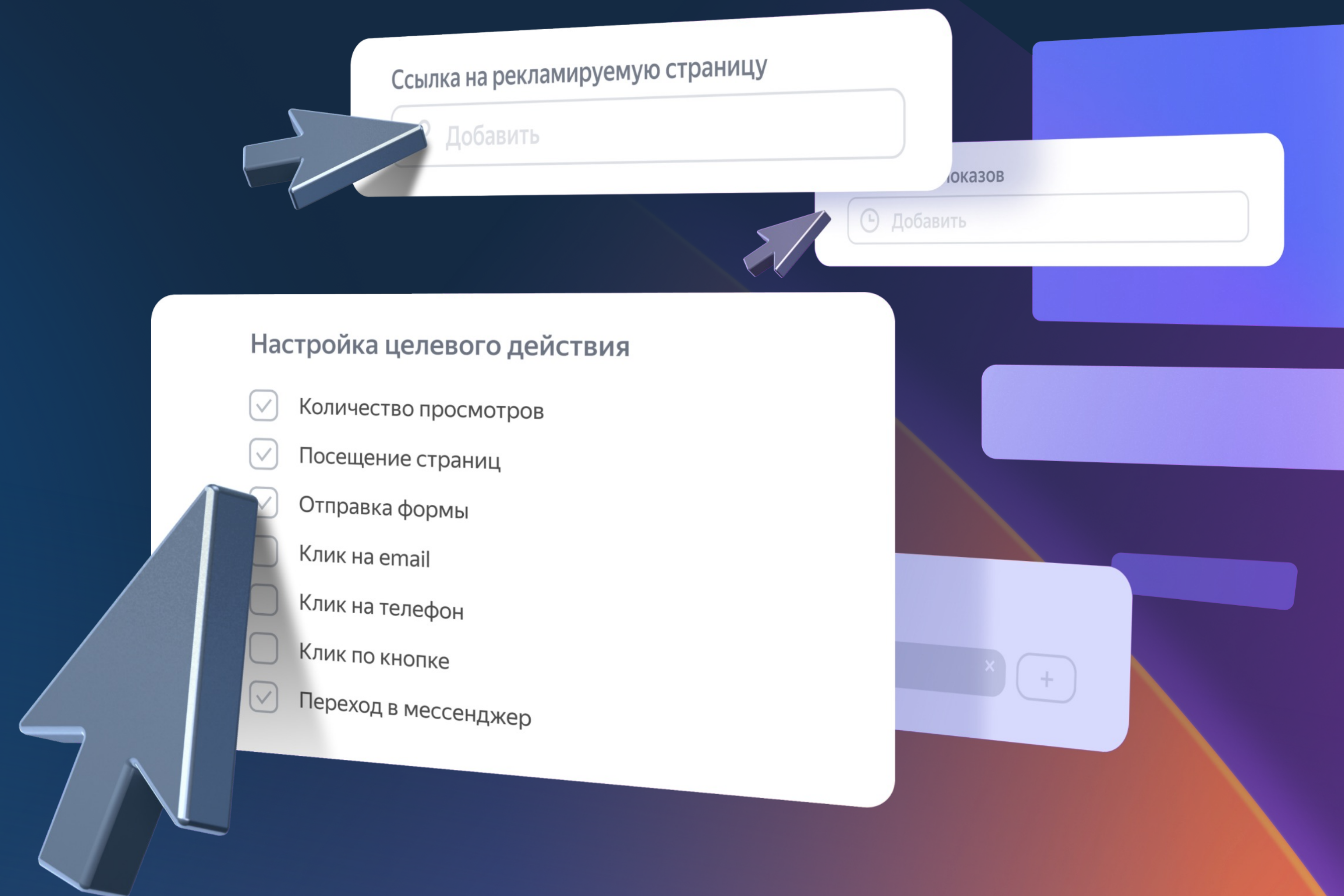


# Обучение автостратегий

Андрей Дёмин  
Эксперт по обучению  
Яндекс Рекламы





# Цели урока

- 01 Узнать, какие изменения произошли в автостратегиях
- 02 Узнать, чем могут быть полезны офлайн конверсии
- 03 Научиться разгонять обучение конверсионных стратегий
- 04 Узнать, что перезапускает обучение конверсионных стратегий



