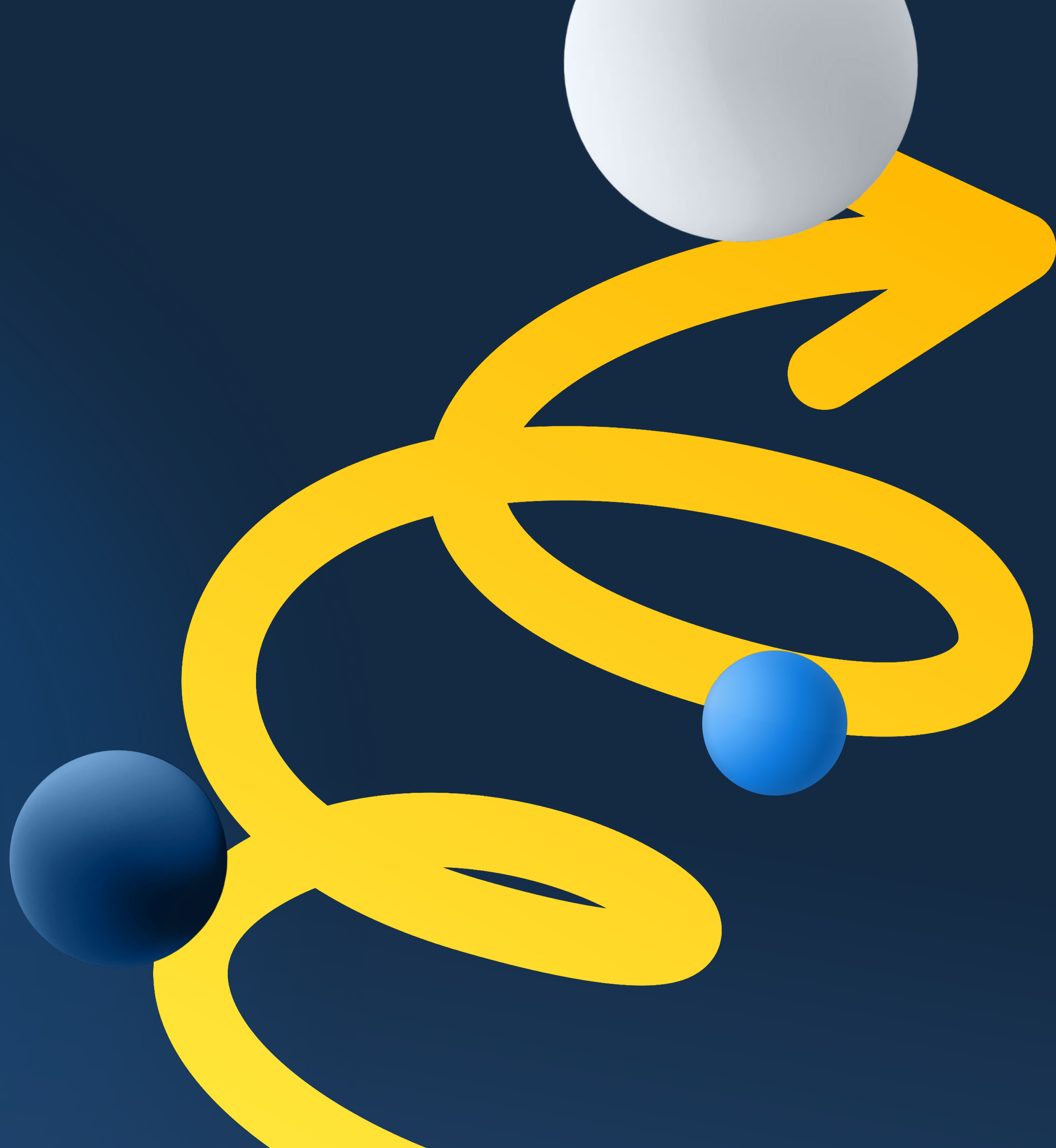


я Реклама

Настройка ТГО



Цель и задачи урока

Цель

Создать первую ТГО-кампанию в Яндекс Директе

Задачи

- Узнать, какие настройки доступны на уровне кампании
- Разобраться, какие критерии охвата можно использовать для показа объявлений
- Выяснить, какие настройки доступны для ТГО-форматов



Яндекс Директ

Чтобы начать работу с Яндекс Директом, заведите логин на Яндексе и перейти по ссылке <https://direct.yandex.ru/>

