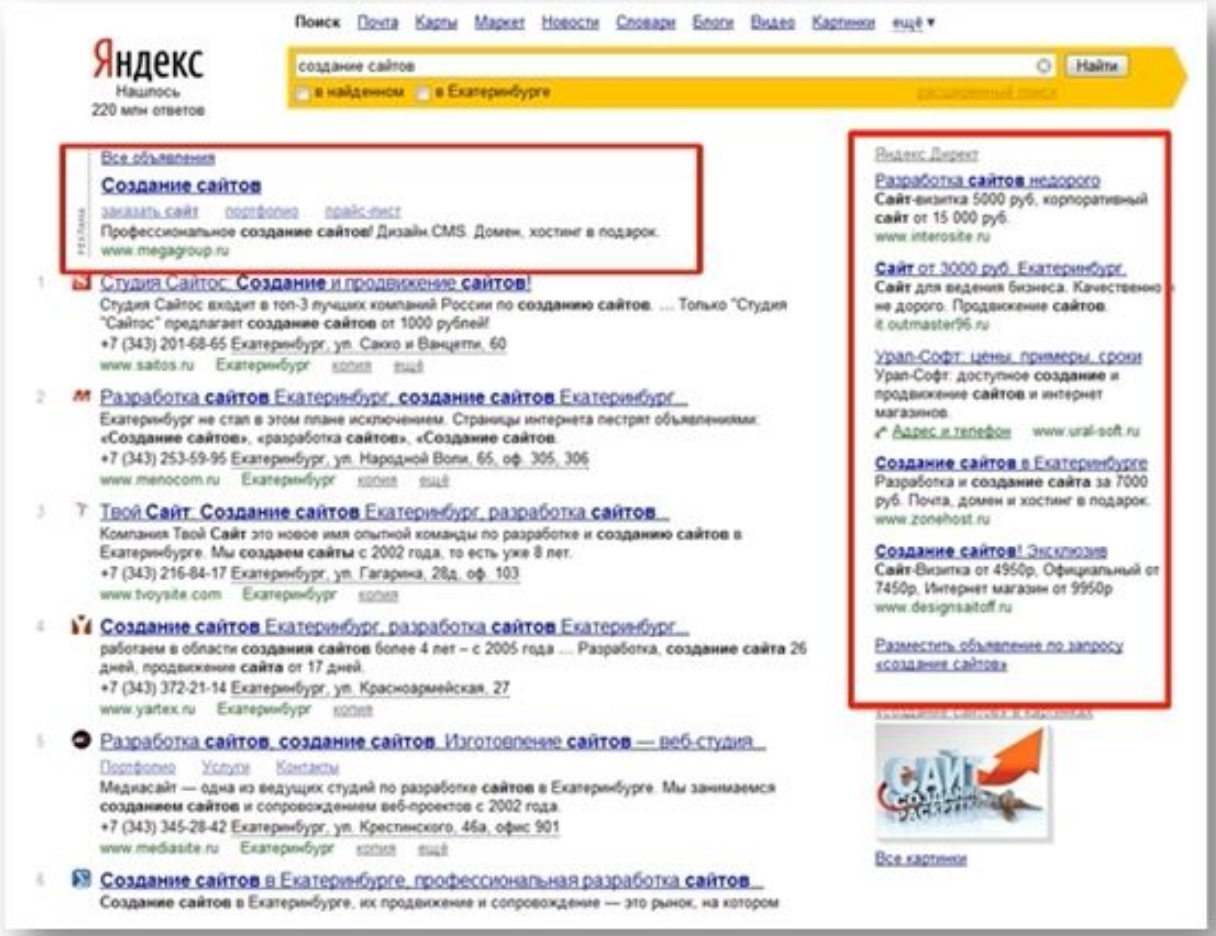
