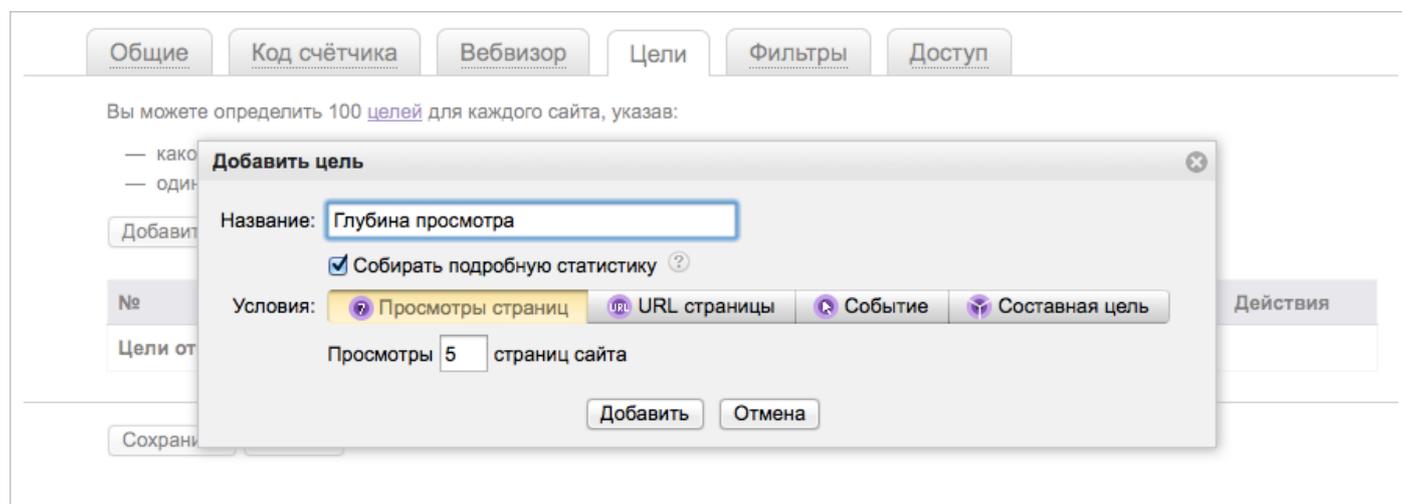


Быстрая настройка трафиковой рекламной кампании в Яндекс.Директ

	Действие		Комментарий
1.	Устанавливаем Яндекс.Метрику на сайт	<input type="checkbox"/>	
2.	Прописываем цели в Яндекс.Метрике	<input type="checkbox"/>	
3.	Добавляем в корень сайта favicon.ico и robots.txt	<input type="checkbox"/>	
4.	Добавляем на сайт политику конфиденциальности и контакты	<input type="checkbox"/>	
5.	Исследуем конкурентов	<input type="checkbox"/>	
6.	Выделяем понравившиеся объявления	<input type="checkbox"/>	
7.	Идем в прогноз бюджета в аккаунте Яндекс.Директ	<input type="checkbox"/>	
8.	Подбираем ключевые слова	<input type="checkbox"/>	
9.	Добавляем объявления	<input type="checkbox"/>	
10.	Выключаем показ объявлений на поиске	<input type="checkbox"/>	
11.	Включаем мониторинг сайта	<input type="checkbox"/>	
12.	Пишем текст объявления	<input type="checkbox"/>	
13.	Добавляем в текст Заберите... Возьмите... Реальный...	<input type="checkbox"/>	
14.	Подбираем качественные изображения в pinterest.com	<input type="checkbox"/>	
15.	В объявление в нашу ссылку добавляем utm	<input type="checkbox"/>	
16.	Добавляем ключевые слова из прогноза бюджета	<input type="checkbox"/>	
17.	Выставляем цену клика	<input type="checkbox"/>	
18.	Скачиваем Директ Коммандер	<input type="checkbox"/>	
19.	Выгружаем кампанию в Директ Коммандер	<input type="checkbox"/>	
20.	Копируем и вставляем объявление в ту же группу	<input type="checkbox"/>	
21.	Создаем 16 объявлений по принципу 4x4	<input type="checkbox"/>	
22.	Отправляем кампанию на модерацию	<input type="checkbox"/>	
23.	Стараемся, чтобы изображения прошли модерацию	<input type="checkbox"/>	
24.	Пополняем бюджет	<input type="checkbox"/>	
25.	Получаем первые клики	<input type="checkbox"/>	
26.	После ~ 600 кликов анализируем кампанию	<input type="checkbox"/>	
27.	Строим отчет в Конструкторе Отчетов Яндекс Метрики	<input type="checkbox"/>	
28.	Выявляем конверсионные объявления	<input type="checkbox"/>	
29.	Отключаем неэффективные объявления	<input type="checkbox"/>	
30.	Создаем еще объявления	<input type="checkbox"/>	

