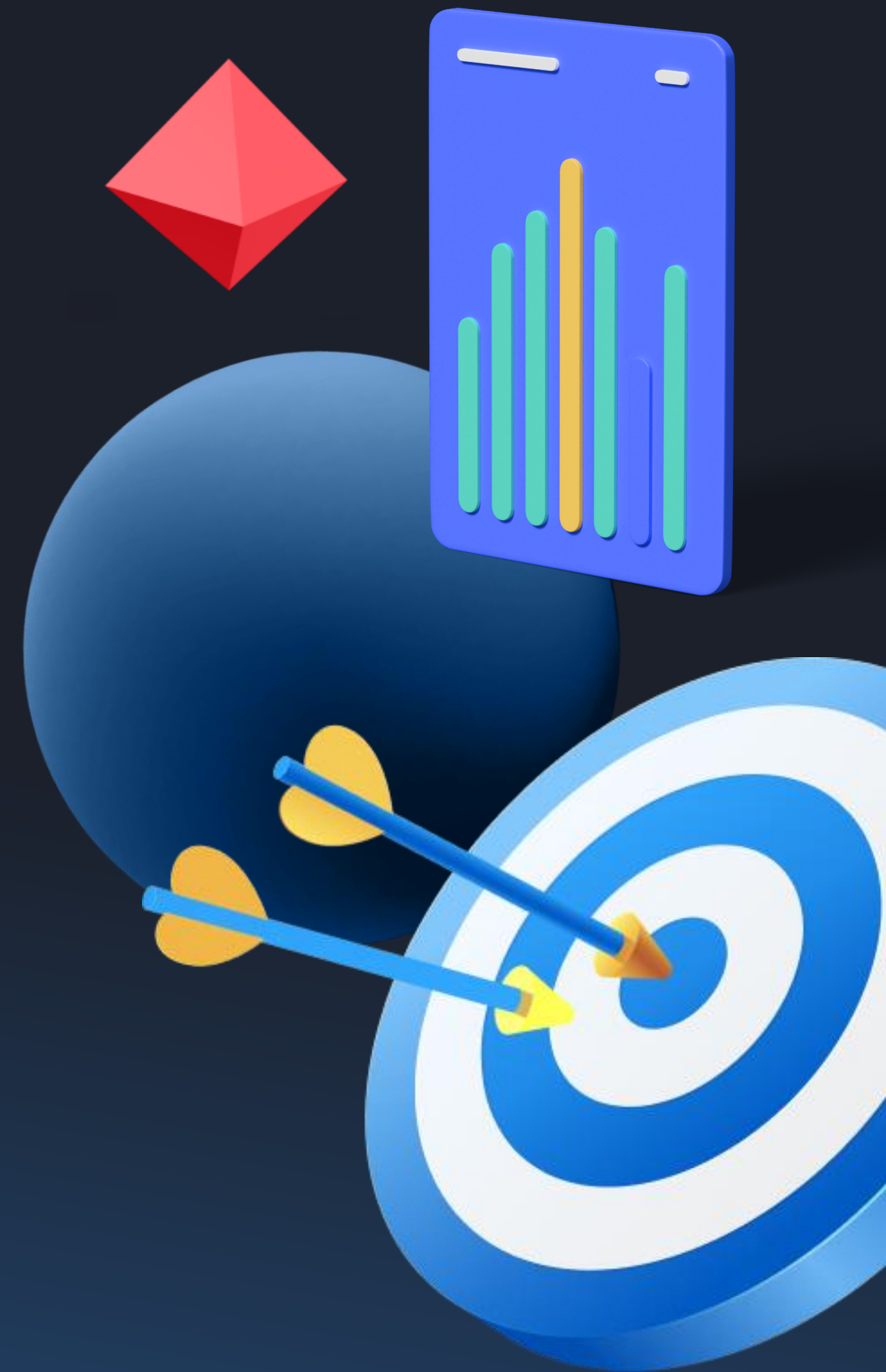


Ⓜ Реклама

Двойное отрицание



Цель и задачи урока

Цель урока

Познакомиться с методом двойного отрицания

Задачи урока

Разобрать примеры трёх рекламных кампаний:

- Таргет по радиусу
- Поисковый ретаргетинг
- Таргет на свою базу контактов

Двойное отрицание

Создайте сегмент
и поставьте условие
«Не выполнено
ни одного»

Новое условие ретаргетинга и подбора аудитории

Название условия *

+ Добавить примечание

Набор правил 1

Выполнено хотя бы одно

Выполнены все

Не выполнено ни одного

1.

Сегмент Аудиторий ▾

парки отдыха

гео регулярные ▾

Только выбранный сег... ▾

+ Добавить правило

+ Добавить набор правил

Прогнозируемое количество посетителей: **менее 10**

Сохранить

Отмена

Двойное отрицание

Корректировки

Корректировка - это заданная в процентах величина, на которую повышается или понижается ставка, цена или ценность конверсии(в зависимости от выбранной стратегии). Если корректировок несколько, они применяются последовательно.

[Подробнее](#)

Целевая аудитория • Устройства Пол и возраст Видеодополнения Регион

Эксклюзивное размещение Платежеспособность

Ретаргетинг и аудитории ?

1. парки ▾

↓ ▾ на 100 % 🗑

Новая корректировка

[Настройка условий](#)

Готово

Отмена

В условиях РК минус 100%
на текущую аудиторию

Работает с любым типом аудитории

≡

Яндекс Аудитории

Сегменты

Пиксели

Эксперименты

Найти сегмент

Создать сегмент

99

gml-agency

Название		Охват	Тип данных	Статус	ID	Дата создания		
Достигнул цели "заполнение формы"	1	—	Метрика	Мало данных i ↺	21788787	24.02.2022		
Все посетители сайта	1	4 202	Метрика	Готов i	21788784	24.02.2022		
видели медийную рекламу	1	—	Пиксель	Мало данных i ↺	21788782	24.02.2022		
парки отдыха	1	435 678	Геолокация (полигоны)	Готов i	21788752	24.02.2022		
клиенты из CRM	1	205	Данные CRM	Готов i	21788748	24.02.2022		

Выводы урока



Разобрали:

Как с помощью двойного отрицания таргетироваться только на нужную аудиторию на поиске и не использовать повышающие корректировки

