

Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер)

Документация, содержащая информацию, необходимую для эксплуатации экземпляра ПО

8.07.2022

Яндекс

Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер). Документация, содержащая информацию, необходимую для эксплуатации экземпляра ПО. Версия 1

Дата подготовки документа: 8.07.2022

Этот документ является составной частью технической документации Яндекса.

© 2008—2022 ООО «ЯНДЕКС». Все права защищены.

Предупреждение об исключительных правах и конфиденциальной информации

Исключительные права на все результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальную собственность), используемые при разработке, поддержке и эксплуатации службы Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер), включая, но не ограничиваясь, программы для ЭВМ, базы данных, изображения, тексты, другие произведения, а также изобретения, полезные модели, товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие обозначения и фирменные наименования, принадлежат ООО «ЯНДЕКС» либо его лицензиарам.

Использование результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации в целях, не связанных с разработкой, поддержкой и эксплуатацией службы Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер), не допускается без получения предварительного согласия правообладателя. Настоящий документ содержит конфиденциальную информацию ООО «ЯНДЕКС». Использование конфиденциальной информации в целях, не связанных с разработкой, поддержкой и эксплуатацией службы Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер), а равно как и разглашение таковой, не допускается. При этом под разглашением понимается любое действие или бездействие, в результате которых конфиденциальная информация в любой возможной форме (устной, письменной, иной форме, в том числе с использованием технических средств) становится известной третьим лицам без согласия обладателя такой информации либо вопреки трудовому или гражданско-правовому договору.

Отношения ООО «ЯНДЕКС» с лицами, привлекаемыми для разработки, поддержки и эксплуатации службы Яндекс Бизнес (веб-интерфейс для работы через браузер), регулируются законодательством Российской Федерации и заключаемыми в соответствии с ним трудовыми и/или гражданско-правовыми договорами (соглашениями). Нарушение требований об охране результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации, а равно как и конфиденциальной информации, влечет за собой дисциплинарную, гражданско-правовую, административную или уголовную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Контактная информация

ООО «ЯНДЕКС»

<https://www.yandex.ru>

Тел.: +7 495 739 7000

Email: pr@yandex-team.ru

Главный офис: 119021, Россия, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16

Содержание

Эксплуатация.....	6
Эксплуатация программы.....	6
Размещение информации об организации или сети.....	6
Создание сайта для организации.....	7
Отслеживание статистики посещений и целевых действий.....	8
Продвижение организации или сети на сервисах Яндекса.....	11

Эксплуатация

Эксплуатация программы

Ниже представлена информация по эксплуатации программы касательно каждой функциональной возможности.

Целиком архитектуру и код программной платформы готовы продемонстрировать на нашей инфраструктуре в ходе встречи или видеоконференции. Контактное лицо: Юрий Устинов, ustr@yandex-team.ru, +79036668351.

Размещение информации об организации или сети

Информация об организации добавляется в Яндекс Бизнес бесплатно.

1. Авторизуйтесь. Добавить информацию в Бизнес может только авторизованный пользователь.

Если вы уже зарегистрированы на Яндексе, введите свой логин и пароль. Для этого нажмите ссылку [Войти](#) в правой верхней части страницы. Если у вас нет логина и пароля или вы не хотите использовать существующий логин для работы с Яндекс Бизнесом, [зарегистрируйтесь](#).

Вы можете зайти в Бизнес через профиль стороннего сайта (например, социальных сетей) или аккаунт [Почты для домена](#).

2. Ознакомьтесь с [Правилами заполнения полей](#) в Бизнесе и на странице [Новая организация](#) укажите данные своей компании.

Организация имеет фактический адрес

В открывающихся окнах последовательно укажите:

- **Название и Вид деятельности** — выберите из нашего рубрикатора.
- На вопрос **У вас есть офис для клиентов** выберите ответ **Да, есть филиал, магазин, офис**.
- Введите адрес или выберите на карте фактическое расположение, куда могут обратиться пользователи.

Примечание:

В Яндекс Бизнесе к публикации на картах не принимаются:

- адреса недвижимости, сдаваемой в аренду (квартир, офисов, частных домов);
- интернет-магазины без фактического адреса или по адресу проживания владельца.

Интернет-магазин без фактического адреса можно добавить в Бизнес как онлайн-организацию.

Организация без фактического адреса (онлайн-организация)



Внимание:

Организации без фактического адреса размещаются только в Поиске Яндекса. На Яндекс Картах онлайн-организации не публикуются.

В открывающихся окнах последовательно укажите:

- **Название и Вид деятельности** — выберите из нашего рубрикатора.
- На вопрос **У вас есть офис для клиентов** выберите ответ **Нет, у меня онлайн-компания**.
- **Территория оказания услуг** — выберите из списка подходящие регионы. Если вы указали более одного региона или только один — «Россия», система автоматически определит местоположение как

Красноярский край, Эвенкийский район, потому что это географический центр страны. Не беспокойтесь — ваша организация будет отображаться именно там, где вы указали.

