

# Яндекс

# ДИРЕКТ

Яндекс.Директ - размещение контекстной рекламы

Найти

# 3 ПРОСТЫХ ГЛАВЫ ПО НАСТРОЙКЕ

Путь от начинающего  
до профессионала



Марков Александр

12+

Александр Марков

**Яндекс.Директ. 3 простых  
главы по настройке. Путь от  
начинающего до профессионала**

«ЛитРес: Самиздат»

2021

## **Марков А. В.**

Яндекс.Директ. 3 простых главы по настройке. Путь от начинающего до профессионала / А. В. Марков — «ЛитРес: Самиздат», 2021

Хотите узнать как настроить Яндекс.Директ, даже если вы никогда это не делали? А, может быть, быть вы уже настроили с десятков рекламных кампаний и хотели бы поднять свою квалификацию? В данной книге простым языком написана инструкция по настройке Яндекс.Директ. Книга рассчитана как для новичков, так и для профессионалов, за счет того, что все шаги настройки описаны от начала и до конца без сокращений и им дается подробное объяснение почему выполняется так, а не иначе.

# Содержание

|   |    |
|---|----|
| Об авторе   | 5  |
| 1 глава. Общие сведения   | 7  |
| Яндекс директ что это и как работает  | 8  |
| 1. Яндекс директ в поисковых системах                                       | 8  |
| 2. Яндекс директ на сторонних сайтах(РСЯ)                                   | 10 |
| 3. Отличия Яндекс директ в поиске и РСЯ                                     | 10 |
| 4. Преимущества Яндекс директ   | 11 |
| Когда выгоден Яндекс директ: 3 условия получения результата                 | 12 |
| 1 Условия окупаемости Яндекс Директа  | 13 |
| 2 Условие окупаемости   | 14 |
| Навыки общения по телефону играют важную роль                               | 15 |
| Когда Яндекс директ не окупит затрат  | 16 |
| 2 глава. Семантическое ядро   | 17 |
| Сбор и составление семантического ядра                                      | 18 |
| Пример семантического ядра сайта  | 18 |
| 1 Этап. Составление обобщенного семантического ядра с<br>вашего сайта       | 18 |
| 2 Этап. Группировка обобщенных фраз   | 20 |
| 3 Этап. Сбор семантического ядра с сайтов конкурентов<br>(обобщенные фразы) | 21 |
| 4 Этап. Сбор семантического ядра с Яндекса и Гугл                           | 22 |
| 5 Этап. Автоматическое создание семантического ядра                         | 27 |
| Конец ознакомительного фрагмента.   | 28 |

# Александр Марков Яндекс.Директ. 3 простых главы по настройке. Путь от начинающего до профессионала

## Об авторе

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*



### **Марков Александр**

- Основатель и руководитель студии «Webdeco»;
- Директолог, интернет-маркетолог;
- Мой сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru).

### **Услуги**

- Настройка рекламы в Яндекс директ, Google adword, соц. сетях и др.;
- Создание продающих сайтов, landing page.

### **Обо мне**

Я регулярно пишу статьи и снимаю обучающие видео по интернет-маркетингу. Подписывайтесь, чтобы не пропустить важного на моем сайте [markov-m.ru](http://markov-m.ru).

## 1 глава. Общие сведения

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

В данном разделе мы разберемся в принципах работы Яндекс директ. Без понимания, которых невозможно создать эффективную рекламную кампанию, поэтому рекомендую не пропускать даже самые первые главы, описывающие основы контекстной рекламы.

А также в данной главе мы рассмотрим когда выгоден Яндекс директ. Контекстная реклама – это мощный источник привлечения целевых клиентов, но в то же время, есть некоторые виды бизнесов, в которых она не дает отдачу, поэтому прочитайте эти главы, прежде чем приступите к настройке, чтобы не было неприятных неожиданностей и траты бюджета впустую.

## Яндекс директ что это и как работает

Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)

# Яндекс

# директ

Яндекс.Директ — размещение контекстной рекламы

Найти

[webdeco.ru](http://webdeco.ru)

**Яндекс директ** – это система контекстной рекламы в поисковых системах и на сайтах партнерах в Рекламной сети Яндекса(РСЯ).

**Оплата** происходит за клики. Если кликов нет – вы ничего не платите. Ключевые фразы и цены за клик устанавливаются самостоятельно.

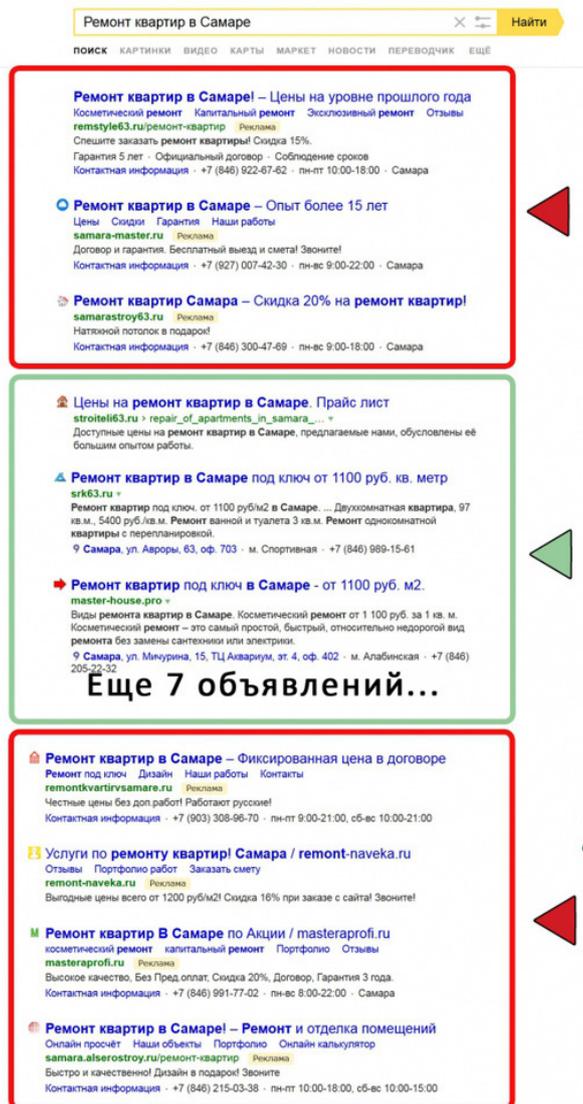
**Позиция объявления:** Чем больше установленная цена за клик, тем выше показывается реклама относительно конкурентов по выбранной ключевой фразе.

### 1. Яндекс директ в поисковых системах

Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)

В поисковых системах Яндекс директ показывается при наборе заданных ключевых фраз в поисковой строке. Отличительной чертой является показ рекламы только заинтересованным посетителям, т. к. вы сами выбираете ключевые фразы для объявлений. Чем больше ваша ставка, тем выше показывается объявление и больше привлекает внимание.

Яндекс директ помимо одноименного поисковика [yandex.ru](http://yandex.ru) также показывается в поисковых системах [Mail.ru](http://Mail.ru) и [Rambler](http://Rambler.ru). Если вы разместите рекламу на Яндекс директ, она автоматически будет дублироваться в поиске [Mail.ru](http://Mail.ru) и [Rambler](http://Rambler.ru)(данные на момент написания статьи).



**Яндекс директ  
в поиске  
(спецразмещение,  
3 или 4 сайта)**

**Результаты  
поиска(seo) -  
всего 10  
сайтов**

**Яндекс директ  
в поиске  
(гарантированные  
показы, 4 сайта)**

webdeco.ru

Аналог Яндекс директ – контекстная реклама Google adwords, которая показывается в поисковике google.ru . На момент написания статьи доля поисковиков (на основе статистики сайта liveinternet.ru ) была следующая Яндекс: 39,1%, Гугл: 59,2%, Mail: 1,5%, Рамблер: 0,1%. Как мы видим из статистики, делать акцент только на Яндекс директ и игнорировать Гугл нельзя, т. к. он имеет большую долю в поиске.

Основное отличие аудитории Гугл от Яндекса в том, что в него преимущественно заходят с мобильных и планшетов, как правило, это женская аудитория, а в Яндекс заходят с ноутбуков и стационарных компьютеров. На момент написания статьи статистика была следующей: Популярность поисковиков, учитывая только компьютеры и ноутбуки: Яндекс 66,3%; Гугл 29%; Mail 4,2%; Рамблер 0,2%. А популярность поисковиков, учитывая только планшеты и мобильные телефоны: Яндекс 37,4%; Гугл 62,2%; Mail 0,4%; Рамблер 0,0%.

**Небольшой вывод:** Женщины, особенно домохозяйки, предпочитают использовать планшет или компьютер. Мужчины, особенно офисные работники предпочитают использовать компьютер. Отсюда вывод: основная аудитория Google – женщины или неофисные работники, а у Яндекса – мужчины или офисные работники. Эти данные могут помочь, в понимании, как распределять бюджет между Google и Яндекс.