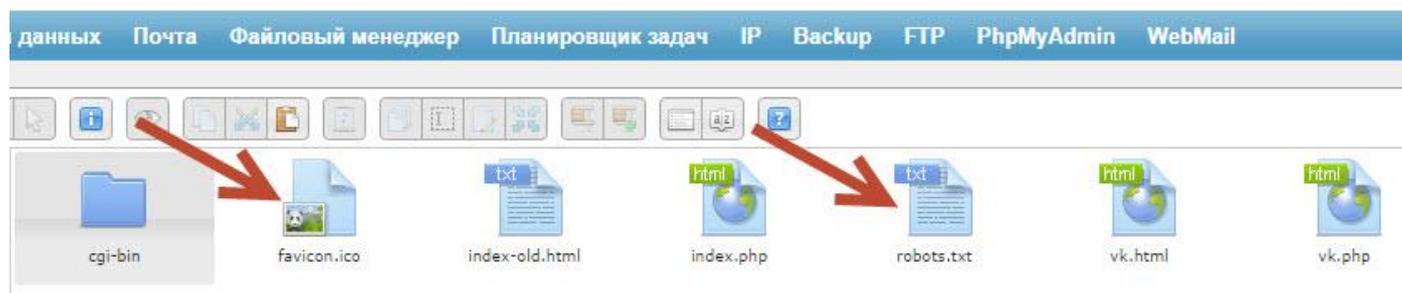
2. Прописанные цели в [Яндекс.Метрике](#) нужны для отслеживания эффективных объявлений и использования инструмента ретаргетинг в Яндекс.Директ.



3. Favicon.ico и robots.txt – это файлы к которым обращается робот Яндекс.Директ при проверке доступности сайта, когда добавляем ссылку в объявление

Favicon.ico [маленькое изображение \(иконка\)](#), которая отображается на вкладке браузера при открытии сайта. Если эта иконка есть в корне сайта, то она будет отображаться при показе объявлений рядом с заголовком.

Robots.txt специальный файл, который управляет поведением роботов на сайте, в нем можно [запретить индексацию страниц сайта](#).



4. Политика конфиденциальности и контактные данные (можно ссылку на страницу контактов) необходимы для успешного прохождения модерации

Copyright © 2014. Азамат Ушанов. Все права защищены.
ИП Ушанов Азамат Мирасович. ОГРН 308027803000052
[Служба поддержки](#) | [Соглашение на обработку персональных данных](#)

5. Наличие объявлений конкурентов, говорит нам, что в нише есть деньги. И мы можем отметить, какие тексты объявлений и изображения больше всего нам нравятся.

7. Инструмент прогноза бюджета доступен только зарегистрированным пользователям Яндекса (например, почта Яндекса). Очень удобный инструмент для подбора ключевых слов. Попасть на него можно из интерфейса Яндекс.Директ.

