



# КАК НАЙТИ КЛИЕНТОВ ЗА 2 ДНЯ

С ПОМОЩЬЮ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

# КАК ВЫГЛЯДИТ

7 из 17 мест – рекламные

купить часы — 117 млн ответов

- 1**  
**Центр выкупа элитных часов / vipstrupka-krasnodar.ru**  
**Реклама** vipstrupka-krasnodar.ru  
Купим в Краснодаре в день обращения элитные часы и vertu. Деньги сразу.
- 2**  
**Купить шикарные часы легко! / chasydeluxe.ru**  
**Реклама** chasydeluxe.ru Адрес и телефон  
Цены на брендовые часы от 3785 рублей! Гарантия - год! Заказывай он-лайн!  
Сделано в Европе Гарантия 1 год Распродажа Благодарные клиенты  
8 (800) 500-20-91 · Круглосуточно
- 3**  
**Купить шикарные часы легко! / chasymarket.ru**  
**Реклама** chasymarket.ru Адрес и телефон  
Цены на брендовые часы от 3985 рублей! Гарантия - год! Заказывай он-лайн!  
Распродажа Гарантия Оплата после примерки Бесплатная доставка по РФ  
+7 (800) 555-09-32 · Пн-вс 10:00-19:00
- 4**  
**Часы ведущих производителей. 170 брендов. Купить часы...**  
AllTime.ru  
Ищете, где купить наручные часы в Москве, Санкт-Петербурге или Ростове-на-Дону?  
Загляните в наши розничные магазины...  
Наручные часы Империя Часов Золотые часы Наручные часы
- 5**  
**Наручные часы — купить часы на руку, продажа ручных...**  
SotMarket.ru > Наручные часы  
Вы можете купить наручные часы в нашем интернет-магазине, заказав курьерскую доставку на удобное для вас время.

купить часы — 117 млн ответов

и украшения. Красота и здоровье.

- 13**  
**Купить часы в Краснодаре. широкий выбор напольных, кубantime.ru**  
**Реклама** kubantime.ru  
Напольные недорогие механические часы. Наручные часы женские. Настенные часы. Часы фирмы MIRROR.
- 14**  
**Часы от топ-брендов -70%! / westwing.ru**  
**Реклама** westwing.ru Адрес и телефон  
Эксклюзивные идеи для вашего интерьера. Регистрируйтесь и получите скидки!  
Аксессуары для Дома Дизайнерская Мебель Идеи для Декора Тренды  
8 (800) 3333699 · Пн-вс 8:00-21:00
- 15**  
**Магазин LAMODA: купить часы / lamoda.ru**  
**Реклама** lamoda.ru Адрес и телефон  
Новинки часов. Новая коллекция 2015 Доставка за наш счет по России  
Рейтинг магазина на Маркете ★★★★★  
+7 (800) 555-92-32 · Круглосуточно
- 16**  
**Купите модные наручные часы! / miniinthebox.com**  
**Реклама** miniinthebox.com  
Онлайн-магазин стильных наручных часов. Скидки до 30%. Доставка бесплатно  
Настенные часы Будильники Apple аксессуары
- 17**  
**Купите часы в интернет магазине! / alltime.ru**  
**Реклама** alltime.ru Адрес и телефон  
Купите часы в интернет магазине! Аккуратная доставка! Звоните!  
Швейцарские часы Японские часы Фэшн часы Скидки до 50%  
Рейтинг магазина на Маркете ★★★★★  
8 (800) 200-39-75 · Пн-вс 10:00-21:00

Вместе с «купить часы» ищут:

# КАК РАБОТАЕТ

- Запрос
- Показ
- Клики
- Оплата

# ВЫГОДЫ РАЗМЕЩЕНИЯ

- Точность
- Скорость
- Востребованность
- Любой бюджет
- Любая ниша

# ПОИСК И РСЯ

Абсолютно разные вещи!

Поиск – реклама в поисковике при вводе запроса.

РСЯ (Рекламная сеть Яндекса) – реклама на различных сайтах, которые являются партнерами Яндекса (догоняющая реклама).

- Разные правила показа
- Разные правила формирования цены за клик

Обязательно разделять на разные кампании!

Выбирать разные стратегии и настройки!



# БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ

- Показ – пользователь увидел Ваше объявление
- Клик – пользователь нажал на объявление и перешел на сайт
- Блоки показа: спецразмещение, гарантия, динамика (вверху, внизу, на 2 и последующих страницах)
- CTR – кол-во кликов / кол-во показов \* 100%
- Ключевые слова – слова, при вводе которых будет показано объявление
- Минус слова – слова, в сочетании с которыми реклама показываться не будет

# ОТЛИЧИЕ ЗАПРОСА И КЛЮЧЕВОЙ ФРАЗЫ

- Запрос – словосочетание, которое пользователь вводит в поисковую строку
- Ключевая фраза – словосочетание, которое присутствует в Вашей рекламной кампании, и запускает показ объявления по ряду запросов

