



ТОП-5 ПРАВИЛ УСПЕШНОГО ЗАПУСКА ЯНДЕКС ДИРЕКТ

Не касается посадочных страниц и
их конверсионности



Правило №1

Сбор семантического ядра и правильное вхождение.

Если вы собираете **семантическое ядро** (список запросов) для рекламы на поиске, используйте только коммерческие и гео запросы:

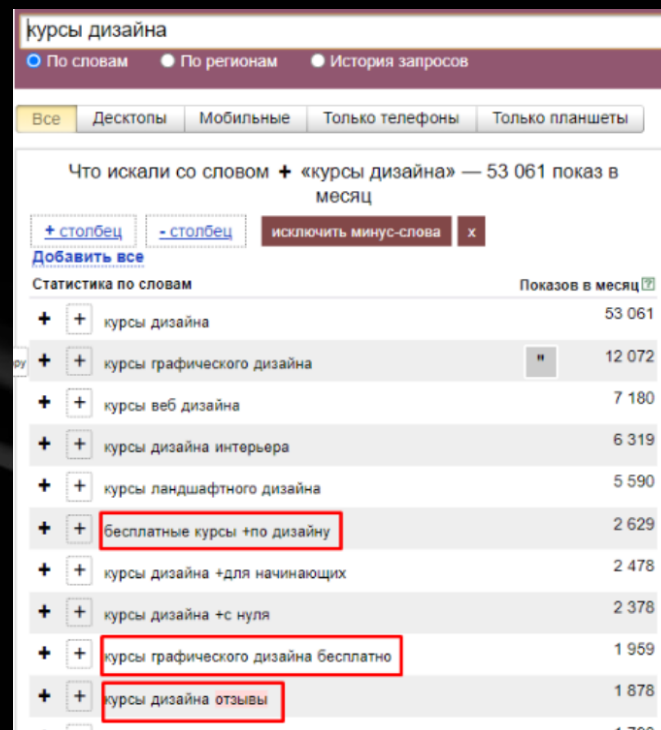
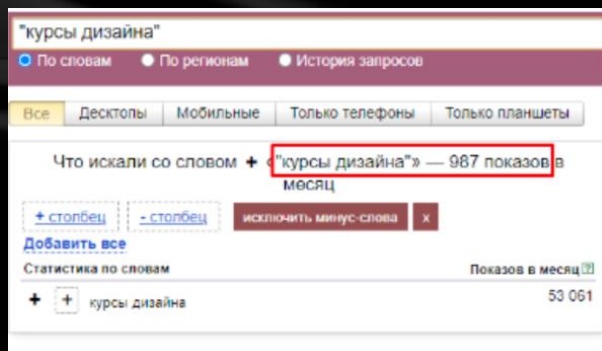
- **коммерческие** с частицами «купить», «заказать», «цена» и тд;
- **геозапросы** с указанием города и места.

Так вы показываете рекламу только горячим пользователям – которые уже готовы **купить** продукт или услугу.

Не рекомендуем использовать информационные запросы.



SEO — SEO



Когда вы собрали ключевые запросы, вам нужно их **заклЮчить в кавычки**, для того, чтобы ваши объявления не показывались с дополнительными хвостами (например, «фото», «видео» и тд).

Чтобы было более понятно, в сервисе статистики **wordstart** введите запрос (как на картинке). Частотность, которую показывает сервис, учитывает все запросы, которые показаны ниже.

Если вы заключите запрос в кавычки, вам покажет частотность именно этого запроса. Поэтому, чтобы отсечь возможность показа объявления по не целевому запросу, мы заключаем его в кавычки.