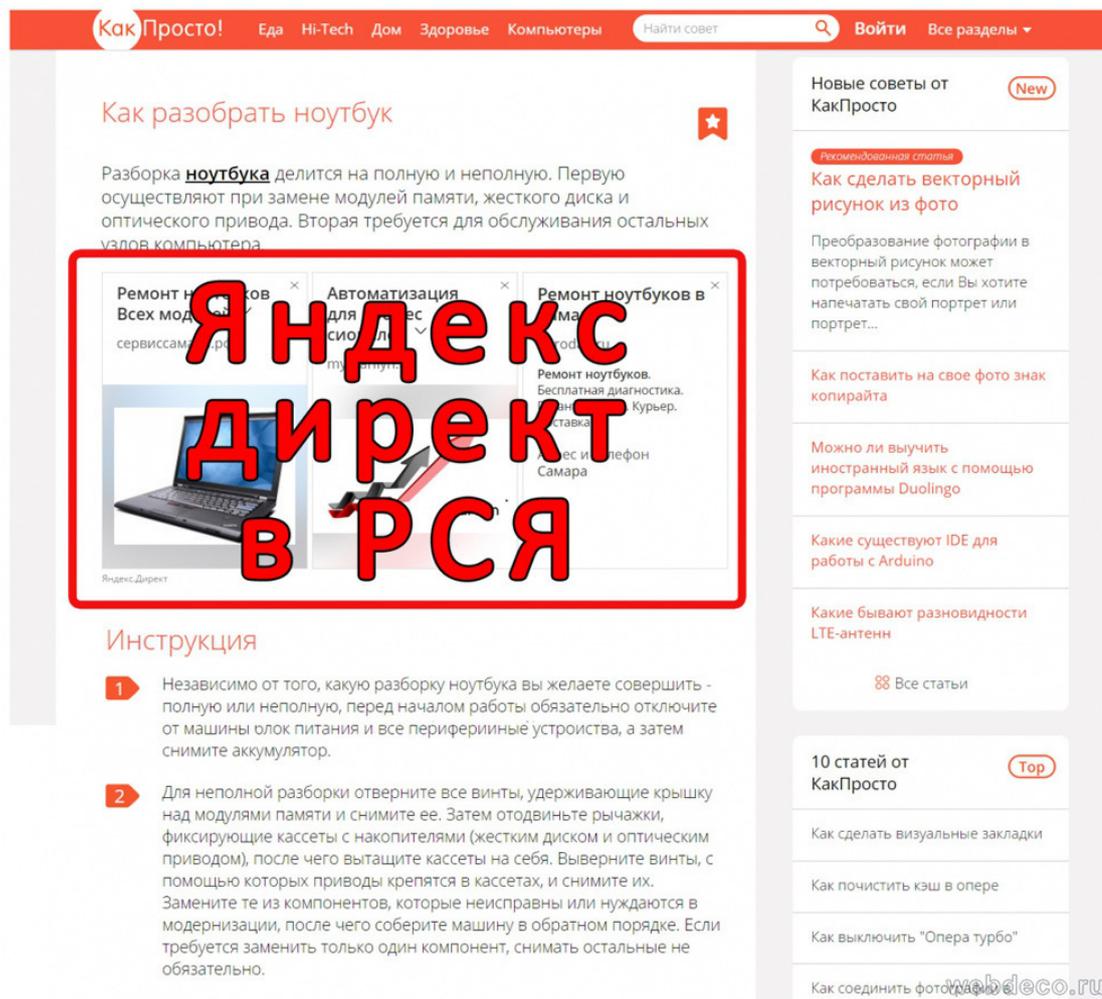
## 2. Яндекс директ на сторонних сайтах(РСЯ)

Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)

Рекламная сеть Яндекса(РСЯ) – это сайты, на которых размещены рекламные блоки Яндекс Директ. Реклама на сайтах партнерах показывается в 2 случаях:

**1. Тематическая реклама.** Если посетитель перешел на страницу сайта партнерской сети Яндекса, которая содержит, заданные ключевые слова, то в блоке от Яндекса на этой странице будет показываться реклама в соответствии с тематикой страницы.

**2. Преследующая реклама.** Если посетитель ранее набирал заданный поисковый запрос или читал тематическую статью, то на любом сайте из Рекламной сети Яндекса будет показываться реклама по темам, которыми посетитель ранее интересовался независимо от тематики текущей страницы ресурса.



У РСЯ, есть аналог – сеть сайтов с контекстной рекламой от Гугл(Google Ads).

## 3. Отличия Яндекс директ в поиске и РСЯ

Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)

Основным различием между рекламой в поиске и на сайтах партнерах является степень готовности клиента к покупке.

**В поиске** практически всех клиентов можно назвать **горячими**, т. к. человек сам набрал поисковый запрос, по которому вы показываете рекламу, его никто не заставлял, инициатива исходила именно от посетителя. Если вы правильно настроили рекламу Яндекс директ в поиске, вы можете быть уверены, что это самые горячие и мотивированные клиенты.

**В РСЯ** клиенты менее горячие, их можно назвать теплыми или остывшими. Рассмотрим 2 вида показа рекламы в РСЯ:

**3.1 Показы в тематических статьях.** Допустим, посетитель зашел на сайт почитать статью по интересующей его теме, например, «как построить дом», и ему показывается реклама, компании, занимающейся строительством. Одним посетителям вообще неинтересны ваши услуги, т. к. они хотят сделать все сами, другие хотят сначала изучить технологии строительства и ваши услуги тоже их не интересуют на данный момент, конечно, будут и заинтересованные, но это всего лишь часть аудитории, а рекламу вы показываете всем.

**3.2 Преследующая реклама** тоже менее эффективна, чем в поиске т. к. появляется только после того, как посетитель уже набрал поисковый запрос или зашел на другой сайт, а значит ваше предложение может быть уже неактуально. Очень часто бывает что посетитель уже заказал товары или услуги, а преследующая реклама все еще показывается.

**Единственное преимущество РСЯ – низкая стоимость клика**, поэтому кликабельность объявлений(CTR), т. е. отношение показов к кликам в РСЯ меньше примерно в 10-20 раз, чем в поиске.

Реклама на сайтах партнерах Яндекса может быть актуальна, только если вы предоставляете товары или услуги, которые выбирают долго, например: выбор обоев, покупка машины, выбор тамады и т. п., как правило, чем дороже товар или услуга, тем лучше работает преследующая реклама.

## 4. Преимущества Яндекс директ

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

**Точная статистика.** Можно посчитать абсолютно все: по каким фразам были показы, сколько переходов на сайт, увидеть как ведут себя посетители на сайте(при установке Яндекс метрики), как часто заполняют форму обратной связи(при задании целей в Яндекс метрике), а также посчитать конечную стоимость заявки или звонка.

**Быстрый результат.** Вы можете получить первые звонки и заказы уже на следующий день после настройки и запуска кампании. Настройка занимает обычно от 3 до 7 дней.

**Заинтересованные клиенты.** Все клиенты сами проявляют инициативу и набирают поисковые фразы или переходят на тематический сайт, значит они гарантировано интересуются определенной темой.