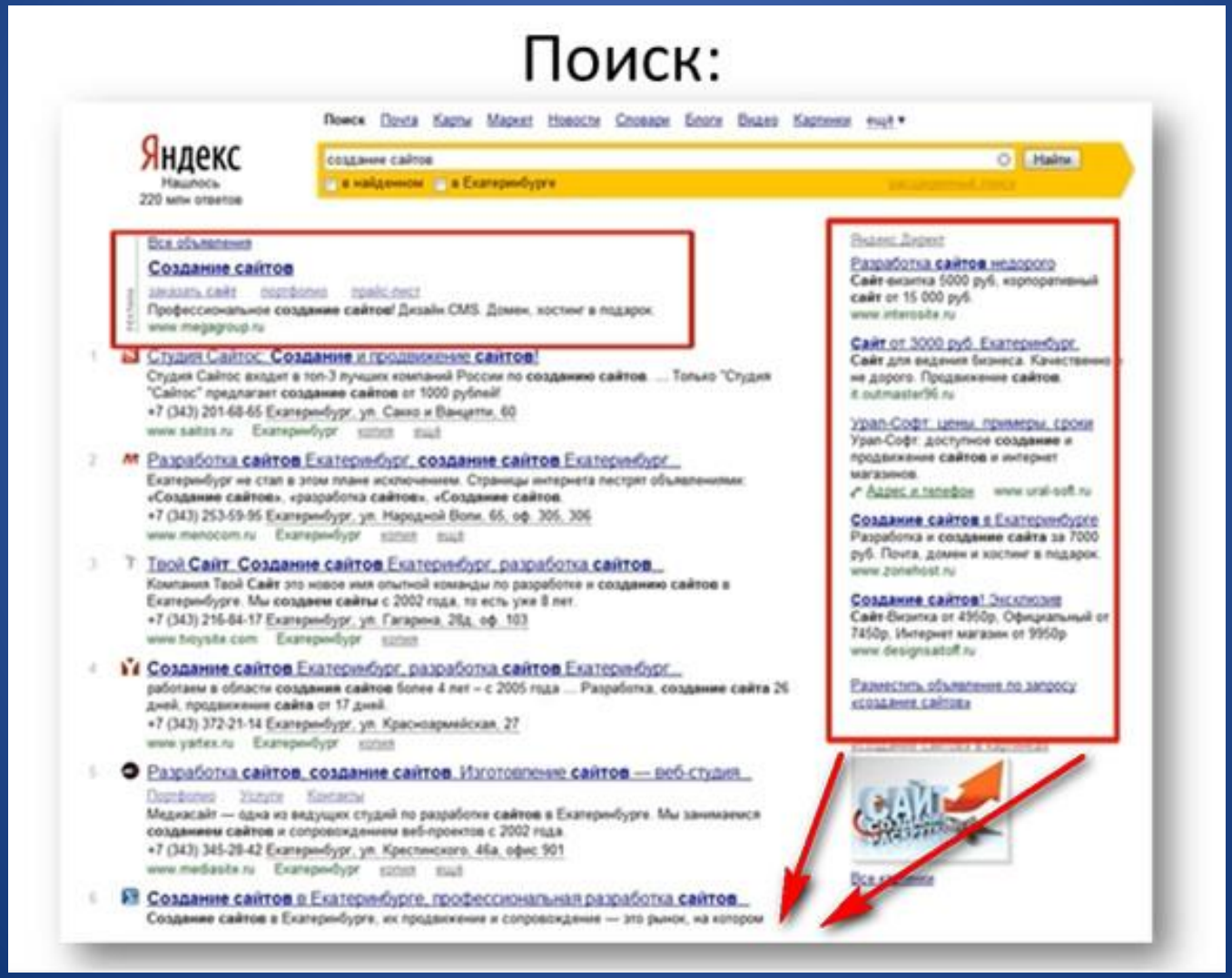
Основные понятия контекстной рекламы