В карточке онлайн-организации **можно**:

- добавлять информацию, как и в карточке офлайн-организации;
- получить знак "Информация подтверждена владельцем";
- изменять регионы, в которых организация осуществляет свою деятельность (ограничений по количеству добавляемых регионов нет);
- изменять радиус территории, в котором осуществляется деятельность компании. При этом значение радиуса может быть только целым числом и не более 10000 км;
- размещать публикации;
- добавлять прайс-лист;
- отвечать на отзывы и подавать жалобы на них;
- скачивать промо-материалы в личном кабинете;
- переделать карточку в офлайн-организацию;
- просматривать статистику.

В карточке онлайн-организации **нельзя**:

- подключить бронирование;
- объединить онлайн-организации в сеть;
- вносить правки с Карт (только в личном кабинете или через поддержку).

3. Укажите контактные данные и подтвердите регистрацию.

- Если в базе Яндекс Бизнеса уже есть такая организация, вы можете подтвердить права на нее. Выберите номер телефона, по которому вы сможете подтвердить данные через звонок оператора или SMS.
- Если организация новая и ее данных нет в базе, укажите **Сайт и социальные сети** (если есть) и **Телефон**, по которому вы сможете подтвердить данные через звонок оператора или SMS. После регистрации этот номер будет отображаться в карточке компании в поиске Яндекса и на Яндекс Картах.

Автоматический оператор перезвонит по указанному номеру в течение 10 минут и сообщит код для привязки организации к аккаунту. SMS с кодом вы также получите в течение этого времени. Укажите код в окне **Подтвердите регистрацию**.

Код также можно ввести на странице **Заявки** на вкладке **Заявки на подтверждение**.

Информация о вашей компании будет отправлена на проверку. Статус проверки можно отслеживать в личном кабинете на странице **Организации**.

После прохождения модерации актуализируйте информацию в разделе **Об организации**: выберите еще 2 вида деятельности, укажите график работы, добавьте адреса в социальных сетях. Для онлайн-организаций уточните территорию оказания услуг по радиусу вокруг определенной точки.

Вы также можете редактировать данные, например указать дополнительные параметры в выбранных рубриках, добавлять или удалять фото, отвечать на отзывы, размещать свой прайс-лист и новости, просматривать статистику, создать рекламную подписку.

Для каждой организации будет сформирована карточка — страница организации в Яндексе. На вкладках размещается вся информация: адрес, отзывы, фото, цены, публикации с новостями. Чем больше информации вы добавите в Яндекс Бизнес, тем полнее будет карточка организации.

Для организации без фактического адреса карточка будет показываться только в результатах поиска по рубричным запросам, связанным с ее деятельностью.

Если у вашей организации несколько адресов (филиалов), заполните формы и подтвердите данные для каждого из них. При необходимости вы можете объединить их в сеть.

Создание сайта для организации

Опубликуйте сайт-визитку организации для продвижения бизнеса в интернете, используя информацию из карточки **Бизнеса** и аккаунт Яндекс Бизнеса.

Владелец, **подтвердивший права**, может создать только один сайт для своей организации.

На странице организации выберите **Сайт**. Посмотрите, как сайт будет выглядеть в трех версиях: на компьютере, планшете и мобильном устройстве. Если вам нравится, нажмите **Опубликовать**.

Вы можете изменить настройки сайта до и после публикации. На странице **Сайт** в правом верхнем углу нажмите **Редактировать**. Настройте:

Адрес сайта

Адрес сайта генерируется автоматически по шаблону <название организации латиницей>.clients.site. Для организаций с несколькими филиалами к адресу сайта добавляется адрес организации или идентификатор, если фактического адреса нет.

Чтобы изменить адрес сайта, на вкладке **Общие настройки** нажмите **Изменить адрес сайта**. Впишите название, которое будет отображаться в адресе сайта. Оно должно быть длиной от 4 до 30 символов и состоять из строчных латинских букв, цифр или «-» и «_».

Внешний вид

Чтобы изменить цветовое оформление сайта, на вкладке **Внешний вид** выберите тему (светлая или темная) и основной цвет (желтый, зеленый, фиолетовый, красный или синий).

Содержание

На сайте публикуется информация из карточки организации, а также расширенное описание из раздела **О нас** и дополнительные **Контакты**. На вкладке **Содержание** вы можете скрыть разделы **Фото**, **Отзывы** и **Особенности**.

После обновления информации в карточке организации, данные автоматически изменятся и на сайте.

