

Настройка Яндекс.Директ

1. Собираем запросы

Смотрим сайт клиента, составляем список базовых запросов. Не забываем про разные типы, указанные тут:

<http://blog.completo.ru/retsenziya-na-knigu/>

Вариант 1:

Составляем списки для перемножения, перемножаем при помощи

https://ppchelp.ru/generator_phrases

Загружаем всё в Кейколлектор и парсим.

Вариант 2:

Берем основные базовые запросы, собираем шлейф по вордстату.

Вариант 3, дополнительный:

Добавляем запросы из базы Букварикс, <http://www.bukvarix.com/>

2. Чистим запросы

2.1 Удаляем дубли строк в Excel

2.2 Удаляем дубли строк с любым порядком слов при помощи программы KeyWordKeeper

2.3 Просматриваем список и выписываем стоп-слова. В Кейколлекторе или словоёбе задаём список стоп-слов и удаляем все фразы, которые их содержат

2.4 Пробиваем список через кейколлектор или gush -nalyrics на базовую частотность и частотность «».

2.5 Сортируем список по формуле «=B1^2/A1», где B1 частотность «», а A1 – общая частотность.

3. Пишем заголовки

3.1 Копируем все ключевые фразы в соседнюю колонку, протягивая
=ЗАМЕНИТЬ(A1;1;1;ПРОПИСН(ЛЕВСИМВ(A1;1)))

Получаем то же самое, с большой буквы. Копируем ещё раз, вставляем значения - без этого мы не сможем производить замену по CTRL+N

3.2 Берем расширение <http://media-targeting.ru/replace.xla> и производим замену названий, аббревиатур и пр. на корректные

3.3 В колонке справа считаем количество символов: ДЛСТР(A1). Ставим условное форматирование: выделять значения больше чем 33.

3.4 Сокращаем все заголовки, которые больше 33 символов. Исправляем все некорректные написания, меняем порядок слов на адекватный во всех заголовках.

4. Формируем кампанию

4.1 Берем шаблон XLS-файла https://direct.yandex.ru/public/direct_example.xls

Записываем туда наши ключевые слова, заголовки.

4.2 Пишем оффер в тексте объявления. Ставим в нём точку или восклицательный знак после 15-20 символов.

4.3. В случае многостраничного сайта, ИМ – подбираем пары «запрос - страница»

4.4 Проставляем быстрые ссылки в виде "текст_ссылки_1 | текст_ссылки_2 | текст_ссылки_3 | текст_ссылки_4" и "ссылка_1 | ссылка_2 | ссылка_3 | ссылка_4". Если реальных ссылок нет, можно писать любые заголовки и ссылку давать <http://site.ru>, <http://site.ru/>, <http://site.ru//>, <http://site.ru///> - модерация пока пропускает.

4.5 Проставляем адрес сайта с UTM-метками: https://www.site.ru/?utm_source={source}&utm_medium=cpc&utm_campaign={campaign_id}&utm_content={position_type}.{position}&utm_term={keyword}

4.6 Проставляем всем объявлениям номер группы объявлений и названию группы: номер от 1 и далее, название можно тоже "группа 1" и далее. Лучше протягивать, а не формулой +1 - тогда не возникнет ошибок.

4.7 Копируем все полученные объявления и добавляем ниже. Меняем оффер на вариант 2. Ставим для них в левой колонке "дополнительное объявление" + вместо -.

4.8 Загружаем кампанию в Direct Commander и делаем кросс-минусовку ключевых фраз (фразы > мультредактирование > корректировка фраз > скорректировать пересечения)

5. Загружаем кампанию

5.1 Загружаем кампанию на аккаунт

5.2 Убираем показ в РСЯ.

5.3 Ставим правильное гео

5.4 Ставим правильное время показа

5.5 Убираем показ по дополнительным релевантным фразам

5.6 Прописываем номер счётчика Метрики

5.7 Включаем мониторинг доступности сайта

5.7 Не включаем галочку «не переносить тест объявления в заголовок». Т.е. оставляем перенос.

5.8 Если тематика не горячая, мобильная, ставим для мобильного трафика понижающий коэффициент -30%

6. Собираем минус-слова

Используем скрипт <http://media-targeting.ru/minus>: чистим получившийся список от хороших слов. Добавляем список в поисковые кампании на уровне кампаний.

7. Делаем дубли кампании

7.1 Выгружаем доработанную кампанию

7.2 Загружаем её же как новую с другим гео таргетингом

Делаем кампании на Москва, Санкт-Петербург, регионы. Ставки проставляем обычно для Москвы выше, СПб 70%, регионы 50% от Москвы.

8. Делаем кампанию РСЯ

8.1. Для РСЯФ берем общие ВЧ запросы. Пишем несколько (допустим, 3-5) объявлений, сегментируя аудиторию. К каждому объявлению подбираем несколько ВЧ-запросов. Минус-слов удаляем.

8.2 Добавляем картинки к объявлениям. Аккуратно, строгие требования (нельзя логотипы, надписи, например).

9. Делаем кампанию ретаргетинга

9.1 Создаём цель "посетил сайт". Делаем кампанию, аналогичную РСЯ с этой опцией вместо поисковых запросов. Срок 90 дней.

В случае ИМ можно создать дополнительные сегменты, например, положивших товар в корзину или купивших.

10. Проходим модерацию

В некоторых тематиках, например, медицина, страхование и т.д. требуется предоставить сертификаты для прохождения модерации.