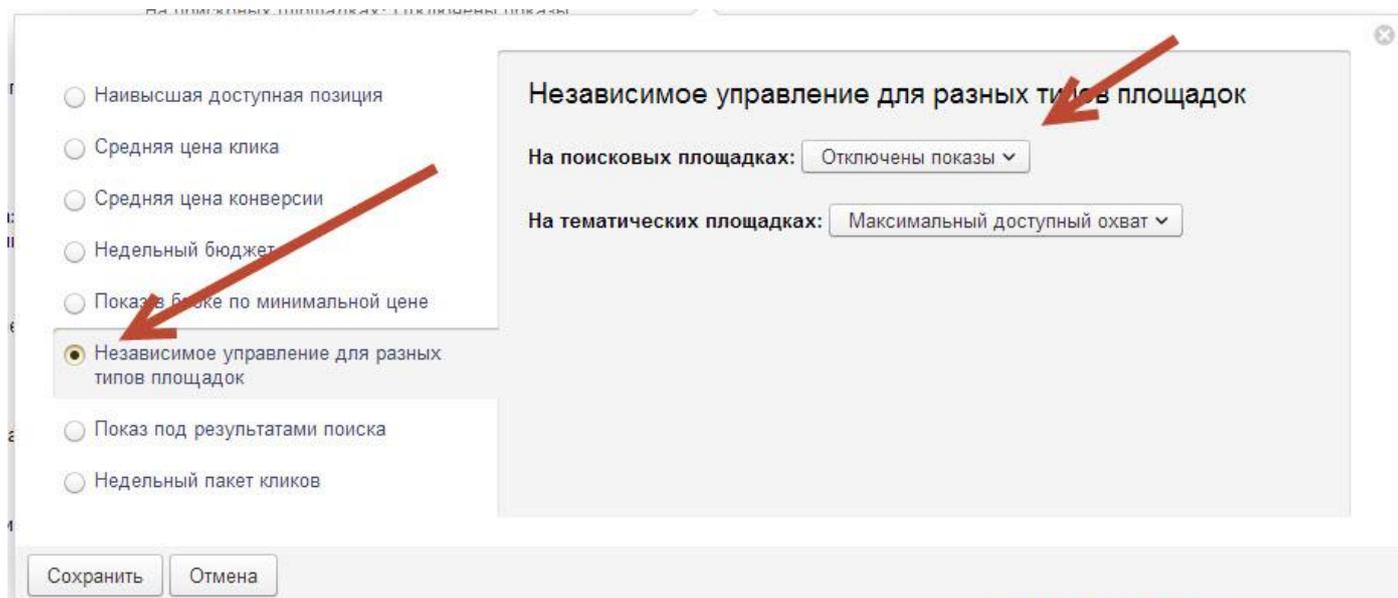
Трафиковая рекламная кампания на тематических площадках Яндекс.Директ



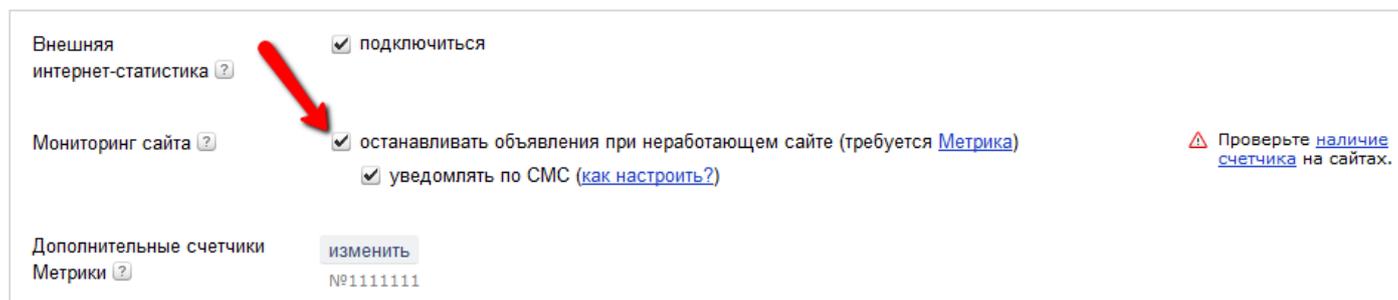
8. Нам нужны общие ключевые слова, которые характеризуют нишу. (Например, для продажи кирпича – как построить дом, строительство дома, ну и естественно, купить кирпич и т.д.)

9. Нажимаем «Добавить объявления» в другой вкладке. Вкладка «Прогноз бюджета» должна быть открыта

10. Для того чтобы наши объявления показывались только на тематических площадках, нужно выбрать стратегию Независимое управление для разных типов площадок -> На поиске «Отключены показы». На тематических площадках оставьте «максимальный охват».



