

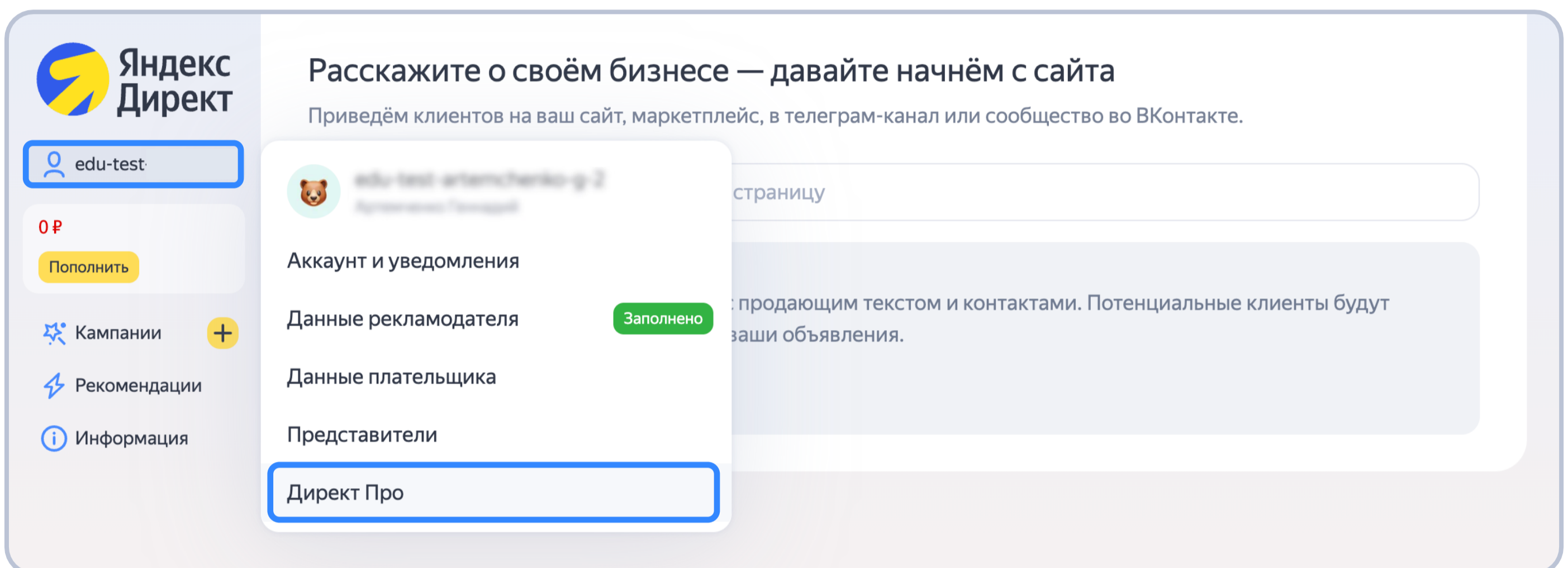
Продвижение бренда на Ozon с помощью Единой перфоманс- кампании