Технологии Яндекс.Директа найдут **ваших** клиентов

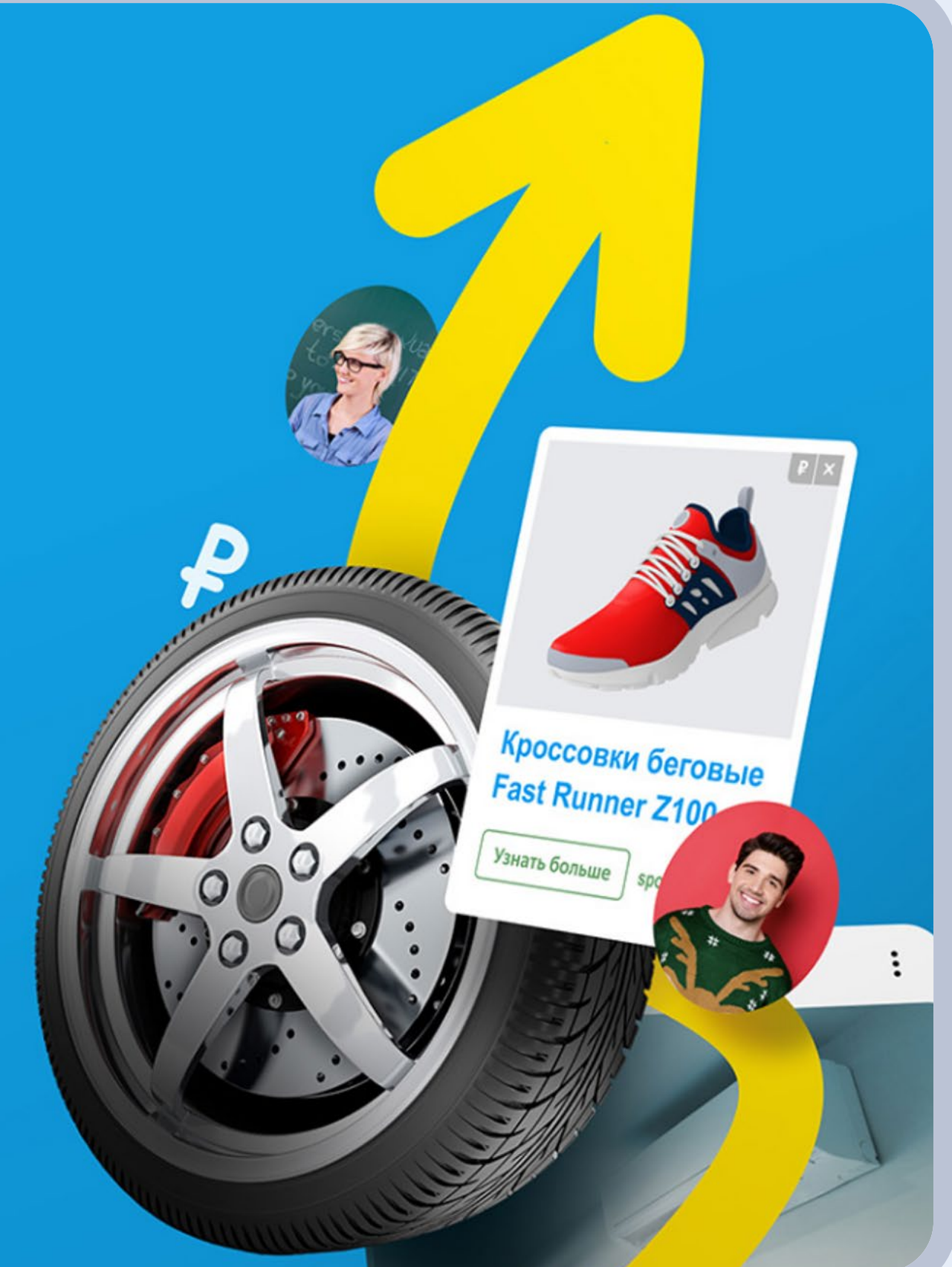
Среди 100 миллионов пользователей интернета в России*

Запустить рекламу

Умная реклама работает на вас

- ✓ Приводит клиентов
- ✓ Продает товары и услуги
- ✓ Возвращает клиентов за новыми покупками

*По данным средневесенней аудиторки Яндекса за 2021 год.



Страна и валюта

- 1 При создании аккаунта укажите страну и валюту. В дальнейшем изменить эти настройки будет нельзя
- 2 Затем укажите email и номер телефона, а после примите все условия

Добро пожаловать в Яндекс Директ!