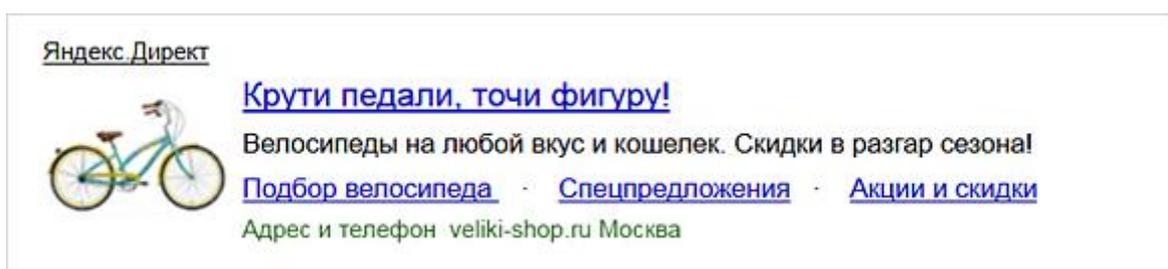
11. Мониторинг сайта нам необходим для того, чтобы, когда наш сайт стал недоступным Яндекс.Директ отключил показы наших объявлений, чтобы мы сэкономили наш [бюджет](#).



12. Самый простой способ написать текст объявления – это взять заголовок вашего сайта и добавить призыв к действию.

13. Призывы к действию «Заберите...», «Возьмите...» повышают [кликабельность](#), а также слова «Реальный», «Ультра»

14. Качественные тематические изображения повышают кликабельность объявлений на сайтах партнерах Яндекса. Нужно помнить, что не все изображения пройдут [модерацию](#). Необходимо подобрать, как минимум, 4 тематических изображений.



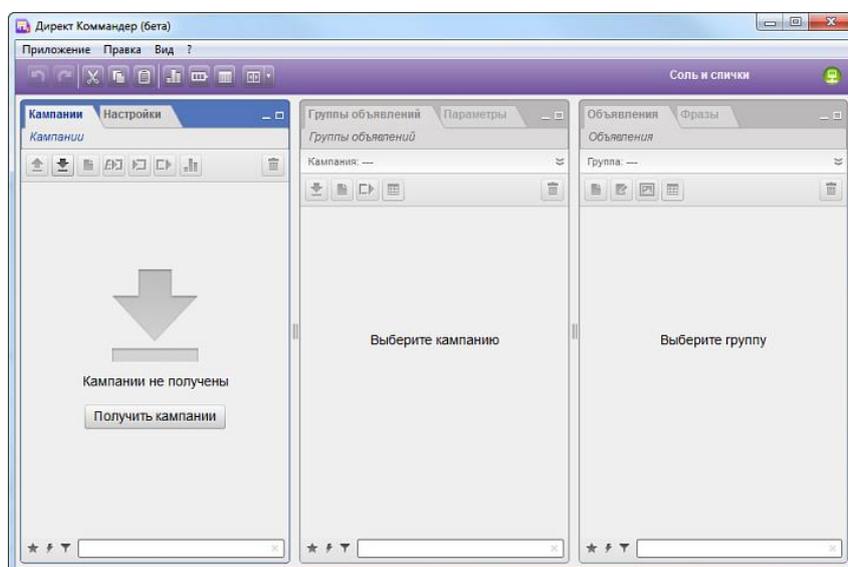
15. UTM метки позволяют нам пометить каждое объявление с помощью [макросов](#), что в свою очередь помогает определить наиболее конверсионные объявления (объявления, которые приводят к продаже)

Пример utm меток с макросами Яндекс.Директ с автоматической подстановкой номера объявления и ключевых слов без кавычек, а также домена с которого произошел переход.

