

“Тысячи объявлений в Директе за один вечер”

**SEOXA.RU**

## Шаг 1. Подготовка

- 1.** Качаем с официального сайта программу “Словоеб”  
<http://seom.info/2012/05/04/slovoeb-2-0/>
- 2.** Устанавливаем с официального сайта Microsoft .NET Framework 4.0 Full. Без этого фреймворка программа работать не будет:  
<http://www.microsoft.com/ru-ru/download/details.aspx?id=17718>
- 3.** Заходим в статистику ключевых слов Яндекса <http://wordstat.yandex.ru/>

## Шаг 2. Поиск главных ключевых слов

### **1.** Начинаем искать “Главные ключевые слова” однодвухсловные слова из своей темы.

Во время поиска, **чтобы было легче**, каждое найденное слово вбиваем в Вордстате (см. предыдущий шаг) и внимательно смотрим на правую колонку. Это то, что искали те же самые люди, что и ваше ключевое слово. Тогда не будет никаких “собаки, псы, щенки... все”. Яндекс все вам сам подскажет.

*Например, в туризме это:*

- Названия стран и курортов (вы можете использовать категории товаров/услуг своей ниши);
- Все, что содержит слово “туры”, “путевки”, “отдых” (вместо этого вы можете использовать слова, специфичные для вашей ниши, например “составление договоров” в юридической отрасли);
- “турфирмы, турагентства, турагенства, туроператоры, туристические фирмы, туристические компании, туристические агенства, туристические агентства, тур операторы” и т.д. В своей нише используйте обозначение фирм, предоставляющих такие услуги, например “магазин сантехники”, “юридическая фирма” и т.д.
- Названия крупных компаний вашей отрасли с синонимами, например: “Пегас тур, пегас туристик, пегас тревел, pegast, pegas turistik” и т.д. (по Пегасу можно найти около 20 вариантов, также как и в других отраслях “рос телеком, ростелеком”).

Теперь важный момент: обязательно каждое полученное слово анализируйте в вордстате. Например, если я ввожу вроде бы понятную страну, куда летают люди отдыхать, “Кубу”, то выдается мне полный шлак:

кубик в кубе, куб смотреть, куб 2, куб 3 и т.д.

Не знаю, что это такое, но к туризму явно не относится. Поэтому нужно писать не просто “Куба”, а как минимум “туры на Кубу”, “отдых на Кубе” и так далее.

#### **Вот мой список:**

**Страны (зима):** Куба, Доминикана, Мексика, Марокко, Тунис, Египет, Израиль (Эйлат), Франция (париж), Чехия, ОАЭ, Таиланд, Индия (Гоа, Керала), Индонезия (Бали), Вьетнам, Мальдивы, Маврикий, ШриЛанка, Турция, Кипр, Австрия, Италия, Норвегия, Финляндия, Швеция, Сингапур, Андорра, Испания (тенерифе), Болгария.

**Страны (осень):** Испания, Турция, Кипр, Хорватия, Черногория, Греция, Египет, ОАЭ, Финляндия, Чехия, Тунис, Израиль, Болгария.

**Курорты:** Писать не буду, кто из туризма, может сделать самостоятельно. Мне лишние конкуренты не нужны :)

**К ним прибавить:** Туры, отдых, путевки, цена, стоимость, из %вашего города%.

**Отдельно:** конкуренты, название компаний предоставляющих ваши услуги (в моем случае это турфирмы и т.д.)

**В крайнем случае, номенклатура:** Если ключевых слов по вашей тематике получится слишком мало, то вас выручит ваш список товаров. Например, в запчастях это будут артикулы. В интернетмагазинах или у оптовиков то же самое. В туризме это названия отелей. Но способ этот сложный потому что тогда нужно будет, чтобы ключевое слово вело не просто на “продающую страницу” по услуге, а на “лендинг” по конкретному товару/отелю. Иначе конверсия будет не очень.

## 2. Параллельно с поиском “главных ключевых слов” в своей тематике, нужно сразу же

вычислять наиболее бросающиеся в глаза “минус слова”.

Минусслова это те слова, которые вам никоим боком не нужны. На этапе первичного анализа нужно вычислить хотя бы самые назойливые из них, чтобы в дальнейшем не искать их вручную.

Например, я не работаю с низкодоходными турами по России и прочими автобусными турами, а также не хочу работать как “справочное бюро”, т.е. отсеять тех, кто интересуется самостоятельным планированием путешествий.

### **Вот мой список (ставьте минус перед словом):**

2012 абхазия автобус адлер азовское аквапарк алтай анапа база бланк вакансии вернуть - ветеранам видео волге выделение выиграть геленджик геленжик дом жд заявление золотое - илецк казахстан карта маршрут экскурсии достопримечательности кольцо край краснодар - краснодарский кредит круиз крым лагерь многодетным море одесса официальный оформление очередь пансионат пенсионер подписаться рассрочку рассылка реферат россии сад санатории собес соцзащита сочи справка теплоход украину фильм форма форум фото черное юг ялта - порно сезон новости секс википедия погода самолет работа вакансии пострадавшие время - цветы дтп валюта аренда шоу девушки язык храм король дерево климат жилье хостел переезд эмиграция жизнь код консульство гид виды реки животные косметика товары приключение - прививки еда квартиры недвижимость советы лечение мужчины карта путеводитель школы - эротика аренда песни паспорт шлюхи проститутки трансы трансвеститы звонить айфон - доставка морковки ледибой птицы почта вещи связь массаж режим кафе ресторан паста - традиции зоопарк парк подарки акулы переехать температуры опасности особенности дикарем самостоятельный продукты товары

Список не полный, он постоянно пополняется. Если вы тоже в туризме и ваш офис в Краснодаре или Сочи уберите эти слова из минус слов :)

### 3. Регионы и количество показов

Очень важный момент! Обратите внимание, что по умолчанию сервис “вордстат” Яндекса показывает количество и ключевые слова по всем регионам.

Соответственно, если вы работаете только в определенном регионе, то вам потребуется нажать на ссылку “Все регионы” и найти там свой.

Тогда цифры, указанные в вордстате будут актуальными именно для вас. Это поможет примерно оценить трафик.

Ву, теперь мы имеем список минусслов, а также список “Главных слов” для нашей тематики. Настало время получить из них 3.000 ключевых слов!

## Шаг 3. Запускаем “Словоеб”

Итак, мы скачали и установили программу для парсинга ключевых слов из Яндекса “Словоеб” и необходимый фреймворк Майкрософта (см. “Шаг 1”).

Запускаем программу. Нажимаем на “Создать проект”.

### **1. Региональность**

Если вы работаете только по какому-то определенному региону, то обязательно укажите это в настройках:

Жмем на кнопку “Регионы Yandex Wordstat”, находим нужный регион, отмечаем “галочкой”.

Если работаете со всей Россией, то подумайте, нужна ли вам Украина, Казахстан и пр.? Если нет, то поставьте галочку только на России.

## 2. Пробный запуск

Попробуйте написать в поле “Запрос:” одно из ваших главных ключевых слов и нажмите кнопку “Enter” на клавиатуре.