Целевое действие

Кнопка будет опубликована на сайте, чтобы клиент мог сразу выполнить выбранное вами действие. Например, позвонить, построить маршрут или оформить заявку. Для этого на вкладке **Основное** выберите подходящую кнопку действия и сохраните изменения.

Отслеживание статистики посещений и целевых действий

Статистика по данным Метрики

Пользователи Яндекса могут совершать разные действия, связанные с вашим бизнесом. К примеру, посмотреть информацию о магазине на [Картах](#) и построить маршрут до него, найти в Кью ответы от ваших специалистов или подписаться на обновления ваших коллекций. Некоторые из таких действий могут привлекать потенциальных клиентов, то есть являться целевыми.

Чтобы отслеживать целевые события, для организации автоматически создается специальный счетчик Яндекс Метрики. С его помощью сервисы Яндекса передают в Метрику информацию о взаимодействии пользователей с вашей организацией. Для сетевых организаций создается один счетчик на всю сеть и статистика собирается суммарно по всем филиалам.

Вы можете анализировать собранные данные как в Яндекс Бизнесе, так и в Яндекс Метрике.

Данные на Главной

На главной странице организации в блоке **Сводка** доступна статистика за указанную неделю по четырем показателям:

- **Все взаимодействия** — суммарные данные по всем целевым событиям во всех сервисах Яндекса;
- **Звонки** — количество кликов по кнопке **Позвонить**;
- **Переходы на сайт** — количество кликов по ссылке с названием сайта в карточке организации на Яндексе;
- **Построение маршрута** — количество кликов по кнопке **Построить маршрут** во всех сервисах Яндекса.

Для перехода к более подробной статистике нажмите на нужный показатель или перейдите к отчету «Целевые события на Яндексе» в Яндекс Метрике по ссылке в блоке. Подробнее об [отчете в Справке Яндекс Метрики](#).

Данные в разделе Статистика

В разделе **Статистика** → **Основная** представлены данные из отчета Яндекс Метрики «Целевые события на Яндексе». В отчете учитываются события, совершенные на полных и мобильных версиях сайтов, а также в мобильных приложениях. Эта информация поможет выявить сервисы, на которых ваша аудитория наиболее активна и проанализировать способы привлечения трафика.

Данные сгруппированы на трех вкладках:

- **Действия** — взаимодействие пользователей с данными организации в карточке на поиске и картах;

- **Аудитория** — уникальные пользователи данных и контента организации;
- **Контент** — действия пользователей с контентом организации.

Вы можете изменить настройки отчетов:

- Нажмите **Сервисы для показа**, чтобы указать источники данных.
- Выберите период, за который показывать данные — неделю, две недели, месяц или три месяца.

[Список событий, который отслеживается в Яндекс Метрике.](#)

Данные в Яндекс Метрике

Чтобы посмотреть данные:

1. В [Яндекс Метрике](#) на странице **Мои счетчики** в списке выберите счетчик с названием вида <Название вашей организации> - <Адрес организации, если указан в Бизнесе>.
2. Откройте отчет **Стандартные отчеты** → **Содержание** → **Целевые события на Яндексе**. Подробно об отчете в [Справке Яндекс Метрики](#)

Статистика на картах и геовизор

В разделе **Статистика** → **На картах** вы можете узнать, сколько запросов было по вашей рубрике, сколько пользователей интересовалось вашей компанией и какой источник трафика, оценить конкурентов.

Данные представлены за последние 30 дней. Источники данных: Яндекс Карты, мобильное приложение Яндекс Карт, Яндекс Навигатор и поиск Яндекса.

Примечание: Статистика и геовизор недоступны для онлайн-организаций.

Основные показатели

Запросы по рубрикам

Поиск Яндекс Карт и Яндекс Навигатора способен привязывать запросы пользователей к рубрикам. Например, запрос «где поесть» будет привязан к рубрике «Кафе». Один запрос может быть привязан к нескольким рубрикам. Также система определяет центр карты для пользователя в момент запроса. Зная местоположение компании, система подсчитывает запросы по заданной рубрике в радиусе 1 км от вашей организации. Если данных мало, радиус автоматически расширяется до 5 км.

Конкуренты

Конкурент — компания, у которой указана такая же рубрика, как и у вашей организации. Конкуренты также ищутся в радиусе 1 км. Если данных мало, радиус автоматически расширяется до 5 км.

Прямые переходы

Переход считается прямым, когда пользователь искал на картах или Яндексе именно вашу организацию (по названию, названию и топониму и т. д.) и перешел в ее карточку. Например, указал в запросе «кинотеатр орленок», в результатах поиска нашел кинотеатр Орленок и перешел в его карточку.

