

# Яндекс Директ

## Урок 4: РСЯ

**Ведущий:**

Антон Петроченков



CONVERT  
MONSTER

[Edu@cmteam.ru](mailto:Edu@cmteam.ru)

# Этапы создания рекламной кампании

- **Сбор семантического ядра**
- **Определение УТП и конкурентный анализ рынка**
- **Составление текстов объявлений**
- **Расчет ставок**
- **Загрузка кампании на аккаунт**
- **Создание расширений на кампании**
- *Подключение РСЯ*
- **Настройка счетчиков аналитики**
- **Отсев неэффективных ключей и площадок**

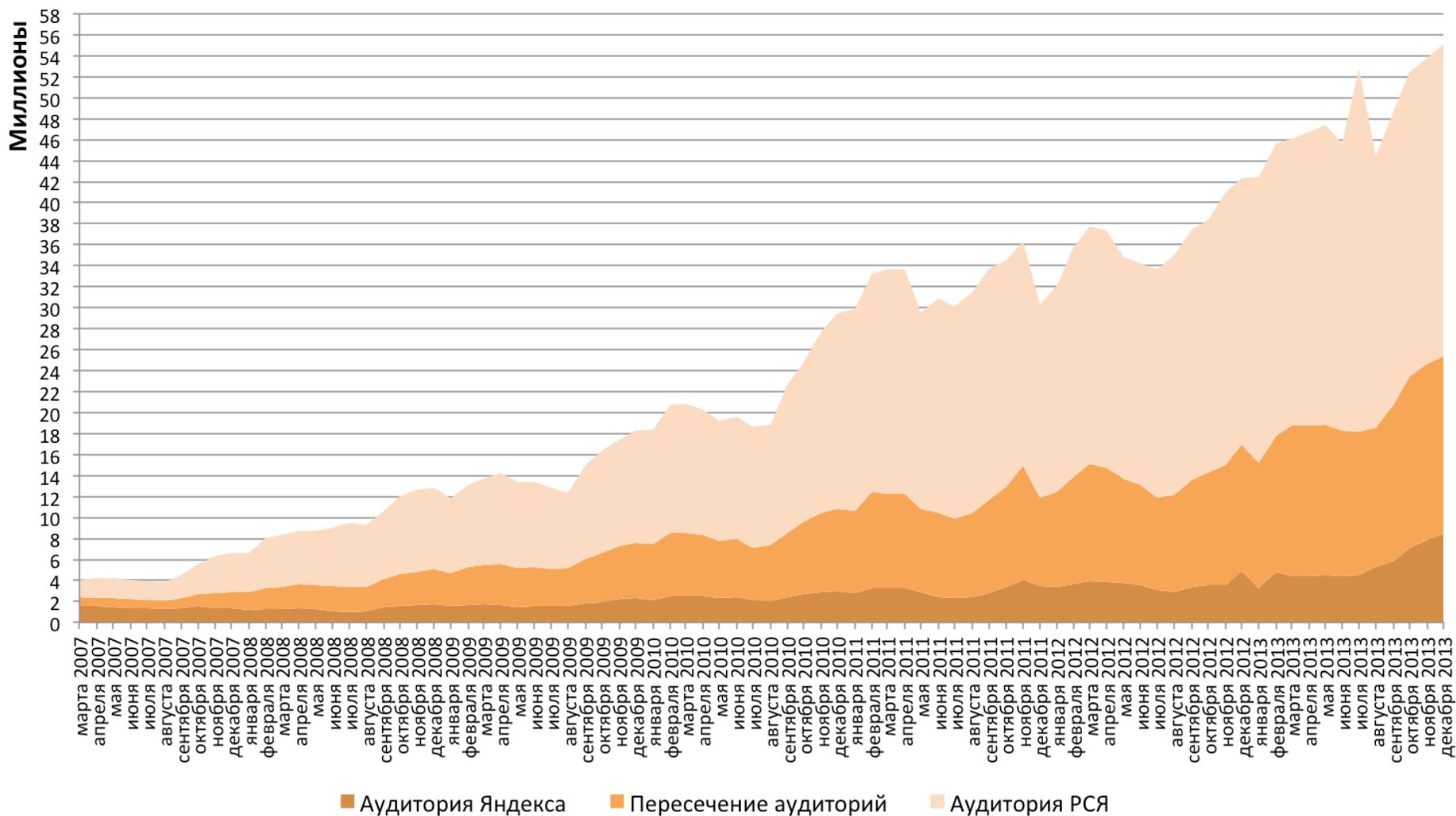
# Рекламная сеть Яндекса

**Площадки:** mail.ru, avito.ru, mail.yandex.ru и тп

**Тип объявления:** текстовое провокационное объявление с картинкой

**Охват на 2014 год:** 56 миллионов человек

## Совокупная аудитория Яндекс.Директа и Рекламной сети Яндекса



Показатель	Поиск	РСЯ
Ключевые слова	СЧ, НЧ	СВЧ и ВЧ
Дополнительные Релевантные фразы	Выключены	Включены
Ставки	Попадание в спецразмещение	Поиск/5
Тип текста	Точный тезисный ответ на вопрос	«Желтые» заголовки
Изображение в тексте	Нет	Да
Быстрые ссылки	Да	Да

# Виды таргетинга

- Поведенческий
- Таргетинг по площадкам
- Ремаркетинг

# Поведенческий таргетинг

## **Принцип работы:**

В куки файл записывается история запроса пользователя

## **Площадки:**

- Почтовые сервисы
- Доски объявлений
- Сайты знакомств и соц сети
- Развлекательные порталы

# Таргетинг по площадкам

## Принцип работы:

Набор ключевых слов описывает содержание площадок

## Площадки:

- Близкие по тематике

# Ремаркетинг

## **Принцип работы:**

В куки файл записывается информация о посещении сайта и выполнении определенных целей