Инструкция по запуску кампании

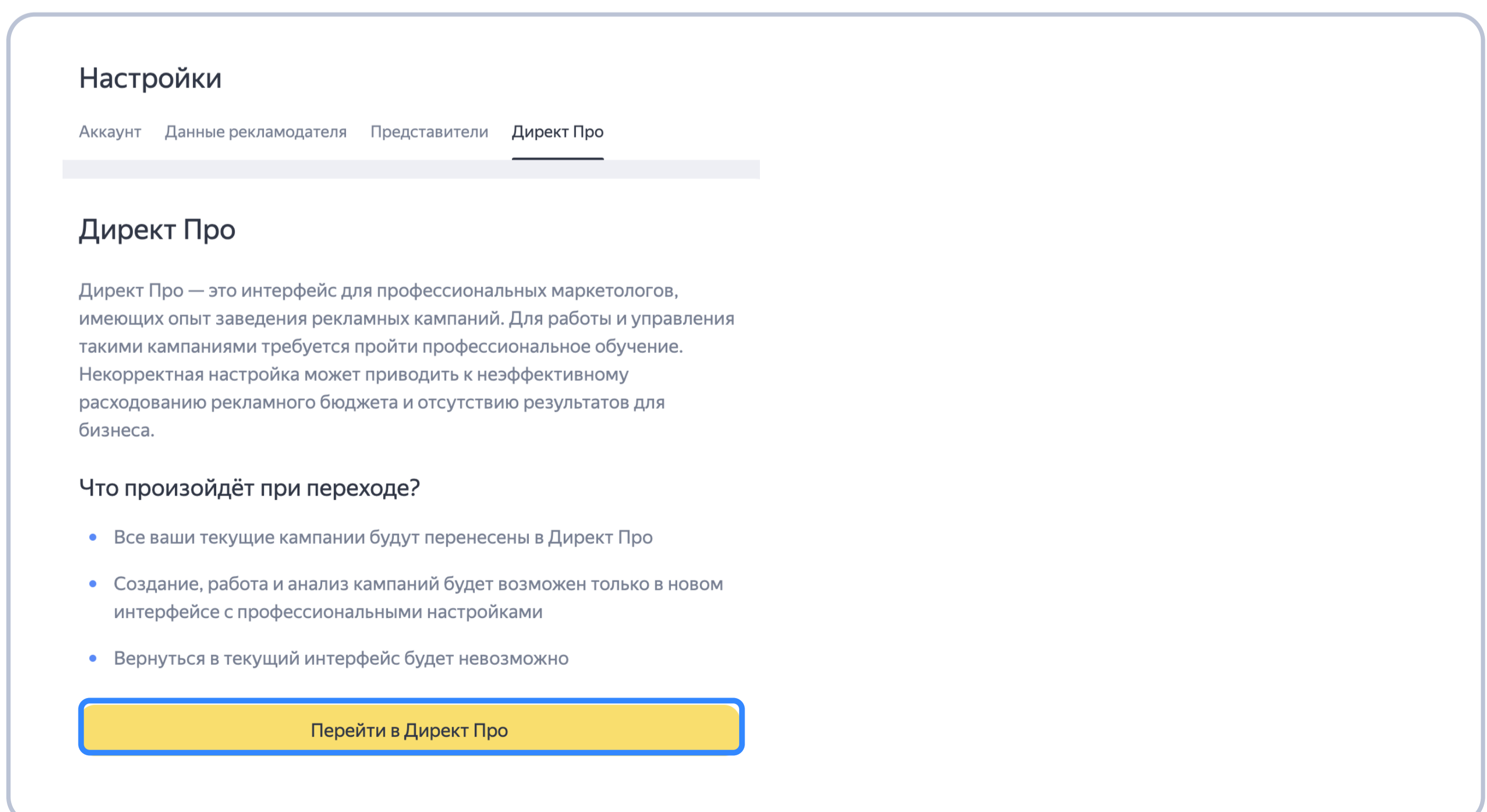
Переход в профессиональный интерфейс

Перед созданием кампании убедитесь, что вы используете интерфейс Директ Про

Если вы работаете в базовом интерфейсе Директа, нажмите на ваш логин в левом верхнем углу и выберите «Директ Про» в выпадающем списке.