Где могут показываться объявления

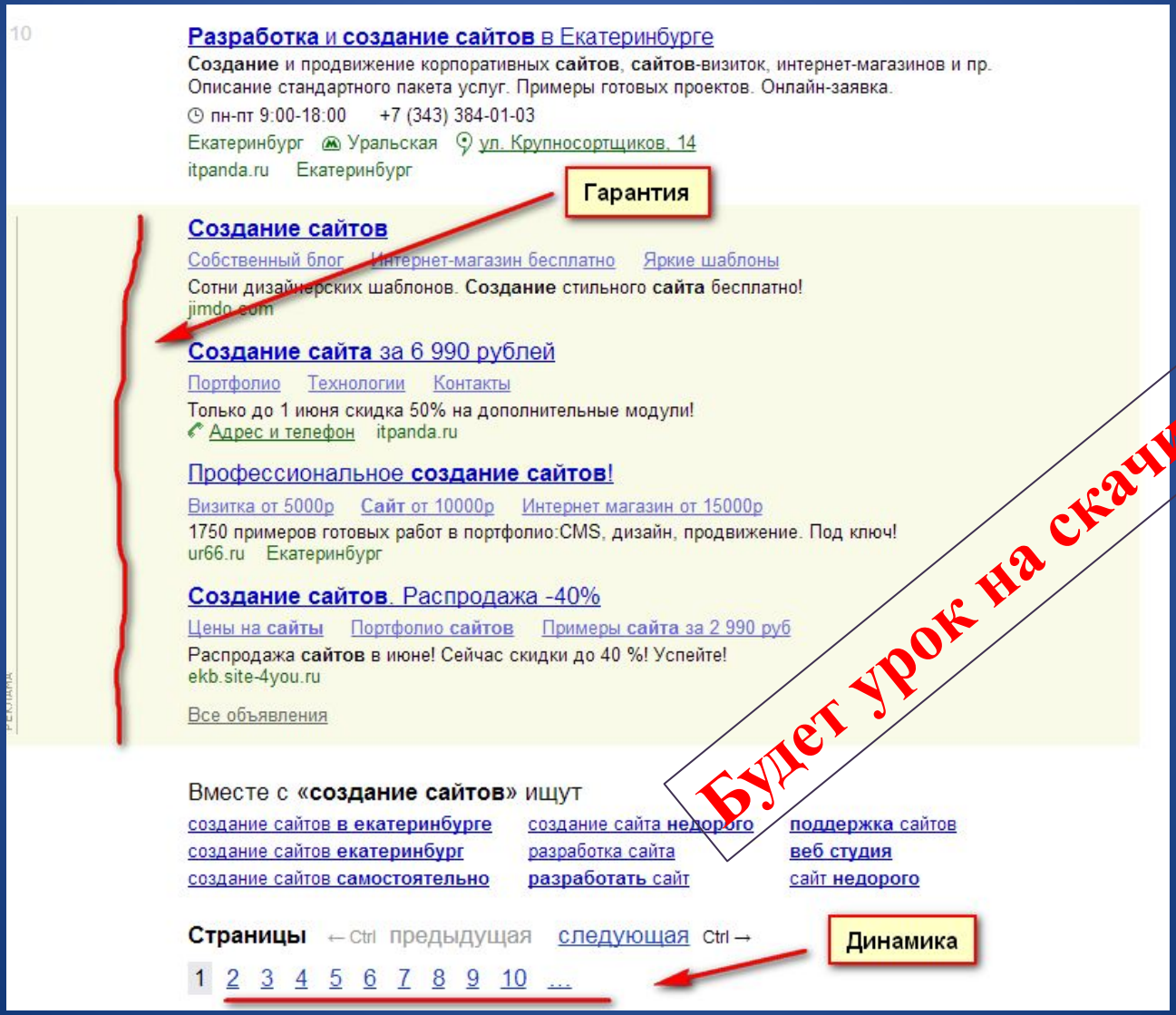
Поиск:



Где могут показываться объявления

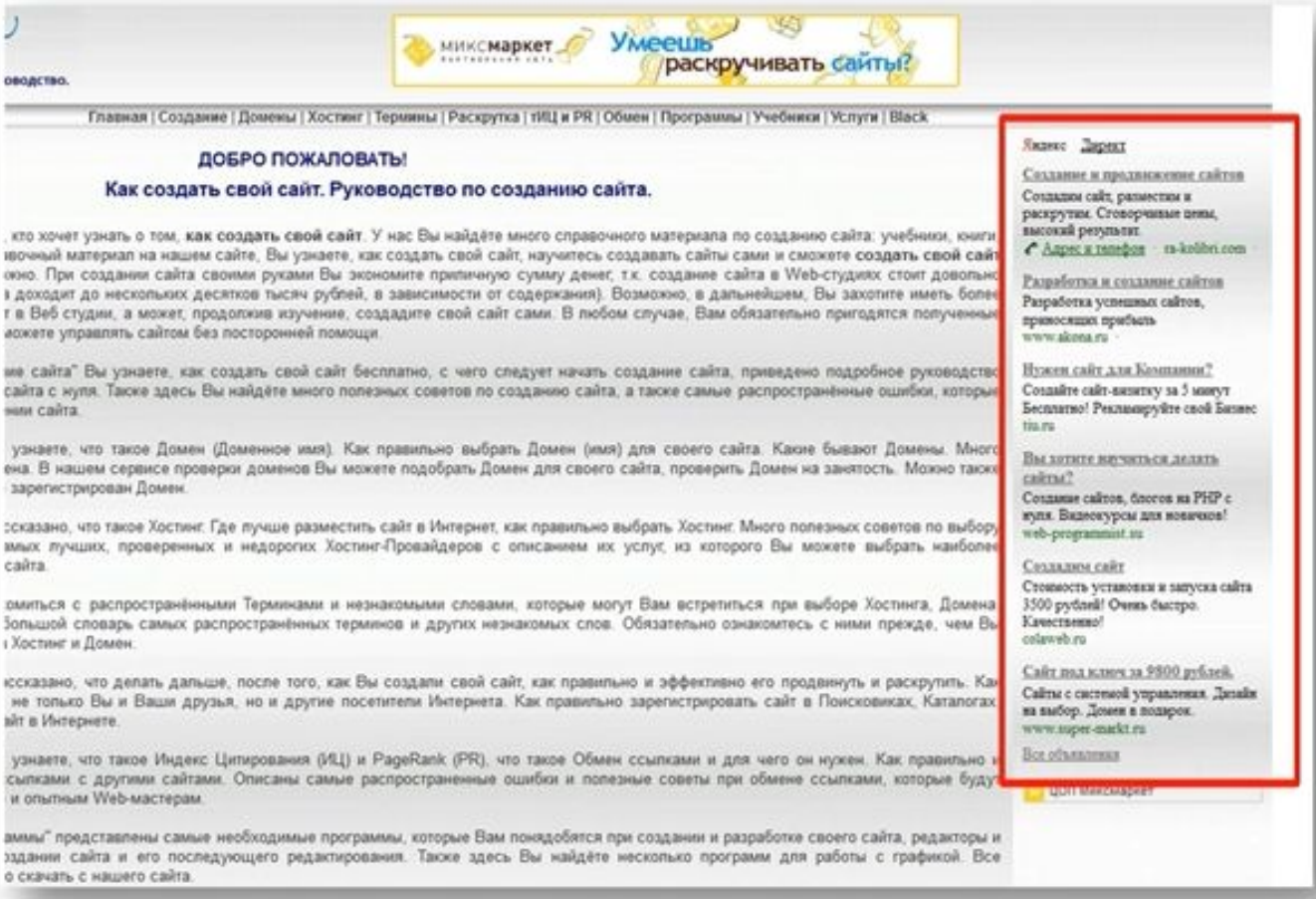


Где могут показываться объявления

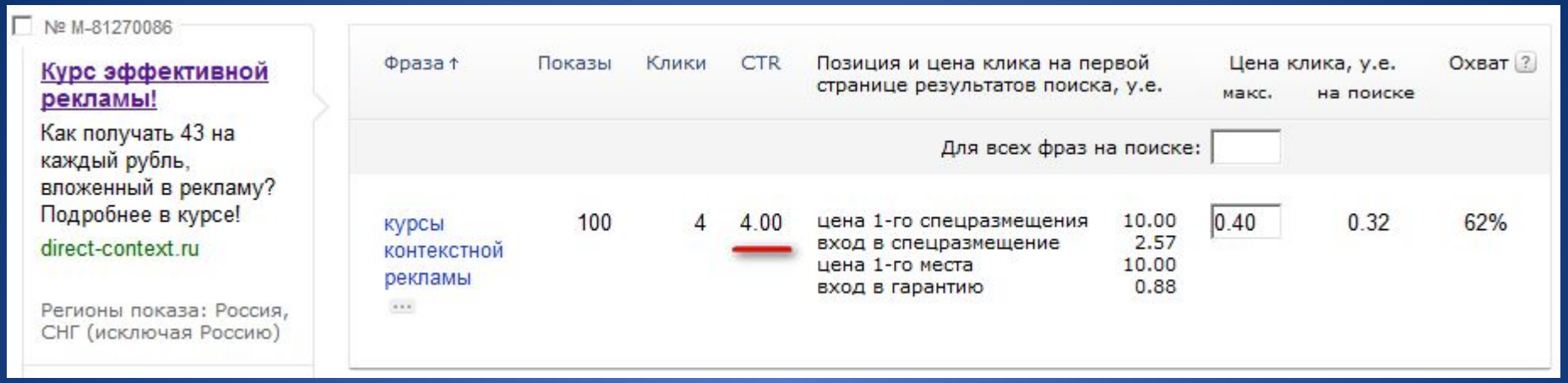


Где могут показываться объявления

Контекст (партнерская сеть):



CTR



CTR - отношение (количества кликов/количества показов) х 100

CTR х ЦЕНА КЛИКА = **ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЪЯВЛЕНИЯ**

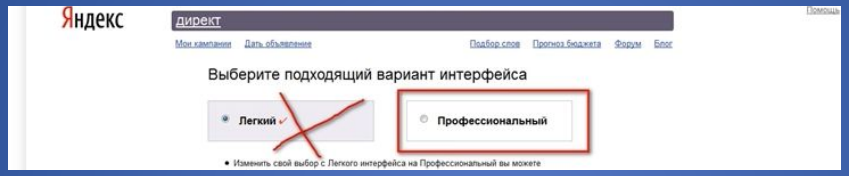
Цель – составить качественное объявление с высоким CTR

То есть **получить высокий показатель эффективности за счет CTR**, а не за счет цены

Чем **больше показатель эффективности, тем больше показов** вы получите при наименьшем бюджете

Как не попасть в расставленные ловушки для кошелька

- Не выбирайте легкий интерфейс



- Сначала подбирайте ключевые слова, потом создавайте объявления
- Смотрите цену клика, которую Директ предлагает по-умолчанию
- В одно объявление не запихивайте много фраз
- Не зажимайте расход в начале и дайте кампании разогнаться
- ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЯНДЕКС МЕТРИКУ ДЛЯ ЧИСТКИ ТРАФИКА И ОТСЛЕЖИВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЯ “ЦЕЛЕЙ”

