**Настройка Яндекс Директ**

Контекстная реклама является одним из лучших инструментов продаж для Вашего бизнеса. Так как позволяет показывать Ваш товар именно тому клиенту, который его ищет в данный момент, практически дословно повторяя его поисковый запрос в тексте объявления. *- директ* позволяет выбрать два способа показа вашего товара или услуг.

**Показ в поиске**

В данном случае после ввода клиентом запроса в поисковой строке, объявление может быть показано либо в верхних трех позициях выдачи результата, либо в четырех нижних. Верхние называются спецразмещением, а нижние гарантированными показами. Где именно яндекс отобразит его определяет ставка, которую мы готовы заплатить за один переход клиента на наш сайт. Причем данный вид рекламы называется контекстной именно потому что она показывается в соответствии с содержанием, контекстом поискового запроса.

**РСЯ**

Рекламная сеть яндекс сотрудничает со множеством сайтов и размещает на них рекламу своих клиентов. В этом случае есть возможность к заголовку и тексту добавить картинку, которая будет дополнительно привлекать покупателей своей информативностью. Преимущество этого вида - низкая стоимость клика, от 3 рублей. Недостаток - низкая конверсия, ввиду отображения не в самым момент поиска товара. Но есть возможность показывать такие объявления, посетителям сайта, выполнившим определенные действия. Например, тем кто добавил товар в корзину, но так и не купил его.

**Преимущества и недостатки**

Качественная *настройка яндекс директ* позволяет Вам направить на свой сайт трафик из посетителей, которым в данный момент необходим Ваш товар. Умело используя инструменты данного сервиса Вы точно будете знать сколько стоит для вас один конечный клиент. А путем регулирования бюджета, временем показа рекламы, всегда можно с большой точностью приводить в свой бизнес ежедневно заранее известное число покупателей, которое может обработать в данный момент Ваша компания. Рабочие не сидят без дела и с другой стороны нет лишнего расхода средств, на заявки, которые отдел продаж не в состоянии будет обработать.

Главные минусы, это сама *настройка яндекс директ*, ее длительность и необходимость профессионально разбираться в данной тематике. Любое необдуманное действие или ошибка сразу же приводят к ощутимой потере денег. Забыв настроить регионы показа и не поставив дневной лимит можно лишиться месячного бюджета за несколько часов. Неправильное написания текста и заголовка объявления приведет к слишком большой стоимости клика. А халатное отношение к подбору минус слов значительно снизить CTR. Есть два выхода, нанять грамотного специалиста. Или пройти обучение яндекс директ и самому вникнуть в процесс. Второй вариант затратен по времени, но зато гарантирует в итоге качество. А вот директолог может попасться не очень хороший, плюс для оценки его навыков надо и самому разбираться в контексте на должном уровне.

**Самостоятельное обучение**

Никто кроме Вас не может знать до конца Ваш бизнес и понимать все его нюансы. Соответственно только Вы максимально качественно сможете определить все направления, выбрать минус - слова, отсеять из продающих запросов информационные. Самостоятельное *обучение яндекс директу* позволит, нанимая директолога грамотно ставить ему техническое задание, понимать абсолютно все манипуляции, к которым он прибегает, определять направление дальнейшего развития кампании. И исключит случаи обмана и траты лишних денег. А если у Вас будет желание, то обучение не составит никакого труда.

Для начала работы в системе необходимо зарегистрировать почту на яндексе. В дополнительных приложениях войти в сам директ. Первый шаг сделан и сервис готов к работе.

**Первый шаг - прогноз бюджета**

Частая ошибка всех, кто первых раз сталкивается с контекстной рекламой, это уверенность, что сначала выделяется бюджет, а потом под него создается рекламная кампания. На деле же все наоборот. Исходя из маржинальности и того процента с нее, который мы готовы отдать за привлеченного клиента, мы просчитываем среднюю стоимость клика. Не забывая о конверсии сайта и процента перехода лидов в заявки. Полученную сумму мы не имеем права превышать, иначе наш бизнес не будет приносить желаемый доход. Далее исходя из возможностей отдела продаж определяем сколько клиентов в день сможем качественно обслужить, умножаем это число на 30 дней и получаем месячный бюджет и прогноз прибыли на этот же срок.