Выберите страну и валюту

Россия

▼

Российские рубли

▼

Выбор страны и валюты делается один раз для всех операций в Директе. Все расчёты будут производиться только в выбранной валюте. Изменить выбор будет невозможно.

[Доступные способы оплаты](#)

Добавьте email и номер телефона

Введите email

Введите номер телефона

Подтвердить номер

Так мы сможем оперативно рассказать об изменениях в вашей рекламе и помочь советами по настройке.

☒ Я принимаю условия [Политики конфиденциальности](#)

☐ Я принимаю условия [Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений](#) и [Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»](#)

Начать пользоваться сервисом

Режим эксперта

- 1 Для старта кампании доступны 2 режима — **Мастер кампаний** и **режим эксперта**, в котором есть прочие типы рекламных кампаний
- 2 Для настройки текстово-графических объявлений необходимо перейти в режим эксперта

Мастер кампаний

Вставьте ссылку, и Мастер автоматически предложит объявление:
с картинкой, текстом и всеми настройками

[Перейти в режим эксперта](#)

Нажмите здесь

Ссылка на продвигаемую страницу сайта или приложения

Тип кампании

В режиме эксперта доступно несколько типов рекламных кампаний (кроме Мастера кампаний). Из предложенного перечня выберите **текстово-графические объявления**

Выберите тип кампании

Текстово-графические объявления

Универсальные объявления — подходят для рекламы большинства товаров и услуг. Настройки позволяют подстроить кампанию под целевую аудиторию.

Медийная кампания

Имиджевая реклама с оплатой за показы. Создает нужные ассоциации с брендом с помощью интерактивных и привлекательных форматов: баннеров и видео.

Реклама мобильных приложений

Формат объявлений, с помощью которого можно продвигать ваши приложения для iOS и Android. Позволяет получить максимум установок по оптимальной цене.

Смарт-баннеры

Продвижение товаров в Рекламной сети Яндекса. Работает как ретаргетинг посетителей сайта или привлечение новой аудитории. Объявления сформируются автоматически из вашего фида или контента сайта.

Динамические объявления

Продвижение товаров на поиске. Объявления и ключевые фразы к ним генерируются автоматически на основе вашего фида или контента сайта.

Баннер на поиске

Заметный брендированный баннер справа от результатов поиска. Привлекает целевую аудиторию по выбранным вами запросам.

Медийная кампания на Главной

Для охвата максимальной аудитории и создания интереса к бренду. Премиальный баннер на Главной странице Яндекса, которую ежедневно посещают миллионы пользователей. Оплата за тысячу показов.

Кампания с фиксированным CPM

Реклама с оплатой за показы с заранее известной стоимостью CPM. Помогает охватить нужную аудиторию на Главной странице Яндекса или в видеосети по зафиксированной стоимости.

Настройки кампании

Укажите название кампании,
сайт и выберите тип:

- Поисковая кампания (Поиск Яндекса)
- Сетевая (Главная страница и Рекламная сеть)
- Смешанная (оба варианта)

The screenshot shows the 'Создание кампании' (Campaign Creation) interface in Yandex Direct. The top bar includes the 'Директ' logo and the title 'Создание кампании' with a subtitle 'Текстово-графические объявления'. A progress bar at the top indicates four steps: 1. Настройка кампании (highlighted), 2. Выбор аудитории, 3. Добавление объявлений, and 4. Оплата. Below the progress bar, there is a text input field containing 'Текстово-графическая кампания №1 от 05-03-2022' with a character count of 209. Underneath is a field for the 'Ссылка на рекламируемую страницу' (Link to the advertised page) with a placeholder 'https://'. The main section is titled 'Места показа рекламы' (Advertising locations) and contains three radio button options: 'Поиск, Главная страница и Рекламная сеть Яндекса' (selected), 'Поиск Яндекса', and 'Главная страница и Рекламная сеть Яндекса'. Each option has a brief description of the targeting strategy.