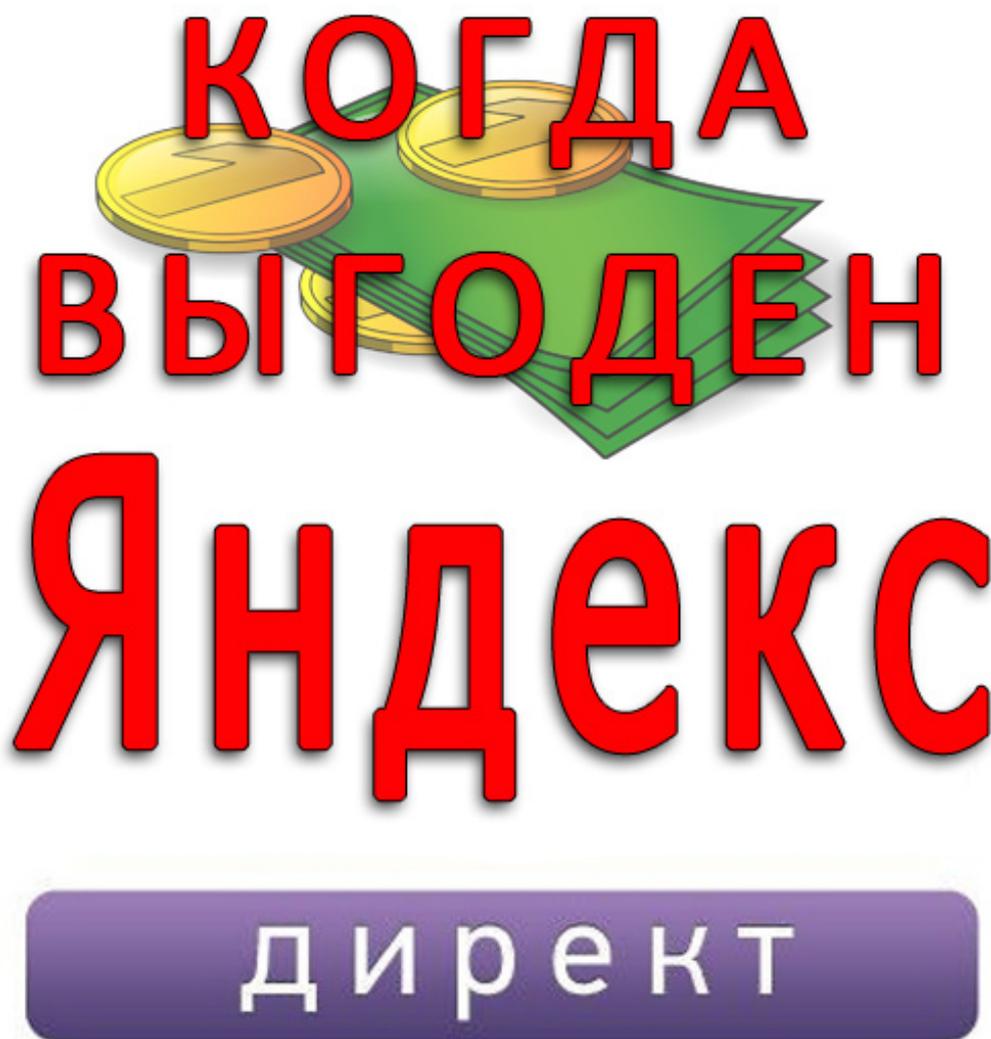
**Точное таргетирование** – вы сами можете задать фразы, по которым показывать объявления, этим вы гарантируете только целевые показы. Также можно уточнить: Регион показа, время показа с точностью до часа, ограничение по бюджету.

**Низкая стоимость для старта** – минимально возможный бюджет 1180 руб. для начала кампании(на момент написания статьи), позволит начать рекламироваться любому предпринимателю.

**Стабильность.** В Яндекс директ стабильный спрос, который постоянно растет, поэтому можно точно планировать бюджеты на месяцы вперед. Исключение – сезонные товары, спрос на которые падает везде и в Директе, само собой тоже.

## Когда выгоден Яндекс директ: 3 условия получения результата

Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)



В большинстве тематик шансы, что вы окупите затраты на Яндекс директ менее 1%, т. к. конкуренция в интернете самая жесткая и значительно сильнее, чем в offline. В данной статье будет описано, как не попасть в число 99% компаний, которые пробовали рекламироваться, но у них ничего не получилось, т. е. расходы на рекламу превысили доход.

Эффективная реклама в Яндекс директ базируется на 3 факторах: качество настройки рекламной кампании, уровень вашего сайта и условия работы с клиентами. Эффективность Яндекс директ сильно зависит от каждого из 3-х описанных факторов, которые подробно будут рассмотрены и на их основании приведены минимальные условия, при которых у вас есть шансы получить результат от Яндекс директ.

**Почему Яндекс директ часто не приносит выгоду**

Например, разберем нишу «ремонт компьютеров», по данной теме в городе миллионнике около 1000 сайтов различных компаний и частных мастеров и все они создавали их, чтобы раскрутить. Но отбивают затраты не более 10, т. к. посетители переходят по рекламе только на первой странице, а уже на 2-ой странице клиентов нет. Это означает, что шансы получить выгоду от Яндекс директ менее 1%(10/1000) если у вас обычный сайт, средние цены и типовая настройка рекламной кампании.

## 1 Условия окупаемости Яндекс Директа

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Чтобы Яндекс директ окупился необходимо чтобы: 1) ваш сайт; 2) ком. предложение; 3) уровень настройки рекламной кампании были не хуже, чем у конкурентов на первых 5–7 местах по вашим поисковым фразам. Учтите, что около половины сайтов на первой странице Яндекса не окупают затрат на рекламу, т. е. работают в убыток, в основном это крупные кампании, которые не считают сколько потратили и какой результат получили, а их директора думают, что все хорошо, хотя клиенты появляются из других источников. А также новички, которые на первой странице на 1–2 месяца. Поэтому ориентируйтесь, только на половину конкурентов на первой странице, находящихся в самом верху.

Если хоть одно из описанных выше условий, находится не на уровне ваших конкурентов на первой странице Яндекса по запросу, то скорее всего, в данном случае вы не отобьете даже затрат на рекламу ни в каком случае. Теперь подробнее.

### 1.1 Ваш сайт

Разница в конверсии между средним и хорошим сайтом может составлять сотни и тысячи раз и дело не в дизайне, т. к. дизайн не сильно влияет на продажи по сравнению с продающими элементами, наполнением, удобством. Исключение – только если у вас не более 5-20 конкурентов в интернете или их вообще нет. Проще говоря, один сайт может давать 1 заявку в месяц, а другой в 30 раз больше при тех же затратах на рекламу.

Часто встречаю людей, которые не хотят заниматься сайтом, как правило – это люди с гуманитарным складом, чуждые к компьютеру и информационным технологиям. Они, часто даже информацию для своего сайта предоставить не могут, а разговоров о доработке или улучшению избегают, это их сильно напрягает.

Если вы тоже не хотите заниматься сайтом, то не надейтесь, что без вашего активного участия, вам сделают его конкурентноспособным. 99% веб-студий стремятся как можно быстрее сдать работу, не заморачиваясь с качеством и если вы в лице заказчика не проявите инициативы и не будете гореть желанием сделать сайт как минимум не хуже конкурентов на первой странице, то веб-студия вряд ли сделает его вам продающим. А значит, даже при очень хорошем коммерческом предложении и отлично настроенной рекламной кампании у вас практически нет шансов отбить затраты на рекламу.

**Что нужно от Заказчика:** в первую очередь предоставить хорошо структурированную информацию для наполнения, а в процессе создания следить, чтобы на сайте была вся необходимая посетителям информация, удобная для восприятия и ее можно было легко найти.

**Важно** В общем, заплатить деньги и ожидать, что без вашего участия вам сделают что-то хорошее не стоит. В 99% случаев вы просто потратите деньги без получения результата, т. к. 80% успеха зависит от сайта.

Но даже после создания, от вас потребуется постоянное улучшение и доработка сайта для повышения эффективности Яндекс директ. Только на практике, когда вам будут звонить после посещения сайта, можно понять, что добавить, изменить или удалить на странице. В общем, если у вас много конкурентов в интернете, а вы не планируете заморачиваться с сайтом, то скорее всего, вы не отобьете затраты на рекламу.

Очень частая ошибка, это когда клиент экономит на сайте и рекламе и выбирает, где сделают подешевле, а не качественнее. Это то же самое как надеяться в победе в формуле 1, но купить самые дешевые детали и нанять пилотов и сотрудников подешевле. Исключения, может быть только если у вас мало конкурентов или их вообще нет. Не ищите подешевле, а максимальное качество по приемлемой цене. Еще раз подчеркну, что дизайн слабо влияет на продажи по сравнению с продающими элементами.

### **1.2 ком. предложение**

В интернете самая жесткая конкуренция, цифры говорят сами за себя: конверсия offline-магазина около 30%, т. е. в реальном магазине каждый 3 посетитель, что-нибудь покупает. А конверсия интернет магазина в 1% считается очень хорошим результатом, который есть только у лучших, ведь у обычных сайтов конверсия даже меньше 0,1%. Как вы видите, разница по сравнению с offline магазинами минимум в 30 раз, основные причины следующие:

а. Нет личного контакта с посетителем как в реальной жизни, а значит продавец не сможет выявить потребности, обработать возражение, и получить доверие к себе до того как клиент сам не обратится.

б. Быстрый и простой доступ. В offline магазинах многие посетители готовы купить товар более низкого качества или дороже, чем планировали т. к. для сравнения цены, нужно потратить время и силы, чтобы добраться до другого offline магазина. В интернете не нужно тратить много времени и сил, вы можете за 5 минут посетить более 10-20 сайтов и выбрать магазин с самой низкой ценой.

в. Доверие к интернет магазину меньше, т. к. товар нельзя пощупать и проверить на месте, поэтому малейшие нюансы на вашем сайте могут легко отпугнуть посетителя.

