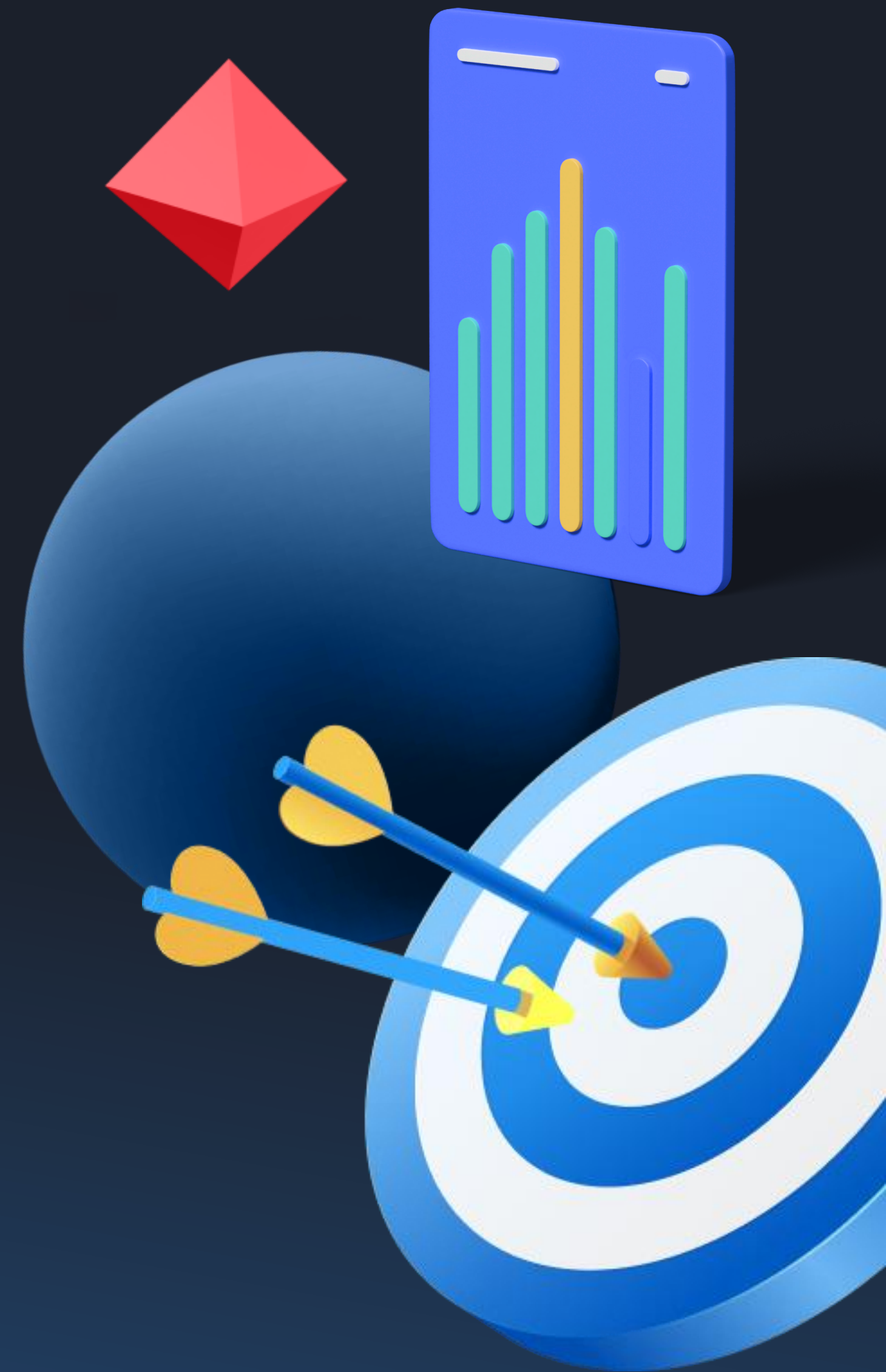


Я Реклама

Яндекс Аудитории



Цель и задачи урока

Цель урока

Узнать, что такое
Яндекс Аудитории

Задачи урока

- Научиться создавать сегменты на основе данных из CRM
- Научиться создавать геосегменты и сегменты на основе информации провайдеров данных (DMP)