Директ

Создание кампании
Текстово-графические объявления

1 Настройка кампании > 2 Выбор аудитории > 3 Добавление объявлений > 4 Оплата

Текстово-графическая кампания №1 от 05-03-2022 209

Ссылка на рекламируемую страницу ?
https://

Места показа рекламы

- ☒ **Поиск, Главная страница и Рекламная сеть Яндекса**
Используйте все доступные площадки, чтобы вашу рекламу увидело как можно больше клиентов
- ☐ **Поиск Яндекса**
Реклама привлечет пользователей, которые прямо сейчас ищут ваши товары и услуги по тематическим запросам в Яндексе
- ☐ **Главная страница и Рекламная сеть Яндекса**
Охватите клиентов, которые посещают десятки тысяч сайтов по вашей тематике и ищут похожие товары и услуги

Настройки кампании

- 1 Укажите счетчик Метрики, который установлен на сайте и на котором настроены цели. Перейдите к настройке стратегии управления ставками
- 2 Если у вас уже есть настроенные цели, попробуйте конверсионные стратегии — «Оптимизация конверсий» или «Целевая доля рекламных расходов». В обоих случаях доступна модель оплаты за конверсии, которая позволит платить только за результат, а не за трафик
- 3 Если целей несколько, укажите их в качестве ключевых. В «Оптимизации конверсий» эта опция доступна при переключении на режим ограничения по недельному бюджету и оплате за клики

Счётчики Яндекс.Метрики ?

Если у вас нет счётчика, создайте его в [Яндекс.Метрике](#).

Стратегия

Стратегия	Оптимизация кликов
Ограничивать по	Средней цене клика Недельному бюджету
Тратить не более*	Р / неделю
Максимальная цена	Р / клик
Модель атрибуции	Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс
Ключевые цели ?	Вовлеченные сессии Ценность конверсии
Добавить ключевую цель	

Настройки кампании

- 1 Укажите, в какие дни и часы показывать объявления. При желании задайте отдельный график работы для праздничных дней (по производственному календарю)
- 2 Если организация уже зарегистрирована в Яндекс Бизнесе, добавьте ее для демонстрации контактных данных вместе с объявлениями

Расписание показов ?

Часовой пояс: Россия, Москва

Включить почасовую настройку ☐

Показывать объявления

Ежедневно —

В праздничные дни

По расписанию соответствующего дня недели

Начало кампании

— Добавить дату окончания

Контактная информация в объявлениях ?

Привяжите организацию из Яндекс.Бизнеса, чтобы в объявлениях показывалась контактная информация

Настройки групп объявлений

- 1 Укажите название новой группы объявлений и отметьте, планируете ли использовать автотаргетинг
- 2 Для автотаргетинга на Поиске доступна дополнительная опция — категории поисковых запросов. Вы можете выбрать все или ограничить охват

☰ Новая группа ✎

Автотаргетинг

Показ объявлений на основе автоматического подбора запросов на поиске и интересов пользователей в сетях. Под каждой категорией таргетинга расположены примеры поисковых запросов для текстов ваших объявлений. Узнать эффективность каждой категории можно в [Мастере отчетов](#) после запуска кампании.

 Категории влияют только на показы на поиске.
Для работы автотаргетинга на поиске должна быть выбрана хотя бы одна категория.

- ☒ Целевые запросы 
Примеры появятся после добавления объявлений
- ☒ Запросы с упоминанием конкурентов 
Примеры появятся после добавления объявлений
- ☒ Широкие запросы 
Примеры появятся после добавления объявлений
- ☒ Альтернативные запросы 
Примеры появятся после добавления объявлений
- ☒ Сопутствующие запросы 
Примеры появятся после добавления объявлений

Дополнительные настройки охвата

Выберите регион, в котором планируете показы рекламы. Доступны 2 опции:

- Локация с точностью до города
- Радиус (от 0,5 до 10 км)

Регионы показа

Покажите рекламу людям, которые живут, работают или часто бывают в конкретных местах (или рядом с ними). Это поможет вам привлечь людей, которые смогут воспользоваться вашими услугами.

☒ Страны, области и города

Выберите регион из списка или скопируйте список регионов

☐ Точные местоположения

Или очертите на карте область, в которой важно показать рекламу вашим будущим клиентам. Например, область вокруг кофейни, в которой до неё легко дойти.

Бюджет и цель кампании

- 1 Перечислите ключевые фразы, аудитории ретаргетинга и интересы пользователя, по которым планируете охватывать целевую аудиторию
- 2 Старайтесь подбирать однородную аудиторию, чтобы показывать этим пользователям одни и те же объявления
- 3 Если у вас несколько разных целевых аудиторий, разделите их по разным группам объявлений, чтобы показывать каждой индивидуальный набор объявлений

Условия показа
Заполните все параметры, по которым вы хотите показывать рекламу

Ключевые фразы и минус-фразы

Не заданы

Добавьте фразы, по которым будут показаны ваши объявления. Чтобы найти похожие запросы, воспользуйтесь подбором фраз.