Будет урок на скачивание

Алгоритм создания продающей рекламной кампании

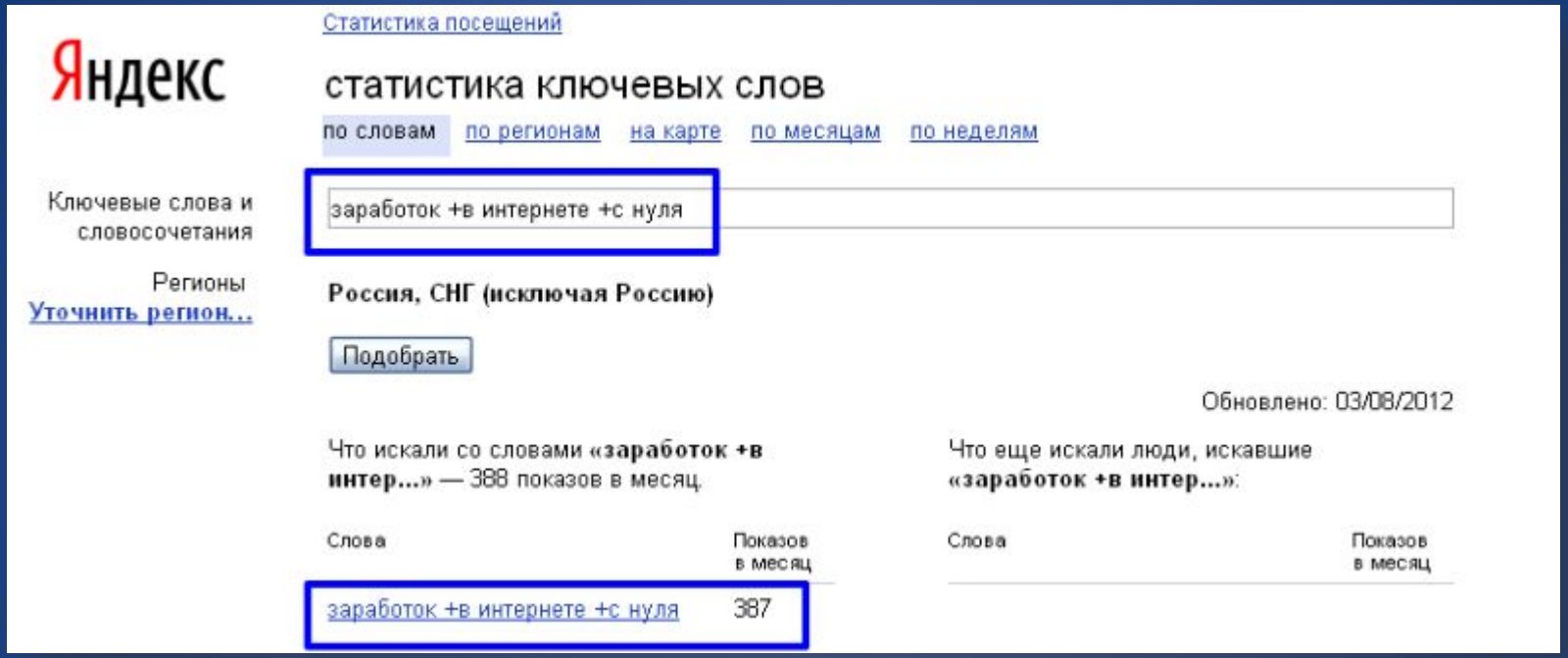
1. Сбор фраз

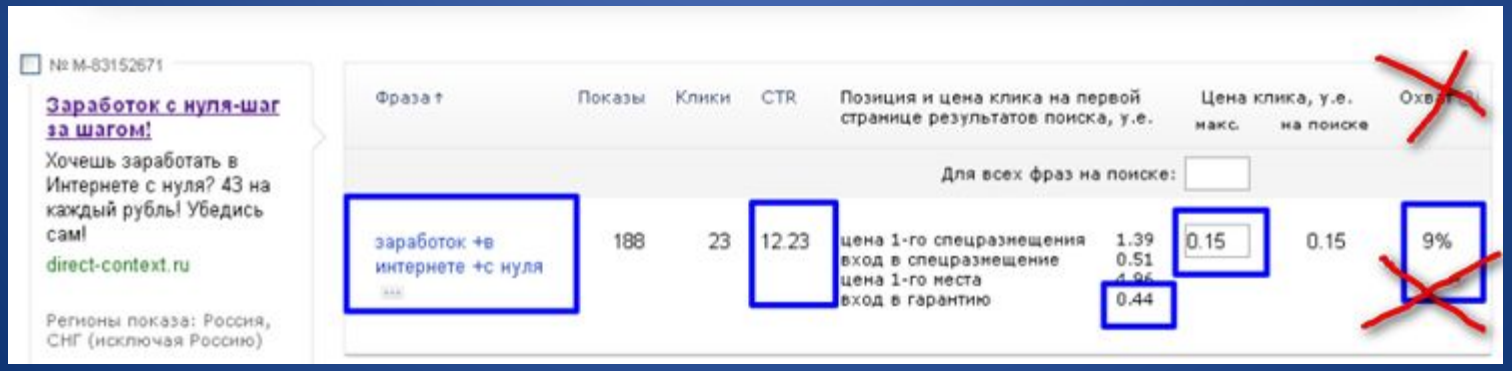
- Чем больше, тем лучше
- Классифицировать
- Все показывать по одной цене и с одной стратегией показа – деньги на ветер
- Протестировать отклик при минимальной цене клика

