

КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНАЯ СЕТЬ (КМС)

Более 2 миллионов сайтов, видеороликов и приложений охватывают больше 90% интернет-пользователей по всему миру

1. Таргетинг - обращайтесь к людям в правильном месте и в правильное время



ДЕМОГРАФИЯ

Пол, возраст, родительский статус

ИНТЕРЕСЫ

Аудитории, сформированные на основе интересов (любители автомобилей)

ГЕОГРАФИЯ

Страна, индекс, радиус вокруг определенной локации

Узнаваемость бренда



ТЕМАТИКА САЙТОВ

Полный список тем сайтов доступен по [ссылке](#)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Объявления будут показаны на площадках, релевантных ключевым словам



ИНТЕРЕСУЮЩИЕСЯ ПОКУПАТЕЛИ

Пользователи, которые активно ищут предлагаемые вами товары и услуги

ПОХОЖИЕ АУДИТОРИИ

Автоматически собирающийся системой список новых клиентов, похожих по характеристикам на уже существующих



РЕМАРКЕТИНГ

Повторное привлечение пользователей, которые посещали ваш сайт



СОВЕТ

Запрещайте показ рекламы пользователям из нерелевантных групп. Например, пользователи старше 45 лет

#Подсказка: отключите показ в мобильных приложениях: [ВИДЕО](#) и [ИНСТРУКЦИЯ](#)

Принятие решения

Покупка

2. Форматы объявлений - всегда учитывайте контекст

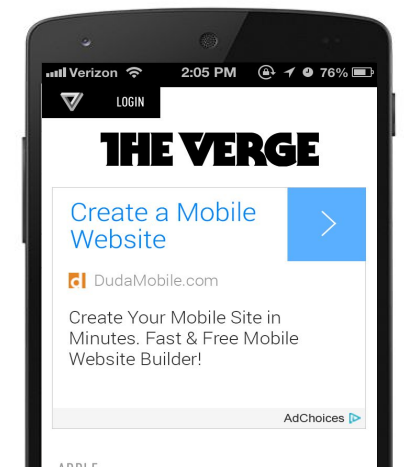


СОВЕТ

Используйте объявление по максимуму

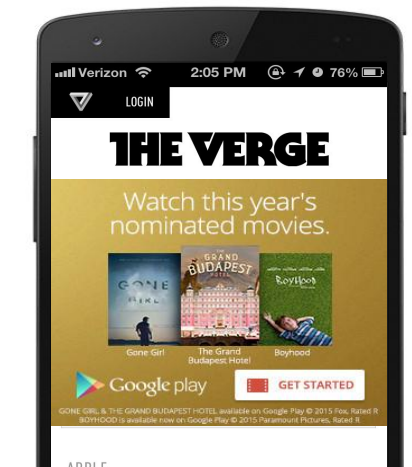
Используйте все возможные форматы и размеры объявлений, чтобы повысить охват аудитории

Персонализируйте объявление, чтобы оно было релевантным для потенциальных покупателей



Адаптивные объявления

Позвольте AdWords [корректировать размер и внешний вид](#) объявлений в зависимости от места размещения



Графические объявления

Используйте [Галерею форматов объявлений](#) или создайте объявление сами. Технические требования доступны по [ссылке](#)

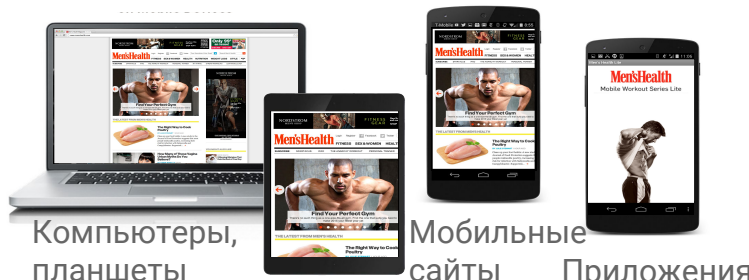
3. Размещение - взаимодействуйте с клиентами на нескольких устройствах

90%

Пользователей начинают задачу на одном устройстве, а заканчивают на другом

КМС #1 провайдер рекламы на разных платформах.

Охват различных платформ:



Компьютеры, планшеты

Мобильные сайты Приложения

1. НАСТРОЙКИ: установите настройки в соответствии с вашими целями

Ваша цель	Инструменты КМС
Повышение узнаваемости бренда	Количество показов, процент показов
Переходы на сайт	Клики, CTR
Сбор лидов, заполнение форм, онлайн покупки	Конверсии, CPA (цена за конверсию)
Повторные посетители	Ремаркетинг
Звонки	Не рекомендуется



Цель: повышение узнаваемости бренда



Настройки

- Ограничение по [частоте показов](#) - 1-3 раза в день на пользователя.