## **Площадки:**

- Любые

# Модель «Космополитен»

Космополитен	Яндекс.Директ
Большая любовь Что нужно знать о сексе к 30 годам	Квартира в Москве Что нужно знать о покупке недвижимости каждой семье. Жми!
Чего хочет мир 17 стран провели секс-опрос	Чего хочет мир 17 стран провели опрос и выбрали лучший тренинг по личностному росту. Жми!
Куда уходит секс? 3 научные версии	Куда уходят ваши клиенты? Узнай 3 ошибки на сайте, которые совершают 95% маркетологов

# Стратегия показов

- Независимое управление для разных типов площадок
- На поиске: пока отключены
- В рекламной сети Яндекса: максимально доступный охват

# Модель «Выгода» (РСЯ)

***Заголовок ключ***

*Выгода клиента. Свойства продукта. СТА*

**Компьютеры DELL для бизнесменов**

Идеально для командировок, работает 8 часов без подзарядки! Попробуй!

# Модель «Отрицание» (РСЯ)

***Заголовок-провокация***

*Подогрев интереса. Призыв к действию!*

**Не покупай плюшевого медведя**

**Пока не прочитаешь эту статью! Заходи!**

# Что влияет на цену и охват?

- Ставка
- Регион
- Текст объявления

# Установка UTM меток

- Utm\_source = yandex.context
- Utm\_medium=cpc
- Utm\_campaign=nazvanie\_kampanii
- Utm\_term=image1
- Utm\_content=text1

# Как создать кампанию на РСЯ

- Написать 5 текстов
- Подобрать 5 картинок
- Сформировать 5 групп объявлений (разные тексты, один и тот же набор картинок)
- Пометить UTM метками
- Загрузить через Direct.Commander

# Домашнее задание

- Отобрать СВЧ, ВЧ и СЧ запросы
- Создать 5 текстов объявлений
- Подобрать 5 картинок
- Разметить ссылки UTM метками
- Загрузить на аккаунт и запустить