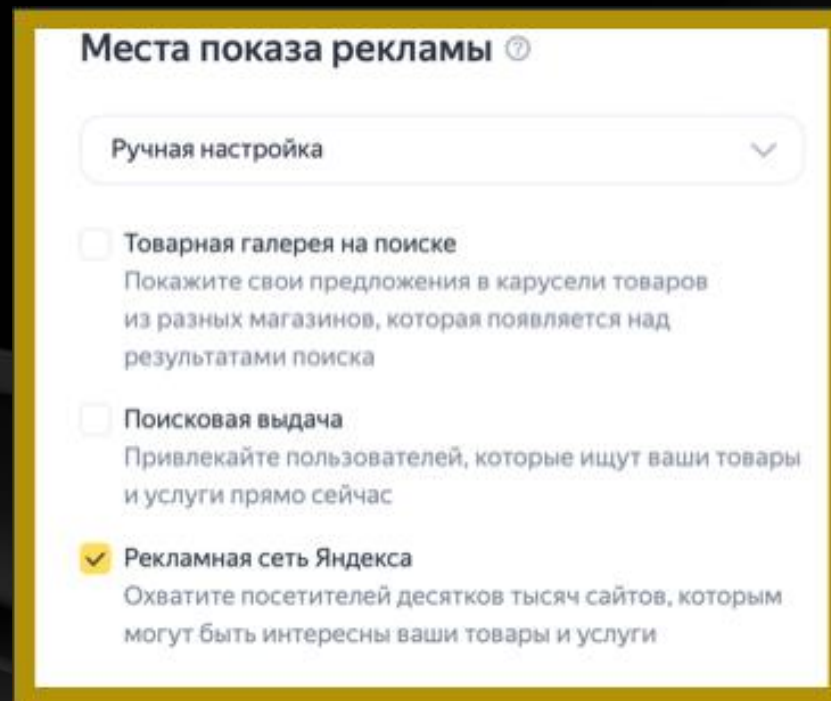
SEO — SEO

Правило №2

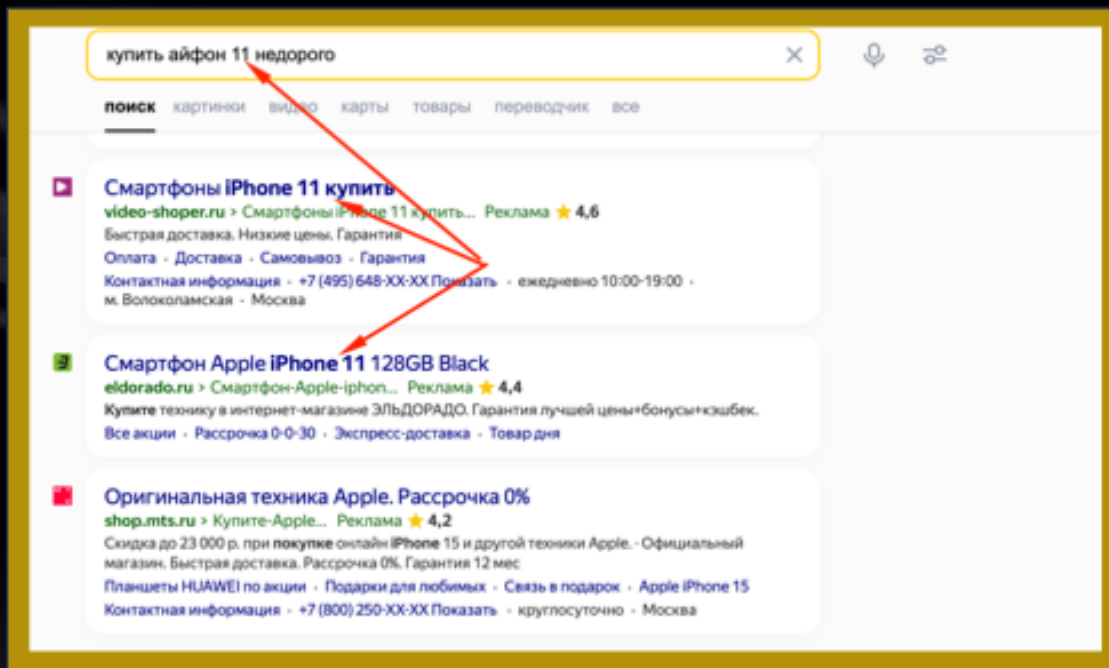
Настройка стратегии и объявлений

При создании рекламной кампании, всегда используйте отдельно **рекламную компанию для поиска** и отдельно для **медийной сети**.

Это поможет Вам точно настраивать ставки и стратегии для каждого источника и собирать детальную статистику по каждому из форматов.



SEO — SEO



При создании объявлений для рекламы на поиске, всегда используйте **1 объявление – 1 ключевой запрос**.

Также, заголовок должен максимально включать ключевой запрос.

Это повышает **CTR** (кликабельность) вашего объявления, так как в выдаче запрос подсвечивается жирным в заголовке, а также это **повышает качество рекламной кампании** – в связи с чем, стоимость клика для вас снижается.

SEO — SEO

Правило №3

Рекламные стратегии

Для **новых** рекламных кампаний часто следует использовать **Ручную стратегию назначения ставок**.

*Автостратегии используются, когда в аккаунте достаточно статистики. Для корректного обучения автостратегий, должно выполняться условие - больше 10 конверсий за неделю. В противном случае, автостратегия не сможет обучиться.

Если вы все же используете стратегию оплаты за конверсию – не слишком занижайте стоимость целевого действия, иначе ваша рекламная кампания не наберет нужного количества конверсий и будет остановлена.