В силу приведенных выше причин у вас должно быть коммерческое предложение не хуже, чем у половины ваших конкурентов на первой странице иначе вы вряд ли окупите даже затраты на рекламу, т. к. вы не сможете своей харизмой убедить покупать именно у вас, как при продажах в offline магазинах. В интернете продавать сложнее, чем в offline, т. к. посетитель выбирает только на основании условий, описанных на сайте. Конечно, после того как посетитель оставит заявку или позвонит, у вас будет возможность применить навыки продаж, но это будет только после первоначального выбора. Старайтесь, чтобы ваше предложение было не хуже, чем у половины конкурентов на первой странице поисковика.

### **1.3 уровень настройки Яндекс Директ**

Недавно ко мне обратился клиент за анализом рекламной кампании Яндекс директ по причине отсутствия заявок. За 1 минуту я посмотрел статистику и понял, что 70-80% бюджета уходило на рекламу товаров, которыми мой клиент не занимается. И это не самый плохой случай, бывает, что из-за некачественной настройки бюджет вырастает в 10 и сотни раз, по сравнению с бюджетом в случае профессиональной настройки.

Даже если у вас выгодное предложение на рынке и хороший сайт, всего одна неправильно поставленная галочка при настройке рекламной кампании в Яндекс Директ может привести к тому, что вместо прибыли вы получите расход. Обращайтесь к профессионалам за эффективной настройкой Яндекс директ, а не к тем, кто делает дешевле всех. Разница в эффективности может быть в десятки и сотни раз.

## **2 Условие окупаемости**

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Яндекс директ выгоден только при продаже маржинальных товаров, ваши шансы окупить затраты на рекламу сильно падают, если вы зарабатываете с товара или услуги менее 2000 руб. Рассмотрим подробнее 2 условие окупаемости в сочетании с первым. Ниже приведена таблица, в которой вы найдете необходимые условия, при которых есть шансы окупить Яндекс директ.

| Условия окупаемости<br>Яндекс директ                                 | Маржинальность, товара / услуги, руб. |                    |                   |                               |
|--|---------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------------------|
|  | от 2000                               | от 1000<br>до 2000 | от 500 до<br>1000 | менее<br>500                  |
| Уровень сайта, рекламы и ком. предложения                            | Очень хороший                         | Один из лучших     | Один из лучших    | Один из лучших                |
| Есть бюджет на тесты различных источников                            | Желатель но                           | Обязательно        |                   |                               |
| Вы интернет-маркетолог и сами ведете рекламную кампанию              | Необязательно                         |                    | Обязательно       |                               |
| Вы продаете самые востребованные товары(всего их несколько десятков) | Необязательно                         |                    |                   | Обязател<br>ьно<br>webdeco.ru |

**Важно** Маржинальность товаров или услуг подразумевается в комплексе. Например, маржинальность запроса «купить скотч оптом», скорее всего, выше 2000 руб., т. к. клиент покупает большой объем. А для запроса «купить скотч» меньше, т. к. скорее всего, по такому запросу ищут единичный товар.

Как вы понимаете, могут быть исключения из правил, но вероятность, что у вас получится окупить затраты на Директ без выполнения одного из приведенных условий в таблице, менее 1%.

## Навыки общения по телефону играют важную роль

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

У меня был клиент, который стеснялся звонить людям по телефону, который они оставили в форме обратной связи, поэтому он лишился примерно 70% заявок только из-за нежелания звонить первым по телефону, который ему оставили в форме.

В интернете, в большинстве тематик, огромное количество конкурентов, посетители этот понимают, поэтому даже суперский сайт и хорошо настроенная реклама вам не помогут, если вы не умеете общаться по телефону, не выявляете потребностей.

Масса людей в том числе и предпринимателей вообще не умеет общаться с клиентами. Если ваш показатель конверсии на встречу к клиенту менее 20% после звонка, т. е. если из 100 звонков у вас меньше 20 встреч, то скорее всего, вам нужно подтянуть навыки общения по телефону или изменить ваши условия и цены.

### Правила телефонного общения

Умение правильно общаться может поднять ваши продажи в десятки раз. Чтобы не сливать клиентов нужно соблюдать следующие элементарные правила:

- Перезванивать всем клиентам, которые оставили заявки на вашем сайте;
- Звонить повторно, если в первый раз телефон был занят, недоступен или вас сбросили.

Не нужно этого стесняться, во многих ситуациях людям просто неудобно говорить, поэтому они не отвечают. Но если вы перезвоните позднее, например, на следующий день, ничего не потеряете.

– Желательно перезванивать всегда через несколько дней, когда клиент сказал «Подумаю», чтобы узнать какое решение он принял и почему. Вы напомните о себе и можете ускорить сотрудничество или узнаете причину отказа и поймете, что менять, чтобы было больше клиентов.

– Желательно разговаривать по заранее подготовленному шаблону разговора (скрипт продаж). Лично я открываю на компьютере шаблон разговора с вопросами и ответам в текстовом файле, когда звоню новым клиентам, это позволяет ничего не забыть, построить диалог правильно, вследствие вероятность положительного решения резко увеличивается.

– В идеале прочитать минимум 1 книгу про телефонные переговоры.

Прочитайте хотя бы одну книгу по теме продажи по телефону. Рекомендую книгу «Мастер ЗВОНКА» Евгения Жигилия, которую можно купить в интернет магазине Ozon.

**Важно:** При соблюдении, описанных выше условий **вы можете не только окупить Яндекс директ, но и получить прибыль в разы выше затрат на рекламу.** Если вы не получили отдачи от Яндекс директ, то проблема кроется в невыполнении одного или нескольких необходимых условий, описанных выше. Случайностей в Яндекс директ не бывает, поэтому если ваши конкуренты зарабатывают, а вы нет, то в этом есть причина, при исправлении которой и вы будете зарабатывать.

## Когда Яндекс директ не окупит затрат

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

### **Реклама ради рекламы**

Если вы планируете рекламировать сайт в Яндекс директ, чтобы при этом на нем же размещать контекстную или баннерную рекламу от того же Yandex или Google, то вы только получите убыток. Как известно, вечного двигателя не бывает, точно так же и с рекламой компаний – вы никогда не окупите затраты с помощью аналогичной рекламы на своем сайте. В лучшем случае окупаемость составит до 1%, т. е. потратив 1000 руб. вы заработаете 10 руб.

Исключения из правил, конечно же бывают, например, когда вы сами находите рекламодателей с ценой, завышенной минимум в 100-200 раз. Но даже если вы и найдете такого рекламодателя, то вряд ли кто-то будет работать долго по завышенным ценам, т. к. клиент просто не получит результат.

Единственный надежный способ заработать на своем сайте с помощью контекстной рекламы – продвинуть его бесплатно за счет интересного содержания с помощью seo и поставить рекламные блоки, но для этого нужно очень хорошо знать seo оптимизацию и очень много уникального и интересного контента.

## 2 глава. Семантическое ядро

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Прежде чем создать рекламные объявления нужно подготовить перечень ключевых фраз (семантическое ядро). Если вы не полностью его соберете, то ваши расходы могут вырасти в несколько раз при тех же результатах. Семантическое ядро – это как фундамент у дома. В данной статье мы разберем как собрать все эффективные фразы для семантического ядра и ничего не забыть.

## Сбор и составление семантического ядра

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Семантическое ядро – это ключевые фразы, по которым планируется продвижение или реклама сайта. От того насколько правильно вы составите ключевые фразы будет зависеть эффективность рекламной кампании и бюджет.

### Пример семантического ядра сайта

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Основным направлением нашей компании «Webdeco» является интернет-реклама. Пример семантического ядра для сайта webdeco.ru:

|  |       |
|--|-------|
| продвижение сайтов                         | 72123 |
| поисковое продвижение сайта                | 3036  |
| оптимизация и продвижение сайтов           | 1817  |
| продвижение сайта в <u>яндекс</u>          | 1515  |
| продвижение сайта цена                     | 1507  |
| продвижение сайта в поисковых системах     | 1498  |
| компания продвижение сайта                 | 1378  |
| продвижение сайта в топ                    | 1257  |
| услуги продвижения сайта                   | 1165  |
| социальное продвижения сайтов              | 1003  |
| продвижение сайта ссылками                 | 936   |
| заказать продвижение сайта                 | 891   |
| продвижение сайта в интернете              | 890   |
| продвижение сайтов недорого                | 875   |
| продвижение сайта в сети                   | 774   |
| стоимость продвижения сайта                | 719   |
| продвижение через сайт                     | 688   |
| продвижение сайтов в 10                    | 674   |
| реклама продвижение сайта                  | 661   |
| поисковая оптимизация и продвижение сайтов | 660   |
| продвижение сайтов в топ 10                | 659   |
| эффективное продвижения сайтов             | 626   |

Как составить семантическое ядро правильно для вашего сайта подробно описано ниже.