2. Обработка фраз

- Максимально привести в соответствие с объявлением
- Программа в помощь при обработке большого количества фраз – www.magadanparser.ru
- Следить чтобы не пересекались между собой
- Окончательный вердикт по фразе – в Метрике

2. Обработка фраз





3. Настройка параметров кампании

- Регионы показов ограничивать только в случае работы на конкретный регион

- Если работаете на все регионы:

  для подобных фраз:

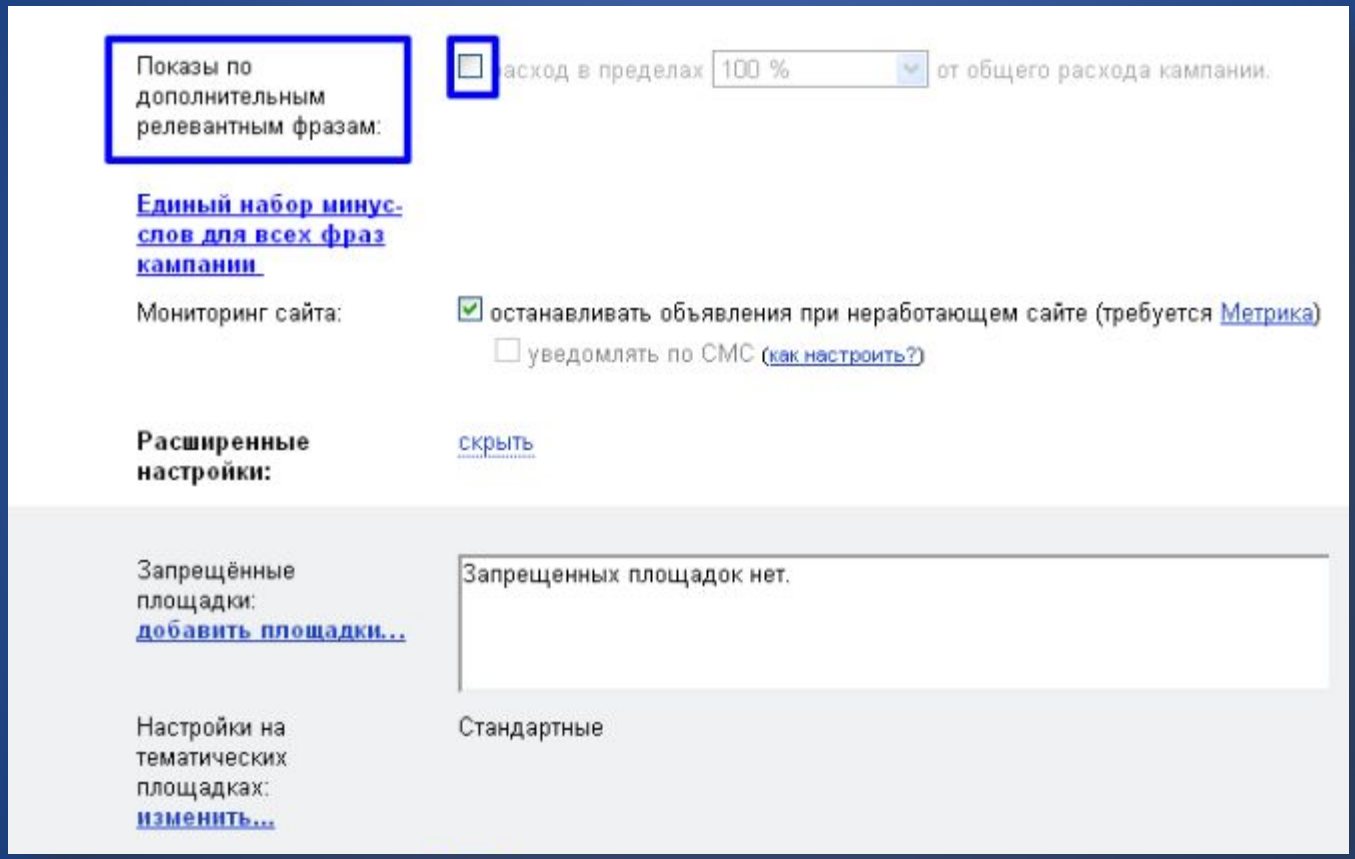
  “купить мочалку +в екатеринбурге”