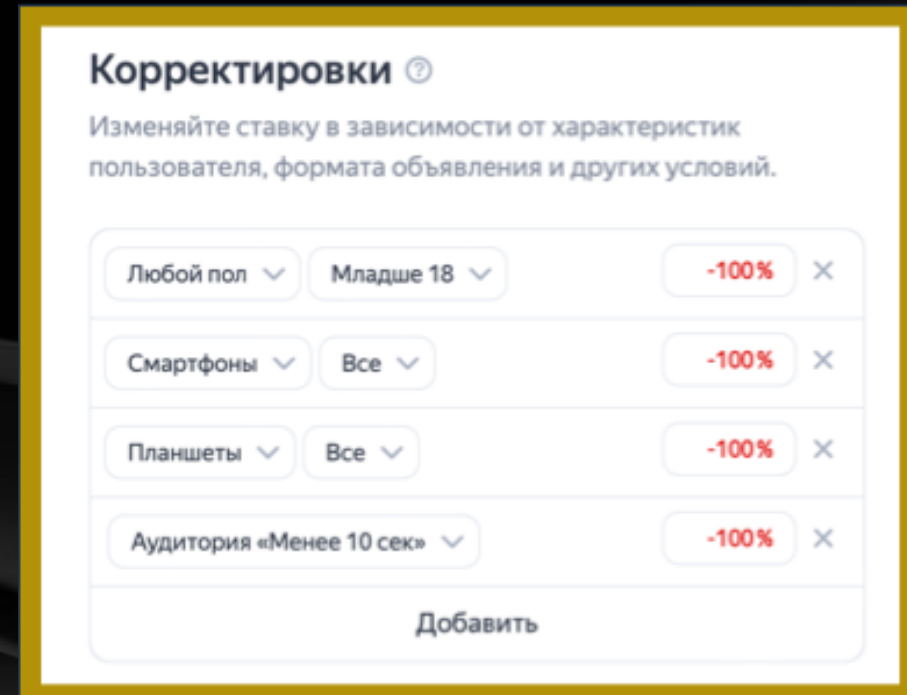
SEO — SEO

Правило №4

Тонкие настройки

В дополнительных корректировках рекламных кампаний, обязательно указывайте **следующие настройки**:

- уберите показы для аудитории младше 18 лет;
- уберите показы на планшетах и мобильных устройствах (учитывать нишу – если покупка не срочная, рекомендуем убирать);
- создайте сегмент аудитории, которая проводит на сайте менее 10 секунд и заминусуйте.



SEO IT SEO

- Также включите **мониторинг сайта** – чтобы реклама отключалась при неработающем сайте

- Добавьте **виртуальную карточку организации**

- Для РСЯ добавляйте **список минус площадок**, где не стоит показывать рекламу

- Не забывайте ставить **дневные ограничения бюджета**.

- **Рекомендуемый минимальный бюджет** в месяц 40-50тр. Меньше не рекомендовано.

SEO ⇄ SEO

Правило №5

Все поля объявлений и соответствие

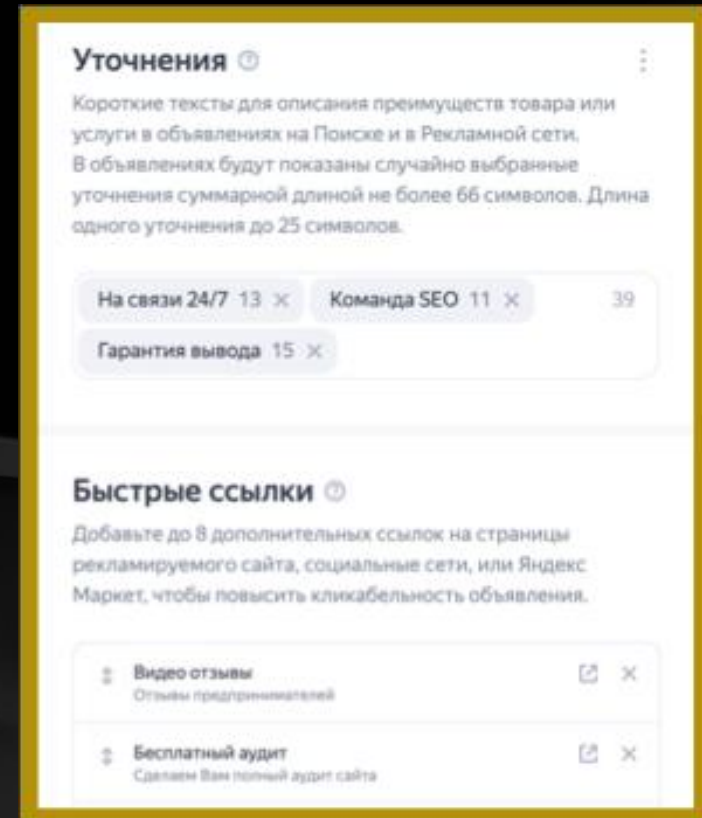
Обязательно заполняйте в рекламных объявлениях такие поля как:

- быстрые ссылки,
- описания быстрых ссылок,
- уточнения и отображаемая ссылка.

Эти пункты увеличивают размер вашего объявления в выдаче и повышают ctr и качество рекламной кампании (что снижает стоимость клика).

Проверяйте конечный адрес страницы, на которую вы ведете рекламное объявление (частая ошибка - вести на главную страницу).

Очень важно, чтобы запросы были релевантны ответу.



SEO CTR SEO