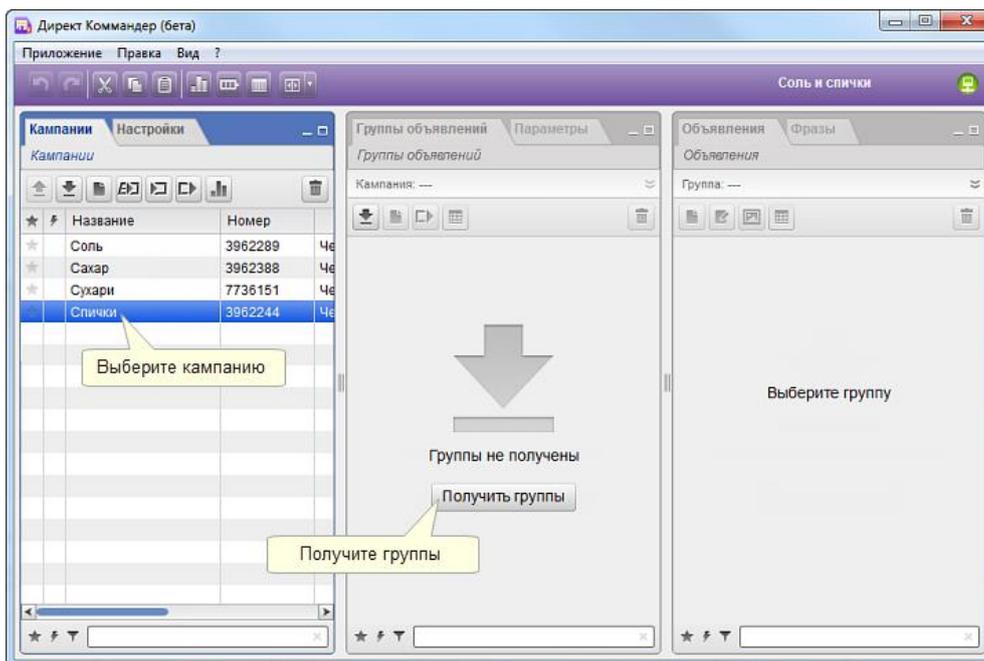
$?utm_source = yandexdirect - \{source\} \&utm_medium = cpc \&utm_term = \{keyword\} \&utm_content = \{ad_id\} \&utm_campaign = myNew$

17. Важно помнить, что минимальная цена за клик, при которой происходит показ изображения около объявления 3 руб. или 0.1 у.е.

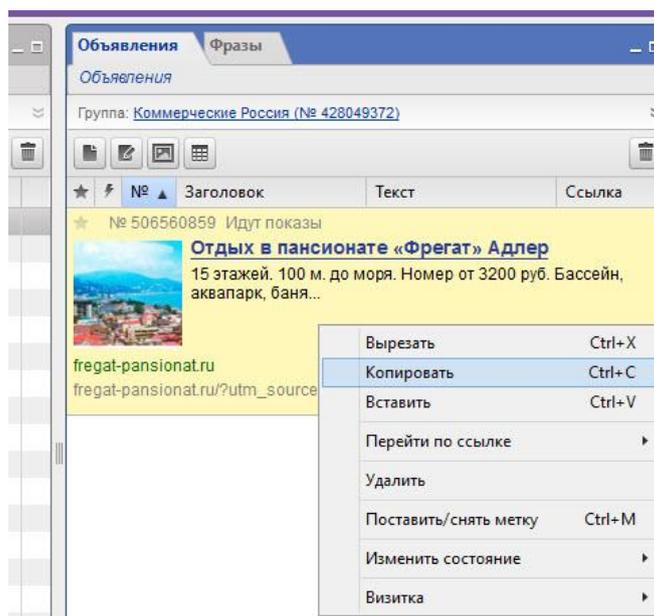
18. Ссылка на программу для управления рекламными кампаниями [Директ Коммандер](#) находится на главной странице Яндекс.Директ



19. Нажмите «Получить кампании» и затем «Получить группы»



20. Объявления копируются на вкладке объявления внутри интерфейса Директ Коммандера.



21. 16 объявлений создаются по принципу 4 изображения – 4 текста объявления

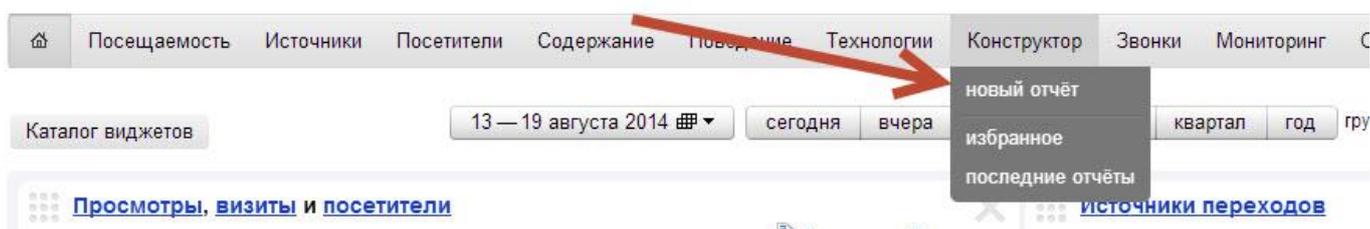
Изображение1	Текст1
Изображение2	Текст1
Изображение3	Текст1
Изображение4	Текст1
Изображение1	Текст2
Изображение2	Текст2
Изображение3	Текст2
Изображение4	Текст2
Изображение1	Текст3
Изображение2	Текст3
Изображение3	Текст3
Изображение4	Текст3
Изображение1	Текст4