### 1 Этап. Составление обобщенного семантического ядра с вашего сайта

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Составление семантического ядра всегда начинаем с самого продвигаемого сайта, выпишем ключевые фразы из следующих источников:

- Текст на главной странице
- Ссылки меню навигации
- Основные разделы
- Заголовки и подзаголовки всех значимых страниц

The screenshot shows a website for computer repair services. The top navigation bar has 'Компьютеры' and 'Ноутбуки'. The main heading is 'Ремонт компьютеров на дому'. On the left, there is a sidebar titled 'Наши Услуги:' with a list of services: 'Настройка роутера', 'Переустановка Windows', 'Диагностика компьютера', 'Диагностика ноутбука', 'Чистка компьютера', 'Чистка ноутбука', 'Замена экрана ноутбука', 'Замена жесткого диска', 'Сборка компьютера', 'Удаление вирусов', 'Установка программ', 'Удаление программ', 'Установка антивируса', and 'Модернизация компьютера'. The main content area is titled 'Ремонт компьютера любой сложности, в Москве и МО' and lists services like 'Срочный ремонт компьютеров в Москве и МО 7-дней в неделю/ 24 часа', 'Ремонт компьютеров с бесплатным выездом мастера на дом или офис', and 'Диагностика и ремонт компьютера осуществляется в вашем присутствии'. It also mentions 'Проведем срочный ремонт компьютеров все виды услуг' and 'Компьютерная помощь на дому и в офисе от 150 рублей'. A price list on the right shows services like 'Диагностика' (0 р.), 'Выезд мастера' (0 р.), 'Установка программ' (150 р.), 'Удаление вирусов' (250 р.), 'Установка Windows XP/7/8/10' (350 р.), 'Чистка ноутбука' (800 р.), 'Ремонт питания компьютера' (650 р.), and 'Чистка компьютера' (350 р.). There is a 'Прайс-Лист на услуги' button and a clock showing '00:11:57'. At the bottom, there are icons for a phone and a clock, with text explaining the service process and contact information.

Дополните полученный список ключевых фраз, по которым вы хотите продвигаться из своей головы.

**Важно:** Старайтесь собирать на этом этапе максимально обобщенные запросы, т. к. детализацию будем делать на следующем этапе. Например: не нужно записывать запрос «Срочный ремонт компьютеров», пишите как можно короче, т. е. «ремонт компьютеров», но сокращайте, чтобы не потерялся смысл, т. е. не нужно писать «замена жесткого», т. к. теряется смысл фразы, пишите «замена жесткого диска».

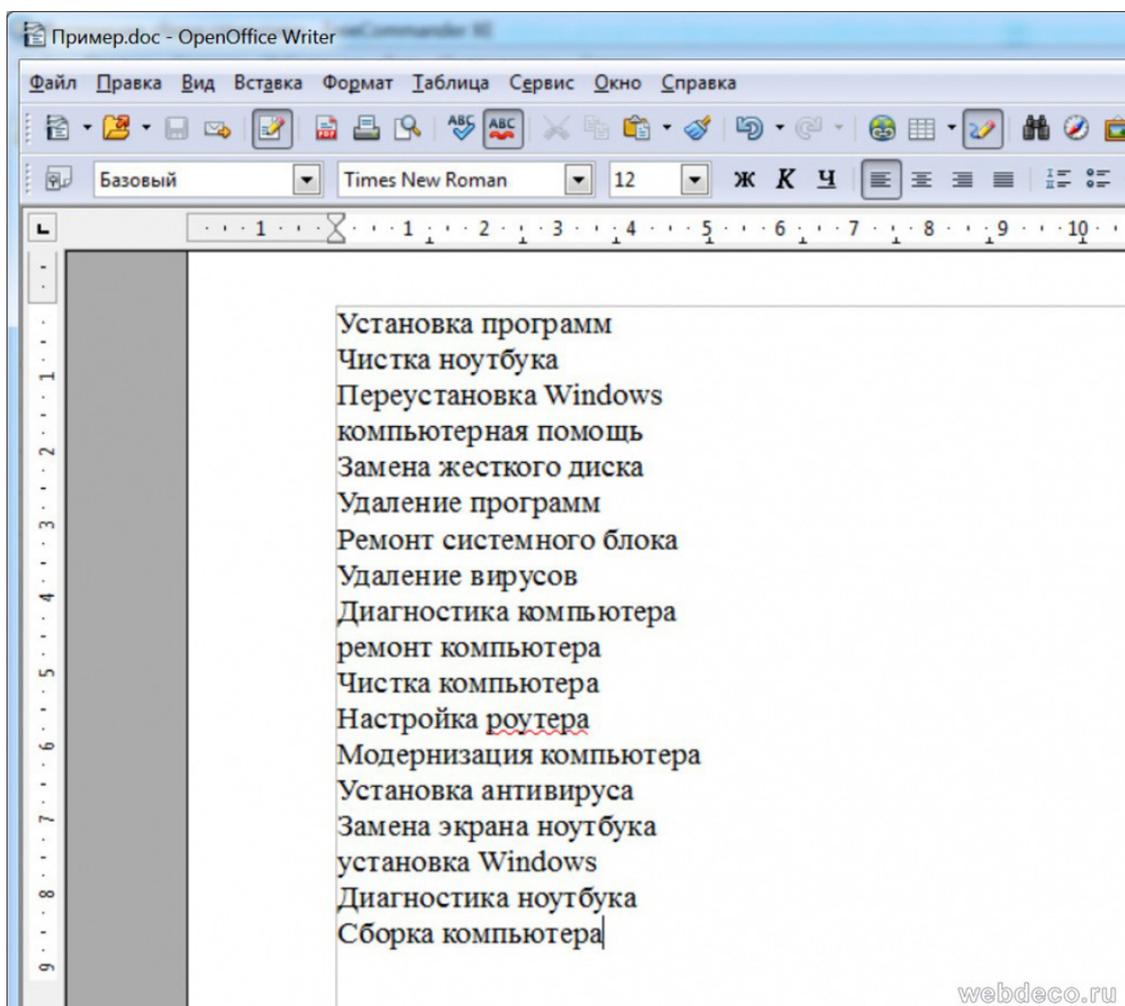
Еще несколько примеров правильного сокращения фраз для обобщенного подбора семантического ядра.

| Неправильно                      | Правильно                | Комментарий   |
|----------------------------------|--------------------------|---|
| Диагностика компьютера на вирусы | Диагностика компьютера   | (Если компания предоставляет все услуги диагностики компьютеров, лучше на этом этапе взять общий запрос)  |
| Замена экрана                    | Замена экрана ноутбука   | (нужно уточнение, т. к. компания может не менять экраны телевизоров, телефонов и др. техники)   |
| Компьютерная помощь на дому      | Компьютерная помощь      | (Сокращаем до общей фразы на этом этапе)  |
| замена платы                     | замена материнской платы | (При сокращении теряется конкретика, нужно уточнить т. к. замена платы может относиться и к телефонам и прочей технике, которой компания не занимается. |

Как вы понимаете, наша цель при составлении обобщенного семантического ядра сайта – максимально сократить ключевые фразы, но в то же время, чтобы они не потеряли смысла и не стали слишком общими. Сокращение фраз необходимо, чтобы потом легче и быстрее

работать далее. Более развернутые и точные сочетания, мы получим на 5 этапе для каждого обобщенного запроса.

Все фразы копируем в текстовый редактор, в примере я использовал бесплатный OpenOffice.