Что такое Яндекс Аудитории



Яндекс Аудитории

Сервис, который позволяет использовать ваши собственные данные о целевой аудитории и данные Яндекса для настройки рекламы. С помощью Яндекс Аудиторий вы сможете показывать объявления своим клиентам, а также привлекать новых потенциальных покупателей



Решите, кому именно вы хотите показывать свою рекламу, и создайте в Яндекс Аудиториях сегмент с данными этих людей. В таблице ниже указаны сегменты, которые вы можете создать и использовать в Директе

Возможности Яндекс Аудиторий

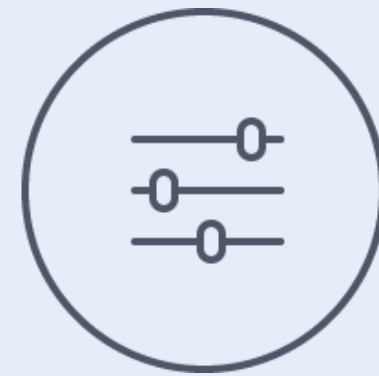
Сегмент	Кто попадает в сегмент
<u>На основе загружаемых данных</u>	Офлайн-клиенты, файл с данными которых необходимо загрузить из CRM. Файл может содержать номера мобильных телефонов, адреса электронной почты или ID мобильных устройств
<u>На основе данных AppMetrica</u>	Пользователи вашего мобильного приложения
<u>На основе данных о геолокации</u>	Посетители выбранных вами мест
<u>На основе пикселя</u>	Пользователи, которые видели ваши медийные баннеры или видеоролики со встроенным в них пикселем
<u>Похожие пользователи</u>	Пользователи, чьи интересы и поведение в интернете схожи с интересами и поведением пользователей в одном из ваших сегментов
<u>На основе данных DMP</u>	Пользователи, заранее подобранные провайдерами данных (DMP) по различным характеристикам, например по возрасту, интересам, владению устройствами, профессии. В Директе можно использовать только бесплатные сегменты, к которым вам предоставили доступ DMP

Какие задачи решают Яндекс Аудитории



Создание сегментов ЦА

Данные о сегментах используются для дальнейшей настройки кампаний в Яндекс Директе и ADFOX



Настройка ретаргетинга

Реклама показывается выделенному в Яндекс Аудиториях сегменту пользователей. Например, можно показывать объявления клиентам из базы CRM или пользователям, которые часто бывают в указанном месте



Корректировка ставок

Устанавливается повышающий или понижающий коэффициент для аудитории, которая соответствует выбранным условиям ретаргетинга.

Например, ставка автоматически повышается на заданный коэффициент при показе объявления пользователю, который нажал кнопку «Купить», но так и не совершил покупку



Настройка профиля пользователя

Данные о сегментах используются для настройки правила или набора правил в рекламных кампаниях.

Например, рекламодатель создал сегмент на основе данных CRM. В правилах он может настроить показ рекламы тем пользователям из этого сегмента, которые уже оформили на сайте заказ, подписку или не закончили покупку

Как создать сегмент в Яндекс Аудиториях

Создать сегмент в Яндекс Аудиториях можно тремя способами

01

На основе
загружаемых данных:

- Данных CRM
- ID мобильных устройств

02

На основе
данных:

- Яндекс Метрики
- AppMetrica
- Пикселя Яндекс Аудиторий
- Геолокации

03

На основе
внешних данных:

- Провайдеров данных DMP
- Опросов в Яндекс Взгляде

Создание сегментов на базе CRM

- ✓ Файл может содержать данные о клиентах из CRM (адреса электронной почты и номера мобильных телефонов) или ID мобильных устройств.
- ✓ Файл должен включать не менее 100 записей и соответствовать требованиям
- ✓ Если вы опасаетесь за сохранность своих данных, их можно захэшировать (md5)

Новый сегмент

Название

Новый сегмент

☐ Хэшированные данные ?