Изображение2	Текст4
Изображение3	Текст4
Изображение4	Текст4

23. Внимательно смотрим причины отклонения на модерации, вносим изменения перед тем, как отправить заново объявления на модерацию. Изображения нам нужны, чтобы на тематических площадках наши объявления оставались кликабельными.

24. Бюджет нужно пополнить, чтобы выдержать количество кликов в размере 400-600, если у нас цена клика 3 руб., то получается нам нужно положить на рекламу минимум 1400 руб. Минимальное пополнение по правилам Яндекс.Директ 300 руб. или 10 у.е.

27. Конструктор отчетов строится в аккаунте [Яндекс.Метрики](#) для его грамотного построения нам как раз и нужны utm метки.



Затем введите следующие параметры и нажмите «Построить отчет»

13 — 19 августа 2014 ▾ сегодня вчера **неделя** месяц кварта

Построить отчёт по: ?

UTM source ▾	▼ ▲ - +
UTM medium ▾	▼ ▲ - +
UTM campaign ▾	▼ ▲ - +
UTM term ▾	▼ ▲ - +
UTM content ▾	▼ ▲ - +

Посчитать: ?

количество уникальных посетит ▾	▼ ▲
кол-во достижений цели «Брон ▾	сумма ▾ ▼ ▲
кол-во достижений цели «Обра ▾	сумма ▾ ▼ ▲

28. Наиболее конверсионные объявления можно выявить, выставив фильтр внутри конструктора отчетов.

Трафиковая рекламная кампания на тематических площадках Яндекс.Директ

Отчёт по UTM source, UTM medium, UTM campaign, UTM term и UTM content; посчитать количество уникальных посетителей, сумма кол-ва достижений цели «Бронь», сумма кол-ва достижений цели «Обратный звонок - форма справа», сумма кол-ва достижений цели «Клик по кнопке Оставить заявку на бронирование» и сумма кол-ва достижений цели «Клик по ссылке Подробнее»

UTM source	UTM medium	UTM campaign	UTM term	UTM content	Количество уникальных посетителей	Сумма кол-ва достижений цели «Бронь»	Сумма кол-ва достижений цели «Обратный звонок - форма справа»	Сумма кол-ва достижений цели «Клик по кнопке Оставить заявку на бронирование»	Сумма кол-ва достижений цели «Клик по ссылке Подробнее»
1. yandexDirect	cpc	brendSearchMoscow	2513500288	495996842	36	3 (21.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
2. yandexDirect	cpc	brendSearchRussia	2513505507	495998104	26	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
3. yandexDirectRSY-e.mail.ru	cpc	rsyVitDen	2480897755	497860676	22	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.7%)
4. yandexDirectRSY-turpogoda.ru	cpc	rsyVitDen	2482055340	497860676	21	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
5. yandexDirectRSY-pogoda.turtella.ru	cpc	rsyVitDen	2482055340	497860676	18	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
6. yandexDirectRSY-tv.yandex.ru	cpc	rsyVitaliy	2482069921	484981692	13	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
7. yandexDirectRSY-forum.allsochi.info	cpc	rsyVitDen	2482055340	497860676	9	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
8. yandexDirectRSY-pogoda.yandex.ru	cpc	rsyVitDen	2482064175	497860679	3	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
9. yandexDirect	cpc	commercialSearchRussia	2513486580	495992408	6	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
10. yandexDirectRSY-adler.su	cpc	rsyVitDen	2482069921	497860681	5	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
11. yandexDirectRSY-...	cpc	rsyVitDen	2482055346	497860676	2	1 (7.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

29. Неэффективные объявления можно смело отключать и отправлять в архив, чтобы они не забирали показы наиболее эффективных.

30. При необходимости увеличить трафик нужно расширить сегмент ключевых слов и заново составить объявления.

Изменяя максимальную цену за клик можно попасть на более хорошие и эффективные ресурсы.