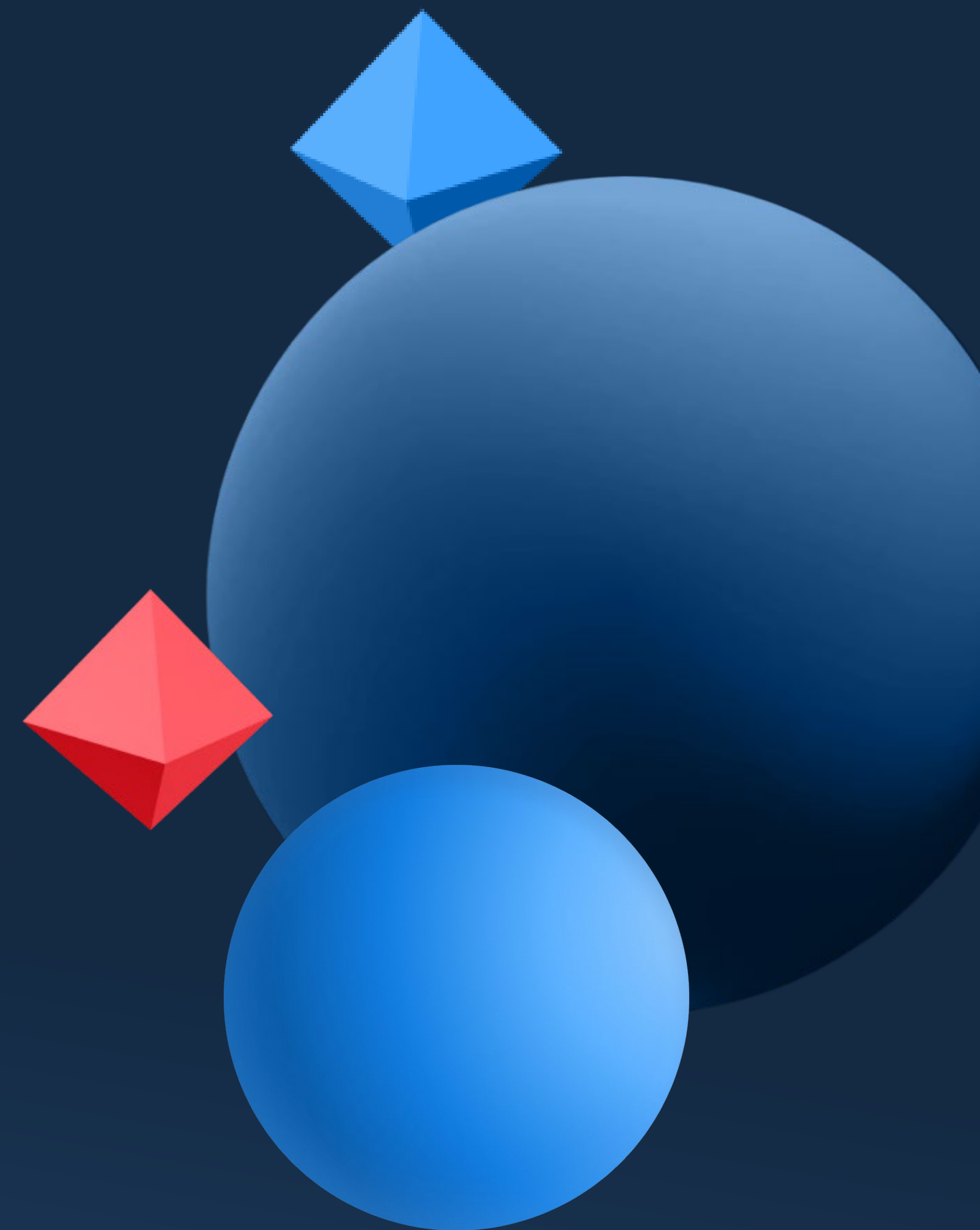


© Реклама

Условия показа



Цель и задачи урока

Цель урока

Узнать, какие критерии таргетинга используются в текстово-графических объявлениях

Задачи урока

- Понять, чем отличаются критерии таргетинга ТГО от Мастера кампаний
- Разобраться, какие критерии таргетинга являются глобальными, а какие нет

