

Настройка показов в Товарной галерее

автомобили

С помощью Единой перфоманс-кампании



Место показа

- В настройках Единой перфоманс-кампании в блоке «Места показа» выбрали «Товарная галерея на поиске»

Структура кампании

- При необходимости провели сегментацию по категории, устройствам или региону таргетинга внутри одной кампании на уровне групп объявлений
- Если для продвижения некоторых автомобилей необходимо установить разные целевые показатели, распределили их на отдельные группы в рамках одной кампании и установили на уровне группы корректировки цены конверсии или доли рекламных расходов.
Подробнее об этом подходе рассказали [в статье](#)

Стратегия

- Выбрали стратегию «Максимум конверсий»
- Используете все возможные варианты достижения цели для оптимизации: запись на тест-драйв, обратный звонок, прямой звонок и другие
- Задали такую цену или ценность конверсии, которые соответствуют историческим данным и бизнес-показателям.
[Инструкция](#)
- Рассчитали недельный бюджет таким образом, чтобы его хватило на покупку минимум 10 конверсий по самой дорогой из целей
- Задали в стратегии автоматическую модель атрибуции

Таргетинги

- Выбрали все категории запросов и упоминания брендов в запросах автотаргетинга
- Не используете название своего бренда в минус-фразах

Объявления

- Запустили товарные объявления с генерацией по фиду для всего ассортимента автомобилей
- Указали в фиде все обязательные элементы, описывающие автомобиль: название, ссылку, изображение, цену.
[Требования к XML-фиду](#)
- Добавили качественные изображения авто на белом фоне
- Убедились, что заглавные буквы не используются в фиде необоснованно
- Проверили, актуальна ли информация о наличии автомобилей и их цены в фиде