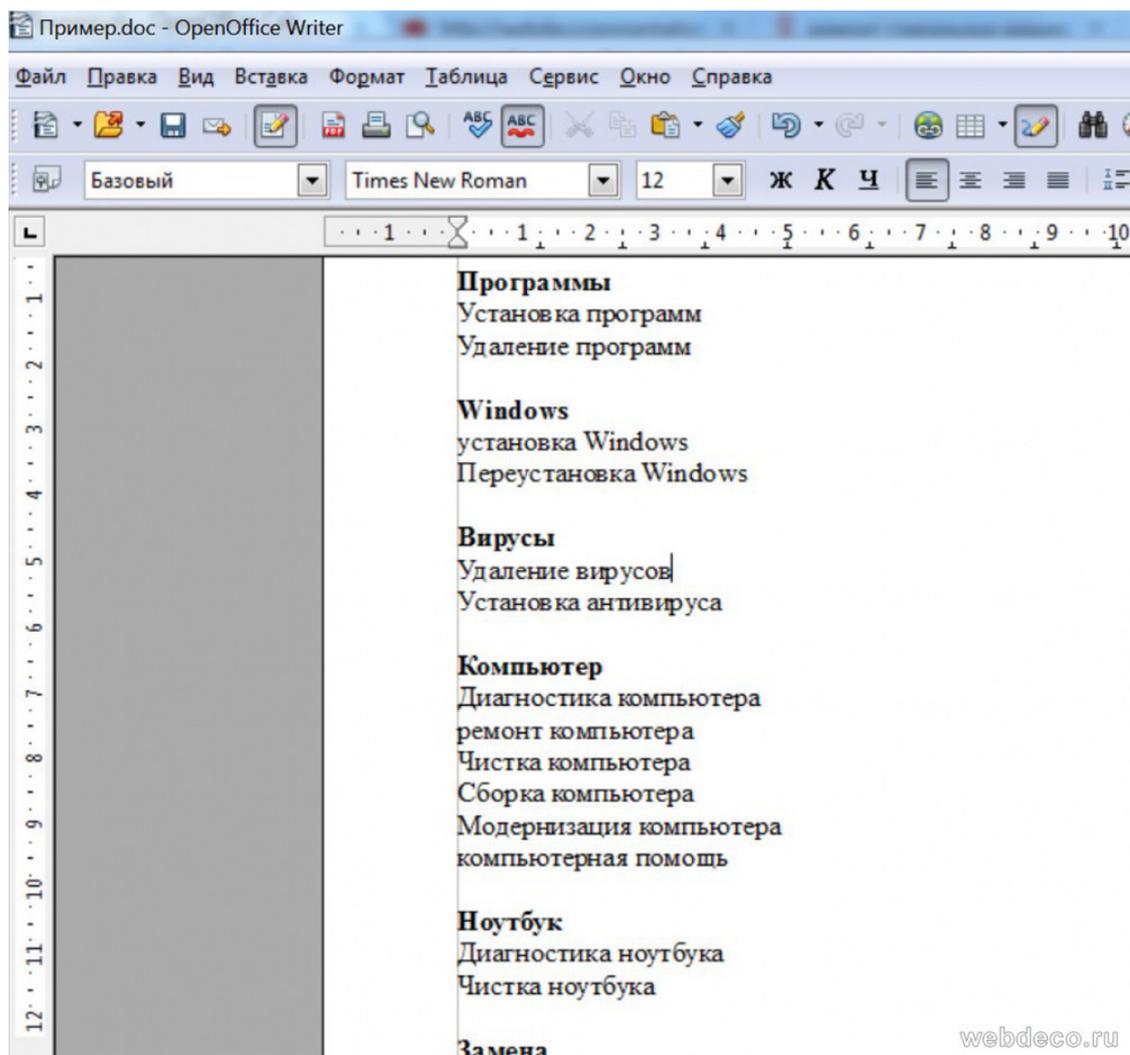


## 2 Этап. Группировка обобщенных фраз

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

На этом этапе нам нужно сгруппировать полученные фразы по общему смыслу, чтобы потом легче было их сравнивать с новыми. Если группировку не произвести на данном этапе, то в конце она все равно потребует, но будет уже сложнее из-за большого количества фраз.

Мы должны получить список запросов, сгруппированных по смыслу. Для удобства, сверху я подписал заголовки, чтобы легче было ориентироваться.



### 3 Этап. Сбор семантического ядра с сайтов конкурентов (обобщенные фразы)

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Сбор семантического ядра конкурентов – следующий шаг. А конкурентов можно найти в поисковых системах. Наберите несколько самых популярных ключевых словосочетаний, из тех, что вы составили на первом этапе. Например, в нашем случае, достаточно набрать в поисковике: «Ремонт компьютеров», «Компьютерная помощь». Затем:

**Заходите на сайты конкурентов**, обычно достаточно первых 5—10 сайтов и дописывайте в имеющийся список:

– **Заголовки и ключевые слова страницы**, куда вы попали из поисковой системы, а также дополнительных страниц, которые посчитаете нужными.

– **Ссылки из меню** на сайтах конкурентов.

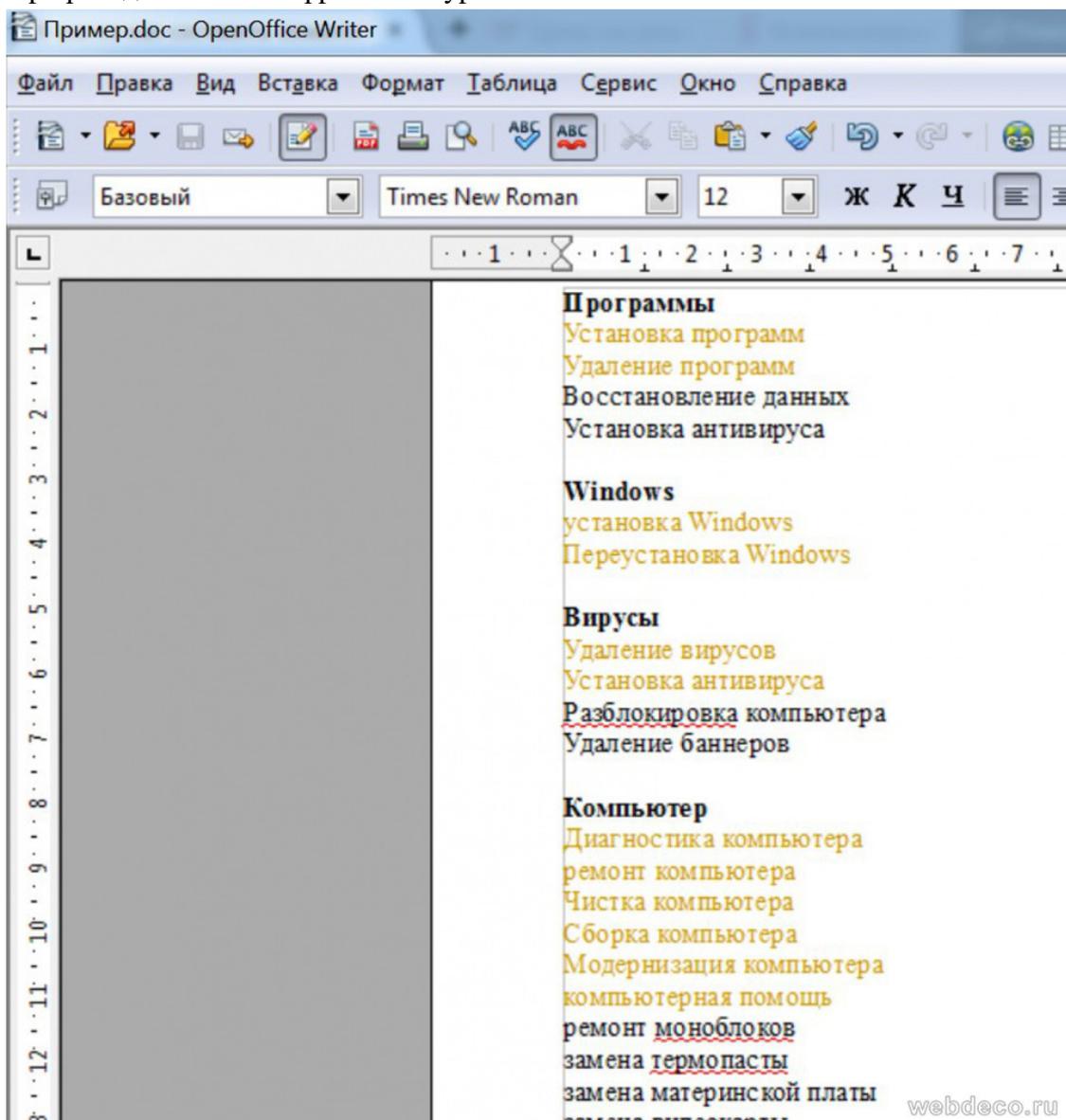
Стараемся дописывать, насколько это возможно, максимально краткими обобщенными фразами, но в то же время полностью подходящими для продвигаемого сайта.

**Важно:** Если вы находитесь не в Москве, то набирайте поисковые запросы со словом «Москва», даже если вы территориально в другом регионе. Это позволит вам получить самые лучшие сайты, т. к. конкуренция в Москве самая высокая среди др. регионов. Например, если

мы находимся в Самаре, то лучше наберите запрос: «оптимизация сайта в Москве», чем просто «оптимизация сайта», т. к. без слова «Москва» будет региональная выдача результатов.

Обычно хватает пройти 3–5 сайтов конкурентов, чтобы собрать основные продвигаемые фразы.

Если вы хорошо сгруппировали запросы на 2 этапе, то на 3 этап уйдет немного времени. Ниже пример, в нем темно-желтый шрифт – запросы, собранные с собственного сайта, а черный шрифт – дополненные фразы конкурентов.



**Важно:** Если не сгруппировать запросы на 2 этапе, то на 3 этапе нам пришлось бы значительно дольше дополнять список, т. к. перед добавлением новой фразы необходимо убедиться, что ее еще нет в списке.

## 4 Этап. Сбор семантического ядра с Яндекса и Гугл

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб-мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Первые 2 этапа были базовые, а на 3 этапе мы уже подойдем к завершению составления семантического ядра слов. Именно с помощью статистики Яндекса можно узнать фразы схожие по смыслу и синонимы, иначе говоря, дополнить список, составленный на первых 2 этапах.