**Анализ конкурентов**

Необходимо просмотреть как можно больше сайтов конкурентов, сделать таблицу где отразить их недостатки и преимущества. Отдельными данными пойдут сведения о сайтах и контекстной рекламе. Все это можно узнать с помощью различных сервисов как платных, так и бесплатных. Понадобится общее количество объявлений, по которым показывается конкурент и на каких позициях, по каким ключевым фразам, сколько тратит в месяц на это. Делаются пробные звонки и заказы, оценивая работу отдела продаж и фактического наличия товара. Все эти данные пригодятся для создания нашей рекламной кампании.

**Сбор семантического ядра**

Первым шагом будет составление maind map, где определяются все поисковые запросы, которые только может ввести клиент во время поиска Вашего товара. Прорабатываются все сленги и жаргоны, опечатки, специальные и технические названия, специалисты, которые производят этот товар или услугу. Затем с помощью парсера собираются все ключевые запросы по данному направлению. Выделяются из общей массы минус слова, информационные запросы. Разделяются на категории и переносятся в файл Excel, где в дальнейшем будут составляться сами объявления. И чем больше ключевых фраз будет собрано, тем лучше для создания рекламы.

**Составление объявлений**

 Сервисом яндекс к длине заголовка предъявляются требования количества знаков не более 33. Но в некоторых случаях мы можем увеличить его до 54 символов. Под эти ограничения и надо их подгонять, делая максимально ролевантными поисковому запросу. В тексте необходимо раскрыть основные преимущества товара. Четко и ясно по тезисам, без неопределенных фраз, они должны иметь понятное значение для каждого. Желательно ограничение по времени или количеству для ускорения принятия решения покупателем. Обязательным будет призыв к действию, например: кликай, жми, узнай подробнее, закажи сейчас. Некоторые посылы можно будет замаскировать в четырех быстрых ссылках располагаемых ниже самого текста. О них поговорим позже.

**Подготовка кампании в Exсel**

Зайдя в личный кабинет можно скачать файл с шаблоном кампании, которую мы будем загружать в директ. Добавляем в него ключевые слова, заголовки, фразы. Для каждого запроса отдельно делаем ссылку, так чтобы она вела именно на необходимую страницу. Добавляем в конце ссылки UTM метки, с помощью которых метрика нам предоставит позже хорошую аналитику. Задаем регион показа и ставку, которую мы вычислили при прогнозе бюджета. Добавляем названия быстрых ссылок, это может быть отдельный вид товара, страница с контактами или информацией о доставке и т.д. Прописываем URL ссылок с добавленными UTM метками. При необходимости встраиваем картинки. Шаблон уже практически готов к загрузке на сервис.

**Ретаргетинг**

Для повторного показа товара клиентам, которые уже посещали наш сайт используется ретаргетинг. В маркете необходимо задать цель для определенной категории посетителей. Например, для тех, кто просмотрел более 5 страниц или добавил товар в корзину, но не купил. И уже именно для этой группы создаем отдельные уникальные предложения, напоминая, что они посещали наш сайт, но не совершили покупку. Это очень действенный инструмент, работает он в рекламной сети яндекс и за малые деньги помогает вернуть потенциального клиента на страницу захвата и еще раз попытаться ему продать. Настраивается данная функция в отдельной рекламной кампании, так же, как и поиск отдельно от РСЯ.

***Резюме***. Контекстная реклама может быть хорошим инструментом привлечения трафика на Ваш сайт. Очень многие начинают бизнес используя только этот канал привлечения клиентов. Он очень эффективен, четко меряется показателями, первые заказы приходят уже в день размещения этой рекламы. Но множество тонкостей и трудоемкость процесса делают этот инструмент не таким простым как кажется на первым взгляд. Но при умелом использовании можно легко обойти большинство конкурентов, грамотно настраивая рекламу и тратя значительно меньше средств на нее. А для этого внимательно проходите уроки и один из самых мощных инструментов бизнеса обеспечит серьезный толчок в развитии Вашей фирмы.