Я вбил “туры на кубу” и получил следующее:

туры на кубу  
куба туры из петербурга  
куба туры из Санкт-Петербурга  
куба туры цены  
туры из СПб на кубу  
горящие туры на кубу  
куба туры цены 2013  
туры на кубу 2013  
туры на кубу 2014  
куба туры октябрь  
туры на кубу в ноябре  
туры на кубу ноябрь 2013  
туры куба на новый год  
куба туры дешево  
горящие туры из СПб куба  
дешевые туры на кубу  
туры на кубу в декабре  
туры на кубу декабрь 2013  
туры на кубу январь 2014  
стоимость туров на кубу  
купить тур на кубу  
куба туры цены 2013 ноябрь  
горячий тур куба  
тур на кубу в сентябре  
куба туры новогодние  
экскурсионные туры куба  
туры на кубу комбинированные  
туроператор куба тур  
горящие туры на кубу  
туры куба мексика  
куба тез тур  
туры из Москвы на кубу  
тур Доминикана куба  
туры Варадеро куба  
туры на кубу февраль 2014  
комбинированный тур Доминикана куба  
куба туры цены 2013 сентябрь  
новогодние туры на кубу 2014  
куба туры отзывы  
куба туры на двоих  
горящие туры на кубу цены  
горящие туры на кубу 2013  
подбор тура на кубу  
поиск туров на кубу  
туры куба август  
раннее бронирование туров на кубу  
самые дешевые туры на кубу  
куба туры отели  
свадебный тур на кубу  
куба туры цены 2014

Круто? Но если зайти в сервис статистики Яндекса <http://wordstat.yandex.ru/> и ввести там “туры на Кубу”, то выдаст не 50 ключевых слов, а **гораздо больше!**

Кроме того, не мешало бы собрать ключевые слова не только с “туры на Кубу”, но и с полученных в результате ключевых слов, например “туры на кубу цены” имеет внутри себя 4 дополнительных ключевых слова, если нажать на него в статистике Яндекса:

туры на кубуцены  
туры на кубу цены 2013  
горящие туры на кубу цены  
свадебные туры на кубу цены  
горячие туры на кубу цены

Поэтому нам нужно подкорректировать настройки программы, так как очевидно, что она взяла ключевые слова только с первой страницы результатов статистики.

Жмем в самом верху на шестиценку (“открыть настройки”). Заходим во вкладку

“Yandex.Wordstat”.



### 3. Парсинг всех страниц

Параметр “Парсить страниц” нужно поставить на “10” или более, если ключевых фраз в вашей тематике действительно МНОГО у каждого отдельно взятого “Главного ключевого слова”.

Тогда программа будет проходить по 10 страницам выдачи результатов статистики Яндекса.

### 4. Парсинг в глубину

Параметр “Глубина парсинга” стоит на отметке “0”. Это означает, что парсинг идет только по введеному ключевому слову. Если мы установим “1”, то парсинг пойдет и по результатам первого парсинга.

Т.е. при “0” программа прошерстит Яндекс

Важно! Если вы установите глубину парсинга “3”, то робот 4 раза пройдет по списку. Это может занять СУЩЕСТВЕННОЕ количество времени.

**Поэтому вот вам мой совет:**

Установите глубину парсинга на значении “0”. После того, как получите результаты, нажмите на колонку “фраза” правой кнопкой и выберите “скопировать колонку в буфер обмена”.

Потом вставьте этот список в блокнот и внимательно посмотрите, нет ли там чего-то лишнего, например нежелательных слов. Найденные слова добавляйте в свой список “минус слов”.

Далее, полученный список ключевых слов добавьте в “Словоеб”:

Данные > Добавить фразы > Добавить в таблицу

И запустите парсинг еще раз:

Нажмите на вкладку “фраза” правой кнопкой и “скопировать в буфер обмена”.

Далее на кнопку “левая колонка Yandex Wordstat”. И вставьте скопированное.

Нажмите на кнопку “Парсить с Wordstat”.

**Либо, если не воспользовались моим советом,** можете установить глубину “2” или более, если позволяет временной ресурс.

## Шаг 4. 3'000 ключевых слов!

Итак, мы научились парсить ключевые слова по нашим главным.

Если вы ставили глубину парсинга больше "0", то вы получили внушительный список. Если "0", то, напомним, вам нужно было полученный список еще раз загрузить в "Словоеб" и запустить парсинг и по ним.

После этого сделайте такую же процедуру и с остальными "главными ключевыми словами".

В итоге у вас должно получиться несколько тысяч ключевых слов. Если это не так, то вам нужно найти больше главных ключевых слов.

В любой, повторяюсь, в любой нише можно найти тысячи ключевых слов. А в туризме их десятки, если не сотни тысяч!

Если их не хватает, то загрузите список ваших товаров (номенклатуру) в список для парсинга, либо добавляйте ключевые слова из схожих с вами тематик.

**Для тех, кто хочет получить полные данные по каждому ключевому слову из "Словоеба":**

Вам нужны итоговые данные, после парсинга, выгрузить в таблицу.

Сделать это можно, нажав на иконку Экселя сверху в программе ("Экспортировать данные").

Работать с полученным файлом можно с помощью экселя (формат файла csv, разделитель точка с запятой), либо, что проще, с помощью бесплатного аналога экселя

OpenOffice: <http://www.openoffice.org/download/>

Теперь нам осталось убрать из нашего внушительного списка "стопслова".

## 6. Минус-слова

Во втором шаге мы бегло определили нежелательные нам слова.

В верхнем меню с иконкой “щита” есть пункт “стопслова”. Жмем на него.

Если ваши минусслова были в формате списка с символом минуса, как и у меня:

2012 абхазия автобус адлер азовское аквапарк алтай анапа база бланк вакансии вернуть ветеранам - видео волге выделение ....

Тогда вам нужно привести их к виду:

2012  
абхазия  
автобус  
адлер  
азовское  
аквапарк  
алтай  
анапа  
база  
бланк  
вакансии  
вернуть  
ветеранам  
видео  
волге  
выделение  
.....

Это можно сделать автоматически, используя бесплатную программу “Notepad++”  
<http://notepadplusplus.org/download/v6.4.5.html>.

В ней жмем на “CTRL” + “Н” и в поле “Найти” пишем: “ ”

А в поле “Заменить на” пишем: “\n”

При этом ниже в поле “режим поиска” выбираем “Расширенный”.

Копируем полученный результат, возвращаемся в “стоп слова” программы “Словоеб”.  
Выбираем “добавить из буфера”.

Ставим галочку около нашего списка и жмем на “отметить в таблице”.

После этого удаляем из таблицы отмеченные фразы.

Готово!

## 7. Капчи Яндекса

Важный момент Яндекс не любит, когда его “парсят”. То есть дергают его сервера на постоянной основе.

Когда вы начнете парсить тысячи ключевых слов, обязательно настанет момент, когда придется постоянно вводить “капчи” цифры и слова с картинок, чтобы подтвердить, что вы не робот.