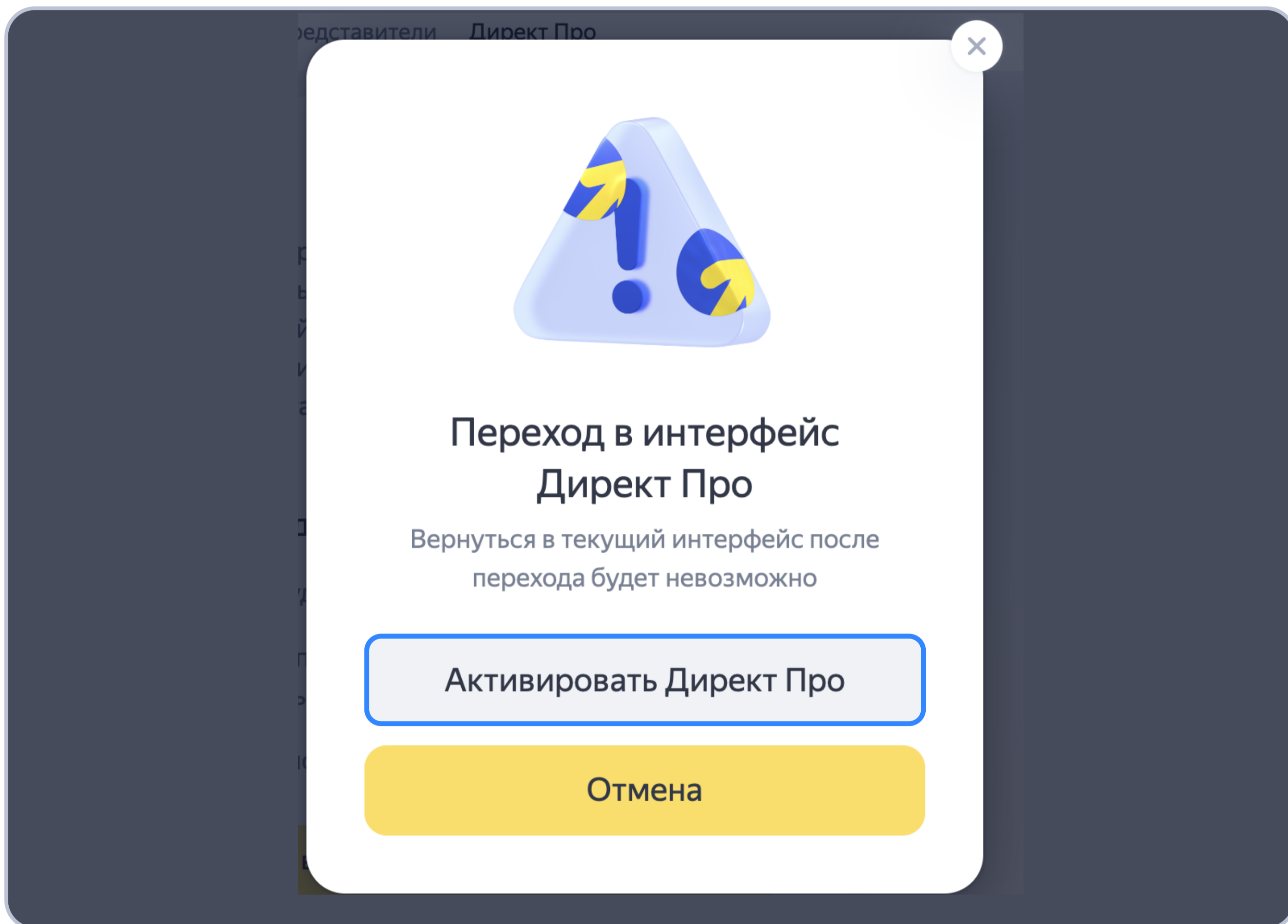


В открывшемся окне нажмите «Перейти в Директ Про».



Переход в профессиональный интерфейс

Подтвердите переход в профессиональный интерфейс.



После этого можно приступать к настройке кампании.

Настройка интеграции с Ozon

1. Перейдите в Центр конверсий

В меню слева выберите раздел «Конверсии».

Директ Про

Добро пожаловать в Директ!

Добавить

genausinsk

0 ₽

Пополнить

Обзор β

Кампании

Рекомендации

Конверсии

Статистика

Библиотека

Инструменты

Информация

Платежи и документы

Создайте первую рекламную кампанию

Откройте [Мастер кампаний](#) от Директа и вставьте ссылку на страницу, которую будете рекламировать. Мастер подберёт тексты, изображения и подскажет настройки аудитории

Создать кампанию

Узнайте больше о Директе

Обучающие материалы

[Курс для старта в Директе](#)

[Канал про обучение рекламе](#)

[Справка](#)

Где следить за обновлениями

[На сайте Яндекс Рекламы](#)

[В нашей рассылке](#)

В соцсетях [Telegram](#) [YouTube](#) [VK](#) [Facebook](#)

Если появятся вопросы

[Пишите в чат поддержки](#)

Звоните 8 800 700-47-45

[Отправьте письмо](#)

В открывшемся окне нажмите «Добавить источник конверсий».

Конверсии — целевые действия клиентов, которые помогает достичь реклама

Конверсии с сайта совершаются во время визита пользователя, их отслеживает Яндекс Метрика. Офлайн-конверсии совершаются вне сайта и загружаются в Директ в виде файлов с данными.

