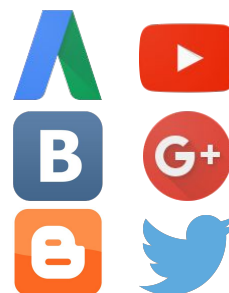


Привлекайте ваших клиентов быстрее с помощью РЕМАРКЕТИНГА



Что такое ремаркетинг?

Функция ремаркетинга позволяет обращаться к пользователям, которые раньше уже заходили на ваш сайт. Например, если пользователь посетил ваш сайт, но ничего не купил, вы можете показывать ему релевантные объявления на других веб-сайтах, в мобильных приложениях и в Google Поиске.

Ремаркетинг AdWords позволяет вам работать с разными аудиториями пользователей и создавать высокорелевантные объявления. Например, вы можете таргетировать отдельный список пользователей, добавивших товар в корзину на вашем сайте, но не сделавших покупку.

Используйте ремаркетинг для привлечения правильной аудитории

1

Эффективно

Объявления, нацеленные на списки ремаркетинга, имеют более высокую конверсионность, потому что вы обращаетесь к клиентам, которые уже посещали ваш сайт

2

Легко

Вы можете создать объявления за несколько минут (текстовые и графические), используя лучшие практики из поисковой кампании и [автоматические шаблоны \(en\)](#)

3

Большой охват

Ваше объявление сможет достичь нужных вам пользователей по самой большой сети в мире как на мобильных устройствах, так и на компьютерах

96%

Посетителей покидают сайт без осуществления конверсии

49%

Покупателей обычно посещают 2-4 сайта до покупки

+35%

Посетителей сайта осуществляют конверсию в течение повторного визита

+52%

Посетителей вероятнее всего вернуться на ваш сайт, чтобы завершить конверсию

Ремаркетинг Google поможет вам таргетировать более ценную аудиторию для вашего бизнеса, сделать ваши кампании AdWords более эффективными и адаптировать рекламное сообщение для самых важных посетителей вашего сайта

Как работает ремаркетинг?



Пользователь заходит на сайт



Пользователь добавляется в список ремаркетинга



Пользователь покидает сайт



Пользователь набирает в Google поисковый запрос или сидит на сайтах КМС



Вы можете настроить таргетинг, ставки и объявление для этого пользователя



Шаг 1. Как создать список Ремаркетинга AdWords?



Вариант 1. Создайте аккаунт Google Analytics, создайте в нем список ремаркетинга и импортируйте его в AdWords (рекомендуется)

1

Создайте аккаунт [Google Analytics](#) и [пометьте ваш сайт кодом GA](#) (все страницы)

2

Свяжите аккаунты [AdWords](#) и [Analytics](#): изучите все преимущества связки AdWords и Analytics в [этой статье](#)

3

Создайте список ремаркетинга в [Analytics](#). Списки сразу же импортируются в AdWords в раздел "Общая Библиотека"



Используйте [готовые шаблоны](#) для настройки списка ремаркетинга в Analytics



Вариант 2. Настройте списки ремаркетинга в аккаунте AdWords

1

В вашем аккаунте AdWords перейдите в [Общую библиотеку](#) и выберите [Аудитории](#).

2

Нажмите "Посетители сайта > Настроить ремаркетинг" и выберите нужные параметры.

3

Поставьте код ремаркетинга на ваш сайт и создайте [кастомные списки](#) (примеры [тут](#))

Шаг 2. Как таргетировать эти аудитории в AdWords?



1

Ремаркетинг в КМС

Таргетируйте прошлых посетителей вашего сайта в КМС сети

Инструкции: [Analytics](#) [AdWords](#)



2

Ремаркетинг на поиске (RLSA)

Используйте список ремаркетинга в поисковой сети

Инструкции: [RLSA](#)

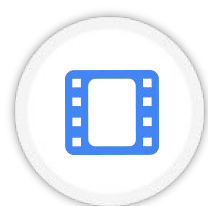


3

Динамический Ремаркетинг

Показывайте товары, которые пользователи ранее просматривали на вашем сайте

Инструкции: [Analytics](#) [AdWords](#)



4

Видео Ремаркетинг

Создайте списки людей, просмотревших видео с вашего канала, таргетируйте их во всех кампаниях

Инструкции: [YouTube Ремаркетинг](#)

Шаг 3. Какие лучшие практики в области ремаркетинга?



