



Яндекс.Директ: общие принципы

Евгений Ломизе

Директ: что это такое?



организация банкетов

в найденном в регионе: Москва

Везде [Каталог](#) [Новости](#) [Маркет](#) [Словари](#) [Картинки](#) [Все службы...](#)

Результат поиска: страниц — **595 242**, сайтов — не менее **1 927**
Запросов за месяц: организация — 271 389, банкетов — 9 049. [Купить эти слова.](#)

Хотите найти рядом? Поищите «организация банкетов» на сайтах Москвы.

- ◆ **Новогодний банкет с рестораном ЛаньЧ**
Профессиональная **организация** новогоднего фуршета, **банкета**
- ◆ **Организация банкетов**
Профессиональная **организация** новогоднего фуршета, **банкета** с РВО Фигаро

Рекламные объявления

! Организация шоу программ

Организация: Выставок; корпоративных встреч, дней рождений, шоу программ.
www.interfes.ru — Москва

Организация банкетов !!!

Организация банкетов: приготовление блюд, подбор места, шоу-программы.
www.masterfood.ru — Москва

Отмечайте праздник с нами!

Проведем **банкет**, фуршет, вечеринку. Музыка, актеры, клоуны, шоу программа.
www.artistic-agency.ru — Москва

Банкеты в Москве - от 40 у. е.

организация и проведение. Подбор помещения, фейерверк, фото и видео-съемка
www.jackscatering.ru — Москва

Директ - это интерфейс для размещения **текстовой** рекламы по **ключевым словам** в результатах поиска Яндекса с оплатой **по переходам** и возможностью **управлять ценой контакта**

Директ: что это такое?

Преимущества:

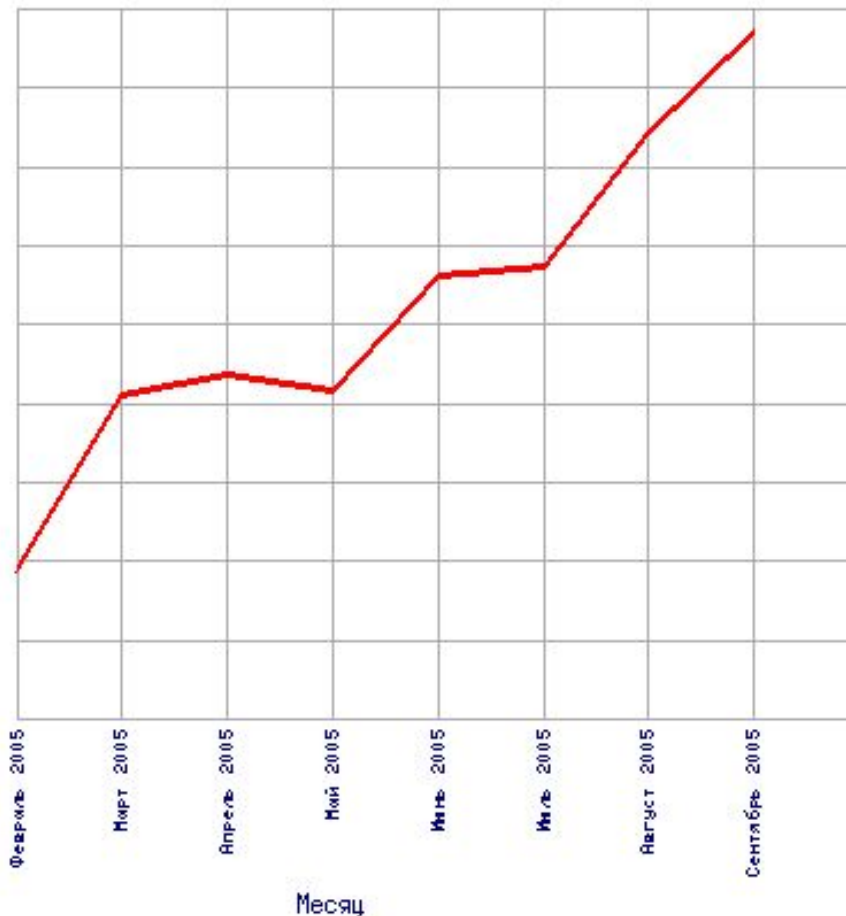
- Доступность: от 3 руб. за посетителя, минимальный заказ: 300 руб.
- Оплата по результату =>свобода эксперимента
- Управление ценой клика
=>возможность устанавливать оптимальное соотношение затрат на рекламу и отдачи от нее

Ограничения:

- Отсутствие четко прогнозируемого бюджета
- Необходимость постоянно мониторить и направлять ход кампании

Директ: рост эффективности

Количество кликов
на Директе
с 01.02.2005
по 30.09.2005



Директ: организация рекламных материалов

Агентство = логин

Клиент = логин

Каждое агентство может иметь много клиентов

Каждому клиенту может быть приписано много рекламных кампаний

Каждая рекламная кампания может содержать много объявлений

Каждому объявлению можно приписать много ключевых слов и регионов

Директ: организация рекламных материалов

Внимание: объявления по пересекающимся условиям показа из разных кампаний одного клиента конкурируют по цене и могут показываться одновременно

Объявления с пересекающимися условиями из одной рекламной кампании не показываются одновременно и не конкуриют по цене

Директ: рекламные продукты

Формат: Заголовок (до 33 символов) + текст (до 75 символов).

Места показа:

- Спецразмещение (над результатами поиска). Статические показы – т. е. при каждом запросе, содержащем ключевые слова.
- 1-4 позиции в столбце справа от результатов поиска. Статические показы.
- 5я позиция в столбце справа от результатов поиска. Здесь ротируются все, кто не купил статические показы.

