



Бизнес Молодость



**Часто используемые  
правила**



В этом материале мы приведем несколько настроек для часто используемых правил, которые могут вам пригодиться.

## 1. Включение/отключение рекламных объявлений по расписанию

Предположим, вы хотите автоматически включить показ объявлений с акциями именно 23 февраля на один день. В этом случае правило может выглядеть следующим образом:

Создайте правило: **Включение объявлений**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. [Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил.](#)  
В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. [Подробнее...](#)

Область применения

Автоматическое действие: **Включение объявлений**

Требования:

[+ Добавить](#)

Частота:    с использованием данных от

(GMT+03:00) Москва+00 – Москва

Обратите внимание: правило может быть запущено в любое время в течение указанного часа.

Название правила:

Отправлять результаты по электронной почте:

В качестве требования задано наличие в тексте фразы 23 февраля – будьте внимательны: если какие-то тексты объявлений не имеют подобной фразы, они не будут включены, и нужно будет добавить еще одно требование именно для них.

Не забудьте создать еще одно аналогичное правило, которое будет выключать такие объявления:

Создайте правило: **Приостановка объявлений**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. [Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил.](#)  
В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. [Подробнее...](#)

Область применения

Автоматическое действие: **Приостановка объявлений**

Требования:

[+ Добавить](#)

Частота:    с использованием данных от

(GMT+03:00) Москва+00 – Москва

Обратите внимание: правило может быть запущено в любое время в течение указанного часа.

Название правила:

Отправлять результаты по электронной почте:

Предварительный просмотр результатов  Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр

А также правило, которое остановит другие объявления, если это требуется.



## 2. Включение/отключение рекламных объявлений по выходным дням

Аналогичным образом можно задать правило, которое будет включать определенные объявления только по выходным дням:

Создайте правило: **Приостановка объявлений**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил. В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. Подробнее...

Область применения: Выбранные объявления (48)

Автоматическое действие: **Приостановка объявлений**

Требования: Текст объявления содержит Выходные

+ Добавить

Частота: Ежедневно, Суббота, 0 с использованием данных от: Прошлая неделя (пн-вс)

Название правила: Включение по выходным

Отправлять результаты по электронной почте: Только при наличии изменений или ошибок

Предварительный просмотр результатов | Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр

И аналогично выключать в воскресенье. Его приводить не будем.

## 3. Корректировка ставок на эффективные ключевые слова

Вы можете создать правило, которое будет повышать максимальные ставки на группы объявлений (на 20 %), что принесли за прошлую неделю более 10 конверсий по требуемой для вас цене (400 рублей).

Создайте правило: **Изменение максимальной цены за клик по умолчанию на уровне групп объявлений**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил. В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. Подробнее...

Область применения: Все группы объявлений, кроме удаленных, в кампания

Автоматическое действие: Повысить ставку 20 % Макс. ставка P

Требования: Конверсии > 10  
Стоимость конверсии < P 400

+ Добавить

Частота: Ежедневно, Понедельник, 0 с использованием данных от: Прошлая неделя (пн-вс)

Название правила: Изменение максимальной цены за клик по

Отправлять результаты по электронной почте: Только при наличии изменений или ошибок

Предварительный просмотр результатов | Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр



## 4. Отключение ключевых слов с низким показателем качества

Мы с вами знаем, что показатель качества – это важнейший элемент при формировании фактической цены за клик. Если показатель качества низкий, мы переплачиваем за клик. В этом случае стоит изучить наши объявления и посадочные страницы и внести соответствующие изменения в рекламные кампании.

Правило может выглядеть следующим образом:

Создайте правило: **Приостановить ключевые слова**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил. В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. Подробнее...

Область применения <sup>?</sup> Все ключевые слова, кроме удаленных, в кампании ▾

Автоматическое действие **Приостановить ключевые слова**

Требования <sup>?</sup> Показ. кач-ва ▾ < ▾ 3 ✕

+ Добавить

Включить ключевые слова с показателем качества "-". Подробнее...