Файл

Выберите файл

Файл не выбран

Не менее 100 записей в текстовом формате с разделителем запятой, переводом строки или символом табуляции. [Подробнее о требованиях к файлу.](#)

☐ Я согласен с [Правилами использования сервиса Яндекс.Аудитории](#)

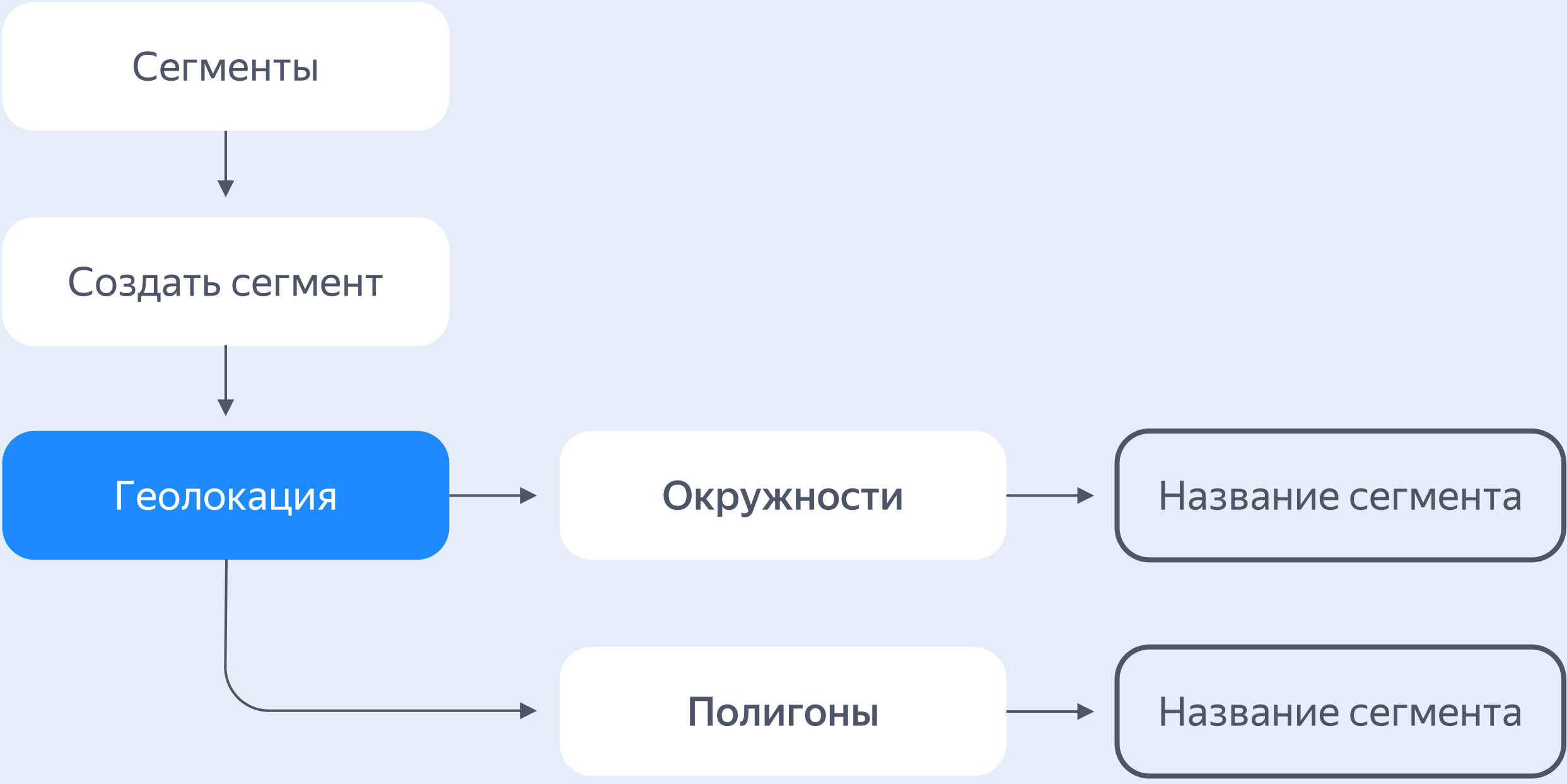
☐ Я принимаю [Договор об обработке данных сервиса Яндекс.Аудитории](#)