Примеры конверсий на сайте:

- Покупка в интернет-магазине
- Отправка формы заявки
- Клик по номеру телефона

Примеры офлайн-конверсий:

- Успешная сделка в CRM-системе
- Посещение офлайн-магазина
- Оплата заказа

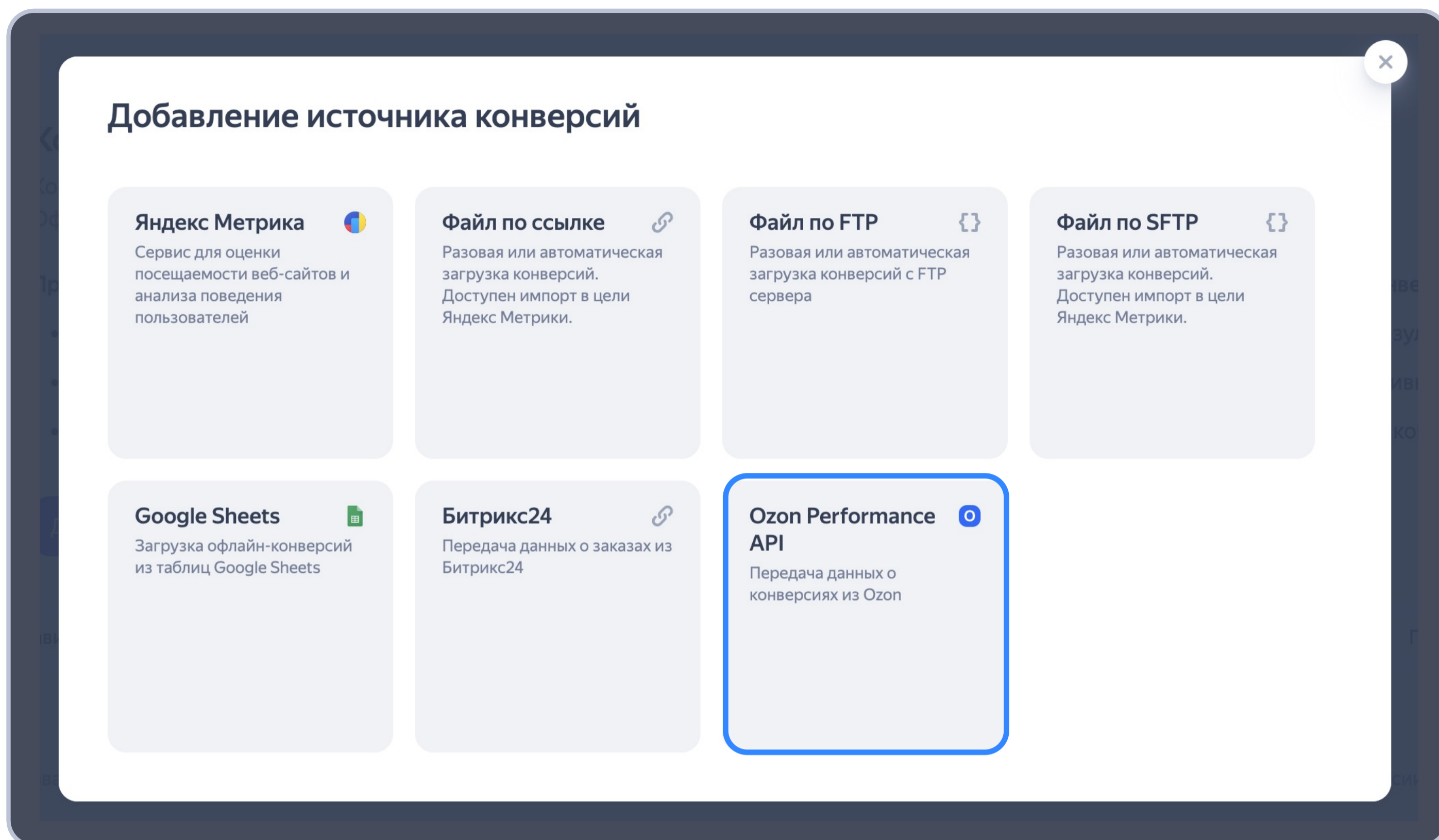
Зачем передавать конверсии в Директ:

- Анализировать результаты рекламы
- Повышать эффективность кампаний
- Платить только за конверсии

Добавить источник конверсий Узнать больше о конверсиях

2. Настройте интеграцию с Ozon

В открывшемся окне выберите «Ozon Performance API»



2.1) Введите ссылку на ваш бренд на Ozon

В ссылке должно быть слово brand.
Пример: ozon.ru/brand/mybrand-12345

Ссылка на магазин или бренд в Ozon 

2.2) Добавьте Client ID и Client Secret

В кабинете Ozon перейдите в [Настройки → API интеграции](#) и выберите Performance API. Используйте аккаунт из списка или создайте новый. На странице аккаунта нажмите «Добавить ключ». Скопируйте и вставьте Client ID и Client Secret.

Performance API из кабинета Ozon ?

Для одного магазина на Ozon можно указать только один ключ

Client ID

В формате: 1234567-123456789@advertising.performance.ozon.ru

Client Secret

2.3) Добавьте vendor_org из кабинета Ozon

Зайдите в личный кабинет Ozon → [Аналитика](#) → [Внешний трафик](#). Скопируйте и вставьте префикс для метки UTM_CAMPAIGN.

Префикс vendor_org из кабинета Ozon

Зайдите в [личный кабинет на Ozon](#) → [Аналитика](#) → [Внешний трафик](#). Скопируйте и вставьте префикс для метки UTM_CAMPAIGN.

```
utm_campaign=vendor_org_XXXXX_{campaign_id}{campaign_name_lat}
```

Эта метка автоматически добавится ко всем объявлениям для товаров с Ozon.

2.4) Нажмите «Сохранить».

Если в кабинете Ozon собирается статистика по товарам разных брендов

Настройте одну интеграцию с данными из этого кабинета. Для этого используйте ссылку одного из брендов. Так для всех брендов будет создана единая цель «Покупка на Ozon».

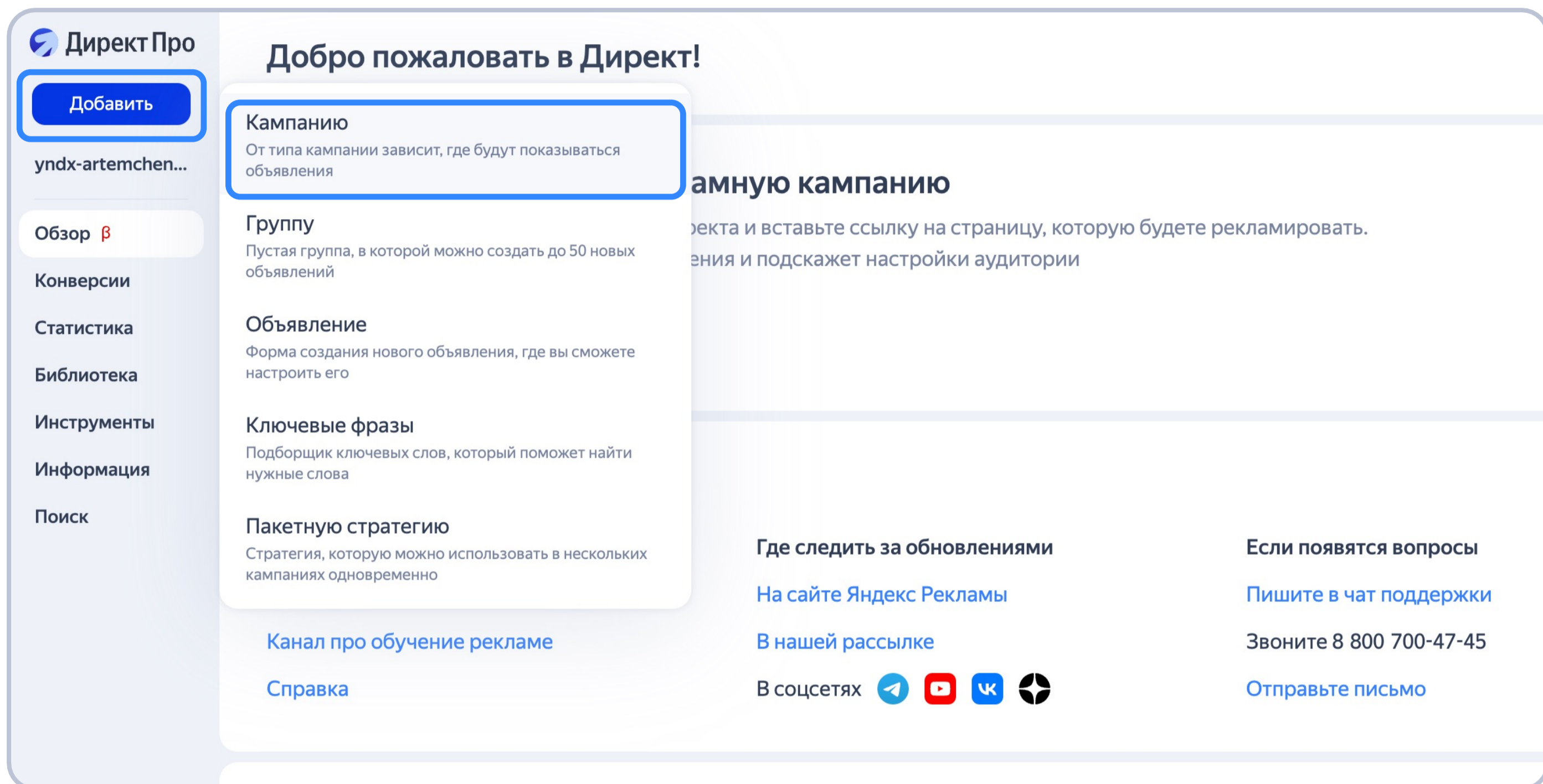
Если для каждого бренда отдельный кабинет Ozon