Частота <sup>?</sup> Ежедневно ▾ Понедельник ▾ 0 ▾ с использованием данных от Пролетная неделя (пн-сб) ▾ <sup>?</sup>  
(GMT+03:00) Москва+00 – Москва

Обратите внимание: правило может быть запущено в любое время в течение указанного часа.

Название правила

Отправлять результаты по электронной почте

Предварительный просмотр результатов  Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр

Обратите внимание: ключевые слова, для которых показатель качества не определен, будут работать, и при каждом срабатывании правила вам будет приходить на почту уведомление.

## 5. Остановка объявлений с низким CTR

Аналогичным образом можно настроить правило на отключение объявлений, которые за прошедшую неделю получили CTR намного ниже среднего:

Создайте правило: **Приостановка объявлений**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил. В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. Подробнее...

Область применения <sup>?</sup> Выбранные объявления (48) ▾

Автоматическое действие **Приостановка объявлений**

Требования <sup>?</sup> CTR ▾ < ▾ 0,1 % ✕

Число показов ▾ >= ▾ 1000 ✕

+ Добавить

Частота <sup>?</sup> Ежедневно ▾ 0 ▾ с использованием данных от За последние семь дней ▾ <sup>?</sup>  
(GMT+03:00) Москва+00 – Москва

Обратите внимание: правило может быть запущено в любое время в течение указанного часа.

Название правила

Отправлять результаты по электронной почте

Предварительный просмотр результатов  Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр



## 6. Управление бюджетом

Если у вас нет возможности проводить аналитику и вручную управлять дневным бюджетом, настройте правило, которое будет повышать или, наоборот, понижать дневные бюджеты кампаний в зависимости от количества и конверсий и их стоимости.

Создайте правило: **Изменить дневной бюджет**

Автоматизированные правила помогают сэкономить время, так как применяются сразу ко всему аккаунту на основе заданных критериев. [Узнайте, как создавать правила и изучите примеры часто используемых правил.](#)  
В некоторых случаях выполнение правил не гарантируется, поэтому рекомендуем вам регулярно проверять соблюдение установленных правил. [Подробнее...](#)

Область применения <sup>?</sup> Все кампании, кроме удаленных ▾

Автоматическое действие: Повысить дневной бюджет ▾ 10 % ▾  Макс. бюджет <sup>?</sup> Р 5000

Требования <sup>?</sup>

Конверсии ▾ > ▾ 10 ×

Стоимость конверсии ▾ < ▾ Р 400 ×

+ Добавить

Частота <sup>?</sup> Ежедневно ▾ Понедельник ▾ 21 ▾ с использованием данных от: Последние 30 дней ▾ <sup>?</sup>  
(GMT+03:00) Москва+00 – Москва  
день недели Ч.  
Обратите внимание: правило может быть запущено в любое время в течение указанного часа.

Название правила: Изменить дневной бюджет

Отправлять результаты по электронной почте: Только при наличии изменений или ошибок ▾

Предварительный просмотр результатов  Перед сохранением рекомендуется выполнить предварительный просмотр

Как видите, область применения правил очень широка и упирается только на вашу фантазию. Однако, как вы могли заметить, в этом списке нет правил, относящихся к кампаниям контекстно-медийной сети.

Самая очевидная задача, которая могла бы решаться с помощью правил, – это отключение неэффективных площадок. Например, если с каких-то площадок контекстно-медийной сети идет большой объем трафика, который при этом не конвертируется в заявки, такие площадки лучше отключать. К сожалению, автоматические правила не применимы для площадок контекстно-медийной сети, выбранных Google AdWords автоматически. Задать соответствующее правило возможно только для площадок, добавленных в КМС кампании вручную.

Решить задачу автоматического отключения площадок нам придется с помощью скриптов, о которых мы будем говорить на следующем занятии.