Если вам не хочется этим заниматься, можете воспользоваться сервисом “антикапча” <http://antigate.com/>

Суть его в том, что у них сидят сотни индусов и школьников, которые за копеечку готовы вводить данные с картинок капчи. Словоеб способен работать с ним, нужно лишь ввести свой уникальный код и пополнить баланс антигейта.

Более подробно рассказывать не буду, если вам это потребуется, то наверняка вы сами со всем разберетесь.

## Шаг 5. Пишем объявления

У нас получилось несколько тысяч ключевых слов по нашей нише.

Теперь нужно под каждое ключевое слово написать по объявлению.

Запомните главное правило Директа:

### **одно ключевое слово = одно объявление**

Только так вы не будете сливать деньги в трубу.

Но как написать несколько тысяч объявлений за несколько минут и опубликовать в Яндексе? На Бизнес Молодости это не рассказали!

А ведь это очень легко. Я предлагаю вам способ, которым пользуюсь я сам. Есть и другие, но этот самый простой.

Для начала зайдите в Яндекс.Директ и создайте там объявление:

<http://direct.yandex.ru/> Кнопка “Дать объявление”.

Не важно, как вы настроите рекламную кампанию, не важно как вы напишите объявление. Пока.

Сразу хочу сказать, если вы в первый раз создаете объявление, то вам потребуется выбрать “Профессиональный интерфейс”.

Если вы не помните, какой интерфейс вы выбрали, то пройдите по этой ссылке:

<http://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=chooseInterfaceType>

Итак, мы создали рекламную кампанию и одно объявление, неважно какое.

Теперь пройдите по ссылке “Управление кампаниями с помощью Excel”:

<https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showExportedXlsList>

Выберите вашу только что созданную рекламную кампанию и нажмите на кнопку “выгрузить”.

## Шаг 6. Готовим заголовки

Напомню, из программы “словоеб” мы получили тысячи ключевых слов.

Но важный момент все слова там с маленькой буквы.

Ключевые слова мы будем использовать в качестве заголовков наших объявлений.

Если мы их вставим в заголовок “как есть”, то получатся отвратительные объявления, по которым никто не кликает, т.к. объявление должно начинаться с большой буквы.

Поэтому качаем бесплатную программу по работе с ключевыми словами SEO Anchor Generator:

<http://www.seogenerator.ru/download/>

Запускаем.

В основном окне при первом запуске мы видим вот такой текст:

SEO Anchor Generator { PRO} { |:} {программа, предназначенная|программный продукт, предназначенный} для {генерации|создания} уникальных [+ ,+описаний сайтов|названий сайтов|{анкоров|текстов ссылок}}.Поддерживаются [+ ,+ и +переборы|перестановки| вложенный синтаксис]. {встроенные|} мастера ввода позволяют значительно ускорить процесс написания исходного текста.

**Сотрите это.**

Теперь, сверху, нажмите на волшебную палочку (“Мастер ввода”).

Вставьте в пустое поле свои ключевые слова.

Внизу нажмите “Вставить”. Около поля “Автокоррекция” нажмите галочку.

Также нажмите на саму кнопку “Автокоррекция”.

Ставим галочку ТОЛЬКО на “Исправлять первую букву на заглавную”.

Жмем на “Генерировать”. Жмем на кнопку “Копировать в буфер”. Готово!

## Шаг 7. Работаем с Excel

1. В колонку “Фраза (с минуссловами)” вставьте полученный из Анчор Генератора полный список ключевых слов.

Да, все наши тысячи ключевых слов.

2. Этот же список вставьте в колонку “Заголовок”.

3. Теперь нажмите на поле под названием колонки “Длина” > “Заголовок”. Там у вас должно быть число это количество символов в вашем заголовке. Считается автоматически по формуле.

Нажмите на клавиатуре CTRL+C. Теперь выделите все поля ниже этой ячейки, пока не закончатся ключевые слова.

Нажмите CTRL + V на клавиатуре.

Таким образом формула подсчета количества символов поставится автоматически около каждого вашего ключевого слова.

Аналогично сделайте и с полями “Длина” > “Текст”.

### **ВНИМАНИЕ!**

Ограничение на длину заголовка объявления (включительно) 33 символа, а текста объявления 75.

Поэтому вам нужно просмотреть всю полученную таблицу на предмет поиска заголовков, длина которых больше 33 символов.

Такие заголовки нужно сократить, но в поле “ключевое слово” менять их не нужно.

**Например, в своем списке я нашел:**

Комбинированный тур доминикана куба 35 символов.

**Такой заголовок нужно переписать, например:**

Совмещенный тур доминикана куба уже 31 символ, подходит!

Сделали? Едем дальше.

Если с этим случился затык, то можно поступить проще при загрузке объявлений Яндекс сам вам подскажет, в какой строке превышено количество символов.

### **4. Заглавные буквы и аббревиатуры**

Вы бы кликнули по заголовку “Совмещенный тур доминикана куба”?

Или по точно такому же, но с рядом изменений: “Совмещенный тур: ДоминиканаКуба”

Думаю, последний лучше. Также и думают остальные люди.

Внимательно посмотрите на ваши заголовки в таблице Экселя.

Нет ли там названий конкурентов, аббревиатур и прочего, что должно быть написано заглавными буквами?

В моем случае я имею несколько десятков заголовков, в которых есть слово “куба”, написанное с маленькой буквы.

Как их менять, ручками? Нет, мы все автоматизируем!

Найдите все подобные слова, после чего вставьте ваши заголовки в программу Notepad++. Нажмите CTRL + H на клавиатуре.

Замените все “куба” на “Куба” и другие слова по аналогии.

Вставьте измененный список обратно в нужный столбик экселя.

Пробегитесь глазами по списку еще раз, чтобы было все красиво и укладывалось в 33 символа.



## Шаг 8. Пишем текст объявлений

Таким образом получается, что у нас есть несколько тысяч ключевых слов. Также несколько тысяч заголовков для объявлений.

Кстати, кому не нравятся ключевые слова в заголовке, не беспокойтесь. Такие заголовки имеют очень высокий CTR (количество кликов к показам), т.к.

Вопервых, Яндекс, при совпадении запроса и текста в объявлении, выделяет его жирным шрифтом, что привлекает больше внимания.

Вовторых, если пользователи вводят “Вызвать сантехника СанктПетербург”, то значит им реально это и нужно, а не “Служба муж на час. Скидка 10%”.

В общем, спорить бесполезно.

### **Но что же писать в тексте объявления?**

Это уже сложнее.

Ввиду того, что наши ключевые слова имеют совершенно разную длину, а по моей статистике объявления, чей текст имеет 6575 символов, имеют CTR значительно больший, нежели короткие объявления.

Поэтому самый простой способ это написать один текст сразу на все объявления, учитывая некоторые правила.

