

9 ПРАВИЛ НАСТРОЙКИ Яндекс Директ и Google Ads



Марков Александр

12+

Александр Марков

**9 правил настройки эффективного
Яндекс директ и Google ads**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Марков А. В.

9 правил настройки эффективного Яндекс директ и Google ads /
А. В. Марков — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Хотите увеличить число звонков и заявок с сайта, не увеличивая бюджет на рекламу? Без проблем, в большинстве случаев, только внедрив описанные правила, можно увеличить число заявок и звонков в несколько раз при сохранении прежнего бюджета. Такой результат возможен благодаря оптимизации настроек контекстной рекламы Яндекс директ и Google ads в соответствии с описанными рекомендациями.

Содержание

| | |
|---|---|
| Об авторе | 5 |
| Введение | 6 |
| 1. Правило. Как получить больше кликов по той же цене | 7 |
| 2. Правило. Максимально большое объявление | 8 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 9 |

9 Правил настройки эффективного Яндекс директ и Google ads

Об авторе



Марков Александр

- Основатель и руководитель студии «Webdeco»;
- Директолог, интернет-маркетолог;
- Мой сайт: markov-m.ru.

Услуги

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

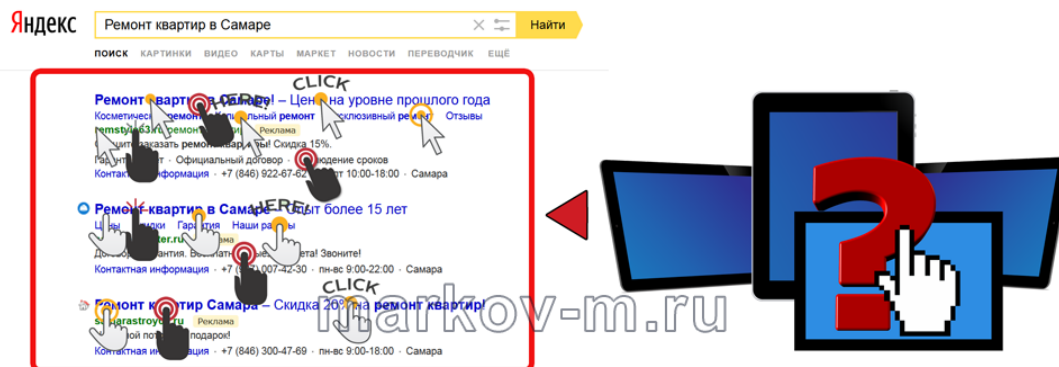
Обо мне

Я регулярно пишу статьи и снимаю обучающие видео по интернет-маркетингу. Подписывайтесь, чтобы не пропустить важного на моем сайте markov-m.ru.

Введение

В контекстной рекламе Яндекс директ и Google ads, оплата происходит за клики по объявлению. Если кликов не было, значит, расходов тоже не будет. Стоимость клика вы задаете сами, чем больше вы установите цену за переход, тем выше ваше объявление будет располагаться в результатах поиска и будет более заметным.

1. Правило. Как получить больше кликов по той же цене



Система Яндекс директ или Google ads списывает с вас деньги только за клики и создается ощущение, что чем привлекательнее объявление, тем больше ваш расход. На самом деле это не так, потому что Яндекс повышает стоимость клика для объявлений, на которые мало кликают и наоборот понижает ставки для объявлений, на которые чаще кликают.

В результате затраты обоих объявлений при показах на одной и той же позиции будут одинаковые и независимы от числа кликов. То есть, чем чаще кликают по объявлению, тем больше посетителей и возможных клиентов вы получаете при тех же затратах, как если бы на ваше объявление кликали меньше.

Допустим, есть 2 сайта по одному и тому же запросу:

1 сайт с непривлекательным объявлением и на него после 100 показов кликнули 2 раза. Цена перехода составила 9 руб.