Ознакомьтесь со всеми лучшими практиками и стратегиями [здесь](#)

1

Установка кода:

Разместите [код ремаркетинга](#) на всех страницах вашего сайта

Таргетируйте всех посетителей вашего сайта, но [сегментируйте ваших пользователей](#) для лучшей оптимизации

2

Назначение ставок + Объявления

Настройте [оптимизатор цены за конверсию](#), а по достижении 15 конверсий перейдете на [целевую цену за конверсию](#)

Настройте [динамический ремаркетинг](#)

3

Оптимизируйте

Не ограничивайте [языковой/гео-таргетинг](#) (ремаркетинг рассчитан на наиболее вероятных клиентов, поэтому не имеет значения, в какой стране они находятся)

Со временем перейдите на стратегию ставок [ROAS](#)

4

Растите вашу аудиторию

Подключите функцию автотаргетинга либо [похожие аудитории](#)

Подключите к таргетингу [аудиторию заинтересованных покупателей](#)

Необходимо минимум 1000 активных пользователей для поисковой кампании и 100 активных пользователей для контекстно-медийной кампании (за последние 30 дней) для того, чтобы список ремаркетинга начал работать

На 10% больше конверсий с помощью ПОИСКОВОГО РЕМАРКЕТИНГА (RLSA)

1

Что такое поисковый ремаркетинг (англ. RLSA)

Это функция, которая позволяет корректировать ставки на посетителей вашего сайта, когда они ищут ваши или похожие товары и услуги в Google поиске.

Если Вы добавили списки ремаркетинга в поисковые кампании и установили корректировки ставок, то когда пользователи из вашего списка будут искать ваши или аналогичные товары в Google Поиске, они увидят ваши объявления первыми.

Поисковый ремаркетинг позволяет

1

Оценить количество пользователей, которые возвращаются на сайт через поиск Google

-48%

Снижение стоимости конверсии в кампаниях с RLSA, в сравнении с обычной поисковой кампанией

2

Повысить конверсию с помощью установки отдельной ставки для возвращающихся пользователей

-53%

Снижение стоимости конверсий, совершенных пользователями из списка RLSA в сравнении со средней стоимостью конверсии по всей поисковой кампании

3

Составить отдельное объявление для тех пользователей, которые были на сайте

+10%

Вырастает количество конверсий у рекламодателей, использующих RLSA

Как правильно настроить поисковый ремаркетинг?

1

Создайте новый список ремаркетинга или используйте текущий.

Важно: для работы в поисковой сети, количество пользователей в списке должно быть минимум 1000

2

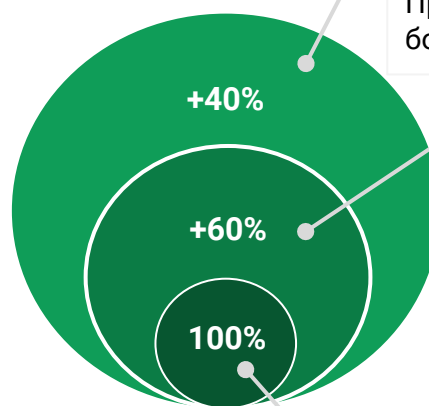
Во все поисковые кампании во все группы объявлении на вкладке "Аудитории" добавьте списки ремаркетинга, с настройкой "Только назначение ставок" (Bid only)

3

Для разных сегментов клиентов обязательно используйте корректировки ставок:

Были на сайте, но не совершили конверсию.

Провели на сайте больше 2 минут



и/или зарегистрировались на сайте и/или занесли товар в корзину, но не оплатили и/или совершали покупки на сайте больше 15 дней назад

Как реализовать поисковый ремаркетинг в AdWords?

Пошаговая [инструкция](#)

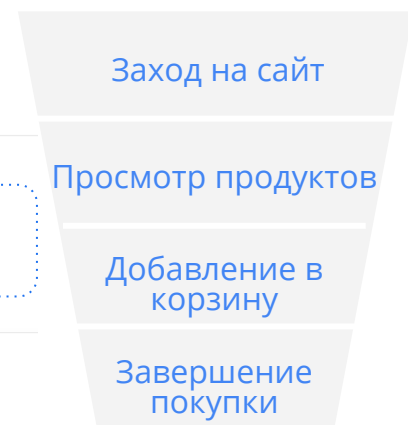
Найдите вашу целевую аудиторию с помощью РЕМАРКЕТИНГА в КМС

2

Что такое ремаркетинг в КМС?