Создать сегмент

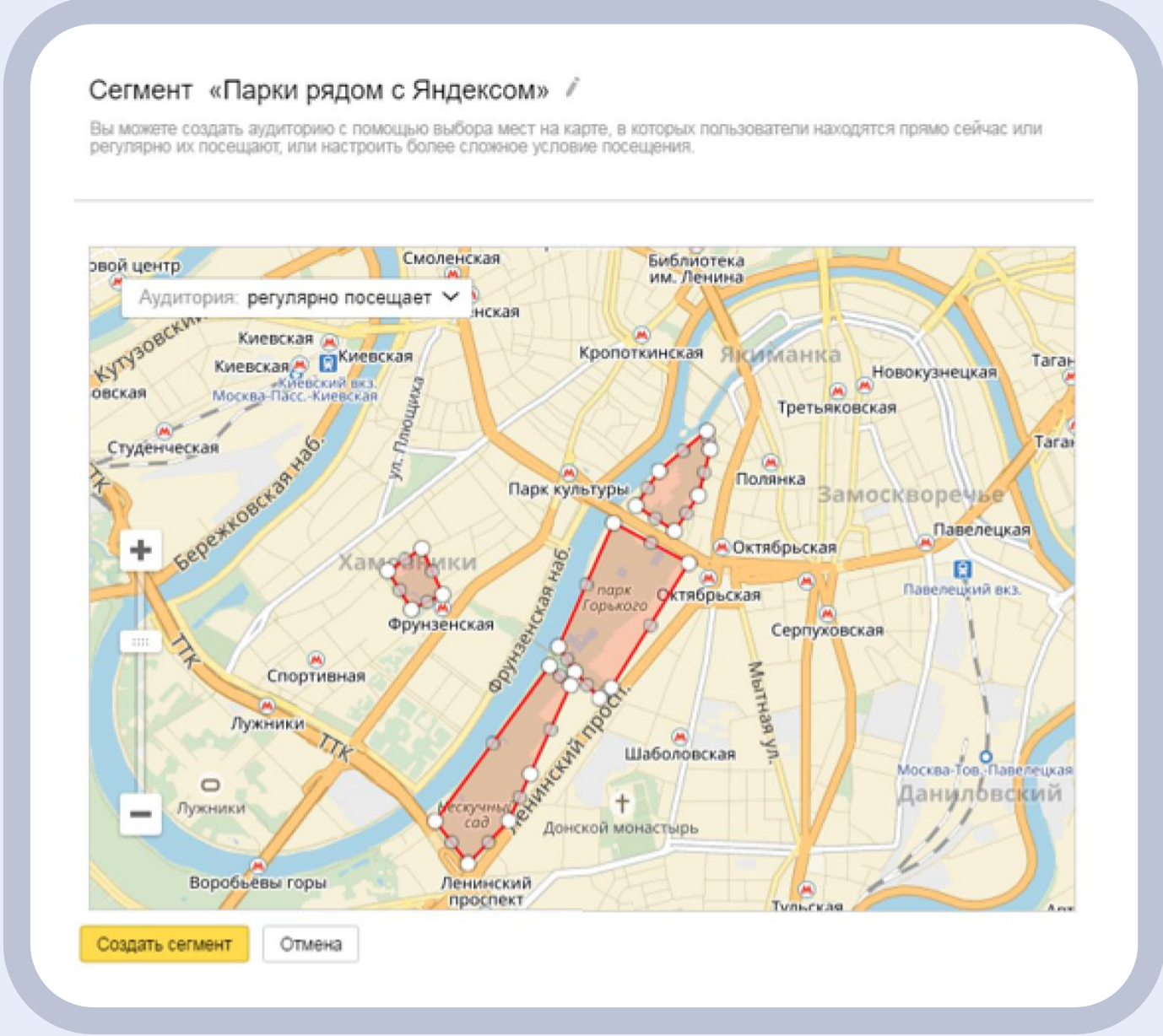