#### 4.1. Статистика Яндекса

Основа для сбора семантического ядра – сервис Яндекса [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru), предварительно нужно зарегистрироваться или войти в личный кабинет.

В поисковой строке на [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru) вводите ключевые слова, подготовленные на первых 3 этапах, и вы увидите в правой колонке дополнительные фразы, схожие по своему значению. На левую колонку пока не обращаем никакого внимания.

Выписываем все новые фразы из правой колонки, которых еще нет в нашем списке. Стараемся их сокращать, как на первых этапах, если не теряется смысл.

Например, набрав запрос «ремонт компьютера» в правой колонке, нашлись фразы схожие по смыслу, которых у нас еще нет: «ремонт ПК», «компьютер обслуживание», «компьютер настройка», «компьютерный мастер» и другие схожей тематики. Ими и будем дополняем наш список. Таким образом, нужно ввести каждое словосочетание из нашего списка и записать все новые фразы из правой колонки.

Директ Справочник Метрика Рекламная сеть Маркет Баян Деньги ещё webdeco

ремонт компьютера Подобрать

По словам По регионам История запросов Все регионы

Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты Последнее обновление: 05.05.2017

подбор слов

| Что искали со словом «ремонт компьютера» — 128 303 показа в месяц |                 |
|---|-----------------|
| Статистика по словам  | Показов в месяц |
| <a href="#">ремонт компьютеров</a>                                | 128 297         |
| <a href="#">ремонт компьютеров +на дому</a>                       | 9 359           |
| <a href="#">ремонт блоков компьютера</a>                          | 3 577           |
| <a href="#">ремонт питания компьютеров</a>                        | 3 364           |
| <a href="#">ремонт блока питания компьютера</a>                   | 3 284           |
| <a href="#">ремонт компьютера +своими руками</a>                  | 3 019           |
| <a href="#">мастер +по ремонту компьютеров</a>                    | 2 630           |
| <a href="#">ремонт компьютеров выезд</a>                          | 2 433           |
| <a href="#">ремонт компьютеров москва</a>                         | 2 394           |
| <a href="#">ремонт компьютеров +и ноутбуков</a>                   | 2 376           |
| <a href="#">центр ремонта компьютеров</a>                         | 2 027           |
| <a href="#">ремонт компьютеров +на дому выезд</a>                 | 1 866           |
| <a href="#">сервисный ремонт компьютеров</a>                      | 1 646           |
| <a href="#">ремонт компьютера бесплатно</a>                       | 1 559           |
| <a href="#">ремонт +и обслуживание компьютеров</a>                | 1 510           |

| Запросы, похожие на «ремонт компьютера» |                 |
|---|-----------------|
| Статистика по словам                    | Показов в месяц |
| <a href="#">ноутбук ремонт</a>          | 135 048         |
| <a href="#">ремонт ПК</a>               | 11 667          |
| <a href="#">компьютерный помощь</a>     | 31 897          |
| <a href="#">компьютер обслуживание</a>  | 20 434          |
| <a href="#">компьютер настройка</a>     | 48 477          |
| <a href="#">компьютерный мастер</a>     | 14 513          |
| <a href="#">планшет ремонт</a>          | 55 584          |
| <a href="#">компьютерный ремонт</a>     | 9 163           |
| <a href="#">компьютер диагностика</a>   | 16 474          |
| <a href="#">ремонт телефон</a>          | 296 155         |
| <a href="#">блок питание ремонт</a>     | 20 704          |
| <a href="#">компьютерный сервис</a>     | 10 072          |
| <a href="#">компьютер сервис</a>        | 6 882           |
| <a href="#">блок питание компьютер</a>  | 92 452          |
| <a href="#">ноутбук чистка</a>          | 18 191          |
| <a href="#">компьютерный услуга</a>     | 5 162           |

Этот шаг очень важен, т. к. по самым популярным фразам наибольшая стоимость за клик, а по менее популярным кликам цена за клик может быть меньше на порядок, поэтому от того насколько хорошо вы запишите все дополнительные фразы будет зависеть бюджет и эффективность рекламной кампании.

**В итоге**, подставив каждую фразу в окошко, наш список дополнился из правой колонки Яндекса, схожими по значению и получился примерно такой перечень(красным выделены запросы, собранные из правой колонки Яндекса)

### Программы

Установка программ  
Удаление программ  
Восстановление данных  
Установка антивируса

### Windows

установка Windows  
Переустановка Windows

### Вирусы

Удаление вирусов  
Установка антивируса  
Разблокировка компьютера  
Удаление баннеров  
компьютер лечение вирус  
разблокировать баннер  
вирус удаление

### Компьютер

Диагностика компьютера  
ремонт компьютера  
Чистка компьютера  
Сборка компьютера  
Модернизация компьютера  
компьютерная помощь  
ремонт моноблоков  
замена термопасты  
замена материнской платы  
замена видеокарты  
ремонт дк  
компьютер обслуживание  
компьютер настройка  
компьютерный мастер  
компьютерный сервис  
компьютер сервис  
диагностика дк  
компьютерный ремонт  
компьютер очистка  
сборка дк  
обслуживание дк  
комп ремонт

### Ноутбук

Диагностика ноутбука  
Чистка ноутбука  
матрица замена ноутбук  
ремонт ноутбуков  
ноутбук сервис  
настройка ноутбук

### Замена

Замена экрана ноутбука  
Замена жесткого диска

### Ремонт

Ремонт системного блока  
блок питание ремонт  
жесткий диск восстановление  
восстановление hdd

### Настройка

Настройка роутера

webdeco.ru

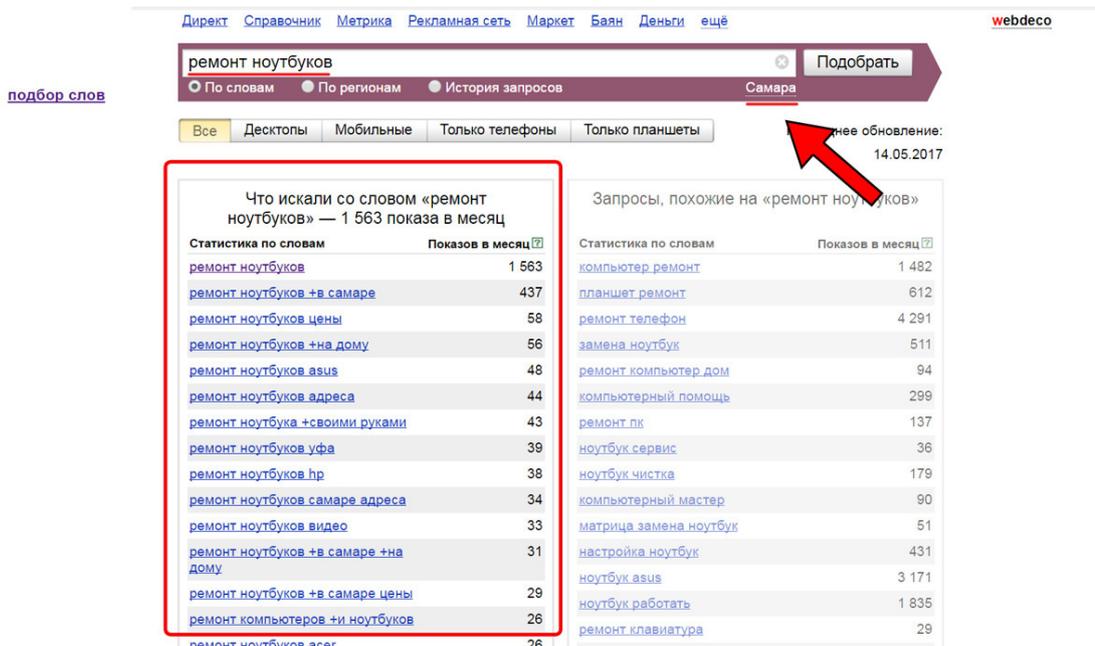
Как видите, список состоит только из общих запросов.

#### 4.2 Левая колонка Яндекса или как собрать детальное семантическое ядро

Теперь пришло время, узнать как собрать семантическое ядро со всеми вложенными запросами. Заходим в [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru) и в окошке набираем ключевую фразу, например: «ремонт ноутбуков». **В левой колонке**, вы увидите различные вариации поисковой фразы и частоту запросов в течение месяца по Яндексу. Левая колонка нужна в первую очередь, чтобы оценить спрос и получить все основные словосочетания фраз.

**Важно:** Обязательно выберите регион, в котором планируете давать рекламу, иначе вы получите статистику по всему миру.

Данные по регионам можно получить, если вы под строикой поиска выберете свой. Например, в Самаре запросы со словами «ремонт ноутбуков» набирают 1563 раза в месяц.



