



**Яндекс.Директ:
направления развития**

Евгений Ломизе

Поисковая оптимизация и продвижение
сайтов в Интернете 2005

Москва, 22-23 ноября 2005

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
 - ❖ Мин. 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 мониторить и направлять ход кампании



Чем хорош Яндекс.Директ

Можно купить

То, что хочется:

- ❖ Гарантированные показы
- ❖ Переходы на сайт

За столько, за сколько хочется,
а не за столько, почему продают:

- ❖ Оптимизация стоимости рекламной кампании
- ❖ Снижение цены за счет повышения CTR,
а не за счет фиксированной скидки



Директ: направления развития

- 1.Расширение спектра поисковых рекламных продуктов, покупаемых через интерфейс Директа
- 2.Сервис для тех, кто не хочет работать с Директом сам (тариф «Беззаботный»)
- 3.Интерфейс для агентств
- 4.Введение показов на дополнительных площадках

Рекламные продукты

❖ Спецразмещение

- ❖ Статические показы – т. е. при каждом запросе, содержащем ключевые слова

❖ Гарантированные показы (1-4 позиции в столбце справа от результатов поиска)

- ❖ Статические показы

❖ 5-я позиция

- ❖ Ротация (все, кто не купил статические показы)

Ключевые слова при CTR менее 0,5% отключаются

Как показывается Спецразмещение

- ❖ С 1 ноября Спецразмещение, проданное по кликам через Директ, показывается **всегда над** Спецразмещением, проданным по СРМ
- ❖ Если по запросу докручивается Спецразмещение, проданное по СРМ, Директу отводится **1 позиция**. Иначе – 2 позиции.
- ❖ Отбор Директовских объявлений для показов в Спецразмещении
 - ❖ $f_1(\text{CTR} \times \text{ставка}) > \alpha$ (пороговое значение)
- ❖ Порядок объявлений в Спецразмещении
 - ❖ По убыванию ставок
- ❖ С 1 января 2006 года показы Спецразмещения, проданного по СРМ, будет прекращено!

Гарантированные показы

Отбор в гарантированные показы (4 шт.)

- ❖ Из неотобранных в Спецразмещение
- ❖ $\max \beta = f_2(\text{CTR} \times \text{ставка})$
- ❖ Ставка > цены клика на Яндекс.Маркете

Порядок объявлений в гарантированных показах

- ❖ По убыванию ставок

Важное замечание

ВНИМАНИЕ: формулы для 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 того, чтобы подниматься вверх в правом столбце

Динамические показы

- ❖ Ставка > цены клика на Яндекс.Маркете
 - ❖ В ротации на 5-й позиции на **первой странице** выдачи результатов поиска
 - ❖ В ротации на 5-й позиции на последующих страницах выдачи результатов поиска
 - ❖ На странице «Все объявления по запросу»
- ❖ Ставка < цены клика на Яндекс.Маркете
 - ❖ В ротации на 5-й позиции на последующих страницах выдачи результатов поиска
 - ❖ На странице «Все объявления по запросу»

Директ: тариф «Беззаботный»

Опытные сотрудники Отдела продаж Яндекса избавляют клиента от забот:

- ❖ по подбору ключевых слов для показа вашей рекламы
- ❖ по выбору наилучшего текста для ваших объявлений
- ❖ по размещению рекламных материалов на Директе
- ❖ по мониторингу состояния вашей рекламной кампании

Каждый единовременный платеж за одну или несколько ваших кампаний, обслуживаемых по тарифу "Беззаботный", должен быть не меньше 354 долларов США (заказ не менее \$300 плюс НДС).



Директ: тариф «Беззаботный»

- ❖ Кампании, обслуживаемые по тарифу «Беззаботный», обеспечивают более 40% оборота Директа
- ❖ Средний CTR у клиентов Директа, обслуживаемых нашими менеджерами, на 20% выше, чем у клиентов на самообслуживании.

Директ для Агентств

Раньше агентства, работающие с Директом, были вынуждены прибавлять свой интерес к цене клика на Директе. Их клиентам **клик обходился дороже**, чем прямым.

Теперь созданы условия, чтобы клиенты, приходящие через агентства были в **равных условиях** с остальными клиентами Директа.

Чтобы стать агентством на Директе нужно обратиться в агентский отдел
agency@yandex-team.ru



Дополнительные площадки

❖ Партнерские поиски

- ❖ *auto.ru, yellowpages.ru, tut.by, all.by, ...*
- ❖ Показы на партнерских поисках можно отключить. Но только все разом

❖ Каталог Яндекса

- ❖ Рубрики приписываются автоматически на основании ключевых слов + можно выбрать
- ❖ 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).
Партнер может не показывать Спецразмещение (как yellowpages.ru).*

❖ Страница «Все объявления по запросу»

- ❖ Отказаться от показов 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: эффективность

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

Выигрышные стратегии:

1. **B2B**: 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)

Со статистикой сложно спорить...

- ❖ CTR объявлений, старгетированных на несколько регионов и городов, в среднем **на 7-10% больше**, чем у объявлений, которые могут видеть все пользователи поиска
- ❖ В среднем **на 10%** увеличивается CTR, если одно или несколько слов из рекламной фразы присутствуют в тексте объявления
- ❖ И **на 15-17%**, если слова есть в заголовке объявления
- ❖ А если заголовок начинается с одного из ключевых слов, средний CTR таких объявлений вырастает **на 25%**
- ❖ Естественно, баннеры в которых задан геотаргетинг, а текст объявления включает в себя слова из рекламной фразы, показывают ещё большую кликабельность: в среднем CTR таких объявлений **на 30-35% больше**

Источник: внутренняя информация.

Просчитана статистика по всем объявлениям Директа за январь-сентябрь 2005 года



Директ: рост эффективности

Количество
кликов на
Директе
с 01.02.2005
по 30.10.2005





Алексей Амилющенко

адрес: ул. Губкина, 3

Москва, Россия

телефон: +7 (095) 956-68-66

факс: +7 (095) 956-68-65

эл. почта: ava@yandex-team.ru