Ключевые фразы

Минус-фразы

Подобрать фразы

или

Ретаргетинг и подбор аудитории

Привлечение новой аудитории или возврат существующей

Добавить условие ретаргетинга

или

Профиль пользователя

Не задан

Вы можете задать три набора краткосрочных интересов пользователя, чтобы показать объявления только заинтересованным пользователям

Бюджет и цель кампании

Создайте объявление. Выберите тип **«Текстово-графическое»**, укажите ссылку на сайт и придумайте заголовки и текст объявления, которые больше всего подойдут для выбранной на предыдущем шаге аудитории

Объявление

Текстово-графическое

Графическое

Мобильное

Видео

Универсальный формат — подходит для рекламы большинства товаров и услуг. Настройки позволяют подстроить кампанию под целевую аудиторию.

Ссылка в объявлении — [ссылка на сайт, соц. сеть или Турбо-сайт](#)

https://

1024

Текст объявления

Заголовок объявления *

56

Дополнительный заголовок

30

Текст объявления *

81

Бюджет и цель кампании

Добавьте к вашим объявлениям видео, картинку, карусель изображений и кнопку, чтобы показывать их в Рекламной сети вместе с текстовыми элементами. Используйте все доступные элементы для привлечения наибольшего внимания целевой аудитории

Видео

Используются на Главной странице и некоторых видах объявлений в Рекламной сети Яндекса. Рекомендованный формат — MP4, не более 100 Мб, от 5 до 60 сек.

Выбрать файл...

Галерея

Конструктор

Изображение

Используются во всех форматах кроме результатов поиска. На изображениях не должно быть текста. Размер — не менее 450 × 450, не более 10 Мб.

Выбрать файл...

Указать ссылку

Галерея

Карусель

Загрузите от 2 до 10 изображений размером не менее 450 × 450 и не более 10 Мб.

Показов в формате карусели не будет, если хотя бы один слайд отклонён модератором.

[Все требования к изображениям](#)

Добавить слайд

Бюджет и цель кампании

Если вы еще не добавили организацию из Яндекс Бизнеса, укажите контактные данные в виртуальной визитке.

Обязательно заполните:

- о Название организации
- о Адрес
- о Контактный номер телефона
- о Часы работы

Кнопка в объявлении

Вы можете назначить кнопке отдельную ссылку — чтобы человек попал сразу на страницу товара или форму заказа.

☐ Показывать кнопку в объявлении

Организация

Покажите улучшенную карточку вашего бизнеса: расположение на Яндекс.Картах, рейтинги, отзывы и многое другое.

Отслеживайте расширенную статистику взаимодействия клиентов с вашей компанией.

Добавить организацию

Виртуальная визитка

Не задана

Добавьте адрес и телефон, чтобы клиенты могли найти вас на Яндекс Картах

Цена в объявлении

Не задана

Бюджет и цель кампании

Укажите уточнения и быстрые ссылки, чтобы сообщить целевой аудитории преимущества, которые не уместились в заголовке и тексте объявления.

Эти элементы показываются не всегда. Поэтому в уточнения и быстрые ссылки стоит добавлять менее важные УТП

Уточнения

Не заданы

Быстрые ссылки

Дополнительные ссылки на страницы рекламируемого сайта: страницу товара или услуги на Яндекс.Маркете, в социальных сетях, Турбо-страницы.

Добавить быстрые ссылки

Объявление может работать плохо

Рекомендации по заполнению

Добавьте изображение.

Картинка привлечет внимание, увеличит охват и поможет быстрее понять суть предложения. [Загрузить](#)

Загрузите видео.

Видео привлечет внимание и поможет увеличить охват за счет показов на видеоплощадках. Создайте видео в удобном Конструкторе. [Загрузить](#)

Показать больше

Действия с объявлением

Очистить поля

Дублировать

Выводы

- ✓ Для запуска текстово-графических объявлений в Яндекс Директе перейдите в режим эксперта и выберите нужный тип кампании
- ✓ Настройка кампании состоит из 3 шагов:
 - Общие настройки кампании
 - Выбор целевой аудитории
 - Создание объявлений под выбранную целевую аудиторию
- ✓ Второй и третий шаги повторяются по мере того, как появляется потребность в охвате новой целевой аудитории. Если выбрать другой тип кампании (или другие настройки), придется пройти все шаги заново