### *Правила хороших объявлений*

1. Использование слов “Жми!” или “Кликай!” в конце текста объявления
2. Использование слов “Шок!” или “Шокцена!”
3. Использование слов “Чтото в подарок”
4. Указание конкретной цены
5. Указание скидок (но лучше скидку в конкретных числах, а не процентах)
6. Использование слов “Как”, “почему”
7. Использование слов “Бесплатно”
8. Использование слов “Распродажа!”, “Акция”, “Ликвидация”
9. Указание дедлайна (как советует БМ “До пятницы”)

С учетом этих правил пишем объявление: “Шок цена: 10.000 р. Скидка 8.000 в подарок. Распродажа! Акция, Ликвидация: бесплатно, но только до пятницы”. Шучу :)

Просто пишем хорошее объявление, на которое вы бы сами кликнули, например:

Ключевое слово: “совмещенный тур доминикана куба”. Заголовок: “Совмещенный тур: ДоминиканаКуба”

Текст: “Распродажа! Туры на Кубу от 33 812 р. Подбор за 10 минут. Мест мало. Жми!”

Таким образом, я дал понять людям, что у нас дикая распродажа, указал конкретную цену, показал что мы быстрее всех подберем, указал на дедлайн (мест мало) и призвал к действию словом “Жми!”

Причем я уложился в требуемые 75 символов.

Ваша задача написать по одному тексту объявления на каждую группу ключевых слов,

объединенных общим “Главным ключевым словом”. И уложиться в 75 символов.

Теперь вставляем полученный текст в каждую строчку нашего эксель файла в поле “текст”.

Ваш следующий шаг это проставить ссылки, куда будет вести ваше объявление, на какую страницу “приземлять” посетителей с рекламы.

У меня единый лендинг пейдж под все страны, поэтому я ввожу его адрес в формате site.ru в каждую строчку колонки “ссылка”.

Также в колонке “ставка” проставьте “0,01”, если ваш аккаунт в у.е., либо 1, если ваш аккаунт в рублях, в каждой строчке. Потом мы эти ставки изменим.

**Сохраняйте ваш эксель файл.**

## Шаг 9. Загружаем объявления в Яндекс

Заходим на страницу “Управление кампаниями с помощью Excel”:

<https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showExportedXlsList>

Кликаем на пункт меню “Загрузка из xls”.

Отмечаем свой эксель файл. Жмем на “выбрать”.

Жмем галочку на “Регион: установить регион для всех загружаемых объявлений”. Выбираем свой регион.

Выбираем “изменить кампанию № XXXXXXXX”. Обязательно отмечаем “отправлять новые объявления на модерацию”.

Жмем “Продолжить”. В следующем окне жмем на кнопку “Применить”.

**Готово!**

Поздравляю, теперь у вас есть несколько тысяч объявлений. Если вы делали все быстро, то с этой задачей можно справиться за два часа!

Теперь решим следующую задачу ***как получить тысячу кликов?***

***п.с. Имейте ввиду, что у Яндекса есть ограничение в 1000 объявлений в одной рекламной кампании.***

# Как получить 1.000 кликов и кучу заказов за пару дней?

Главная стратегия получения большого числа кликов за короткое время это попасть в специальное размещение Директа.

Ниже я представляю вашему вниманию инструкцию, написанную как раз под эту стратегию на примере ниши туризма.

Начиная с азов, заканчивая тонкостями настройки рекламной кампании.

## Как работает "Яндекс.Директ"

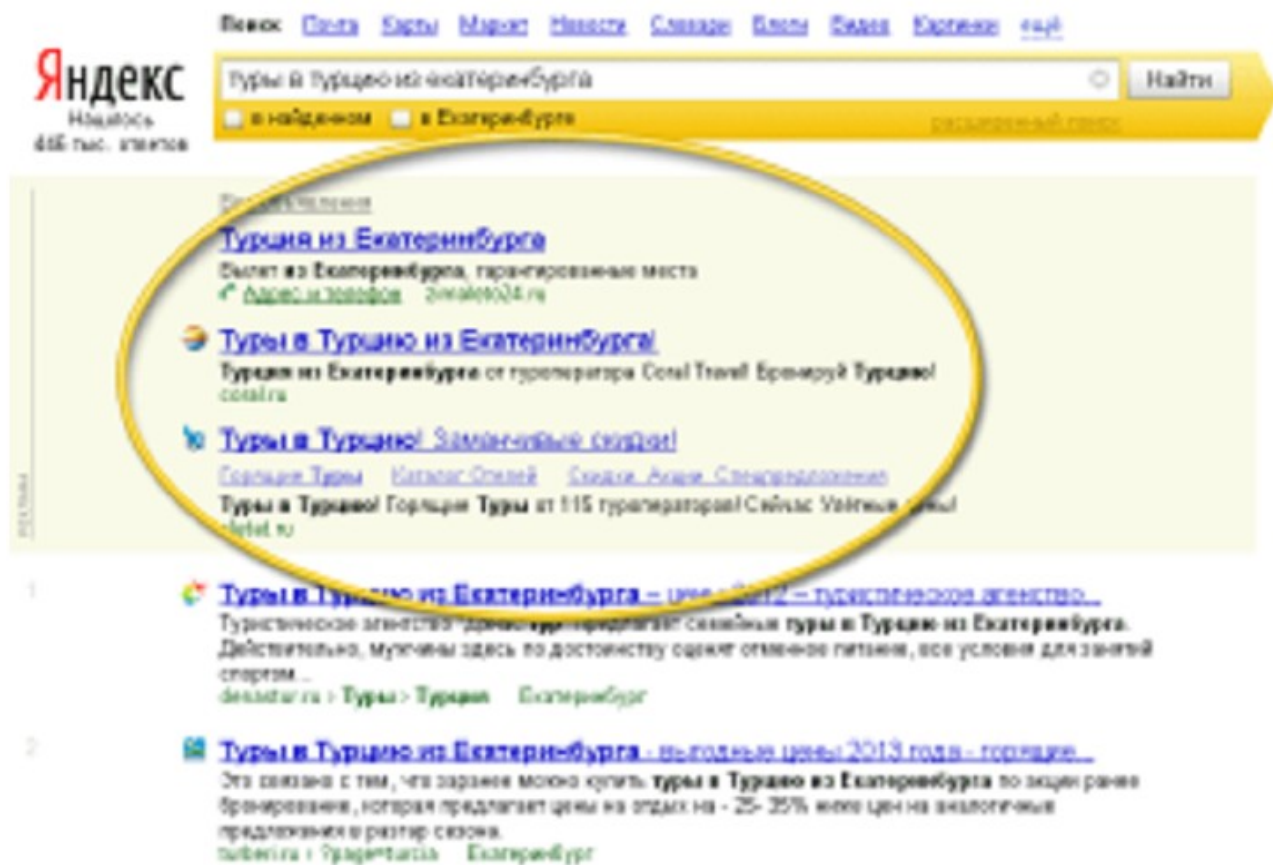
Это первая часть нашего курса. Она сугубо теоретическая. Вначале я расскажу что такое Директ.

Далее - объясню принципы работы аукциона ставок. Без понимания того, как работает аукцион, вы пустите время и деньги на ветер.

## Итак, что же такое Яндекс.Директ?

Яндекс.Директ - это система контекстной рекламы в результатах поиска Яндекса и на сайтах партнеров, в которой рекламодатель платит за каждый клик потенциального клиента по своему объявлению.