Ставки

- Используйте vCPM (цену за тысячу просмотров в видимой части экрана)
- Проверяйте процент потерянных показов в КМС - с повышением ставок при плохих показателях

Таргетинг

- Используйте общие запросы, не сужайте аудиторию
- Таргетируйтесь на широкие темы, а не подтемы
- Используйте [Особую Аудиторию \(en\)](#)

Цель: переходы на сайт



Настройки

- Включайте “оптимизацию кликов” в настройках ротации объявлений

Ставки

- Используйте CPC (цену за клик) как метод назначения ставок
- Повышаем ставки на площадках с высоким CTR (по статистике минимум за две недели)

Таргетинг

- Используйте популярные высококликабельные ключевые слова (можете воспользоваться [“Планировщиком ключевых слов”](#))
- Ставьте на паузу ключевые слова с низким CTR
- Исключайте места размещения с низким CTR и высокой ценой за клик

Цель: лиды/повторные посетители



Настройки

- Переключите в настройках кампании ротацию объявлений с “оптимизации кликов” на “оптимизацию конверсий”, предварительно [настроив отслеживание конверсий](#)
- Поднимите частоту показов до 3-ех раз в день на пользователя

Ставки

- Используйте eCPC (оптимизатор цены за конверсию), а впоследствии CPA (целевую цену за конверсию)

Таргетинг

- Исключайте малоконвертируемые места размещения
- Исключайте тех, кто уже совершил ценное действие (списки ремаркетинга в исключения)



Все лучшие практики по Google AdWords [здесь](#)
(зайдите в раздел про КМС кампании)

2. ТАРГЕТИНГ: грамотно выберите таргетинг вашей КМС кампании



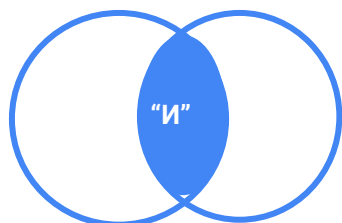
Экспериментируйте! Советуем **не** использовать больше 2 видов таргетинга в одной группе объявлений, чтобы не сужать охват, иначе реклама может не запуститься. Отличные советы читайте [здесь](#). Пошаговая настройка [здесь](#).

КМС Кампания

Группы объявлений

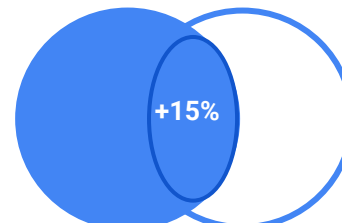
Ремаркетинг	Особые аудитории по интересам	Аудитории по интересам+Темы	Аудитории заинтересованных покупателей
Посетители сайта: адаптив.	Категория 1: адаптивное	A1 + T1: адаптивное	Категория 1: адаптивное
Положившие в корзину: адаптив	Категория 2: адаптивное	A2 + T2: адаптивное	Категория 2: адаптивное
Совершившие покупки: адаптив	Категория 1: графика	A1 + T1: Графика	Категория 1: графика
Посетители сайта: графика	Категория 2: графика	A2 + T2: Графика	Категория 2: графика
Положившие в корзину: графика			
Совершившие покупки: графика			

Методы таргетинга в КМС: управляйте вашей аудиторией



Таргетинг и назначение ставок

- Один тип таргетинга: показываемся пользователям, которые попадают в эту категорию
- Несколько типов таргетинга: работает по принципу "и... и..." - то есть показываемся **только**, когда все типы пересекаются



Только назначение ставок

- Если один тип таргетинга или несколько, и **все** "Только назначение ставок": не таргетируем ничего → не показываемся вовсе
- Если несколько типов таргетинга, и один из них "Таргетинг и назначение ставок", а остальные "Только назначение ставок": показываемся, когда срабатывает "Таргетинг и назначение ставок". Но если они пересекаются, на доп. тип таргетинга можно скорректировать ставку



Пример: "Темы+Аудитории по интересам" - показываемся только когда любитель готовить зашел на сайт темы Кулинария и рецепты



Пример: "Тема Кулинария: Таргетинг и назначение ставок" + "Аудитории по интересам - Любитель готовить: Только назначение ставок" - показываемся всем, кто зашел на сайт темы Кулинария, но если пользователь еще к тому же "Любитель готовить", делаем на него выше ставку



Если не добавлен ни один из видов таргетинга, то кампания будет показываться везде



Чек-лист по созданию эффективной КМС-кампании



1 Создайте кампанию с таретингом на КМС

Подробные инструкции [здесь](#). Выберите русский и английский язык в настройках таргетинга, а также определите бюджет и географический охват.