Создайте интеграцию для каждого кабинета. В этом случае для каждого кабинета будет создана отдельная цель «Покупка на Ozon».

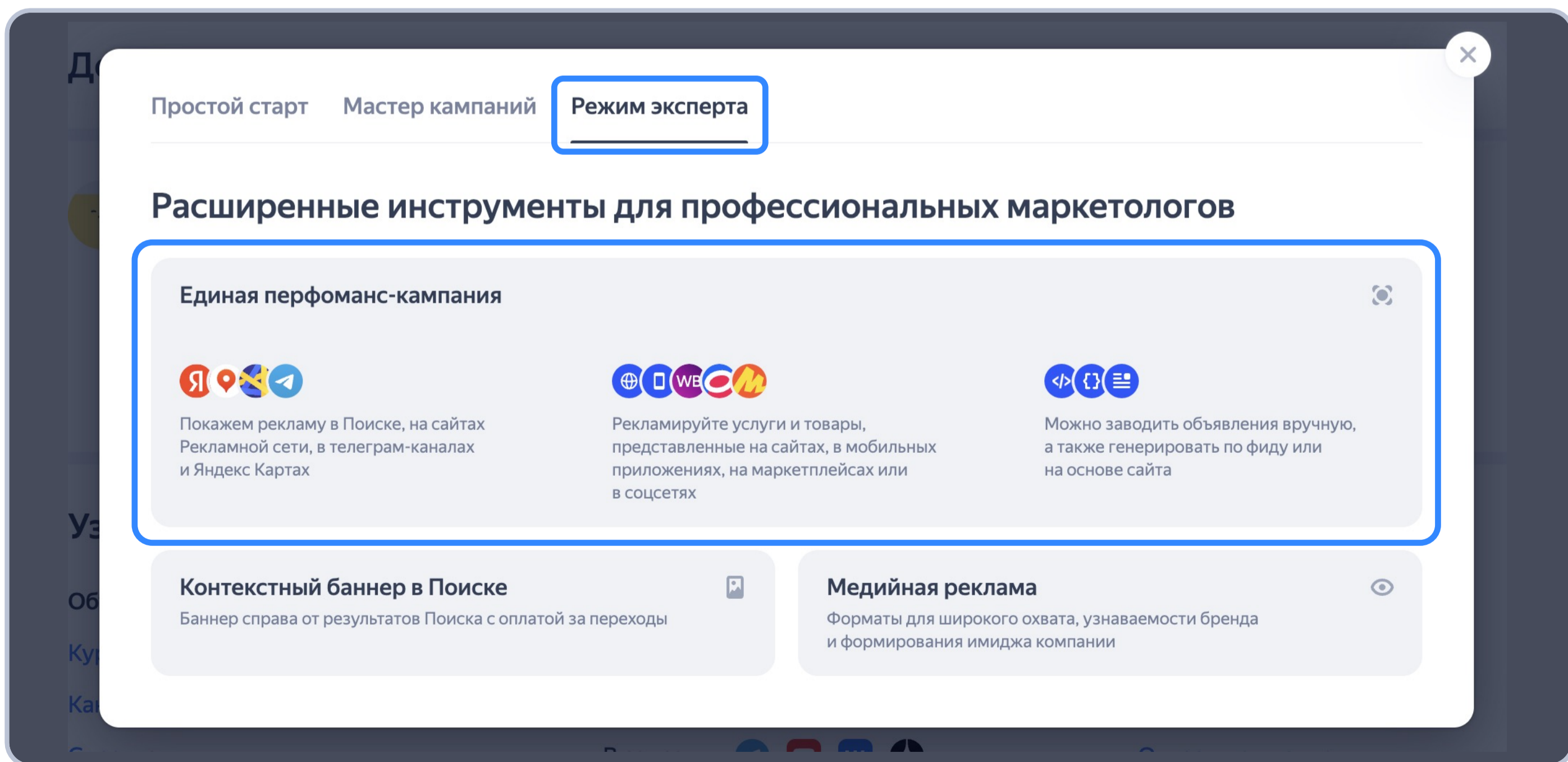
Настройка кампании

1. Перейдите к созданию кампании

В левом верхнем углу нажмите «Добавить» → «Кампанию».



В открывшемся окне выберите «Режим эксперта» → «Единая перфоманс-кампания».



2. Введите ссылку на ваш бренд на Ozon

В ссылке должно быть слово brand.
Пример: ozon.ru/brand/mybrand-12345

Ссылка на сайт, соцсеть, маркетплейс или приложение

3. В блоке «Организация из Яндекс Бизнеса» открепите Ozon

Ozon

Москва, улица Маросейка, 9/2с8

 У вас нет прав для управления этой организацией

Получить права

Телефон в объявлении

+7 (495) 232-10-00 — телефон из профиля организации

Посмотреть профиль организации

Выбрать другую организацию

Изменить данные

Открепить

4. Определите места показа рекламы

Выберите ручную настройку и убедитесь, что включены все места, кроме Списка организаций в результатах поиска и Яндекс Карт.

Места показа ?

Ручная настройка ∨

Поиск

- Товарная галерея на поиске**
Покажите свои предложения в карусели товаров из разных магазинов, которая появляется над результатами поиска
- Реклама в поисковой выдаче**