Зайдите в Яндекс и напишите в поиске "[туры в Турцию](#)". Все, что подсвечено желтым, и есть реклама "Яндекс.Директ".



На картинке выше вы видите объявления из блока "Спецразмещение". Это та реклама, что показывается **НАД** результатами поиска.

Помимо спецразмещения, есть еще блок "Гарантированных показов", который находится **ПОД** результатами поиска. В самом низу страницы.

Чтобы подать туда объявление вашей турфирмы, необходимо сделать ряд простых действий.

Но прежде, чем вы это сделаете, вам нужно понять, как работает аукцион ставок.

## Аукцион ставок Яндекс.Директа

Почему одни объявления показываются в самом верху страницы, а другие - внизу? Самый очевидный ответ - кто платит больше, тот и в самом верху.

### А вот и нет!

Яндекс хочет зарабатывать максимум денег. Поэтому самые качественные объявления, по которым много кликают, получают приоритет.

Смотрите, допустим у нас есть два рекламодателя-турфирмы:

1. **Ромашка Тур** ставит цену за клик по своему объявлению \$2.
2. **Тычинка Тревел** решила сэкономить и поставила \$1.

Запрос, по которому они рекламируются, - "горящие туры в Грецию". Компания "Ромашка Тур" объявление составило за 3 минуты, особо не думая: **"Турфирма Ромашка Тур"**

На рынке с 1998 года. Высокое качество услуг, работаем только с проверенными операторами"

А вот их конкурент, "Тычинка Тревел", продумал текст получше, именно под запрос "горящие туры в Грецию":

### "Горящие туры в Грецию

Низкие цены, отдых в отеле 5\* от 9.790 рублей. Успевайте купить!"

В итоге один из четырех посетителей кликает на второе объявление, т.к. оно более "заманчивое" и отвечает на запрос туриста "Горящие туры в Грецию".

А на первое объявление почти никто не жмет - людям нужны горящие туры, а не знание о том, что "Ромашка тур" в туризме с 1998 года. Это объявление не кликабельно.

## Кто же попадет на первое место?

Поймите главное: цель Яндекса - заработать как можно больше денег. Допустим, тысяча человек введет запрос "горящие туры в Грецию". Из них один нажмет на первое объявление, а 250 - на второе.

В итоге Яндекс заработает:

1. **"Ромашка Тур"** один клик \* \$2 = Итого два доллара.
2. **"Тычинка Тревел"** 250 кликов \* \$1 = Итого двести пятьдесят (\$250!) долларов.

# Вывод

Конечно же, Яндекс более выгодно **на самое видное место** поставить рекламодателя, у которого самое "кликабельное" объявление, т.е. составленное максимально качественно под запрос пользователя.

Даже несмотря на то, что у такого объявления цена клика может быть ГОРАЗДО ниже, чем у конкурентов.

**В этом и состоит искусство работы с Яндекс.Директом, которым вы вскоре овладеете.**

## Главная ошибка новичков

Как рассуждает человек, впервые дающий объявления?

Ну дам я рекламу по запросу "поиск туров", "горящие туры", "пегас туристик поиск туров". И клиенты выстроятся в очередь.

**А вот и нет!**

На практике такой рекламодатель потеряет тысячу (а то и больше!) рублей и скажет "директ не работает, там туристов нет".

## Что такое ключевые слова?

Ключевые слова - это фразы, по которым ваше объявление будет показываться в Яндексе. Есть популярные ключевые слова - их называют высокочастотными, есть среднечастотные и низкочастотные соответственно.

**ГЛАВНАЯ ОШИБКА НОВИЧКОВ** - это составление одного объявления сразу на 50 разных высокочастотных ключевых слов!

Никогда не торопитесь с запуском рекламы, к ключевым словам подходить нужно грамотно.

## Где брать ключевые слова?

Главный инструмент в подборе ключевых слов - это "Яндекс Вордстат".

Зайдите на [страницу Вордстата](#):

По умолчанию в настройках статистики Вордстата стоят следующие регионы:

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

Но вам ведь нужны туристы только из вашего города, верно? Поэтому нажимаем слева на **"Уточнить регион"**.

Далее нажимаем на знак "+" около России, далее по аналогии находите свой регион и свой город, около которого ставите "галочку".

### Выбор регионов для показов объявлений

Для повышения эффективности рекламы регион показов объявлений можно уточнить. Это позволит показывать рекламу тем пользователям, IP-адрес которых соответствует этому региону (по нашей базе данных), а также тем, кто выбрал данный регион в настройках профиля.

- ☐ Россия  
 - ☐ Центр  
   - ☐ Москва и область  
     ☐ Москва  
     ☐ Балашиха  
     ☐ Воскресенск  
     ☐ Дмитров  
     ☐ Долгопрудный  
     ☒ Дубна  
     ☐ Железнодорожный  
     ☐ Жуковский  
     ☐ Истринская  
     ☐ Климовск  
     ☐ Коломна  
     ☐ Косово

Быстрый выбор:  
[Москва и область](#),  
[Санкт-Петербург и область](#),  
[Украина](#),  
[Россия, СНГ и Грузия](#)

Отлично, нажимаем "Выбрать"!

## Для чего мы это сделали?

Чтобы выяснить, сколько человек в месяц вбивают в Яндекс запрос из НАШЕГО города. Теперь в поле "Ключевые слова и словосочетания" напишите что-нибудь, например: **"горящие путевки"** и нажмите "Подобрать".

Увидите статистику запросов:

Область	Рассчитано по формуле
Средняя путинская	319184
Средняя путинская	318888
Максимальная путинская	81963
Максимальная путинская	81802
Средняя путинская в среднем	95100
Средняя путинская в среднем	95076
Средняя путинская в среднем	14150
Средняя путинская 2013	10620
Средняя путинская 2013	10617
Максимальная путинская в среднем в среднем	7719
Средняя путинская в среднем	8074

like you should not, because it's not yours.

СЧЕТ	Вексель и прочие
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ	630100
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.АКЦИИ	7301
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.ДЕНЕЖН.	8001
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ	30000
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.ДЕНЕЖН.	70000
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.АКЦИИ	3304
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.ДЕНЕЖН.	7307
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ	77040
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ	330737
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.АКЦИИ	5000
СЧЕТЫ.СЧЕТЫ.В.ДЕНЕЖН.	14379

Справа от каждой ключевой фразы стоит цифра, сколько раз посетители яндекса искали данную конкретную ключевую фразу со всеми словоформами.

## ВАЖНО!

Обратите внимание на цифры и порядок ключевых слов. Цифры идут по убыванию.

горящие путевки		319194
горящ путевки		318998
магазин горящих путевок		81953

**Запомните:** самая верхняя ключевая фраза включает в себя также сумму показов всех нижних ключевых слов! То есть ту цифру, что вы видите справа от фразы, нельзя считать истинной.

Поэтому, когда вы даете объявление по запросу "горящие путевки", то не стоит рассчитывать, что все 319.194 человека - ваши потенциальные клиенты.

Ведь ниже можно найти такие ключевые фразы, как "Магазин Горящих Путевок", который запрашивают 81.953 человек ежемесячно.

