

A group of people are gathered around a table in a meeting room. A man in a blue shirt is standing and pointing at a screen. The room has a whiteboard and a large window. The text "Автостратегии Яндекс и Google" is overlaid on the image.

Автостратегии Яндекс и Google

В чём суть?

Система видит поведение пользователя и меняет ставку в момент поискового запроса. В ту самую секунду когда пользователь ввёл запрос и нажал на поиск.

Если система считает, что пользователь склонен совершить конверсию, то она поднимет ставку до необходимой для показа вверху страницы.

Зачем нужны автостратегии?

Плюсы

- Проще оптимизировать кампании
- Дают стабильность
- В большинстве случаев улучшают эффективность

Минусы

- Требуют много статистики
- На старте могут перекрутить бюджет
- Плавают в первые дни запуска
- Чувствительны к остановкам и изменениям, не любят частого вмешательства

Яндекс

Оптимизация конверсий:

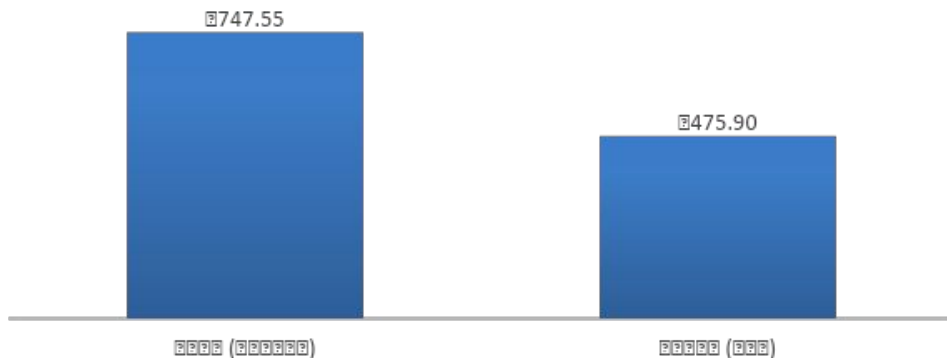
- Максимальная конверсия по цели
- Средняя цена конверсии

Google

- Максимум конверсий
- Целевая рентабельность инвестиций (target ROAS)
- Максимальная ценность конверсии (target ROAS V 2.0)
- Целевая цена (target CPA)

Кейс по снижению расходов

Кампания	Период и результат	Показы	Клики	CTR	CPC	Звонки + Заявки	Расходы	CPA	CR
	Было (апрель)	271 024	11 881	4,38%	72,30 ₹	1149	858 940,23 ₹	747,55 ₹	9,67%
	Стало (май)	178 287	8 335	4,68%	54,13 ₹	948	451 153,42 ₹	475,90 ₹	11,37%
Всего	Результат	-92 737	-3 546	0,29%	-18,17 ₹	-201	-407 786,81 ₹	-271,65 ₹	1,70%