Разместите свои объявления в специальных рекламных блоках на страницах результатов поиска
- Динамические места на поиске β**
Получайте дополнительные конверсии, повышая видимость своих страниц в поиске по товарам и услугам
- Список организаций в результатах поиска β**
Станьте заметнее среди других организаций из Яндекс Бизнеса, которые появляются в результатах поиска

Другие площадки

- Рекламная сеть Яндекса**
Охватите посетителей десятков тысяч сайтов и приложений, которым могут быть интересны ваши товары и услуги
- Яндекс Карты β**
Поднимитесь в поиске Карт и выделитесь среди других организаций благодаря зелёной метке

5. Настройте стратегию показов рекламы

Выберите стратегию «Максимум конверсий» с оплатой за клики. Используйте ограничение по средней цене конверсии или доле рекламных расходов. Задайте недельный бюджет, которого будет достаточно **минимум на 10 конверсий в неделю**. Выставьте ограничение по средней цене конверсии или ДРР.

Стратегия

Обычная Пакетная

Стратегия Максимум конверсий ▼

С оплатой За клики ▼

Бюджет В неделю ▼ 15 000 ₽

Ограничение расхода Средняя цена конверсии ▼

6. Укажите, сколько вы готовы платить за покупку

Счётчик Метрики будет добавлен автоматически. Это нужно, чтобы Директ получал информацию о покупках, совершённых на Ozon.