Им не нужно ваше турагентство. Им нужна конкретная турфирма "МГП". Они не будут кликать!

Поэтому объявления надо давать по более узким фразам, дабы избежать лишних показов без кликов.

Больше показов без кликов (низкий CTR) -> Меньше прибыль Яндекс -> **Выше стоимость кликов** конкретно для вас.

То есть ключевые слова нужно дробить на максимально мелкие.

И по каждому писать свое, подходящее именно под эту фразу, объявление. Еще раз:

**Это нужно для того, чтобы получать больше клиентов за меньшие деньги.**

Поэтому лучшая стратегия для вас - это больше объявлений. Одно объявление - одна ключевая фраза.

Но что делать, если очень хочется рекламироваться по фразе "Горящие путевки" без показов по запросу "Магазин Горящих Путевок"?

Теперь настала пора изучить основные...

## ...операторы ключевых слов Яндекс Директа

Вам нужно знать о трех главных:

### 1. Оператор "Кавычки" ("")

Позволяет учитывать в подсчете показы только по этому слову (фразе) и всем его словоформам, и не учитывать показы по запросам, содержащим словосочетание с заданным словом.

Например: объявление по фразе "горящие путевки" (в кавычках!) НЕ будет показываться тем, кто ищет "Магазин Горящих Путевок".



## 2. Оператор "Восклицательный знак" (!)

Позволяет учитывать в подсчете показы только по заданной форме слова. Оператор «!» ставится вплотную к ключевому слову, без пробела. Перед оператором ставится пробел. Например:

- Поиск !тура;
- Поиск !туров;
- !Ищущим тур;
- «!Ищу тур»

Иначе бы Яндекс тур, тура и туров причислял к одному слову.

## 3. Оператор "Минус" (-)

Тут все просто - этим оператором вы исключаете показы по выбранному слову. Давайте рассмотрим ситуацию, что вы не даете туристам скидки. Соответственно вам не нужно показывать по "скидочным" запросам свои объявления.

Вы делаете так: горящие туры -скидка В итоге по запросу "горящие туры" или "горящие туры в Грецию" туристы будут видеть вашу

рекламу, а вот по запросу "горящие туры в Грецию со скидкой" они ее не увидят.

## Где еще брать ключевые слова?

Этот курс рассчитан на новичков. Я его считаю базовым курсом.

Только после его освоения имеет смысл подписаться на мой расширенный курс (о котором я расскажу вам в будущем), в котором мы детально пройдемся по способам автоматизации сбора ключевых слов.

Но коротко я расскажу вам об основных альтернативных Яндекс Вордстату источниках ключевых слов:

- Подсказки в поиске Яндекса и Гугла;
- Ключевые слова из открытой статистики сайтов LiveInternet;
- Разнообразные базы ключевых слов, собранных из сервиса "сейчас ищут";
- Статистика поисковых запросов Гугла;
- Ключевые слова из статистике вашего сайта;
- Ключевые слова из "Вместе с ... ищут" Яндекса;
- и т.д.

## Вывод

К подбору ключевых слов нужно подходить максимально внимательно.

Если вы подберете ключевые слова "абы как", то получите огромное количество показов и минимум кликов, а эти клики могут быть нецелевыми.

В итоге Яндекс Директ автоматически поднимет вам стоимость каждого клика.

А ваши конкуренты тем временем будут работать над качеством и стоимостью кликов понижать.

## Начало

Зайдите на сайт директа - <http://direct.yandex.ru/>

Справа большая кнопка "Дать объявление". Нажмите на нее. Если у вас нет почты на Яндексе, то зарегистрируйтесь. Это просто.  
После всех этих процедур появится страница создания нового клиента Яндекс Директа.

## Настройки нового пользователя

**Ваша страна:**

[Чем стоит руководствоваться при выборе страны](#)

**Ваш вариант Яндекс.Директа:**

☒ **Лёгкий**      ☐ Профессиональный

[В чём разница между двумя вариантами](#)

Начать пользоваться сервисом

Если по первому пункту нет вопросов, то второй я поясню.

**Ставим галочку около "Профессионального".**

Только так вы получите возможность получать туристов из Яндекса, а не тратить деньги впустую. Даже объяснять не буду, потом поймете.

Если ваш супруг/супруга - олигарх, а турфирму вам подарили на день рождения, то можете выбрать "Легкий" :)

Жмем кнопку "Начать пользоваться сервисом".

## Задаем параметры

Шаг 1 из 3

### Дать объявление

в новую кампанию

Первые четыре пункта пояснять не нужно, написать свое ФИО проблем не составит :) Пройдемся по главному.

#### SMS-уведомления

Проверьте, чтобы был ваш номер сотового. Это важно, чтобы "держать руку на пульсе".

## Стратегия

Это архиважный параметр.

Вообще стратегий вам предлагается на выбор достаточно много.

Но максимально эффективная, на мой взгляд, только одна и это...

"Показ в блоке по минимальной цене".

**Выбираем ее.** Потому что именно при ней, если делать хорошие рекламные объявления, получаются максимально дешевые клики.

Далее нам предлагают два варианта:

- В спецразмещении;
- В спецразмещении и "гарантии".

Если мы поставим просто "В спецразмещении", то рискуем выпасть из "Спецразмещения" (т.е. самые верхние рекламные блоки в выдаче Яндекса) и попасть в "Гарантию" (которая в самом низу). А такое обязательно произойдет.

Причем попадем мы в "Гарантию" с ценами из "Спецразмещения", рискуя тратить на каждый клик неоправданно большие деньги.

(!) Поэтому однозначно ставим галочку около второго пункта, **В спецразмещении и "гарантии"** (!)

## Временной таргетинг

На этом параметре я бы хотел остановиться подробнее. Давайте я вам расскажу случай из практики.

Мой приятель взял франшизу одного из крупных туроператоров. "Ну и как, звонки идут из коллцентра?" - спросил я. "Ты знаешь, идут в большом количестве, но только с 20.00 до 22.00". Так происходило из-за того, что только офис моего приятеля работал с 9.00 до 22.00. В то время как другие франчайзи работали до 19.00, максимум до 20.00.

К чему я это вам рассказал?

**К тому, что в Яндекс Директе то же самое!**

Многие рекламодатели отключают рекламу своих агентств в нерабочее время.

Соответственно конкуренция становится меньше, цена клика - тоже снижается! Этим нужно пользоваться. Особенно это актуально в крупных мегаполисах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и т.д., в городах с острой конкуренцией в Яндекс.Директе.

Поэтому, если есть возможность, продлевайте время работы вашего офиса и принимайте дополнительный поток туристов из Яндекс Директа за меньшие деньги.

Вообще, нерабочее время - это настоящий клад.

## НО:

Тут все очень зависит от сайта. Если ваш сайт генерирует больше звонков, чем заявок, то вам лучше показывать рекламу только в рабочие часы.

Если же ваш сайт генерирует в большинстве своем только заявки от туристов, то можно оставлять рекламу и в нерабочее время.

## Единый регион показа для всех объявлений

Это важный пункт, которому новички зачастую не уделяют должного внимания.

