантов

# Рекомендации по объявлениям/2

- \* **1 объявление = 1 ключевая фраза**
- \* **Это очень важно.** Если в одном объявлении Вы используете несколько фраз, то Вам вряд ли удастся смоделировать текст, который будет одинаково хорош для каждой фразы объявления.
- \* **Очень важный нюанс.** Важно, естественно, не только соответствие ключевой фразы, то есть запроса, и объявления, но и соответствие объявления и страницы сайта.
- \* Ни на какие сторонние шаблоны надеяться не стоит, поскольку каждая рекламная кампания работает по-разному
- \* При создании объявления Вам необходимо сделать так, чтобы сочетались все три фактора:
  1. запрос пользователя,
  2. рекламный текст,
  3. страница вашего сайта, на который дана ссылка

# Объявления: привлечение внимания

- \* Необходимо угадать желание пользователя, набравшего ключевую фразу. Оно и должно быть отражено в тексте объявления.
- \* Не пишите о товаре, пишите о выгоде, сопутствующей желанию покупателя.
- \* Если желание покупателя по фразе не понятно, запускаем фразу в режиме тестирования: недорогой тариф и тестирование отклика.
- \* Избегайте банальностей, использующихся в назойливой, надоедливой рекламе (тип «**жми**», «**кликни сюда**» и т.п.) – вместо привлечения вы получите отторжение.
- \* Призыв нужен, но мягкий. «**Узнайте подробнее**» «**Здесь подробней**», «**Выбирайте**» - работают лучше. Хорошо работают вопросительные заголовки, интрига, разжигаящая любопытство.

# Объявления: главное

- \* Гармония: запрос = объявление = страница сайта.
- \* Определите, какое желание пользователя стоит за вводимой им в Яндексе фразой, и дайте ему это в своем объявлении.
- \* Если желание не ясно – протестируйте отклик по фразе при минимальной цене клика.
- \* Объявление должно содержать призыв к действию, но не банальный, вызывающий отторжение.
- \* Интересны, интрига, вопросы.

# Шаг 5: Назначение ставок

- \* Для начала проще ориентироваться на цены входа, назначаемые Яндексом.
- \* Простейший вариант – начинаем с единой минимальной ставки по всем объявлениям с последующим повышением. Почему так?
- \* Неизвестна отдача по выбранным ключевым фразам
- \* Фраза приводит нецелевую аудиторию – нет смысла тратить на них деньги
- \* Основная задача на старте компании – тестирование отдачи по максимальному числу фраз с минимальными затратами.

# Назначение ставок/2

- \* По объявлениям, генерирующим хороший трафик, ставки повышаем, объявления с трафиком низкого качества корректируем.
- \* Может быть ситуация, когда по дешевому тарифу трафик нулевой. Так бывает при сильной конкуренции или жестком таргетинге. Тогда нужно поднимать ставки.
- \* Вписываемся в нормы расхода бюджета (определяется в начале компании)
- \* Качество трафика определяем из анализа данных Яндекс. Метрики
- \* Ошибочно мнение, что для успеха контекстной рекламы обязательно много платить. При грамотном подходе можно достичь большего за меньшие деньги.
- \* Если добиться хорошей кликабельности, то любое повышение ставки (позиций в рекламных объявлениях) будет давать заметный прирост трафика. **Это работает для поисковых площадках, в РСЯ CTR не имеет никакого влияния на цену клика.**

# Основные принципы эффективной стратегии ставок

- \* Не смотрите на ставки входа на кликабельные позиции показов, которые показывает Яндекс
- \* Начните с минимальной ставки по всем объявлениям кампании.
- \* Ваша задача протестировать качество приходящего трафика по максимальному количеству фраз кампании с минимально возможными потерями для рекламного бюджета.
- \* Повышать ставки целесообразно только после максимальной оптимизации хорошего трафика, генерируемого вашими настройками.

# Шаг 6: Модерация

- \* Все объявления обязаны пройти **модерацию** – процесс проверки объявления **модератором** – человеком или программой, проверяющих тесты на предмет соответствия законам.
- \* Причины не прохода модерации:
  - Отсутствие сертификата на продукт
  - Нарушения закона «О Рекламе»
  - Нарушения требований (правил) ЯД.
- \* Иногда одно и то же объявление не проходит у одного, но проходит у другого модератора. Иногда причина может быть не ясна.

# Модерация/2

- \* Любое изменение заголовка, текста или ключевой фразы ведет к автоматической отправке на новую модерацию.
- \* Модерация бывает полностью автоматическая и полностью ручная (проверяет человек). Промежуточного варианта (полуавтоматического) нет.
- \* **Фишка (лайфхак):** В субботу после 23.00 вероятность, что Ваши объявления попадут под полностью автоматическую модерацию, существенно больше, чем в другие дни и в другое время. (Но стоит ли ждать субботы при отладке компании?).

# Шаг 7: начало компании – «Расклик»

- \* В течение нескольких дней после запуска объявления, Яндекс сознательно тормозит Вашу кампанию.
- \* Он тестирует кликабельность объявлений, показывая их на разных площадках и на разных позициях показов. Позиция показов Вашего объявления будет зависеть от трех вещей:
  - Кликабельность (CTR Объявления)
  - Установленная Вами цена за клик
  - Коэффициент качества объявления
- \* **Наши объявления обязаны давать клики, чтобы Яндекс мог рассчитать кликабельность!**

# Шаг 7: начало компании – «Расклик»

- \* Кликабельность объявления пропорциональна **продуктивности**, указываемой ЯД (см. Рис.). Точные значения – секрет (ноу-хау) ЯД.
- \* **Чем выше продуктивность, тем ниже цены входа на позиции показов.** В этом месте наши усилия по созданию рекламы конвертируются в реальную экономию рекламного бюджета!
- \* **Рекомендации** по улучшению продуктивности можно найти прямо в клиентском веб интерфейсе Директа, кликнув по цифре показателя.

Фраза ↑	Продуктивность ?	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб. ?	Цена клика, руб. макс. на поиске
квартиры +в долево ...	9.2	46	2	4.35	цена 1-го спецразмещения цена 2-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	14.30 22.20 8.60 7.80 7.60 7.60 6.10 4.00 3.10 3.10
Для всего объявления:						7.63 7.60

Группа №134631137 1 объявл. >

№ М-136558124

**Ищете квартиру в долево?**  
Долево без переплат! Квартиры в Красноярске по цене застройщика-Выбирайте!

← Адрес и телефон  
www.krom.su / ↕ ?

Регионы показа: Иркутская область, Красноярский край

Дополнения:  
изображение, быстрые ссылки

# Шаг 8: Улучшение траффика

- \* После запуска компании главное – анализ Яндекс.Метрики – ваше все!
- \* Обязательный мониторинг по поисковым запросам в **Мастере Отчетов за компанию**.
- \* Как правило, улучшение связано с исключением нецелевой аудитории (нецелевых запросов) при помощи минус-слов.

# Заключение

- \* В данной лекции мы рассмотрели принципы организации рекламной компании интернет-магазина.
- \* Раскрыты основные шаги рекламной компании:
  1. Сбор фраз
  2. Обработка ключевых фраз
  3. Настройка параметров рекламной компании
  4. Создание объявлений
  5. Назначение ставок
  6. Модерация
  7. Начало компании – расклик
  8. Улучшение траффика.