Яндекс

Максимальная конверсия по цели

Снижение расходов на 48%

Снижение CPA на 37%

Снижение CPC на 26%

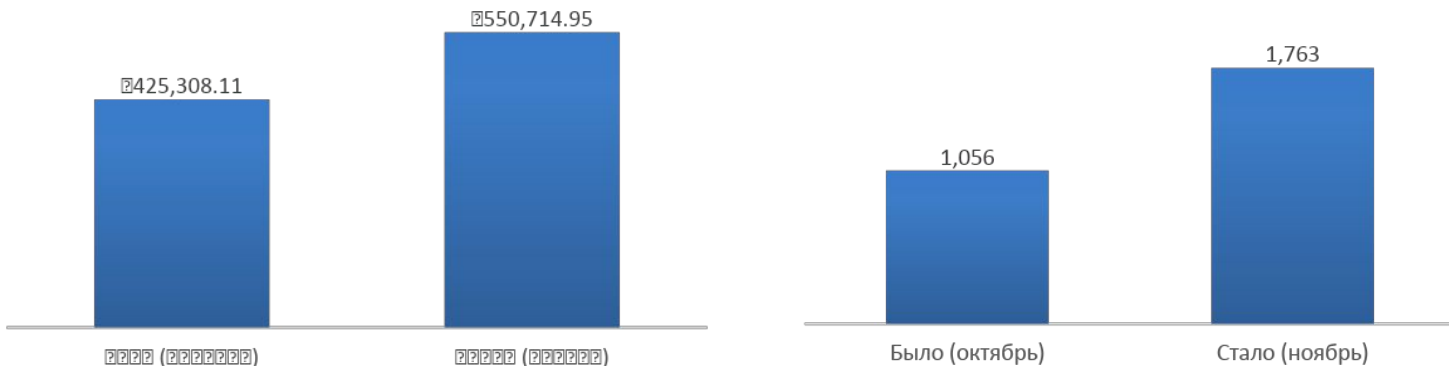
Повышение CR на 15%

Снижение конверсий на 18%

Максимальная конверсия по цели

Кейс по увеличению расходов

Кампания	Период и результат	Показы	Клики	CTR	CPC	Транзакции	Расходы	CPO	CR
Всего	Было (октябрь)	3 248 419	65 013	2,00%	6,54 ₺	1 056	425 308,11 ₺	402,75 ₺	1,62%
	Стало (ноябрь)	981 657	99 442	10,13%	5,54 ₺	1 763	550 714,95 ₺	312,37 ₺	1,77%
	Результат	-2 266 762	34 429	8,13%	-1,00 ₺	707	125 406,84 ₺	-90,38 ₺	0,15%



Яндекс

Максимальная конверсия по цели

Повышение расходов на 29%

Снижение CPO на 23%

Снижение CPC на 16%

Повышение CR на 9%

Повышение конверсий на 67%

Необходимо выбрать и настроить основную, самую главную цель в метрике

Настройка

Счетчик Вебвизор **Цели 52** Фильтры 2 Уведомления Загрузка данных Доступ 14 PVL Больше возможностей

Вы можете определить 200 целей для каждого сайта, указав:

- какое количество просмотренных страниц является показателем успешности рекламной кампании;
- один или несколько URL, посещение которых является желаемым действием.

Добавить цель Конверсионные 46 **Ретаргетинговые 6**

Название цели	Описание	Номер цели
1 "Запись на прием к врачу онлайн" отсылка формы	идентификатор: record	2018728
2 Запись: специализация	идентификатор: oe_spec	33278820
3 Запись: клиника	идентификатор: oe_clinic	33278826
4 Запись: записаться на прием	идентификатор: oe_make_record	33278838
5 Запись: онлайн	идентификатор: oe_online	33278841
6 Звонок	Передача данных о звонках	35404071

Настройка

Счетчик Вебвизор **Цели 10** Фильтры 5 Уведомления Загрузка данных Доступ 10 PVL Больше возможностей

Вы можете определить 200 целей для каждого сайта, указав:

- какое количество просмотренных страниц является показателем успешности рекламной кампании;
- один или несколько URL, посещение которых является желаемым действием.

Добавить цель Конверсионные 4 **Ретаргетинговые 6**

Название цели	Описание	Номер цели
1 Подтверждение заказа	url: начинается с «http://www. /personal/cart/»	406336

Яндекс

Максимальная конверсия по цели

Недельный бюджет = Средний Дневной Расход (без НДС) за месяц * 7 дней

$$\text{Макс CPC} = \text{CPC} * 2$$

! Если не задать ограничение по CPC, то по умолчанию может быть = 1/10 (не 1/100) от недельного бюджета

! Среднюю цену конверсии НЕ задаём

Стратегия показов ⊗

Показывать рекламу: На всех площадках Только на поиске Только в сетях

Оптимизация конверсий

Оптимизация рентабельности
Оптимизация кликов
Ручное управление ставками с оптимизацией

Оптимизация конверсий ⓘ

Стратегия позволяет эффективно распределить затраты на рекламную кампанию в рамках заданного бюджета

По цели: ▾

Удерживать цену конверсии в среднем руб. в неделю

При ограничении недельного бюджета руб.

Уточнить максимальную цену клика руб.

Внимание! Мало целевых визитов по выбранной цели. [Подробнее](#)

Яндекс

Средняя цена конверсии

Недельный бюджет = Средний Дневной Расход (без НДС) за месяц*7 дней

Макс CPC = CPC*2

Задаём среднюю цену конверсии отталкиваясь от реальных данных
! Максимальную цену клика НЕ уточняем

Стратегия показов

Показывать рекламу: На всех площадках Только на поиске Только в сетях

Оптимизация конверсий

Оптимизация рентабельности

Оптимизация кликов

Ручное управление ставками с оптимизацией

Оптимизация конверсий ⓘ

Стратегия позволяет получить максимум целевых визитов по заданной в Яндекс.Метрике цели на сайт, удерживая указанную среднюю цену конверсии или недельный бюджет

По цели:

Удерживать цену конверсии в среднем руб. в неделю

При ограничении недельного бюджета руб.