Дискавери-переходы

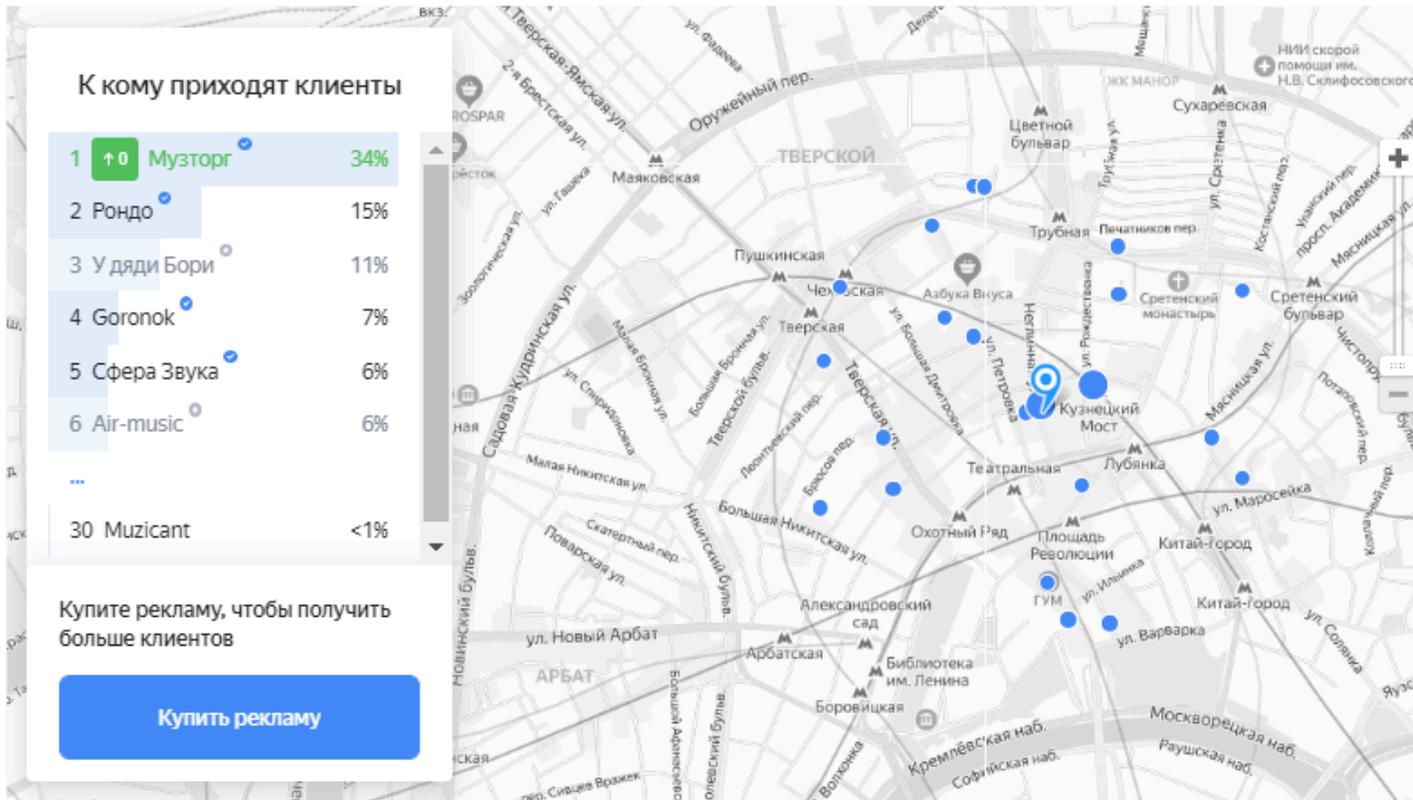
Переход засчитывается как дискавери, если пользователь не искал конкретно вашу организацию, но в процессе поиска перешел в ее карточку. Это переходы:

- из результатов поиска на картах по типу организации, товару, услуге или адресу;
- из карточки похожей организации;
- напрямую из меток на Яндекс Картах, без поиска. Например, пользователь открыл мобильное приложение Яндекс Карт на смартфоне, увидел метку «Кинотеатр» в соседнем квартале, нажал на нее и перешел в карточку этого кинотеатра.

Сравнение с конкурентами

Каждую неделю данные вашей организации сравниваются с ближайшими конкурентами — компаниями, которые находятся недалеко от вас и оказывают схожие услуги. В блоке **К кому приходят клиенты** вы можете уточнить результаты сравнения за последнюю календарную неделю:

- место вашей организации по результатам сравнения;
- наименование конкурентов;
- изменение позиции за неделю;
- доли внимания пользователей. Доля рассчитывается как процентное отношение дискавери-переходов организации к сумме дискавери-переходов всех организаций, выбранных для сравнения — вашей компании и ее конкурентов.