Запрос ≠ ключевая фраза

# ВИДЫ КЛЮЧЕВЫХ ФРАЗ

- Прямого спроса: горячие и теплые
- Косвенного спроса (ищут конкурентов, или товар-аналог)
- Информационные (ищут доп. информацию)
- Околоцелевые (смежные тематики)
- Искусственная семантика



# СЛОВООБРАЗОВАНИЕ. ДИРЕКТ НЕ РАЗЛИЧАЕТ:

- Число (стол, столы)
- Падеж (столов, столом, стол)
- Лицо (иду, идешь, идут, идем)
- Порядок слов (синий стол = стол синий)
- Дефис
- Глаголы, причастия, деепричастия (делать, делающий, делая, делал)
- Предлоги, союзы (в, на, с, от и т.д. не учитываются)
- Род (делала, делала)
- Превосходная и сравнительная степени прилагательных (большой, больше, наименьший)

# ПОКАЗЫ

По каким запросам в действительности запускает показ ключевая фраза?

The screenshot displays a search engine interface with two main sections. On the left, an advertisement is shown for a heating service in Krasnodar. On the right, a table lists search terms and their productivity scores.

**Advertisement Details:**

- Group: Группа 5 (1 объявление)
- № M-1303892214
- Отопительный!**
- Комплексное решение с отоплением в Краснодаре! Гарантия производителя! Жми!
- [↗ Адрес и телефон](#)
- Regions: Регионы показа: Краснодар
- Supplements: Дополнения: быстрые ссылки

**Search Terms Table:**

Фраза ↑	Продуктивность ?
отопительный ...	8.1

# ПОКАЗЫ

Ключевое слово: отопительный

- Отопительный прибор
- Отопительный сезон
- Отопительная батарея
- Отопительная печь
- Отопительные системы
- И т.д.

Что искали со словом «отопительный» — 231 968 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">отопительный</a>	231 968
<a href="#">отопительные котлы</a>	64 123
<a href="#">отопительные печи</a>	37 551
<a href="#">отопительный сезон</a>	31 530
<a href="#">отопительные системы</a>	28 539
<a href="#">отопительное дома</a>	16 931
<a href="#">отопительные приборы</a>	14 138
<a href="#">газовые отопительные</a>	12 343
<a href="#">купить отопительную</a>	10 872
<a href="#">отопительно варочная</a>	10 720
<a href="#">отопительное оборудование</a>	9 974
<a href="#">отопительно варочные печи</a>	9 973
<a href="#">электрические отопительные</a>	9 337
<a href="#">котел отопительный газовый</a>	9 059



# НАСТРОЙКА ЯНДЕКС. ДИРЕКТ

ЗА 2 ЧАСА

# СБОР ТОЛЬКО ГОРЯЧЕЙ СЕМАНТИКИ

Берем только ключевики прямого спроса с продающими добавками.

Где и как?

Как называется товар/услуга, с учетом морфологии (детский/для детей)

детский планшет	купить
планшет для детей	заказать
	заказ
	цена

Перемножаем на [adpump.ru](http://adpump.ru)

# СОБИРАЕМ ВЛОЖЕННЫЕ ЗАПРОСЫ

детский планшет купить

детский планшет заказать

детский планшет заказ

детский планшет цена

планшет для детей купить

планшет для детей заказать

планшет для детей заказ

планшет для детей цена



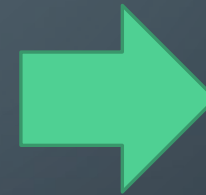
Вручную из Wordstat

словоеб

кей коллектор



Отбираем минус  
слова



200-1000  
слов



# ДЕЛАЕМ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Заголовок

автоподстановка

● **Заказать учебники - Большой выбор учебников.**

Реклама my-shop.ru

Доставка курьером, почтой, или самовывозом. текст

Канцтовары Федеральный перечень учебников Доставка учебников Скидки

быстрые  
ссылки

Контактная информация · +7 (800) 100-53-38 · пн-пт 9:00-21:00 яндекс визитка

★★★★☆ Магазин на Маркете · Москва 18+ дисклеймер

# ДЕЛАЕМ ОБЪЯВЛЕНИЯ

- 1 фраза = 1 объявление
- Повторяем ключевую фразу в заголовке, но не бездумно. Приводим ее к читабельному виду. По необходимости убираем/добавляем слова.
- Текст – формируем собственное УТП на основе болей!
- Быстрые Ссылки – доп. преимущества

Делаем в Excel.