Уточнить максимальную цену клика

Внимание! Мало целевых визитов по выбранной цели. [Подробнее](#)

Яндекс

Оптимизация конверсий

Корректировки ставок

Целевая аудитория Мобильные Пол и возраст Видеодополнения

Ретаргетинг и аудитории ? Ставка — %

1.	Страница Спасибо Похожий Сегм...	увеличить	20	%	✕
2.	1 клик Похожий Сегмент	увеличить	20	%	✕

+ Новая корректировка

Настройка условий

Сохранить Отмена

Корректировки ставок

Целевая аудитория Мобильные Пол и возраст Видеодополнения

Настройка ставок на мобильных устройствах ?

Ставка увеличить на 25 %

Сохранить Отмена

Корректировки ставок

Целевая аудитория Мобильные Пол и возраст Видеодополнения

Пол и возраст пользователя ? Ставка — %

1.	Все	М	Ж	25-34	увеличить	20	%	✕
2.	Все	М	Ж	35-44	увеличить	20	%	✕

+ Новая корректировка

вкл.

Сохранить Отмена

Google

- Максимум конверсий
- Целевая рентабельность инвестиций (target ROAS)
- Максимальная ценность конверсии (target ROAS V 2.0)
- Целевая цена (target CPA)

Google Столбец конверсий

По умолчанию, что включишь в столбец конверсии, то и получишь

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Действие-конверсия	Источник	Категория	Статус отслеживания	Учет	Период учета конверсий	Включение данных в столбец "Конверсии"	Доля повторений	↓ Все конв.	Ценность всех конв.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Покупка	Сайт	Покупка/Продажа	Конверсии регистрируются	Каждая	90	Нет	1,15	104,59	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Transactions	Аналитика	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	60	Нет			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Transactions	Аналитика	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	60	Да	1,04	99,47	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	1 клик	Сайт	Покупка/Продажа	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Да	1,06	48,97	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Звонки по объявлениям	Звонки по объявлениям	Возможная продажа	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Да	1,00	7,00	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Звонки с сайта	Звонки с сайта	Возможная продажа	Конверсии регистрируются	Одна	30	Да	1,00	2,58	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Клики-звонки	Размещено в Google	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Нет	--	0,00	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Местные действия: маршруты	Размещено в Google	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Нет	--	0,00	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Местные действия: посещения сайта	Размещено в Google	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Нет	--	0,00	0,00
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Местные действия: другие взаимодействия	Размещено в Google	Другое	Конверсии регистрируются	Каждая	30	Нет	--	0,00	0,00

Google

Настройка цели на уровне кампании

Можно настроить на конкретную цель

Цель	Цель не выбрана.	▼
Сети	Поисковая сеть Google, Поисковые партнеры	▼
Местоположения	Москва, Москва, Россия (город) и ещё 2	▼
Языки	Английский и Русский	▼
Бюджет	10 000,00 Р в день	▼
Ставки	Целевая цена за конверсию – 450,00 Р	▼
Даты начала и окончания	Дата начала: 23 ноября 2018 г. Дата окончания: Не установлено	▼
Конверсии	<p>Укажите, какие конверсии нужно включать в столбец "Конверсии" для этой кампании и использовать для Интеллектуального назначения ставок. ⓘ</p> <p><input type="radio"/> Использовать настройку "Включение данных в столбец "Конверсии" на уровне аккаунта ⓘ</p> <p><input checked="" type="radio"/> Выбрать действия-конверсии для этой кампании</p> <p>Первичный звонок (Все данные по веб-сайту) (действие-конверсия)</p>	▲

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

Google Группировка

- 3 объявления в группе
- Стандартный режим показов объявления

The screenshot displays the Google Ads interface for a campaign. On the left, a table lists keywords and their status. The 'Статус' column shows 'Допущено' for all listed keywords. The right side of the interface shows the 'Бюджет' (Budget) section with a daily average spend of 3,000.00 RUB. Below the budget, the 'Метод показа' (Ad format) section is visible, with 'Стандартный' (Standard) selected and highlighted by a red box.