1. Подробнее о приоритетном размещении

Черным шрифтом в списке выделены названия прямых конкурентов — организаций, чей основной вид деятельности совпадает с вашим. Остальные организации — непрямые конкуренты. У них похожие рубрики, но основной вид деятельности отличается от вашего.

На карте можно уточнить адреса конкурентов. Три лучших конкурента выделены более крупными метками.

Геовизор

В разделе **Статистика** → **Геовизор** вы можете узнать:

- из каких сервисов Яндекса пользователи переходят к карточке вашей организации;
- какие источники перехода — запросы на картах, метки, карточка другой организации;
- как пользователи взаимодействуют с карточкой — строят маршруты, просматривают телефон, время работы, фото, отзывы. При этом фиксируется факт действия с определенным блоком или кнопкой в карточке. Оставил ли пользователь оценку или отзыв, с помощью геовизора уточнить невозможно.

В геовизоре отображаются последние 50 обработанных визитов в карточку. Задержка на обработку данных — 1-2 дня. Информация обезличена, указано только время визита. Данные в геовизоре обновляются ежедневно.

Клиенты и аудитория

Всех пользователей Яндекса, которые взаимодействовали с организацией, можно разделить на 2 группы:

- Клиенты — люди, которые разрешили передачу своих персональных данных при онлайн-записи, звонке, покупке сертификата или непосредственно при обращении в организацию.
- Аудитория — посетители сервисов Яндекса, которые взаимодействовали с информацией об организации, но не передавали персональные данные: построили маршрут, нажали **Позвонить**, перешли на сайт из карточки организации, поставили оценку или написали отзыв. В системе они не идентифицируются.

Чтобы уточнить данные по аудитории и просмотреть базу клиентов, нажмите **Об организации** → **Клиенты**

Создание базы клиентов

Информация о каждом клиенте заносится в отдельную карточку.

В зависимости от своей активности клиенты автоматически распределяются по сегментам:

- **все клиенты** — все зарегистрированные клиенты;

- **постоянные** — клиенты, которые за последние 90 дней записывались 3 и более раз;
- **активные** — клиенты, которые за последние 90 дней записывались хотя бы один раз или звонили;
- **потерянные** — клиенты, которые за последние 90 дней не записывались и не звонили;
- **без записей** — клиенты, которые еще не записывались.

Список всех клиентов доступен на вкладке **Клиенты**.

Автоматическое создание карточки клиента

Информация о клиенте будет автоматически добавляться в базу при онлайн-бронировании, звонке по подменному номеру или покупке сертификата.

Создание карточки клиента вручную

1. На вкладке **Об организации** → **Клиенты** нажмите **Добавить клиента**.
2. В окне **Добавление клиента** заполните поля:
 - **Имя** — введите имя клиента;
 - **Фамилия** — добавьте фамилию при необходимости;
 - **Пол** — укажите пол при необходимости;
 - **Телефон** — введите контактный телефон клиента;
 - **Электронная почта** — укажите адрес электронной почты клиента. Обязательно должно быть заполнено хотя бы одно из полей: **Телефон**, **Электронная почта**;
 - **Комментарий** — при необходимости добавьте важные особенности и предпочтения клиента.
3. Нажмите **Сохранить**.

Данные клиентов

Просмотр статистики

Чтобы следить за изменениями активности клиентов по сегментам, перейдите на вкладку **Об организации** → **Клиенты**. Данные за последние 12 месяцев отображаются в виде диаграмм.

Работа с карточкой клиента

Чтобы попасть в карточку клиента, на вкладке **Об организации** → **Клиенты** нажмите строку с информацией о нужном клиенте.

В карточке клиента вы можете просматривать:

- **О клиенте** — обобщенные сведения о его операциях;
- **Личные данные** — контакты клиента.

Вы можете изменять личные и контактные данные клиента.

Аудитория

На вкладке **Об организации** → **Аудитория** доступен список посетителей сервисов Яндекса, которые взаимодействовали с информацией об организации, но не передавали персональные данные: построили маршрут, нажали **Позвонить**, поставили оценку, написали отзыв или перешли на сайт из карточки организации. В системе эти пользователи не идентифицируются.

Пользователи, которые перешли по рекламе, отмечены в списке значком . Действие, которое совершил пользователь после перехода, также будет отмечено в статистике.

Аудитория вашей организации автоматически разделяется на сегменты:

- **все клиенты** — все пользователи, которые взаимодействовали с информацией об организации;
- **активные** — пользователи, которые взаимодействовали с организацией больше трех раз за последние 90 дней;
- **перспективные** — пользователи, которые взаимодействовали с организацией меньше трех раз за последние 90 дней;
- **лояльные** — пользователи, которые оставили положительный отзыв или оценку 4 или 5;
- **нелояльные** — пользователи, которые оставили отрицательный отзыв или оценку 3 и ниже;
- **потерянные** — пользователи, которые не взаимодействовали с компанией за последние 90 дней.