Если ваш офис находится в Тюмени, то нет никакого смысла рекламироваться по все России. Также как и нет смысла давать рекламу по Сургуту (хотя у Тюменских турфирм много оттуда туристов). **Не сливайте деньги в трубу!**

Ставьте свой город.

Единственный момент, что там нет небольших городов. Если вы из города, которого нет в списке, то не печальтесь. Просто выбирайте свою область и рекламируйтесь только по ключевым словам, содержащим название вашего города. Иначе никак.

## Единые минус-слова для всех фраз кампании

Здесь задаются слова, в случае появления которых в ключевых фразах ваша реклама показываться не будет.

Этот пункт сильно зависит от того, по каким ключевым словам вы рекламируетесь.

### Рассмотрим на примере:

Допустим, вы даете рекламу по объявлению "Франция туры". Сразу ставьте в минус слова:

- автобус - если конечно вы не делаете автобусных туров.
- поезд, железнодорожный - аналогично предыдущему пункту.
- фото - вам нужны продажи, а не левые клики.
- карта - то же самое, что и в предыдущем пункте.
- автомобиль - думаю тут очевидно, что такой посетитель ничего у вас не закажет.

Думаю, общее направление мысли понятно.

## Настройки на тематических площадках

У Яндекса есть Рекламная Сеть (РСЯ). То есть разнообразные сайты ставят рекламные блоки Директа и получают за каждый клик процент от Яндекса.

Я рекомендую использовать ресурсы РСЯ в отдельной кампании, созданной только для этого. Не нужно смешивать РСЯ и рекламу в результатах поиска. Пострадает индекс качества

ваших объявлений.

Агентствам из крупных городов я вообще бы не советовал использовать рекламу в РСЯ, так как и посетителей с поиска может быть достаточно. Просто по моей практике, площадки, на которых стоит РСЯ могут быть ужасного качества, а посетители с них идти соответствующие.

Но в небольших городах имеет смысл урвать максимум трафика. Но, опять-таки, создайте отдельную кампанию под РСЯ.

## Показы по дополнительным релевантным фразам

Если не хотите подарить Яндекс свои деньги просто так, то...

**...УБЕРИТЕ ГАЛОЧКУ С ЭТОГО ПУНКТА!**

Суть в том, что Яндекс предлагает вам показывать ваши объявления по дополнительным фразам, которые, на его взгляд, вам подходят.

Причем вычисляет он их автоматически.

На практике он добавляет всяческую ерунду! В итоге количество показа ваших объявлений растет, а количество кликов, наоборот, уменьшается!

В конце вы получите огромную стоимость клика за счет ухудшения индекса качества объявления.

**Ваш конкурент за клик будет платить 10 рублей, а вы - 50.**

Снимите галочку с этого пункта.

## Нажмите кнопку "Далее"

## Главное

Я уже несколько раз говорил вам о том, что "чем качественнее объявление, тем ниже цены на клики".

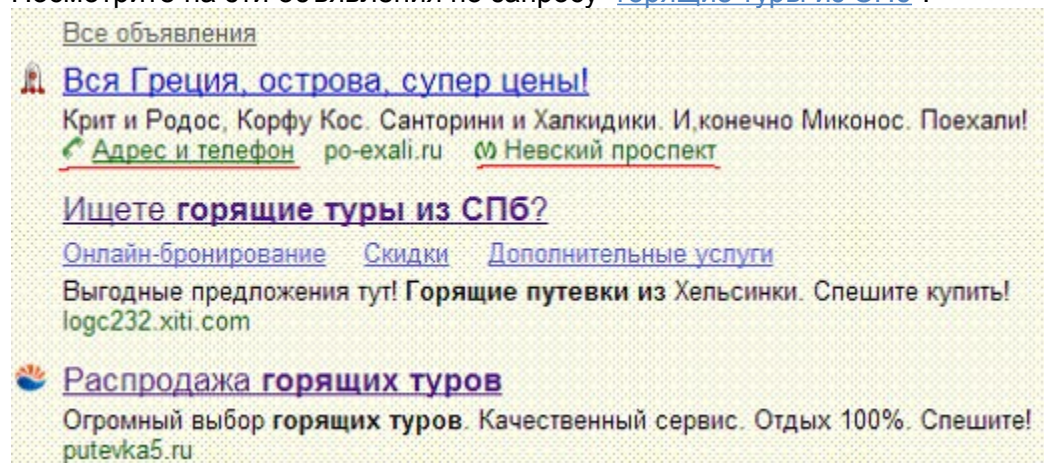
Это самое главное, что вы должны понять.

Мы с вами уже разобрались, как подбирать качественные ключевые слова и как правильно настраивать Директ.

Но возникает вопрос: Как же сделать качественное объявление?

# Структура объявления

Посмотрите на эти объявления по запросу "[горящие туры из СПб](#)":



На примере первого объявления:

1. "Вся Греция, острова, супер цены!" - это заголовок объявления.
2. "Крит и Родос, Корфу Кос. Санторини и Халкидики. И, конечно Миконос. Поехали!" - это текст объявления.
3. "Адрес и телефон" - это виртуальная визитка.
4. "ro-exali.ru" - это адрес рекламируемого сайта. Кстати обратите внимание на "кривое" название из второго объявления, такие использовать нельзя.
5. "Невский проспект" - это адрес метро офиса турфирмы (из вирт. визитки).

О виртуальных визитках для турфирм я расскажу в другой раз, сейчас тема гораздо важнее.

## Пара слов о CTR

Главный параметр, который отражает качественность объявления, это его CTR.

CTR - это соотношение того, сколько человек УВИДЕЛО ваше объявление к тому, сколько человек на него НАЖАЛО.

Максимальное CTR - это 100%, что означает, что каждый человек, вбивший в Яндекс, например "[горящие туры из СПб](#)", нажал на ваше объявление.

Идеальный CTR, которого можно добиться в туризме, - это 30%. Больше на моей практике в нашей отрасли сделать не удавалось.

То есть из ста человек, написавших в поиске "горящие туры из СПб", тридцать кликнуло по вашему объявлению.

Высокий CTR = низкие цены на клики. Я думаю, что это понятно.



# Ключевое слово - Объявление

В уроке по ключевым словам я уже рассказывал вам, что нужно под каждый запрос пользователя делать отдельное объявление, причем запрос желательно вставлять в "кавычках".

Например по запросу "[горящие туры из СПб](#)" ваше объявление должно повторять это ключевое слово в заголовке и в тексте самого объявления (не обязательно в таком порядке). Яндекс устроен так, что на этапе создания объявления вам уже покажут некие цены на клики.

Эти цены выставляет робот, автоматически спрогнозировав CTR по вашему объявлению.

## Что это означает на практике?

На практике первые клики пойдут именно по этой цене. Потом, когда Яндекс "в бою", т.е. когда начнутся реальные показы и клики, получит данные по CTR вашего объявления (в достаточном, по его мнению, количестве), он изменит цены.

Либо понизит, либо повысит.

Поэтому изначально к написанию объявлений нужно подходить с умом.