Ключевое слово	Статус
Итого (все активные ключевые слова)	
+nerf	Допущено
[blaster nerf]	Допущено
+nerf +купить	Допущено
+blaster +nerf	Допущено
[nerf russia]	Допущено
[нёрф ру]	Допущено
[nerf]	Допущено
+оружие +nerf	Допущено

Укажите среднюю сумму расходов в день
3 000,00 Р









Метод показа

- Стандартный
- Ускоренный

Google

Аудитории на поиске

- Добавляем всех, полезных и похожих
- Делаем корректировки

<input type="checkbox"/>		Аудитория	Тип	Статус	Коррект. ставок
<input type="checkbox"/>		Как список "All Converters"	Похожая аудитория	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		Как список "Совершившие покупку"	Похожая аудитория	Допущено	+20 %
<input type="checkbox"/>		Как список "Посетившие корзину"	Похожая аудитория	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		All Converters	Посетители сайта	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		Посетившие корзину	Посетители сайта	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		Вернувшиеся пользователи	Посетители сайта	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		Оформившие заказ	Посетители сайта	Допущено	—
<input type="checkbox"/>		Все посетители	Посетители сайта	Допущено	—

Google Максимум конверсий

Как правило, автостратегии заходят в 1-ую неделю, если результат отрицательный – отключаем

Осторожно с бюджетом!

При переходе на автостратегию, выставляем бюджет равный среднему дневному расходу за последние ~30 дней

Google Target ROAS

**Целевая рентабельность инвестиций =
Ценность конверсии / расход * 100%**

Например:

$$2500 / 500 * 100\% = 500\%$$

Где:

2500 – ср. чек (ценность конверсии)

500 – CPO

500% – целевая рентабельность

Google Target ROAS

Подводные камни:

Стратегия опирается на данные по CPO и Ср. чеку

Данные сами по себе не постоянные и зависят от сезонности

Если не используете электронную торговлю, то ценность конверсии придётся задавать вручную

Google Target ROAS V 2.0

Максимальная ценность конверсии

Работает на увеличение среднего чека

! Галочку НЕ ставим

Иначе рискуем снизить реальный объём (вернуться к стратегии target ROAS)

Ставки	Стратегия назначения ставок ⓘ Максимальная ценность конверсии	При использовании стратегии "Максимальная ценность конверсии" Google Реклама автоматически корректирует ставки так, чтобы обеспечить максимальную ценность конверсий в рамках заданного бюджета. Подробнее...
	<input type="checkbox"/> Задать целевую рентабельность инвестиций в рекламу.	

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

Google Target ROAS V 2.0 и CPA

Хитрый гугл при выборе **ценности конверсии** по умолчанию предлагает задать **целевую рентабельность**

А при выборе **конверсий** – **целевую цену**

Ставки

Ставки

Какова ваша основная цель?

Ценность конверсии ▾

Рекомендованный показатель (кампания)

Указать целевую рентабельность инвестиций в рекламу

В этой кампании будет использоваться стратегия **Максимальная ценность конверсии**, которая поможет вам получить наибольшую ценность конверсий при заданном бюджете.

Или выберите стратегию назначения ставок напрямую (не рекомендуется)

Цены
цен
опри
сайт
мага
Под

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

Какова ваша основная цель?

Конверсии ▾

Рекомендованный показатель (кампания)

Указать целевую цену за конверсию

В этой кампании будет использоваться стратегия **Максимум конверсий**, которая поможет вам получить как можно больше конверсий при заданном бюджете.

Ваш бюджет составляет **₽3,00k**, а текущие ежедневные расходы – **₽1,73k**. Вы можете скорректировать расходы, изменив бюджет или установив целевую цену за конверсию.

Сократить бюджет до

2 253,61 **₽**

Или выберите стратегию назначения ставок напрямую (не рекомендуется)

ОТМЕНА СОХРАНИТЬ

Конверсия регистрируется, когда пользователь выполняет нужное действие на сайте, в приложении или в магазине.

[Подробнее...](#)

Google Target CPA

Как правило, система сама предлагает целевую цену, её и указываем и не делаем ничего с кампанией неделю, т.е. не трогаем совсем

В этой стратегии может быть статус «**Ограничено бюджетом**»

Google – Доверяй, но проверяй!

Оптимизацию всё равно делаем, но за большой период ~1-3 месяца (от статистики)

- Ключи
- ГЕО
- Аудитории
- Пол и возраст
- Время
- Устройства

A group of people are gathered around a long table in a meeting room. A man in a blue shirt is standing and presenting to the group. The room features a large whiteboard and a television. The scene is dimly lit, with warm lights hanging from the ceiling. The text "Спасибо за внимание!" is overlaid in the center of the image.

Спасибо за внимание!