Показ рекламы пользователям, ранее посетившим ваш сайт, когда они просматривают другие сайты в контекстно-медийной сети Google и пользуются мобильными приложениями, входящими в ее состав.

Как правильно настроить ремаркетинг в КМС?



<p>Просмотры главной страницы</p> <p>Сообщение: "Изучите лучшие сделки на нашем сайте"</p>	<p>Категория товара</p> <p>Сообщение: "Проверьте новые поступления футболок"</p>	<p>Товар или предложение</p> <p>Сообщение: "Минус 30% только сегодня"</p>	<p>Корзина</p> <p>Сообщение: "Бесплатная доставка"</p>	<p>Уже совершившие покупки</p> <p>Сообщение: "Вам также может понравиться этот товар"</p>
--	--	---	--	---

	Все посетители	Просмотревшие продукты	Не завершившие процесс покупки	Уже совершавшие покупки
Все посетители	Таргетинг			
Просмотревшие продукты	Исключить	Таргетинг		
Не совершившие покупки	Исключить	Исключить	Таргетинг	
Уже совершавшие покупки	Исключить	Исключить	Исключить	Таргетинг

Как реализовать ремаркетинг в КМС в AdWords?

С помощью тега ремаркетинга [AdWords](#)

С помощью тега ремаркетинга [Analytics](#)

Предлагайте пользователям то, что они искали, с ДИНАМИЧЕСКИМ РЕМАРКЕТИНГОМ

3

Что такое динамический ремаркетинг?

С помощью динамического ремаркетинга вы можете показывать пользователям рекламу товаров и услуг, которые они уже просматривали на вашем сайте. При этом рекламное сообщение адаптируется для целевой аудитории, что помогает вернуть посетителей на сайт и увеличить таким образом количество потенциальных клиентов и объем продаж.



Как правильно настроить динамический ремаркетинг?

- 1 Создание фида данных
- 2 Установка тега на сайт
- 3 Выбор списка ремаркетинга
- 4 Создание объявлений

AdWords:

Следуйте этой [пошаговой инструкции](#)

Analytics:

Чтобы использовать динамический ремаркетинг, выполните следующие действия:

1. [Свяжите аккаунты AdWords и Analytics.](#)
2. [Свяжите аккаунты Google Merchant Center и AdWords](#) (только для розничной торговли).

Выполнив перечисленные выше требования, вы можете настроить динамический ремаркетинг согласно этим инструкциям (рекомендуется выполнять их в таком порядке):

1. [Добавьте в теги код для динамического ремаркетинга.](#)
2. [Создайте аудитории для динамического ремаркетинга.](#)
3. [Создайте атрибуты для динамического ремаркетинга.](#)
4. [Создайте кампанию динамического ремаркетинга в AdWords.](#)

Как реализовать динамический ремаркетинг в AdWords?

С помощью тега ремаркетинга [Analytics](#)
С помощью тега ремаркетинга [AdWords](#)

Шаг 1. Установите код ремаркетинга

Вариант 1. С Google Analytics

[Создайте аккаунт Google Analytics](#)
аккаунт и внедрите код
отслеживания на ваш сайт

[Свяжите аккаунты Google Analytics](#)
и Google AdWords

[Создайте списки ремаркетинга в](#)
[Google Analytics](#) (затем списки
появятся в AdWords в разделе
"Общая библиотека")

Импортируйте [стандартные](#)
[списки конфигурации](#)

Вариант 2. С Google AdWords

[Установите код ремаркетинга](#)
[AdWords на сайте](#)

[Настройте списки ремаркетинга](#)
(Примеры [тут](#))

Шаг 2. Создайте кампании для ремаркетинга (лучшие практики для каждого типа ремаркетинга см. далее)

Ремаркетинг в КМС

Инструкции:
[Analytics](#)
[AdWords](#)

Поисковый ремаркетинг

Инструкции:
[RLSA](#)

Основные кампании (для всех рекламодателей)

Динамический ремаркетинг

Инструкции:
[Analytics](#)
[AdWords](#)

Видео-ремаркетинг

Инструкции:
[YouTube Remarketing](#)

Продвинутая настройка (если применимо)