

Краткий конспект интервью по Яндекс Директ

Как наиболее эффективно подбирать ключевые слова?

- 1 - Создаем максимально большой список глобальных (как правило из двух слов) запросов (выдача wordstat, мозговой штурм, синонимы, эхо, опечатки, опечатки связанные с тем что не перключили язык)
2 - Весь полученный список прогоняет через Wordstat и для каждого ключа смотрит эхо (пока в эхо уже не будет встречаться ничего нового)

3 - Как распределять ключи по объявлениям

Стандартный подход заключается в том, что мы берем высокочастотный ключ, вбиваем его в Вордстат, смотрим, какие низкочастотники, среднечастотники он в себя включает...
Для каждого высокочастотника и среднечастотника мы создаем отдельное объявление...
При этом важно держать в голове связь высокочастотников и среднечастотников между собой...

Каковы ключевые настройки рекламной кампании на Яндексе?

- Только профессиональный Интерфейс
Геотаргетинг - если вы даёте рекламу только в вашем городе и ограничили за счет геотаргетинга - в объявлении все равно стоит упомянуть название города.
Стратегия показов - наивысшая доступная позиция. Не выбирать стратегию - недельный бюджет!

Используйте "показы по доп. релевантным фразам."

Ограничение показа на тематических площадках

Что касается ограничения цены клика при показах объявления на тематических площадках...
Изначально там, конечно, предлагается 100%, то есть, столько же максимум платить, сколько максимально платить на поиске.
В рекламной же сети Яндекса объявления привязываются не к запросу пользователя, а к тематике сайта...

Поделись своими основными критериями создания эффективных объявлений

- Использовать по возможности ключи и в заголовке и в теле объявления
Объявление должно оставаться правдивым при всем многообразии рекламных цеплялок и призывов к действию

- Анализировать объявления конкурентов, которые на первом и втором месте. Причина может быть в хорошем CTR, а не в высокой ставке конкурента.
Еще стоит моделировать объявления с любой рекламой, которая вас цепляет.

Назови самые частые по твоему мнению причины непрохождения модерации. Есть ли какие-то обходные пути для ускорения этого процесса?

Первое - это превосходная степень. То есть, если вы, скажем, употребите слово «лучший» - «самый лучший сайт», «самый лучший продукт», «самый лучший телефон»...
Потом, бывает ситуация, что вы в Вордстате (Wordstat.yandex.ru) собираете ключи, берете, сразу выделяете много ключей и кое-что своим вниманием просто не охватываете...
Далее. Если вы используете виртуальную визитку, кроме адреса сайта или вменяю адреса сайта с вашими объявлениями...

Основные причины непрохождения

Как обхитрить модераторов

Есть один вариант очень хитрый все это дело обойти. Вы берете, создаете объявление, которое заведомо модерацию пройдет...
И очень часто, даже для продуктов, которые требуют сертификации, такой подход срабатывает. То есть, видимо, самая первая модерация - она наиболее тщательная...

Опиши какой метод тестирования объявлений в Яндексе ты считаешь наиболее правильным

Обычно вопросы по поводу тестирования поступают следующие:
- Сколько конкретно создавать идентичных объявлений для тестирования по заголовкам и по тексту самого объявления?
- Каким образом сделать так, чтобы результаты тестирования были максимально точными?
- На какой параметр смотреть, когда выделяешь лидера среди тестируемых объявлений...

Что еще кроме тестирования может существенно повысить эффективность контекстной рекламы?

Вас интересуют не столько клики по вашим объявлениям, сколько продажи, которые произошли в итоге. И клики-то вы можете оценивать по CTR, вы можете этот CTR бесконечно увеличивать...
И для того чтобы это сделать, нужно, опять же, задействовать специальный сервис от Яндекса - счетчик Яндекс.Метрика, определенным образом его настроить...
Желательно записывать количество продаж по этой фразе-объявлению и потраченные деньги на переходы по ней...

Поделись, если есть, какой-нибудь техникой снижения средней цены клика рекламной кампании не в ущерб количеству кликов

- Если вы даёте рекламу на ВЕСЬ МИР, рекомендую сделать идентичных рекламных кампаний:
1 - Россия - Центральные регионы.
2 - Россия - Центральные регионы.
3 - Оставшийся Мир.

Создать несколько идентичных рекламных кампаний с разными настройками геотаргетинга

Если у вас задана максимальная ставка и установленное условие - не более цены входа в гарантию - то может быть вот такая ситуация:
- когда вы задаете максимальную ставку вы ориентируетесь как правило на центральный регион...

Какие можете дать советы по использованию эффективности участия в партнерских программах

- Желательно заранее иметь статистику по конверсии на холодном трафике сайта, который вы рекламируете
Желательно заранее иметь статистику по конверсии на холодном трафике сайта, который вы рекламируете

- 1 - каким-то образом содержание продающего сайта разместить на своем домене.
2 - Если говорить о подавляющей массе конкурентов (у которых стратегия, практически, у всех одна: взяли партнерскую ссылку, создали объявление в Яндекс Директ...
3 - Вас интересуют не столько клики по вашим объявлениям, сколько продажи, которые произошли в итоге...

Как обойти других партнеров, которые рекламируют тот же самый сайт?

Как экономить свое время при работе с контекстной рекламой на Яндексе?

- Используйте глобальное назначение ставок для всей кампании и "обновляйте" 2-3 раза в день по возможности
Специальное ПО для автоматизации сбора и обработки ключевых слов wordstat
Используйте экспорт-импорт в EXEL!

Как использовать контекстную рекламу с максимальной отдачей (если есть некоторый бюджет на раскрутку)

Купите продукт с правами перепродажи и готовым рекламным текстом. Текст должен хорошо конвертировать. Тогда 100% прибыли себе и размещение сайта на своем хостинге - то есть можно задействовать веб аналитику на 100%

Каковы будут напутствия для новичка?

- Внимательнейшим образом изучите работу с wordstat
Посоветовал бы изучить использование шаблонов и подстановку их в заголовки для максимального быстрого запуска и высокой отдачи
Помнить о соответствия объявления целевой странице.