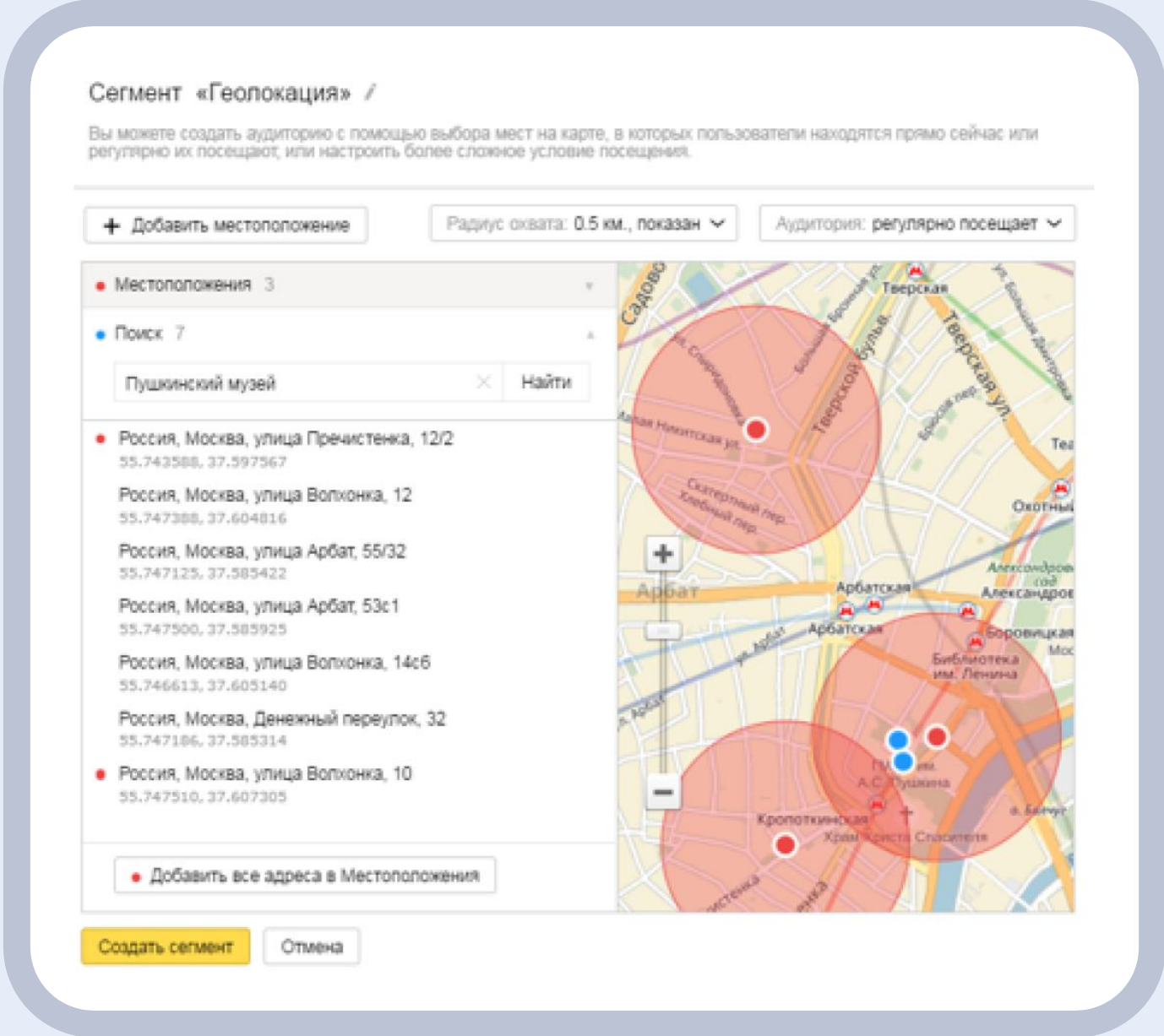
Отмена