Ключевые слова, по которым $CTR \leq 0,5\%$, отключаются

Директ: спецразмещение

Как показывается?

1. С 1 ноября Спецразмещение, проданное по кликам через Директ, показывается всегда над Спецразмещением, проданным по CRM.
2. Если по запросу докручивается Спецразмещение, проданное по CRM, Директу отводится 1 позиция. Если нет – 2 позиции.
3. Отбор Директовских объявлений для показов в Спецразмещении:
 - $2 F(\text{кликабельность} \times \text{ставка}) > \text{порогового значения}$
4. Порядок объявлений в Спецразмещении:
 - по убыванию ставок

Директ: гарантированные показы справа

Отбор в гарантированные показы на 1 странице:

- 4 max $F(\text{кликабельность} \times \text{ставка})$ из неотобранных в Спецразмещение
- ставка > цены клика на Яндекс.Маркете

Порядок объявлений в гарантированных показах:

- по убыванию ставок

ВНИМАНИЕ: формулы отбора в Спецразмещение и гарантированные показы разные. Возможны ситуации, когда:

- гарантированные показы справа полностью заняты, но в Спецразмещение никто не отобрался.
- Объявление перескакивает сразу в Спецразмещение, вместо чем подниматься вверх в правом столбце.

Директ: динамические показы

Показ остальных объявлений:

- ставка $>$ цены клика на Яндекс.Маркете – в ротации на 5-й позиции на первой странице выдачи результатов поиска
- ставка $<$ цены клика на Яндекс.Маркете – на последующих страницах выдачи результатов поиска и на странице «Все объявления по запросу»

Директ: уточнение региона

Объявления, таргетированные на не пересекающиеся регионы, не поднимают друг другу ставки.

Примеры:

- Россия и Москва – конкурируют по цене
- Москва и Киев – нет

Уточнение региона позволяет:

- увеличить кликабельность => снизить цену клика
- избежать случайных кликов не своих клиентов

Директ: дополнительные площадки

1.Партнерские поиски (auto.ru, yellowpages.ru, tut.by, all.by, etc). Показы на партнерских поисках можно отключить. Но только все разом.

2.Каталог Яндекса. Рубрики приписываются автоматически на основании ключевых слов. От показов в каталоге можно отказаться.

На партнерских поисках и в каталоге объявления показываются так же, как и на поиске Яндекса (2 спецразмещения + 5 блоков справа, пятый в динамике). Если партнер на показывает Спецразмещение (как yellowpages), соответствующие объявления на нем не покажутся вообще.

3. Страница «Все объявления по запросу».

Отказаться от показов на ней нельзя. Объявления показываются единым списком, как результаты поиска. Располагаются строго в порядке убывания цены клика, без учета кликабельности.

Два способа управления ставками

Ручной

При каждом клике списывается заявленная фиксированная ставка

Автоматический

Заявленная цена клика минимизируется при

- каждом показе
- по любому запросу
- в любом регионе

так, чтобы обеспечить объявлению наилучшую позицию **без переплаты**

Директ: статистика

— Основные параметры:

1. показы
2. клики
3. CTR
4. расход
5. средняя цена клика

— Специальные отчеты:

1. Статистика по ключевым словам – за весь период показов объявлений
2. Статистика по дням/неделям/месяцам – по каждому объявлению.
3. Статистика по ключевым словам – в разбивке по дням по каждому баннеру

Тактика выживания

Борьба за 1-е место

- повышение ставки
- сужение региона

Борьба за гарантированные показы:

- повышение ставки
- повышение кликабельности
 - *уточнение ключевых слов*
 - *работа с текстом объявлений*
 - *Сужение региона (повышает CTR на 7-10%)*

Предоставьте все автоброкеру

- включите автоброкер и назначьте цену, которую реально готовы платить за посетителя. Не играйте в азартные игры с конкурентами – автоброкер это сделает за вас, не выходя за ваш ценовой предел.

Директ: эффективность

- Количество посетителей
- Качество посетителей (надежный показатель – conversion rate, косвенный – CTR)

Выигрышные стратегии:

1. **В2В**: сверхузкие профессиональные запросы, высокие ставки
2. **Продажи**: широкие запросы, очень конкретные предложения в текстах.
3. **Привлечение посетителей**: широкие запросы, завлекающие тексты
4. **Нишевой брендинг**: смежные запросы, запоминающееся название товара/услуги

(по пунктам 2-4 – важно следить, чтобы фразы не отключались за низкий CTR)

Директ: эффективность - примеры

Интенсивные продажи:

[Выездной шиномонтаж](#) Где бы Вы ни были, мы доставим и установим любые диски и шины на Ваш выбор.

Слова: зимние шины, диски -dvd -жесткие -кассеты -гибкие - болгарки -проигрыватель, шиномонтаж и т.п.

Таргетинг (Москва)

Кликов за неделю: 1234

CTR: 1,19

Директ: эффективность - примеры

Привлечение посетителей:

[Вакансия от А до Я](#)

Все о работе: вакансии и резюме; обзоры зарплат; полезные советы и статьи.

Слова: работа

Таргетинг (Москва)

Кликов за неделю: 2717

CTR: 1,76

Директ: эффективность - примеры

Привлечение посетителей: высокий CTR

[Нотариусы Москвы](#) Адреса и телефоны нотариусов
г. Москвы.

*Слова: нотариусы москвы -круглосуточно -
область -реестр -государственные -суббота -
выходные*

Таргетинг (Москва)

Кликов за неделю: 106

CTR: 14,15%



Евгений Ломизе

адрес: 119333, ГСП-1, Москва
ул. Вавилова, 40

телефон: +7 (095) 974-35-55

факс: +7 (095) 974-35-65

эл. почта: eml@yandex-team.ru