  создать отд. объявления + инд. для него ограничить регион показов (только Екб. и область)
  При этом показы по фразе “купить мочалку” – остается настройка “все регионы”

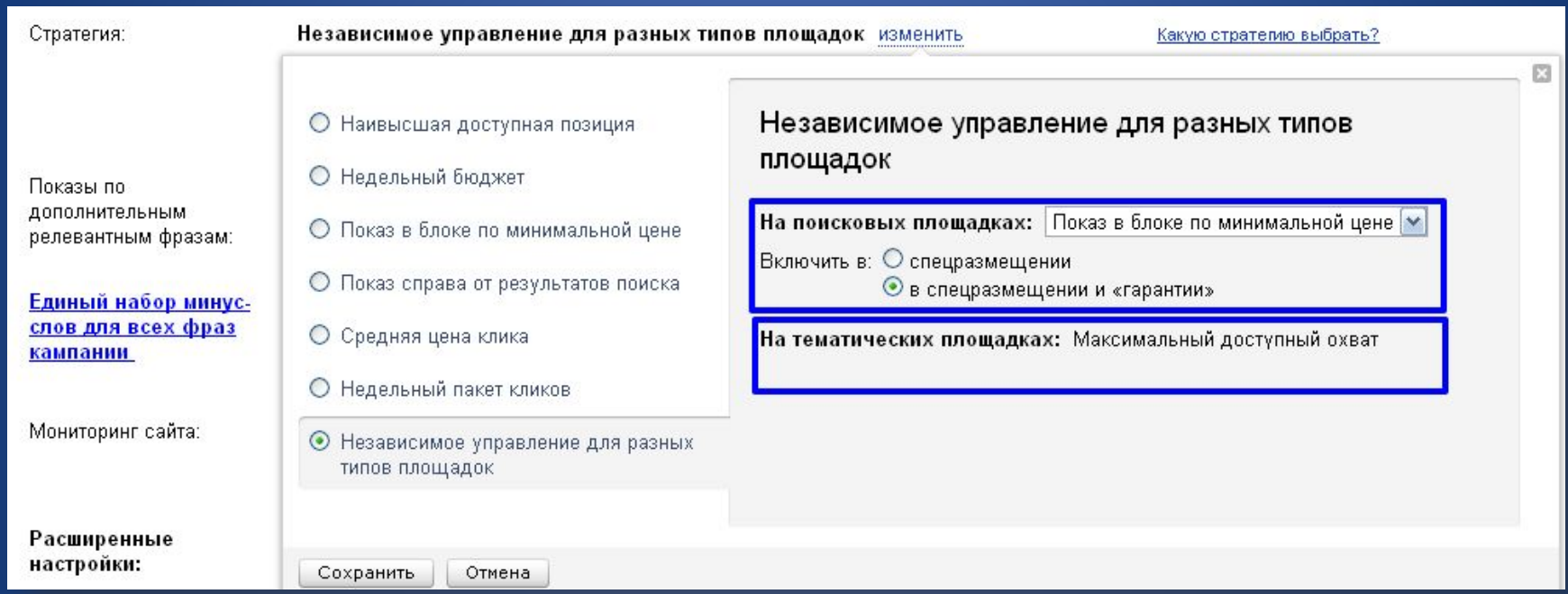
- Показы по дополнительным релевантным фразам
  - отключить

  (сперва грамотно подойти к подбору и обработке ключ фраз)