Ключевые фразы

- ✓ Как и в Мастере кампаний, в тексто-графических объявлениях доступны ключевые фразы. Однако здесь им уделяется куда больше внимания
- ✓ Во-первых, ключевые слова в ТГО-кампаниях принято разделять на множество отдельных кампаний по принципу «1 кампания — 1 категория семантики»
- ✓ Во-вторых, для размещения объявлений на Поиске специалисты используют специальные операторы для уточнения запросов по ключевым фразам



Аудитории интересов

- ✓ В ТГО есть таргетинг по интересам, которого нет в Мастере кампаний. Рекламодатели могут выбрать релевантные интересы пользователей из предложенного списка, чтобы охватывать нужную аудиторию в Рекламной сети

Интересы

Набор интересов 1 

> ☐ Образование

✓ ☐ Одежда, обувь и аксессуары

> ☐ Аксессуары

✓ ☐ Обувь

☐ Детская обувь

☒ Женская обувь

☒ Мужская обувь

☐ Спортивная обувь

> ☐ Одежда

☐ Одежда, обувь и аксессуары премиум-класса

Ретаргетинг

- ✓ Технология, которая позволяет собирать пользователей по заданному критерию в определенную аудиторию, чтобы в дальнейшем показывать ей рекламу
- ✓ Наиболее частый пример применения этой технологии — показы рекламы пользователям, которые уже бывали на сайте рекламодателя
- ✓ Преимущественно технология используется в Рекламной сети, чтобы догнать пользователей, которые ранее не совершили покупку. Но есть приемы, которые позволяют задействовать аудитории ретаргетинга и на Поиске, чтобы чаще показывать рекламу тем, кто входит в целевую аудиторию

Ретаргетинг и подбор аудитории

Привлечение новой аудитории или возврат существующей

Добавить условие ретаргетинга

Поиск

Готовые сегменты

Посетители
Пользователи вашего сайта

Похожие на посетителей
Пользователи, похожие на посетителей вашего сайта

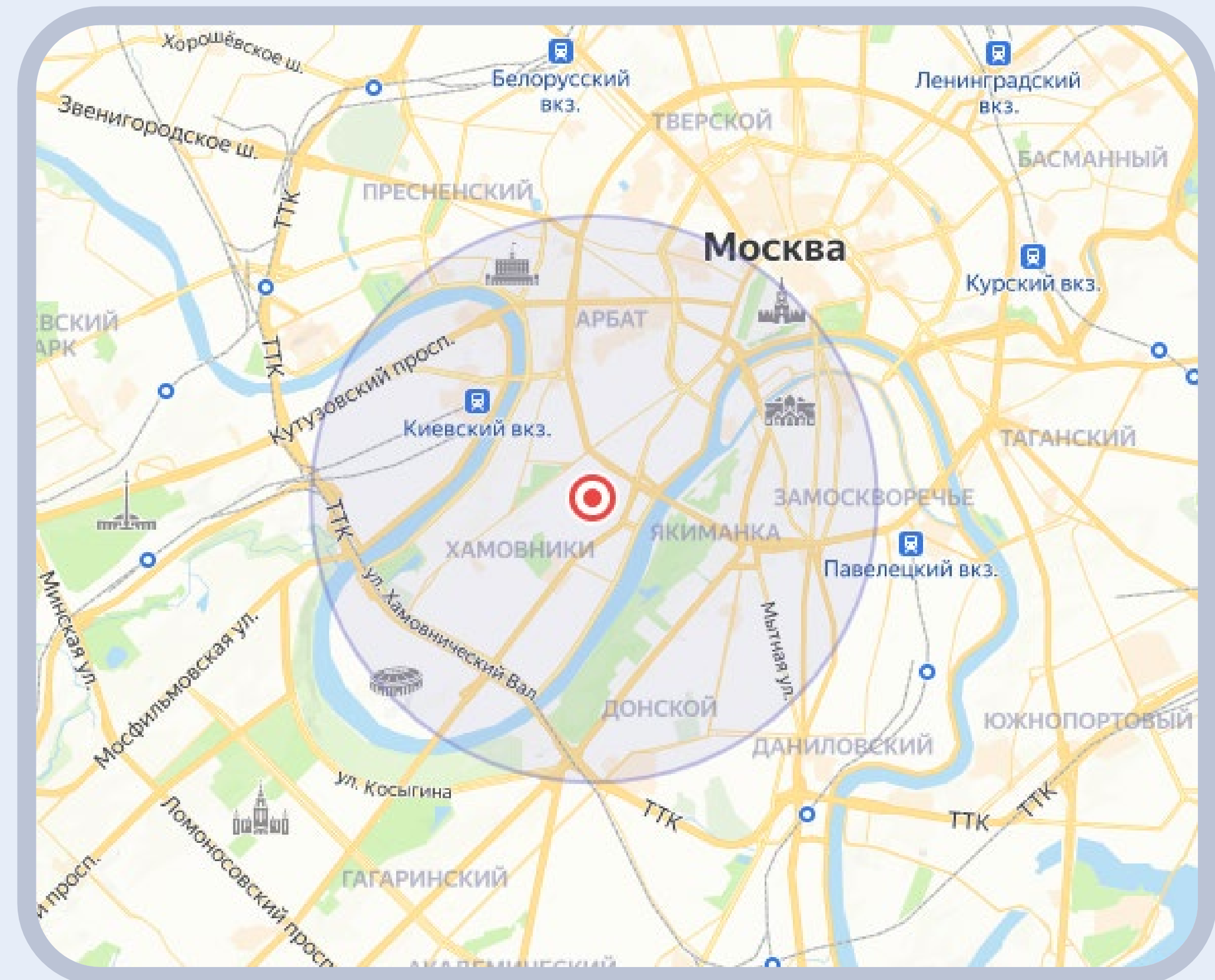
Достигли целей кампании
Пользователи сайта, достигавшие целей из настроек кампании

