

Серия вебинаров Контекстная реклама на 100%

ВЕБИНАР 4



Для начала закрепим материал по типам соответствия и операторам Яндекс Директ и Google Adwords



Ключевая фраза: *футболки +с надписями*. По какому из этих поисковых запросов НЕ будет показано объявление в Яндекс Директ?

1. Купить футболку с прикольными надписями
2. Нанесение надписей на футболку
3. Футболка с надписями цена доставка



Ключевая фраза: ***+букет +роз купить***. По какому из этих поисковых запросов НЕ будет показано объявление в Google Adwords?

1. Покупка букета роз в москве
2. Купить красивый букет роз доставка
3. Купить букет розовых цветов



Ключевая фраза *купить кроссовки –nike*. По какому из этих запросов будет показано объявление?

1. Купить кроссовки найк москва
2. Купить кроссовки nike доставка
3. Купить кроссовки nikeair
4. Купить кроссовки nike air



Оператор + применяется в Яндекс Директ для:

1. Принудительного включения слова в запросе
2. Принудительного включения предлогов в запросе
3. Принудительное включение союзов в запросе
4. Фиксации словоформы в запросе



Ключевая фраза *салон красоты +в !Екатеринбурге*. По какому из этих поисковых запросов будет показано объявление в Яндекс Директ?

1. Салон красоты в Екатеринбург
2. Салон красоты в Екатеринбурге
3. Салон красоты Екатеринбург
4. Салон красоты в Екатеринбург центр



Как работает аукцион Яндекс Директ

Отбор для показов на первой странице в поиске Яндекса осуществляется на основании показателя качества.

Ранжирование объявлений внутри блока тоже осуществляется на основании показателя качества.

Показатель качества = CTR (кликабельность) * ставку рекламодателя. Кроме того учитывается релевантность страницы, текста объявления и еще много факторов, которые Яндекс не разглашает.

Например:

*CTR 2%, ставка рекламодателя 15 руб. Показатель качества: $2 * 15 = 30$*

*CTR 1%, ставка рекламодателя 20 руб. Показатель качества: $1 * 20 = 20$*

*CTR 8%, ставка рекламодателя 4 руб. Показатель качества: $8 * 4 = 32$*

Чем выше показатель качества, тем выше размещается объявление рекламодателя.

Например в нашем случае рекламодатели распределяются так:

1 позиция - рекламодатель 3

2 позиция - рекламодатель 1

3 позиция - рекламодатель 2



Как работает аукцион Яндекс Директ

- Три первых рекламодателя с самыми высокими показателями качества попадают в блок спецразмещения. Следующие 4 - в блок гарантии. Остальные - в динамические показы.
- Внутри блока (спецразмещение или гарантии) рекламодатели распределяются в порядке **убывания показателя качества**.
- Высокий CTR позволяет вам занимать более высокие позиции по более низкой цене.



Чем выше показатель качества вашего объявления, тем меньше вы будете платить за каждый клик

Фраза ↑	Продуктивность [?]	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб. [?]	Цена клика, руб.	
						макс.	на поиске
Для всего объявления:						<input type="text"/>	
подарок +на 17 лет мальчику ...	8.5	5	2	40.00	цена 1-го спецразмещения цена 2-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	7.50 7.30 3.90 6.00 4.70	4.80 4.40 3.90 5.10 4.70
						<input type="text" value="5.30"/>	3.90



Стратегии Яндекс Директ

1. Автоматические

- Недельный бюджет
- Средняя цена клика
- Средняя цена конверсии
- Недельный пакет кликов
- Средняя рентабельность инвестиций

2. Ручные

- Наивысшая доступная позиция
- Показ в блоке по минимальной цене
- Показ под результатами поиска
- Независимое управление для разных типов площадок



Ручные стратегии Яндекс Директ

1. Наивысшая доступная позиция - Объявления получают максимально возможный объем трафика по оптимальной цене.
2. Показ в блоке по минимальной цене - Объявления размещаются на последних позициях выбранных рекламных блоков и получают минимальный для себя трафик в этих блоках. Стратегия может быть удобна, если рекламодатель не может обработать большой поток клиентов. Даже если ваша ставка позволяет занять более высокую позицию, вы все равно будете на последних позициях.
3. Показ под результатами поиска - Объявления показываются не выше первого места в гарантированных показах и, даже когда есть возможность, не переходят в спецразмещение, где они начали бы приносить слишком много кликов.
4. Независимое управление для разных типов площадок – позволяет отдельно управлять показами на поиске и РСЯ



Вопросы



Давайте создадим аккаунт
Яндекс Директ



Воронка продаж. Реалистично



Воронка продаж. Так бывает чаще всего



Воронка продаж. Если нет вводных данных.



Исходя из этого считаем начальные ставки

Сколько мы теоретически заработаем от 1 продажи? 5000 руб

Согласно воронке для 1 продажи нам нужно 400 кликов. Поэтому стоимость каждого клика не должна превышать:

$$5000/400= 12,5 \text{ руб.}$$

Поскольку списываемая цена ниже ставки примерно на 20-30%, то расчетная ставка составляет:

$$12,5+20\%=15 \text{ руб.}$$



Ваши вопросы



Что нужно сделать к следующему вебинару, для успешного продвижения вашего проекта

1. Создайте аккаунт Яндекс Директ
2. Посчитайте ставку, которую вы сможете выставить исходя из своей воронки продаж



marketing-2b.com

