Практическая работа

Тема: Настройка контекстной рекламы в Яндекс.Директ.
Цель: Получить опыт работы с контекстной рекламой.

Теоретическая часть

Что такое контекстная реклама?

Контекстная реклама — это текстовые объявления, которые показываются пользователям по запросам, если эти запросы рекламодатель добавил в настройки рекламной кампании. Объявления показываются пользователю именно в тот момент, когда он сам проявил интерес к товару или услуге и, возможно, готов к покупке. Контекстная реклама бывает поисковой и тематической.

Поисковая контекстная реклама

Поисковая контекстная реклама показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах (Яндексе, Google, Рамблере, Поиск@mail.ru и др.) или по сайту (так называемые вертикальные поиски) в том случае, если запрос пользователя совпадает с ключевыми словами контекстного объявления.

Что такое вертикальный поиск? Существует большой сегмент специализированных сайтов, в структуре которых поиск играет важную роль: top100.rambler.ru, auto.rambler.ru, automobile.ru, go.km.ru и многие другие. Поиск на таких ресурсах происходит по конкретным тематикам (а не по всему интернету, как, например, в Яндексе), то есть вертикалям, например, по автомобилям, недвижимости или мобильным устройствам.

Тематическая контекстная реклама

Тематическая контекстная реклама показывается на странице сайта, входящего в Партнерскую сеть рекламных систем, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя. Тематическая реклама показывается как дополнительная информация к содержанию страниц, которые просматривает пользователь. Хотя для показа объявлений, пользователь не вносит запрос, они все равно находятся в сфере его внимания (т.е. являются контекстными).

Показы тематической рекламы осуществляются на основе нескольких технологий:

1. **Контекстный таргетинг** — контекстная система в автоматическом режиме считывает контент страниц сайта и показывает максимально релевантные содержанию страницы рекламные объявления.
2. **Поведенческие технологии.** При показе объявлений система учитывает историю поиска пользователя в интернете.
3. **Ремаркетинг**. Этот инструмент ориентируется на поведение пользователя на сайтах рекламодателей и показывает рекламу тех товаров и услуг, которые он просматривал, добавлял в корзину и пр.

В Партнерскую сеть контекстной системы принимаются только посещаемые и качественные сайты. Каждый сайт, подавший заявку на вступление в Партнерскую сеть, проверяется на соответствие условиям участия. Рекламные системы не принимают в Партнерскую сеть ресурсы с некачественным контентом и сайты, созданные специально для заработка на размещении рекламы.

У основных контекстных систем есть обширные Партнерские сети сайтов:

- у системы Яндекс.Директ — это Рекламная сеть Яндекса (РСЯ);
- у системы Google Ads — это система Google Display Network (Контекстно-медийная сеть, КМС).

Как писать объявления в Директ: https://yandex.ru/support/direct/moderation/ad-rules.html

Ход работы

Задание №1 «Познакомьтесь с предметной областью»

Вам необходимо настроить рекламную компанию в Яндекс.Директ в соответствие с вашим вариантом. Прежде чем настраивать контекстную рекламу, познакомьтесь с предметной областью, узнайте какие товары или услуги предлагают в данной тематике и что наиболее популярно.

Задание №2 «Зарегистрируйтесь в Яндекс.Директ»

Зарегистрируйтесь в Яндекс.Директ с помощью вашего аккаунта Яндекс. Настройте аккаунт.

Создайте новую компанию. Выберите тип компании – Текстово-графическое объявление.

Заполните все необходимые поля, грамотно выберите регион показа.

Стратегия показа – оптимизация кликов, установите недельный бюджет и максимальную стоимость клика.

url сайта в рекламе можете указать любой, желательно из предметной области вашего варианта.

Остальные настройки компании выставьте по своему усмотрению.

Задание №3 «Настройка групп объявлений»

Группа объявлений содержит одно или несколько объявлений и набор ключевых слов. Яндекс.Директ рекомендует использовать все объявления и ключевые слова в группе для рекламы одного товара или услуги.

В Яндекс.Директ объявление пишется для нескольких ключевых слов, т.е. все свои ключевые слова вы группируете по темам и пишите объявление (или несколько объявлений) для каждой группы слов.

Для подбора ключевых слов мы воспользуемся сервисом конкурентов можно воспользоваться встроенным механизмом подбора ключей или использовать более продвинутый инструмент от Яндекса - **Яндекс Вордстат**. С помощью данного сервиса подберите 15-20 ключевых слов для вашей группы объявлений.

Задание №4 «Создание объявлений»

Для добавленных ключевых слов необходимо составить 2 объявления, которые будут показываться в рекламе по введённым ключевым словам. К объявлениям добавить картинки.

Задание №5 «Добавление дополнений»

При настройке контекстной рекламы добавление **дополнений** является очень важным моментом, **дополнения** делают рекламу более удобной для целевой аудитории. Добавить дополнения можно.

Добавьте 2-3 дополнения на ваш выбор (например: уточнение, номер телефона, быстрые ссылки, цены).

Задание №6 «Сдайте работу»

Дополнительно: добавьте ещё одну группу объявлений.

Сдайте вашу работу и ответьте на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы

1.Что такое контекстная реклама, CTR, ставка, стоимость клика, релевантность?

2.Чем отличается поисковая контекстная реклама от тематической?

3.На основе каких технологий осуществляются показы тематической рекламы?

4.Кто может входить в партнёрскую сеть контекстной рекламы, зачем нужна эта сеть?

5.Что такое расширения, для чего они используются?

Варианты заданий

1. Частный детский садик
2. Продажа видеокарт AMD
3. Услуги такси
4. Продажа смартфонов Meizu
5. Гостиница
6. Продажа автозапчастей
7. Салон красоты
8. Продажа фотоаппаратов Canon
9. Праздничное агентство
10. Услуги фотографа
11. Медицинский центр
12. Продажа обоев