Для счётчика будет автоматически создана цель «Покупка». Укажите комфортную для вас стоимость покупки. Конверсии могут стоить дороже или дешевле, но в среднем в течение недели будет выдерживаться указанное значение.

Счётчики Яндекс Метрики ?

Бренд на Ozon ×

Целевые действия и их цена
Используются для подбора наиболее конверсионного трафика.
Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижение посетителем этой цели.

Покупка на Ozon 500 ₺ ×
Бренд на Ozon

7. Внизу страницы нажмите «Продолжить», чтобы перейти к настройкам группы объявлений

На этапе настройки кампании вы также можете задать расписание показов, корректировки и другие параметры. На старте размещения рекомендуем использовать стандартные настройки. Если будет необходимо, вы сможете вернуться к ним позже, после запуска рекламной кампании.

Настройка группы объявлений

1. Задайте регион показа рекламы

География показов ?

- Перечислить страны, области, города
Регионы, где представлен ваш бизнес, есть филиалы или работает доставка.
- Указать регион на карте
Области на карте, в которых важно показать рекламу.
Например, область, где до кофейни меньше 5 минут пешком.

Страны, области, города

Введите или выберите из списка

Москва

Санкт-Петербург

Россия

Настройка группы объявлений

2. Оставьте включёнными все настройки в блоке «Автотаргетинг»

Запросы, по которым будут показаны объявления, будут подобраны автоматически.

Автотаргетинг

Повышайте эффективность за счёт автоматического подбора поисковых запросов и заинтересованной аудитории на основе ваших объявлений.

Категории запросов на Поиске

- Целевые запросы [?](#)
- Узкие запросы [?](#)
- Широкие запросы [?](#)
- Сопутствующие запросы [?](#)
- Альтернативные запросы [?](#)

Упоминание брендов в запросах на Поиске [?](#)









- Запросы с упоминанием вашего бренда
- Запросы с упоминанием брендов конкурентов
- Запросы без упоминания вашего бренда или брендов конкурентов

3. Внизу страницы нажмите «Продолжить», чтобы перейти к созданию объявлений

Создание объявлений

1. Выберите тип объявления «Текстово-графическое»

Тип объявления

-  **Текстово-графическое** 
Расскажите о своём предложении словами, изображением или видеороликом
-  **Графическое** 
Всё о товаре или услуге в одной картинке
-  **Товарное** 
Автоматически создаваемые объявления о товарах с сайта или из фида
-  **Страницы каталога** 
Автоматически создаваемые объявления для рекламы страниц каталога с сайта или фида. Объявление для страниц каталога приводит покупателей на страницы с ассортиментом товаров

2. Добавьте ссылку на страницу, которую хотите рекламировать

Ссылка в объявлении

Рекомендуем начать с продвижения всей страницы бренда или хайлайта. Так вы сможете охватить максимальную аудиторию.

Для этого добавьте соответствующую ссылку и создайте общее объявление для всех товаров, которые увидит пользователь после перехода по ссылке в рекламе.

Также с помощью Единой перфоманс-кампании вы можете рекламировать отдельные товары, категории или отфильтрованные группы товаров со страницы бренда. (например, товары с рассрочкой или самые популярные товары).



3. Создайте объявление

Укажите заголовок и текст, добавьте изображение товара. Вы также можете загрузить видео, если оно есть, это сделает объявления привлекательнее. Если вы хотите рекламироваться в Товарной галерее, укажите цену. Если она изменится на маркетплейсе, нужно будет вручную изменить её в рекламе.

Вы также можете добавить уточнения и быстрые ссылки. Эта настройка необязательная, но может сделать рекламу эффективнее, Подробнее обо всех элементах объявления читайте в [Справке](#).

Кроме того, можно создать дополнительные объявления с другими текстами или картинками. Для этого нажмите «Добавить объявление» внизу страницы.

Запустить кампанию

Добавить объявление

Добавить группу

4. Внизу страницы и нажмите «Запустить кампанию»

Запустить кампанию

5. Пополните счет

Готово!

Когда объявления пройдут модерацию, Директ начнёт показывать их заинтересованным пользователям. Статистика будет доступна в Мастере отчётов. Как пользоваться Мастером отчётов, читайте в [Справке](#).