Создание сегментов по гео

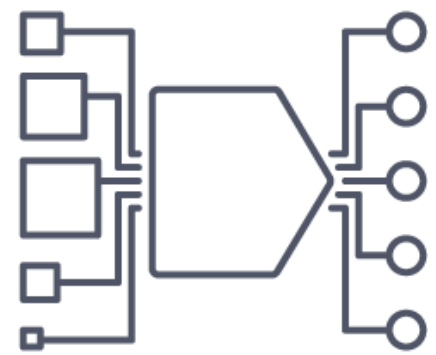
Создать сегмент можно на основе данных о посетителях определенных местоположений



* Выберите тип геолокации



Создание сегментов на основе провайдеров данных



Вы можете создавать в Аудиториях сегменты на основе данных провайдеров (DMP)

Они хранят данные пользователей и сегментируют их по категориям, возрасту, интересам, используемым сервисам и другим параметрам

- Чтобы найти нужный сегмент в списке, введите его название в строке поиска
- Вы также можете отфильтровать сегменты по стоимости (CPM) в выбранной валюте и охвату. Отметьте галочкой сегменты, которые хотите добавить
- Обратите внимание, что при выборе группы сегментов будут добавлены все вложенные в нее сегменты

Создание сегментов на основе провайдеров данных

Сегменты провайдеров данных (DMP)

Auto

Стоимость

Охват

Сегмент	Стоимость (С...	Охват
☐ Auto parts and accessories	0 RUB	822 389
^ ☒ Brand auto owners		
☒ Auto premium forums	0 RUB	64 318
☒ Auto service	0 RUB	454 565
☐ Brand auto owners	0 RUB	477 592
☐ Auto tuning fans	0 RUB	259 256
☐ Auto products buyers	0 RUB	955 813
^ ☐ Auto Buyers and Fans		

Выбрано 2 сегмента. Сбросить

Добавить сегменты

Отмена

6 причин использовать Яндекс Аудитории

1 Сервис подходит для взаимодействия с пользователями на разных этапах воронки

Вы можете показывать спецпредложения постоянным клиентам, привлекать новых покупателей и возвращать тех, кто когда-то пользовался услугами или товарами вашей компании

2 Используйте разные данные о пользователях

Работаете с CRM — используйте собранные сведения о клиентах в настройках кампании, знаете местоположение целевой аудитории — настройте геотаргетинг, отслеживаете конверсии — загрузите данные из Яндекс Метрики

3 Используйте сегменты Аудиторий в разных кампаниях

К примеру, у вас есть две кампании — одна на Поиске, а другая в сетях. Вы можете использовать один и тот же сегмент для настройки обеих кампаний

4 Персонализируйте объявления

Разделите аудиторию на сегменты по определенным признакам и составьте для этих сегментов персонализированные предложения. Например, показывайте баннеры с текущими акциями тем пользователям, которые заходили на сайт и просматривали определенные страницы вашего каталога. Предлагайте кредит тем людям, которые начали оформлять заказ, но бросили корзину

5 Показывайте рекламу посетителям определенного офисного центра, вуза, магазина

Для этого создайте сегмент по геолокации типа «Полигон» или укажите конкретный адрес объекта

6 Расширяйте охват за счет аудитории с такими же интересами и поведением, как у вашей ЦА

Для этого просто настройте сегмент похожих пользователей

Выводы урока

- 01 Разобрали, что такое Яндекс Аудитории
- 02 Научились создавать сегменты на базе нужных срезов