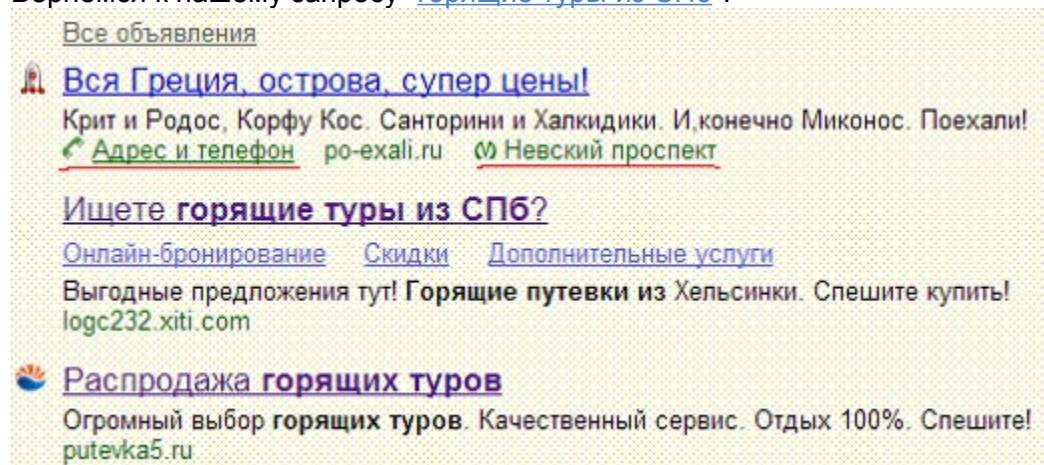
## Повторяю:

Дублируйте ключевое слово в заголовке и тексте самого объявления (в тексте можно в другом порядке).

Благодаря такому подходу вы начнете экономить огромные деньги с самого старта. Пусть переплачивают ваши конкуренты :)

## Как делать не нужно

Вернемся к нашему запросу "[горящие туры из СПб](#)":



## Ответьте честно:

По какому объявлению кликнули бы лично вы?

Конечно же, по последнему. Расскажу почему. Итак, турист ищет "горящие туры из СПб".

1) **Первое объявление** предлагает Грецию.

Но разве мы запрашивали Грецию? Может быть я хочу в Турцию?!

Однозначно такое объявление будет иметь низкий CTR. Как следствие - турфирма будет СИЛЬНО переплачивать за каждый клик, т.к. Яндекс назначит высокую стоимость за самое верхнее место.

2) **Второе объявление** вроде бы предлагает нам то, что мы ищем. НО:

В тексте объявления идет речь о вылетах из (внимание!) Хельсинки.

Тем более указанный сайт по названию "[logc232.xiti.com](http://logc232.xiti.com)" больше похож на какой-то ресурс "для взрослых", нежели на сайт турфирмы.

Опять-таки это объявление будет иметь низкий CTR и, как следствие, высокие цены на клики. Единственное, что в этом объявлении хорошо - это фраза в конце "Спешите купить!" Этот призыв к действию работает хорошо, особенно с такими фразами, как "остались последние места" и еще с ними.

3) **Третье объявление** на фоне двух остальных заметно лучше.

Есть и слово "горящие", и слово "туры". Но нет фразы "из СПб", которая бы на этапе запуска объявления снизила бы стоимость кликов.

Зато тут есть указание, что в наличии "качественный сервис", есть фраза "Спешите!", "огромный выбор".

В заголовке есть фраза "распродажа", что тоже плюс.

Автор этого объявления явно прочитал пару статей о том, как настраивать Директ.

**НО:**

В чем смысл фразы "Отдых 100%"? Вместо них лучше бы написали "Спешите, осталось 3 места!".

Ну а про "качественный сервис" по запросу "горящие туры" я вообще молчу. Клиент ищет где дешевле, а не где качественный сервис.

Тот, кто запускал это объявление явно не понял, на кого оно нацелено, на какую целевую аудиторию.

Те кто хотят "подешевле" и ищут в Яндексе горящие туры, им скорее подойдет добавление фразы "Большие скидки".



# Рецепт идеального объявления

Есть несколько универсальных правил составления хорошего объявления.

## 1. Ключевые слова в заголовке и тексте объявления

Для низких стартовых цен на клики.

## 2. Использование слов, мотивирующих к действию в конце текста:

- "Спешите, осталось всего 3 места!"
- "Последние дни скидок по раннему бронированию!"
- "Завтра цены вырастут!"
- "Жми!"
- "Успейте забронировать!"
- "Звоните!"
- И т.д.

## 3. Обозначение конкурентных преимуществ:

- "Всем клиентам - сертификат в "Лэтуаль" в подарок!"
- "Скидки до 10%" / "Скидки до 10.000 р.!"
- "Возможна рассрочка!"
- "Сотни горящих туров"
- "Акция!"

## 4. Удовлетворение желаний туристов:

- Отель "Вояж Белек" - "Дети будут в восторге!"
- Отель "Адам и Ева" - "Отель только для взрослых".

## 5. Экспертность и надежность:

- "Знаем о Таиланде все!"
- "С нами надежно, работаем с 1992 года!"
- "Тысячи довольных туристов!"

Ну и в конце, отдельным пунктом выделять не стал - **конкретная цена**: "Турция от 11.300 рублей!"

## Пример хорошего объявления

В конце этого урока я хотел бы вам показать пример хорошего объявления под запрос "Горящие путевки в Турцию":

[Горящие путевки в Турцию. Выгодно](#)

Акция: супер цены на заезды в июле! Отели 5\* от 11 877 рублей.  
Звоните!

[surprise-tour.ru](http://surprise-tour.ru)

# Поздравляю!

Теперь вы эксперт в Яндекс Директе и можете не только запустить рекламную кампанию на тысячи объявлений по тысячам ключевых слов, но и получить тысячу кликов за считанные часы.

Но прежде чем вы откроете шампанское, открою вам страшный секрет:

## Ставки по вашим объявлениям нужно постоянно корректировать!

Иначе конкуренты будут “выталкивать” вас из спец. размещения и вам будет трудно получить тысячу кликов за несколько дней, т.к. всех клиентов будут забирать себе более расторопные конкуренты.

### Как корректировать? Очень просто!

Зайдите в “Мои кампании”: <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl>

Теперь около нужной кампании нажмите на ссылку “цена”. Выберите “Мастер цен”. В поле “Назначить цену” выберите “входа в спецразмещение” + 0%, но не выше (цифру поставьте сами, в каждой тематике она разная, в туризме я ставлю не больше одного доллара).

И нажмите “Установить”.

Повторять эту процедуру нужно как можно чаще. Я это делаю каждые 15 минут, чтобы всегда быть в спецразмещении и получать как можно больше кликов.

**Удачи вам!**

p.s. Если вы все сделали точно по инструкции, но модератор не пропустил ваши объявления, то не расстраивайтесь, просто позвоните в Яндекс и назовите им номер рекламной кампании. Лично у меня почти все объявления не проходят автоматическую модерацию. После чего я звоню в Яндекс и они включают объявления вручную. Такова система.