### 4.3 План по сбору точной статистики семантического ядра с Яндекс wordstat

Переходим к делу: Открываем список ключевых фраз, собранных на первых этапах и делаем следующие шаги:

1. Вводим каждую фразу, собранную на первых этапах в окошко wordstat.yandex.ru, нажимаем «Подобрать».
2. Выделяем все, что в левой колонке и копируем в файл excel и кликаем на следующую страницу снизу. Нужно пройти минимум 5 страниц, в идеале 10 страниц и скопировать с каждой страницы все ключевые фразы. Если страниц меньше, чем 10, ничего страшного, значит копируем, сколько есть.

Повторяем шаги 1—2 для каждого словосочетания, пока вы не получите данные частотности по всем фразам и не пройдете весь список.

В итоге у нас должен получиться большой список с уточнением хвоста запросов по каждой фразе примерно такого вида(в примере указывали регион Самара):

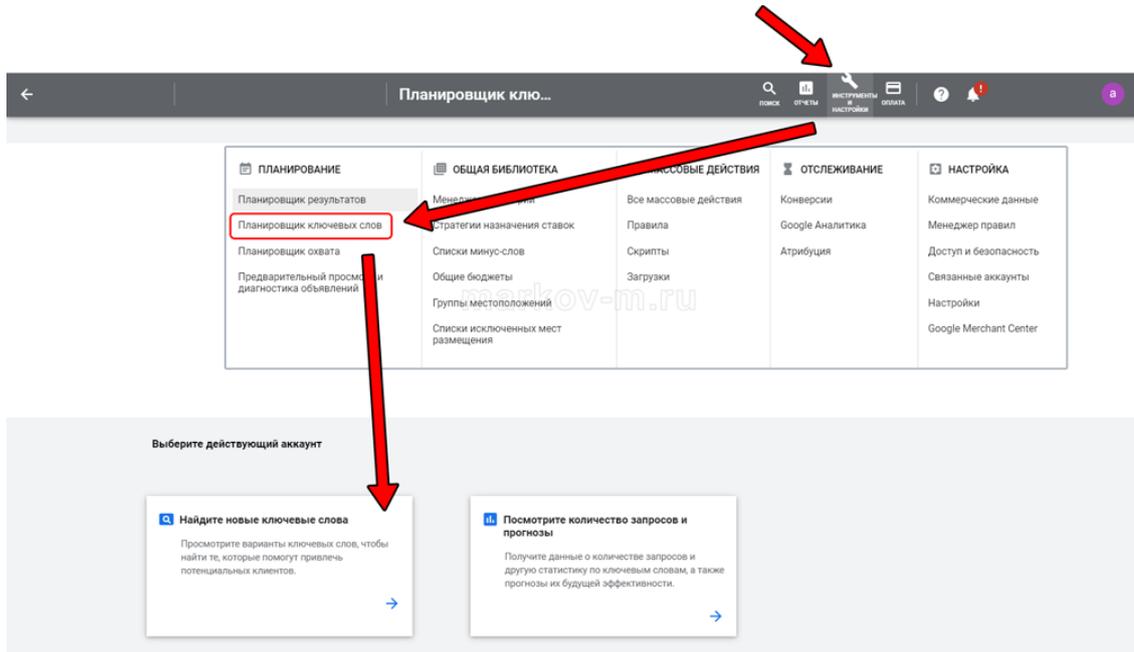
|  |      |  |
|--|------|--|
| диагностика компьютера   | 181  |  |
| программа +для диагностики компьютера  | 16   |  |
| бесплатная диагностика компьютера  | 14   |  |
| провести диагностику компьютера  | 12   |  |
| ... Тут остальные фразы с 3 страниц(больше страниц недоступно) wordstat.yandex.ru..... |      |  |
| диагностика айфона 5s через компьютер  | 1    |  |
| диагностика автомобиля +с помощью компьютера   | 1    |  |
| алгоритм диагностики компьютера  | 1    |  |
| everest диагностика компьютера   | 1    |  |
| ...  |      |  |
| ремонт компьютеров   | 1403 |  |
| ремонт компьютеров +в самаре   | 480  |  |
| ремонт компьютеров +на дому  | 93   |  |
| ремонт компьютеров +в самаре +на дому  | 40   |  |
| ... Тут остальные фразы с 10 страниц wordstat.yandex.ru.....                           |      |  |
| александр ремонт компьютеров   | 1    |  |
| алгоритм ремонта компьютера  | 1    |  |
| адреса центров +по ремонту компьютера  | 1    |  |
| gk ремонт компьютеров  | 1    |  |
| ...  |      |  |
| чистка компьютера  | 480  |  |
| программы +для чистки компьютера   | 192  |  |
| бесплатная чистка компьютера   | 133  |  |
| скачать чистка компьютера  | 127  |  |
| ... Тут остальные фразы с 5 страниц(больше страниц недоступно) wordstat.yandex.ru..... |      |  |
| баллончик сжатого воздуха +для чистки компьютера                                       | 1    |  |
| баллон со сжатым воздухом +для чистки компьютера                                       | 1    |  |
| автоматическая чистка компьютера   | 1    |  |
| clean программа +для чистки компьютера   | 1    |  |

### 4.4. Статистика Гугл

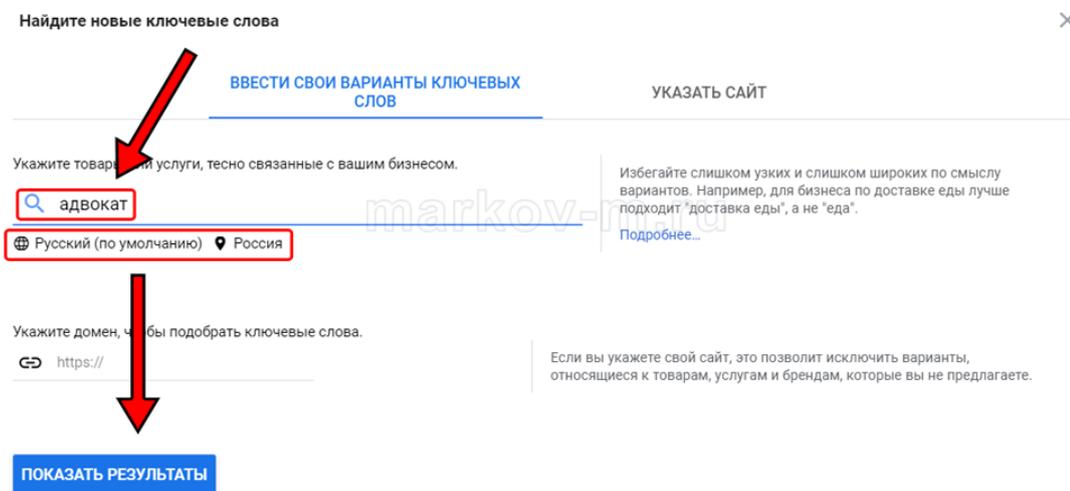
Если вы все-таки решились изучить сбор ключевиков в Гугл, то сделайте следующее:

**А. Зарегистрируйтесь** в <https://ads.google.com>.

**Б. Перейдите в планировщик ключевых слов.** Для этого кликните «Инструменты и настройка» -> «Планировщик ключевых слов» -> «Найдите новые ключевые слова».



**В. Укажите ключевые слова и местоположение.** Для этого введите ключевые запросы, укажите регион, при необходимости язык и кликните «Показать результаты».



Ниже будет показано количество запросов данной фразы в указанном местоположении в течение месяца. Дополнительно в таблице могут быть указаны другие «Варианты ключевых слов».

**Важно:** Статистика в Гугл рассчитывается только для заданного ключевого словосочетания без учета дополнительных фраз, включающих указанный запрос. Например, если набрать запрос «адвокат», то в расчет общей суммы запросов не будет браться «адвокат в Москве», как в Яндексе. По сути, это то же самое, как если в [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru) набрать фразу в кавычках.

В итоге вы получите более бедные данные, чем в Яндексе, т. к. не учитывается сумма всех фраз, включающих данный запрос и статистика по дополнительным фразам тоже сильно уступает.

## **5 Этап. Автоматическое создание семантического ядра**

*Автор: Марков Александр, интернет-маркетолог, веб мастер. Сайт: [markov-m.ru](http://markov-m.ru)*

Автоматическое создание семантического ядра значительно проигрывает ручному сбору, т. к. анализ происходит на основе ключевых слов основных страниц конкурентов, а значит, в автоматической статистике может быть упущено большое количество запросов со второстепенных страниц.

Но даже запросы с главных и основных страниц сайта будут неполными, т. к. оптимизацию одной страницы можно сделать всего под 2—3 ключевые фразы с различных хвостом слов, т. е. получаем не более 20-30 различных вариаций.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.