Продвижение организации или сети на сервисах Яндекса

В Яндекс Бизнесе доступно три типа рекламных кампаний для продвижения организации на различных сервисах Яндекса, сайтах Рекламной сети и партнеров.

Рекламная подписка на Яндекс

Рекламная подписка — инструмент, который помогает малому и среднему бизнесу выгодно получить клиентов. С ним можно автоматически запустить продвижение организации на поиске, в Услугах, на Картах и Дзене, а также на сайтах партнеров Рекламной сети.

В рекламную подписку входит:

- Создание рекламных объявлений и их публикацию там, где есть спрос: в поиске, Рекламной сети Яндекса, Дзене, Услугах.

- Продвижение тех объявлений, которые приводят максимум клиентов по лучшей цене.
- Приоритетное размещение на Яндекс Картах, в Яндекс Навигаторе.
- Отслеживание не только переходов по рекламе, но и действий клиентов в карточке: кто звонит, строит маршруты, интересуется акцией или нажимает на кнопку действия.

Чтобы создать кампанию:

1. В [кабинете Яндекс Бизнеса](#) выберите, что рекламировать.
2. Найдите вашу компанию в Яндекс Бизнесе или укажите сайт, который хотите продвигать.
3. Если вы не являетесь владельцем или представителем организации, [подтвердите права](#). На номер вашей компании позвонят или отправят сообщение с кодом, который нужно ввести.

Примечание: Рекламная подписка недоступна организации, если реклама ее деятельности или товаров ограничена либо запрещена законодательством или рекламной политикой Яндекса. [Список запрещенных категорий товаров и услуг](#).

4. Выберите бюджет или укажите свой.
5. Выберите срок рекламной кампании. Нажмите **Пополнить счёт**.
6. На странице **Оплата рекламной кампании** выберите плательщика и способ оплаты.



Внимание: Оплата счета-оферты означает ваше согласие с [Условиями оказания услуги](#).

Сроки зачисления денег зависят от способа оплаты. Оплата картой происходит моментально, если оплачиваете со счета — зависит от банка. Также убедитесь, что вы правильно ввели реквизиты.

Примечание: Вы можете отложить запуск рекламной кампании. Для этого перед оплатой отключите опцию **Запустить рекламную кампанию сразу после оплаты**. Реклама запустится тогда, когда вы самостоятельно нажмете кнопку **Запустить**.

7. Загрузите рекламные материалы, чтобы создать больше объявлений. Когда изображения, тексты и ссылки пройдут модерацию, они начнут использоваться в объявлениях. Модерация рекламных материалов занимает до двух дней.

Далее сервис автоматически создаст объявления и разместит их на подходящих площадках Яндекса и Google.

Рекламная подписка на Яндекс для сайтов или соц.сетей

Рекламная подписка для сайтов — это инструмент, который поможет привлекать на ваш сайт клиентов по лучшей цене и с минимальными усилиями.

В большей степени этот вид подписки подходит онлайн-организациям.

В рекламную подписку входит:

- Создание и размещение объявлений в результатах поиска на Яндексе, на сайтах партнеров, в Яндекс Дзене и других сервисах Яндекса.
- Отслеживание количества посетителей, которые перешли на ваш сайт по рекламе, и их целевые действия.
- Возможность использовать в объявлениях уникальные рекламные материалы.

Чтобы создать кампанию:

1. На странице [Рекламные кампании](#) нажмите **Создать новую**.
2. На странице **Создать рекламную кампанию** выберите **Привести клиентов на сайт или в соц. сеть** → **Подключить**.
3. Укажите адрес сайта.
4. Выберите вашу организацию из списка ниже, и данные из [Справочника](#) будут использованы для создания рекламной кампании.

Если вашей организации нет в списке, укажите ее название, вид деятельности, регион и номер телефона согласно [Правилам предоставления информации](#). Карточка онлайн-организации будет создана автоматически.

5. Выберите бюджет — минимальный, оптимальный, максимальный или укажите свой.

6. Определите срок кампании и оплатите размещение.

Выберите длительность — 90, 180 или 360 дней. От длительности зависит стоимость размещения. Нажмите **Пополнить счет**.

На странице **Оплата рекламной компании** выберите плательщика и способ оплаты.



Внимание: Оплата счета-оферты означает ваше согласие с [Условиями оказания услуги Рекламная подписка на Яндекс](#).

Сроки зачисления денег зависят от способа оплаты.

Вы можете запустить кампанию вручную. Для этого отключите опцию **Запустить рекламную кампанию после оплаты** и включите в нужный момент. Но мы не рекомендуем этого делать.