3. Настройка параметров кампании



3. Настройка параметров кампании

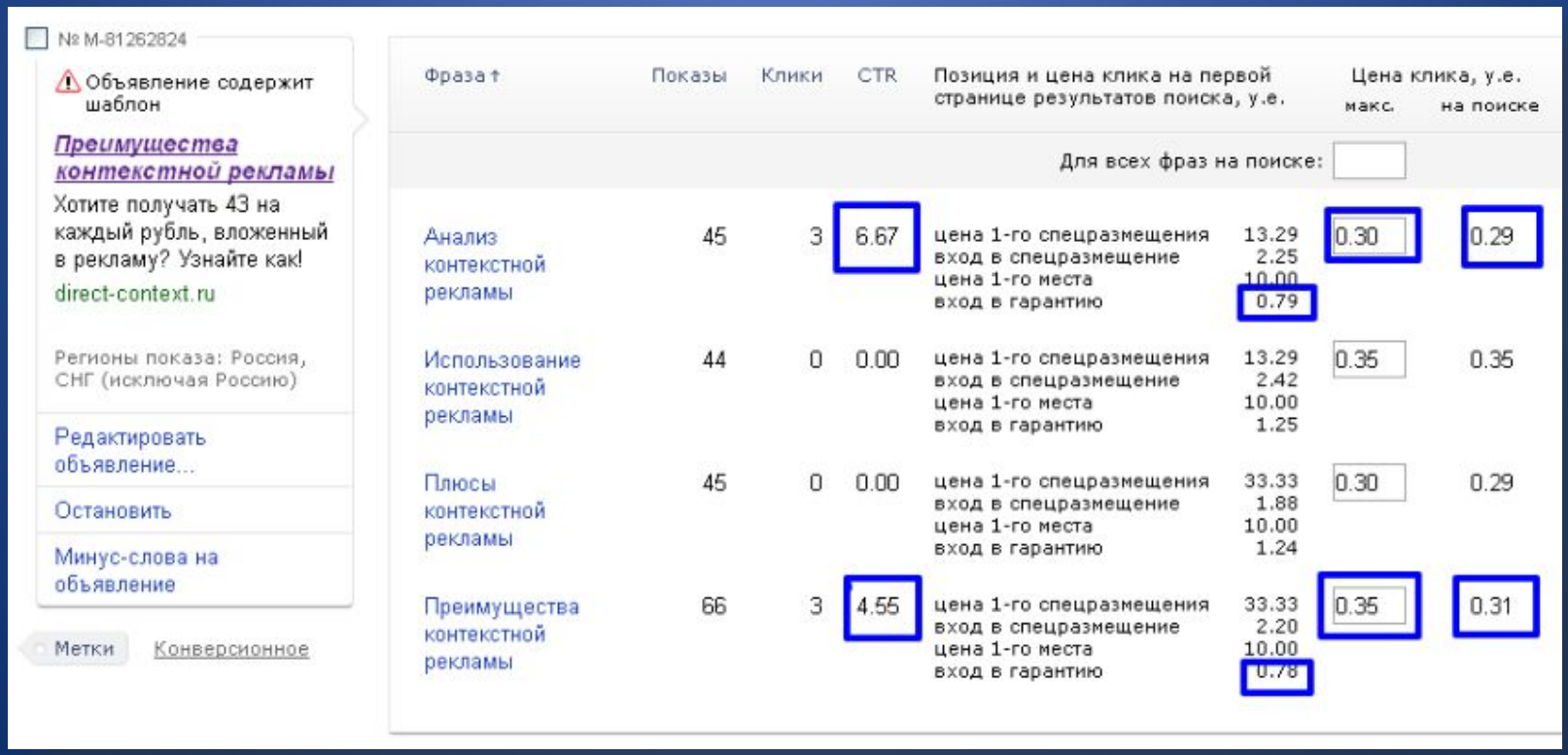


4. Создание объявлений

- Запрос = объявление = страница сайта
- Нужно определить какое желание пользователя стоит за вводимой им в Яндексе фразой и дать это в объявлении
- Если желание не ясно – протестировать отклик по фразе при минимальной цене клика
- Объявление должно содержать призыв к действию. “Жми”, “кликай” – не советуем

5. Назначение ставок

- Не смотрим на “вход в гарантию” от Яндекса
- Определяем свою макс. цену клика и строго ее придерживаемся



№ М-81262824

⚠ Объявление содержит шаблон

Преимущества контекстной рекламы

Хотите получать 43 на каждый рубль, вложенный в рекламу? Узнайте как!

direct-context.ru

Регионы показа: Россия, СНГ (исключая Россию)

Редактировать объявление...

Остановить

Минус-слова на объявление

Метки | Конверсионное

Фраза	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.		Цена клика, у.е. макс.	Цена клика, у.е. на поиске
						Для всех фраз на поиске:	
Анализ контекстной рекламы	45	3	6.67	цена 1-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	13.29 2.25 10.00 0.79	0.30	0.29
Использование контекстной рекламы	44	0	0.00	цена 1-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	13.29 2.42 10.00 1.25	0.35	0.35
Плюсы контекстной рекламы	45	0	0.00	цена 1-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	33.33 1.88 10.00 1.24	0.30	0.29
Преимущества контекстной рекламы	66	3	4.55	цена 1-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	33.33 2.20 10.00 0.78	0.35	0.31

6. Модерация

- Создать ровные или нейтральные тексты
- Изменить текст объявления, допущенного к показам - дело 1-2 минут

7. “Расклик”

- В течении нескольких дней с момента создания кампании количество показов объявлений сознательно занижается самим Яндексом
- Яндекс хочет протестировать кликабельность Ваших объявлений при минимальном количестве показов
- Нужно "заставить" Яндекс увеличить обороты ценой клика

8. Улучшаем качество приходящего трафика

- Вордстат "пропускает" массу нецелевых супер НЧ фраз
- Мониторить через “сводку по Директу” в Яндекс Метрике

ОБЕЩАННЫЕ ВИДЕО УРОКИ

В ЧАТЕ)