2 сайт с привлекательным объявлением и по нему после 100 показов перешли 6 раз. Цена перехода составила 3 руб.

В итоге получаем, что на 100 показов 2 сайта потратили одинаковый бюджет – по 18 руб., но за эти же деньги 2 сайт получил в 3 раза больше кликов, соответственно количество заказов на 2 сайте будет также больше в 3 раза при прочих равных условиях.

По сути, вы платите за показы, просто каждый раз поисковая система меняет стоимость клика исходя из эффективности объявления и ставок конкурентов. Поисковые системы хотят получить с каждого рекламного места максимальный доход, поэтому находясь на определенной позиции, вы все равно заплатите одинаковую стоимость независимо от количества кликов, т.к. эта цена подгоняется под показы.

По этой причине нет смысла делать плохие объявления, т.к. цена за рекламу будет одинаковой, а количество переходов на ваш сайт будет разным. Нужно делать максимально привлекательные объявления, на которые будут часто кликать, чтобы при том же бюджете получить максимум переходов на ваш сайт.

Вывод: Чем привлекательнее объявление тем больше кликов и заявок вы получите за те же деньги.

2. Правило. Максимально большое объявление

Как мы выяснили в самом начале, наша цель – создание максимально привлекательных объявлений, на которые почаще бы кликали, т. к. общий расход зависит не от количества кликов, а от показов. Чем больше места на странице занимает ваше объявление, тем оно более заметно и больше кликов получит при том же бюджете, потому что цена клика автоматически уменьшается для более кликабельных объявлений.

Максимуму текста в заголовках и описании

В Яндекс директ и Google ads есть ограничение на количество знаков в Заголовке 1(до 35 символов в Яндексе и до 30 в Google), Заголовке 2(до 30 символов) и тексте объявления(до 82 символов у Яндекса и 90 у Google). Наша задача – уместить как можно больше текста в Заголовке и описание, чтобы объявление занимало максимально возможное место на странице и было более заметно. Желательно, чтобы у вас оставалось не более 5 пустых символов, т. е. если в описании максимум 82 символа(90 у Google), то желательно заполнить его минимум на 77 символов(85 для Гугл).

Заголовок 1 (до 35/30 символов) Заголовок 2 (до 30 символов)

Описание → **Срочный ремонт ноутбуков Самара – Выезд 0 руб, 24 часа!**
 Настройка ноутбука Установка программ Ремонт деталей Чистка системы
single-serviss.ru/ремонт-ноутбуков реклама markov-m.ru
 Квалифицированный ремонт и гарантийное обслуживание по низким ценам в городе
 Сегодня скидка 15% · Низкие цены · Склад запчастей · Опыт работы 10 лет
 Контактная информация · +7 (846) 233-33-23 · круглосуточно · Самара

Дополнительная информация

Под объявлениями показывается **контактная информация** – это еще одна строчка, которая увеличивает заметность вашей рекламы. Поэтому обязательно убедитесь, что у вас тоже указывается контактная информация.

Быстрые ссылки – представляют блок ссылок на основные разделы сайта, его также желательно заполнить, чтобы сделать объявление более заметным.

Уточнения – блок дополнительных преимуществ, его тоже нужно указать, чтобы увеличить размер объявления.

Быстрые ссылки → **Срочный ремонт ноутбуков Самара – Выезд 0 руб, 24 часа!**
 Адрес сайта → single-serviss.ru/ремонт-ноутбуков ← Название страницы
 Уточнения → Сегодня скидка 15% · Низкие цены · Склад запчастей · Опыт работы 10 лет
 Контактная информация → Контактная информация · +7 (846) 233-33-23 · круглосуточно · Самара

Изображения также увеличивают привлекательность объявления, поэтому обязательно их разместите, правда, есть ограничение – они показываются только на сайтах рекламной сети Яндекса. Поэтому, если вы настроили показы только в поисковой системе, нет смысла вставлять изображения, потому что их никто не увидит.

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.