В разделе **Как настроить рекламу**:

- Заполните или проверьте свои данные.
- Подключите подменный номер.
- Загрузите рекламные файлы.
- Следите за статистикой продвижения.

Реклама на Картах

Приоритетное размещение поможет выделить вашу компанию среди конкурентов, а пользователям — сделать правильный выбор. Приоритет в размещении это:

- Показ на первых позициях в результатах поиска на картах.
- Яркая метка на Яндекс Картах, в том числе со своим логотипом.
- Более информативная карточка: акции и специальные предложения, витрина популярных товаров или услуг с ценами, кнопка действия.
- Отслеживание действий клиентов в карточке: кто звонит, строит маршруты, интересуется акцией или нажимает на кнопку действия.

Вы можете создать рекламную кампанию самостоятельно или обратиться к специалистам. Вам помогут:

- наши специалисты по телефону 8 800 600-38-73;
- [сертифицированные агентства](#) в вашем регионе.

Оформление карточки и объявлений рекламными материалами

На вкладке **Рекламные материалы** разместите рекламную информацию и добавьте изображения для оформления карточки. При этом все элементы заполнять необязательно. Все изменения настроек сразу отображаются в области предварительного просмотра выбранного блока.

Вся размещенная рекламная информация будет отображаться в карточке на Яндекс Картах, в том числе и в мобильном приложении. В Яндекс Навигаторе будет отображаться только акция.

На основе добавленных рекламных материалов и информации об организации система автоматически сформирует контекстные объявления и разместит их на подходящих тематических площадках или покажет в поиске Яндекса по релевантным запросам. Чем больше материалов вы добавите, тем разнообразнее будут объявления. Модерация рекламных материалов может занимать до 3 дней.

Заголовок карточки

- **Главное изображение** — файл в формате JPG или PNG, минимальный размер — 780 × 408 пикселей. Изображение должно соотноситься с деятельностью организации и отвечать [прочим требованиям](#).

Изображение не должно дублировать логотип. Если на фотографии есть логотип, он должен занимать не более 20% от размера всего изображения.

- **Логотип** — файл в формате PNG, минимальный размер — 366 × 408 пикселей. Логотип должен соответствовать организации и отвечать требованиям к изображениям. Логотип не должен содержать рекламных фраз. Допускаются надписи как часть логотипа.

Не размещайте логотипы брендов продукции для рекламы магазина, автомобильных марок для рекламы автодилера и т. д.

Акция

Анонс акции будет ссылкой на подробное описание в карточке организации.

- **Дата начала акции, Дата окончания акции** — срок проведения акции. Убедитесь, что он совпадает с информацией на вашем сайте. Обязательное поле.
- **Текст анонса** — краткое описание акции, до 70 символов. Текст должен отвечать [требованиям](#). Обязательное поле.
- **Изображение** — файл в формате JPG или PNG, минимальный размер — 900 × 480 пикселей. Изображение должно иметь отношение к деятельности организации и соответствовать [другим требованиям](#).
- **Описание** — место и условия проведения акции, до 200 символов. См. также [требования к заголовкам и тексту](#). Обязательное поле.
- **Ссылка на акцию** — адрес страницы перехода. Информация на ней должна совпадать с данными, указанными выше, и отвечать прочим [требованиям к ссылкам](#).

Кнопка действия

Кнопка может вести на сайт, социальную сеть, сервис онлайн-бронирования и любой другой внешний ресурс.

Выберите надпись на кнопке и укажите ссылку, куда может перейти пользователь (см. [требованиям к ссылкам](#)).

Витрина товаров или услуг

Добавьте до 10 популярных товаров или услуг организации.

- **Изображение** — файл в формате JPG или PNG, минимальный размер — 450 × 450 пикселей. Одно из изображений может совпадать с изображением в заголовке карточки. Каждое изображение должно соответствовать [требованиям](#). Обязательное поле.
- **Название** — название товара или услуги, до 30 символов. Обязательное поле.
- **Цена** — цена товара или услуги в валюте страны размещения.
- **Ссылка** — адрес страницы перехода. Страница должна содержать информацию об указанном товаре или услуге и отвечать прочим [требованиям к ссылкам](#).
- **Признаки** — признаки доступны для некоторых рубрик и используются для создания объявлений. Например, ваша компания ремонтирует разные модели телефонов в Казани. Без данных мы создадим объявление «Ремонт телефонов в Казани». Если вы укажете признаки «iPhone», «Xiaomi» и «Samsung», мы составим объявления: «Ремонт iPhone в Казани», «Ремонт Xiaomi в Казани» и «Ремонт Samsung в Казани», чтобы показывать их по соответствующим запросам пользователей.