Похожие на достигнувших целей кампании
Пользователи, похожие на достигнувших целей из настроек кампании

Создать новое условие

Местоположение

- ✓ В текстово-графических объявлениях можно выбрать местоположение пользователя, как и в Мастере кампаний: по стране, району, области, городу и радиусу
- ✓ Однако в ТГО есть расширенный географический таргетинг. Эта опция позволяет охватывать пользователей, которые не находятся в выбранном гео, но интересуются им (например, в поисковых запросах)



Расписание показов

- ✓ Как и в Мастере кампаний, в ТГО доступна настройка расписания показов. Однако здесь можно более гибко настроить интенсивность показов в зависимости от часа и дня недели (например, в одни часы показываться активнее, в другие — меньше за счет корректировок)

Расписание показов ?

Часовой пояс: Россия, Москва

Включить почасовую настройку ☐

Показывать объявления

По будням	▼	08:00	—	20:00	×
По выходным	▼	10:00	—	18:00	×

Добавить интервал

Пол, возраст, тип устройства

Данные настройки есть и в Мастере кампаний, и в ТГО, но в ТГО доступно более гибкое управление показами:

- Рекламодатели могут не исключать оба пола при выборе нежелательного возраста, а выбирать лишь один
- Рекламодатели могут выбирать, какая операционная система смартфонов им не подходит — iOS или Android, а не выключать сразу оба варианта
- Рекламодатели могут гибко задавать интенсивность показа по каждому из этих срезов

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

Пол и возраст пользователя ⓘ

1. Все М Ж Младше 18 ▾ ↓ уменьшить ▾ на 100 % 🗑

Новая корректировка

Готово

Отмена

Прочие критерии

- ✓ В текстово-графических объявлениях можно подгружать собственные аудитории, собранные на основе базы клиентов, чтобы показывать этим пользователям отдельные объявления
- ✓ Кроме того, можно собирать аудитории похожих пользователей (look-alike) на основе уже имеющихся аудиторий целевых пользователей

Новое условие ретаргетинга и подбора аудитории

Название условия *

+ Добавить примечание

Набор правил 1

Выполнено хотя бы одно Выполнены все Не выполнено ни одного

1. Цель Метрики Успешное оформление заказа Только выбранная цель за 540 дней

+ Добавить правило

+ Добавить набор правил

Прогнозируемое количество посетителей: 3 680

Сохранить Отмена

✓ Только выбранная цель
Выбранная цель и похожие пользователи
Только похожие пользователи

Выводы

- Охватные возможности, которые доступны в Мастере кампаний, есть в полном объеме и в тексто-графических объявлениях. Однако в большинстве случаев в тексто-графических объявлениях эти критерии получают более детальную проработку, что позволяет точнее подходить к охвату целевой аудитории
- При этом ТГО располагают целым арсеналом специфических способов охвата пользователей, недоступным в Мастере кампаний. Например, аудитории интересов, ретаргетинга и look-alike