# ПЕРЕМИНУСОВКА И ЗАЛИВКА

Переминусовка:

Купить айфон – 50 рублей

Купить айфон 6 белый 64 гб – 18 рублей

Делаем на [adpump.ru](http://adpump.ru)

Скачиваем шаблон Яндекса и переносим все туда

Загружаем через интерфейс, с помощью загрузки из xls

# РЕЗУЛЬТАТ

Всего по кампании	Ср. расход за день, у.е.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Метрика »	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
с 26.03.14 по 15.05.14	2.04	15976	1793	11.22	100.00	0.06		1.26	31	2.06	3.23

## Суммарные данные по кампании

[Показать график](#)

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
27.03.2014, чт	33	2	6.06	0.11	0.06	1.00	0	0.00	—
28.03.2014, пт	313	35	11.18	1.92	0.05	1.18	1	3.57	1.92
29.03.2014, сб	827	36	4.35	1.92	0.05	1.26	1	3.23	1.92
30.03.2014, вс	1346	56	4.16	2.91	0.05	1.40	1	2.22	2.91
31.03.2014, пн	1198	56	4.67	3.12	0.06	1.29	0	0.00	—
01.04.2014, вт	491	50	10.18	2.83	0.06	1.22	0	0.00	—
02.04.2014, ср	412	44	10.68	2.42	0.06	1.11	0	0.00	—
03.04.2014, чт	304	49	16.12	2.72	0.06	1.44	3	7.32	0.91
04.04.2014, пт	469	52	11.09	2.73	0.05	1.16	1	2.22	2.73
05.04.2014, сб	302	44	14.57	2.40	0.05	1.24	1	2.70	2.40
06.04.2014, вс	243	37	15.23	1.92	0.05	1.23	1	3.23	1.92
07.04.2014, пн	350	54	15.43	2.89	0.05	1.57	2	4.55	1.45
08.04.2014, вт	270	43	15.93	2.38	0.06	1.45	1	2.63	2.38
09.04.2014, ср	229	36	15.72	2.10	0.06	1.12	0	0.00	—



# ТОП-10 КРИТИЧЕСКИХ ОШИБОК

КОТОРЫЕ ДЕЛАЮТ 95% РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

# ТОП-10 ОШИБОК

- Ключевики для разных товаров/услуг собраны в одной кампании = кампании нарезаны по принципу количества ключевых слов
- Одна и та же кампания работает для поиска и рся
- Все слова взяты в кавычки
- Одно объявление на несколько разных ключевых слов
- Отсутствие внятного УТП
- Выбрана стратегия «Показ в блоке по мин. цене» - в спецразмещении
- Несоответствие предложения в объявлении предложению на сайте
- Отсутствие ЮТМ-меток
- Не подключена аналитика



# И ЕЩЕ 7

Которые на 98% свидетельствуют о непрофессионализме подрядчика:

- Не проработана функция автоподстановки – второй заголовок
- Быстрые ссылки вида: контакты, о нас, галерея
- Отсутствие Яндекс Визитки
- Заголовок – точная копия ключевика, без проработки
- Включен показ по дополнительным релевантным фразам более чем на 50%
- Кол-во ключевых фраз менее 100
- Рассказы о «волшебных галочках»



# ТИПИЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

ПРИЧИНЫ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ

# КЛИКИ ЕСТЬ, ЗАЯВОК НЕТ = ДИРЕКТ НЕ РАБОТАЕТ

что смотреть:

- % отказов (если больше 35, скорее всего трафик не целевой)
- по каким запросам к Вам заходят люди, на сколько они целевые (правильно ли проработаны ключевые слова)
- сколько времени они проводят на сайте/сколько страниц смотрят (интересен ли им сайт)
- что написано в Ваших объявлениях, есть ли это на сайте (легко ли людям найти эту информацию)
- на сколько Ваше УТП привлекательно и отвечает потребностям рынка (может у Вас реально дороже, или другие возят бесплатно)
- проверяем контактные данные и работоспособность форм на сайте (где-то может быть косяк)

# СЛЕДИТЕ ЗА САЙТОМ!

- не проплатили домен/хостинг
- реклама ведет на страницу 404
- кровь из глаз
- не хочу ничего менять, это все реклама
- это же крутая фишка, как она может не нравиться людям
- цели в Метрике – это обязательная работа программиста



# ЧТО УМЕЕТ GOOGLE ADWORDS

В ОТЛИЧИЕ ОТ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

# ЧТО УМЕЕТ GOOGLE ADWORDS

- 35% рынка контекстной рекламы в России
- Показатель качества аккаунта
- Дополнительные элементы в объявлениях для увеличения CTR (отображаемый урл, уточнения, подписчики)
- Автоматизированные правила (отключение слов с низким CTR, управление ставками)
- Баннеры в КМС
- Геотаргетинг по карте
- Несколько видов таргетинга в КМС: на ключевые слова (по содержанию сайтов), на места размещения (по адресам сайтов), на темы (по темам сайтов), на категории интересов (по интересам посетителя)
- Ремаркетинг на сайты конкурентов



# ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Быстро – Весело – Понятно

За 2 дня создаем свои рекламные кампании:

1. На поиске
2. В РСЯ
3. Ретаргетинг

Делаете все своими руками, под руководством специалиста.

Стоимость – 5000 руб.

# РЕЗУЛЬТАТ С ПОСЛЕДНЕГО ОБУЧЕНИЯ

Дмитрий Терещенко, Краснодар

Ниша: продажа квартир по военной ипотеке

Было: реклама, которая не приносила ничего

Результат: вложил в Директ 2800 руб, за 2 недели после тренинга заключил 1 сделку, заработал 41 000 руб.