Текстовое объявление

- **Заголовок и Текст** — опишите предложения вашей компании, их преимущества или особенности. См. [требования к заголовкам и тексту](#). Доступно 35 символов для заголовка и 81 символ для текста объявления. Обязательные поля.
- **Ссылка на сайт** — адрес страницы сайта, на которую будет вести заголовок вашего объявления (см. [требованиям к ссылкам](#)).

Подменный номер

Укажите номер, который надо заменить и добавьте описание.

Подменный номер будет указан первым в списке телефонных номеров в карточке организации.

Услуга будет подключена сразу после запуска рекламной кампании.

Галерея

Для иллюстрации объявлений в Дзене и Рекламной сети Яндекса выберите фото из Яндекс Справочника, фотобанка (доступен не для всех рубрик), загрузите свои или используйте все три источника. Можно выбрать не более 10 штук.

Настройка доступна только для кампаний Рекламная подписка.

Партнерские ссылки

В карточках организаций определенных рубрик отображаются ссылки на бронирование или запись онлайн. Ссылка доступна в карточке, если у организации заключен договор с сервисом, который является партнером Яндекса и сообщает о возможности записи или бронирования.

Вы можете отключить отображение ссылок в карточках.

Рекламные материалы должны соответствовать [требованиям Яндекса](#), поэтому все тексты, ссылки и изображения проходят модерацию. Для рекламы товаров или услуг, требующих сертификации или лицензирования, необходимо предоставить подтверждающие документы.

Если вы размещаете несколько вариантов рекламных материалов, например акций или витрин товаров, то в объявлениях и на картах будут опубликованы первые по дате создания.

Просмотр статистики рекламной кампании

Данные доступны за все время рекламной подписки плюс месяц до начала показов. При сборе учитываются переходы к карточке и клики пользователя по информации в карточке организации на всех площадках: на Яндекс Картах, в мобильном приложении Яндекс Карт, в Яндекс Навигаторе.

Данные обрабатываются в течение 4 часов и дополняются каждые 30 минут.

В статистике не учитываются недобросовестные и случайные показы и клики. Для защиты от них в Бизнесе, как и в Яндекс Директе, действует многоступенчатая технология, которая включает в себя автоматические и ручные методы фильтрации.

Посещаемость

- Переходы в карточку — любой переход пользователя к карточке рекламодателя: при клике по названию организации в результатах поиска, в списке организаций, по постоянной метке на карте. Также учитываются переходы из поиска по адресам и аналогичным организациям, из карточек похожих компаний.

Действия в карточке организации

- построение маршрута — любой клик по кнопке Построить маршрут (на Яндекс Картах, в мобильном приложении Яндекс Карт, в Яндекс Навигаторе);
- клики по телефону — любой клик по номеру телефона: и для просмотра, и для звонка на мобильных;
- переходы на сайт — клик по ссылке с адресом сайта.

Действия в рекламных материалах

- переход по кнопке действия — любой клик по кнопке действия в карточке организации;
- просмотр акции — любой клик по анонсу акции в карточке организации.

На графиках добавлены примечания — события, которые могут влиять на статистику: запуск кампании, изменения в рекламных материалах, изменения количества филиалов в рекламной кампании для сети.

Статистика по звонкам

- принятые звонки — все звонки на подменный номер с ответом представителя организации;
- непринятые звонки — все зафиксированные звонки на подменный номер, по которым не было ответа представителя организации;

Чтобы скачать отчет по звонкам, нажмите **Получить историю звонков**. Отчет сформируется в фоновом режиме. Затем нажмите **Скачать историю звонков**. Данные в отчете представлены за все время работы подменного номера.

Средняя длительность звонка

- средняя длительность ожидания — среднее время ожидания ответа по всем звонкам на подменный номер, принятым и непринятым;
- средняя длительность разговора.

UTM-метки

При подключении Рекламной подписки в строку URL сайта можно добавить UTM-метку — специальный параметр, который помогает определить, откуда пришел пользователь. Например, можно узнать, с какого сервиса он попал на сайт или на какое объявление кликнул.

Важно: UTM-метка передает данные счетчику Метрики, поэтому счетчик нужно [установить на сайт](#). Наличие UTM-метки не влияет на количество переходов и не уводит пользователя на сторонние ресурсы, она нужна только для отслеживания статистики переходов.

Как это работает:

1. Использовать UTM-метки могут только рекламодатели Яндекс Бизнеса.
2. Яндекс Бизнес автоматически прописывает UTM-метки. Это помогает точно определить источник переходов на сайт, правильно настроить рекламу и оценить ее эффективность.
3. Если UTM-метка уже прописана (например, рекламным агентством или специалистом по маркетингу), Яндекс Бизнес может внести в нее изменения. Это помогает избежать сбоя сбора статистики, так как сторонние UTM-метки бывают некорректными.