2 Установите ограничение частоты показов

Оптимальная частота показов до 3-ех раз в день на уникального пользователя, чтобы получить максимально эффективные результаты.

3 Определите таргетинг под вашу ЦА

Чтобы попасть в вашу Целевую аудиторию, используйте рекомендации по охвату, представленные в данном выпуске #ГотовыеРешения

4 Исключите нерелевантные площадки

В исключения добавьте нерелевантные категории сайтов. Зайдите на вкладку "Контекстно-медийная сеть" → "+ Таргетинг" → "Исключения кампании" → "Категории сайтов". В исключения можно добавить темы сайтов. Подробнее [здесь](#).

Попробуйте добавить в исключения мобильные приложения: "Исключения" → "Места размещения" → adsenseformobileapps.com. Инструкция [здесь](#) и [здесь](#).

5 Настройте отслеживание конверсий

Чтобы оценить эффективность ваших кампаний, настройте отслеживание конверсий и установите оптимизационные стратегии назначения ставок (eCPC и CPA), чтобы максимизировать отдачу. Инструкции [здесь](#).

6 Запустите рекламу на Gmail

Создайте отдельную группу объявлений в вашей КМС кампании с таргетингом на место размещения mail.google.com. Подробные инструкции ниже.

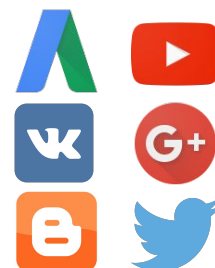
7 Запустите эффективный ремаркетинг

Чтобы использовать КМС кампанию максимально эффективно, настройте ремаркетинг по инструкции в нашем Готовом решении [здесь](#).



БОНУС: РЕКЛАМА В GMAIL

Расширьте маркетинговое воздействие с помощью электронной почты



Доступные варианты таргетинга



Возраст



Пол



Язык



Темы/
интересы



Устройство



Ключевое
слово/домен

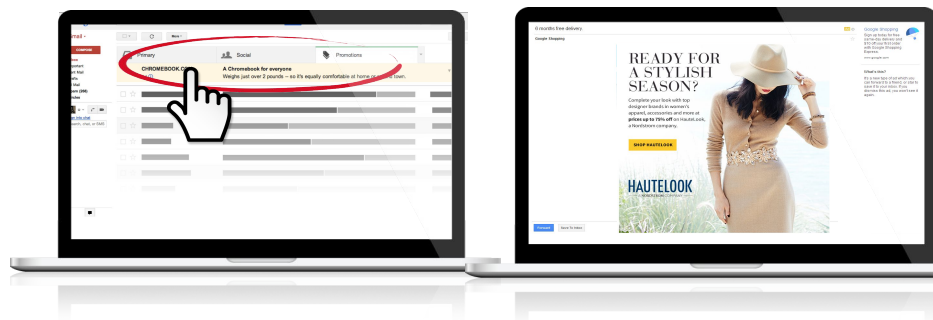


Геолокация

Принципы работы

1) Свернутое объявление отображается на вкладке “Промоакции” в Gmail и ориентировано на тех, кто уже размышляет о покупке

2) После клика по свернутому объявлению на странице открывается его полная версия



Создайте новую КМС кампанию

1 Создайте новую КМС кампанию и группу объявлений

2 В таргетинге “Места размещения” введите “mail.google.com”

3 Создайте специальные объявления для Gmail



Золотые правила

Используйте рекламу в Gmail по-максимуму

Создавайте рекламу в Gmail в дополнение к кампании в контекстно-медийной сети

Пробуйте различные виды таргетинга для лучших результатов. Для большего охвата не пересекайте разные виды таргетинга

Используйте разные форматы объявлений для разных целей. Создайте объявление сами или в Галерее мультимедийных решений. Требования доступны по ссылке

Вы можете таргетировать похожие домены (в формате example.com), чтобы охватить потенциальных пользователей

Добавьте специальное предложение или скидку, чтобы создать ценность и срочность для пользователя

Кросс-продажа: подумайте над дополнительными предложениями

Пошаговые инструкции по настройке [здесь](#)