01

# Новый блок стратегий

# Новые стратегии управления ставками

- Максимум кликов с ручными ставками (Старая «Ручное управление ставками с оптимизацией»)
- Максимум кликов (Старая «Оптимизации кликов»)
- Максимум конверсий (Старые «Оптимизация конверсий» + «Целевая доля рекламных расходов»)

### Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За конверсии

Недельный бюджет

10 000 Р

Ограничение расхода

Цена конверсии

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

Целевые действия и их цена

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

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

1 000 Р

### Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За конверсии

Недельный бюджет

10 000 Р

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов

Доля рекламных расходов от доходов

%

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

Динамическая

41876347 • Заказать звонок отправка формы +

860601

100 Р

Добавить цель

Дополнительные настройки

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс



# Какие задачи решает максимум кликов с ручными ставками

## 01 Управление ставками вручную

### Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум кликов с ручными ставками

▼

С оплатой

За клики

▼

Дневной бюджет

₽

! Доступна в ТГО и ДО

# Какие задачи решает максимум кликов

02 Удерживание средней цены  
клика — tCPC (target cost per click)

Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум кликов ▾

С оплатой

За клики ▾

Недельный бюджет

₽

Ограничение расхода

Средняя цена клика ▾

Средняя цена клика

₽

03 Максимизация количества кликов

Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум кликов ▾

С оплатой

За клики ▾

Недельный бюджет

₽

Ограничение расхода

Недельный бюджет ▾

! Доступна в ТГО, ДО и смарт-баннерах



# Какие задачи решает максимум конверсий

04 Удерживание средней цены конверсии — tCRA (target cost per action)

05 Максимизация количества конверсий

06 Фиксированная оплата за конверсии — fixCRA

Стратегия

Обычная Пакетная

Стратегия Максимум конверсий ▼

С оплатой За клики ▼

Недельный бюджет Р

Ограничение расхода Средняя цена конверсии ▼

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики ⓘ

860601 ×

Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка 860601 Р ×

Дополнительные настройки ^

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс ▼

Максимальная цена клика Р

Стратегия

Обычная Пакетная

Стратегия Максимум конверсий ▼

С оплатой За конверсии ▼

Недельный бюджет Р

Ограничение расхода Цена конверсии ▼

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики ⓘ

860601 ×

Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка 860601 Р ×

Дополнительные настройки ^

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс ▼

! Доступна в ТГО, ДО и смарт-баннерах

# Какие задачи решает максимум конверсий

07 Удерживание целевой доли  
рекламных расходов — **tДРР**

08 Оплата фиксированной доли  
рекламных расходов — **fixДРР**

$$\frac{\text{Расход}}{\text{Доход}} \times 100\%$$

## Подходит

- Интернет-магазинам
- Клиентам с несколькими ключевыми целями и пониманием их ценности

! Доступна в ТГО, ДО и смарт-баннерах

Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За клики

Недельный бюджет

₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов

Доля рекламных расходов от доходов

%

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

×

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

×

Добавить цель

Дополнительные настройки

^

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс

▼

Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За конверсии

Недельный бюджет

₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов

Доля рекламных расходов от доходов

%

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

×

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

×

Добавить цель

Дополнительные настройки

^

Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс

▼

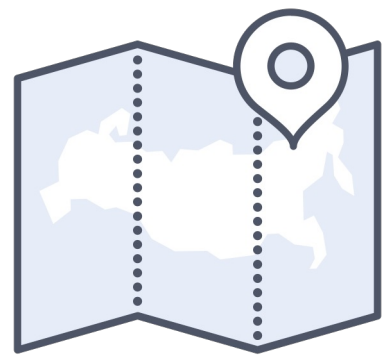
02

# Офлайн конверсии



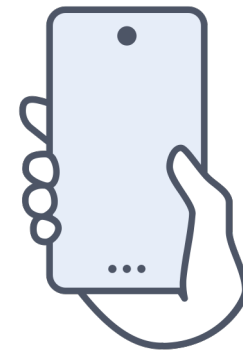
# Что такое офлайн конверсии

## Примеры



### Покупка в офлайн точке

Клиент был на сайте, но пришёл  
в магазин и купил товар в нём



### Оформление заказа через звонок

Клиент был на сайте,  
но оформил заказ по телефону



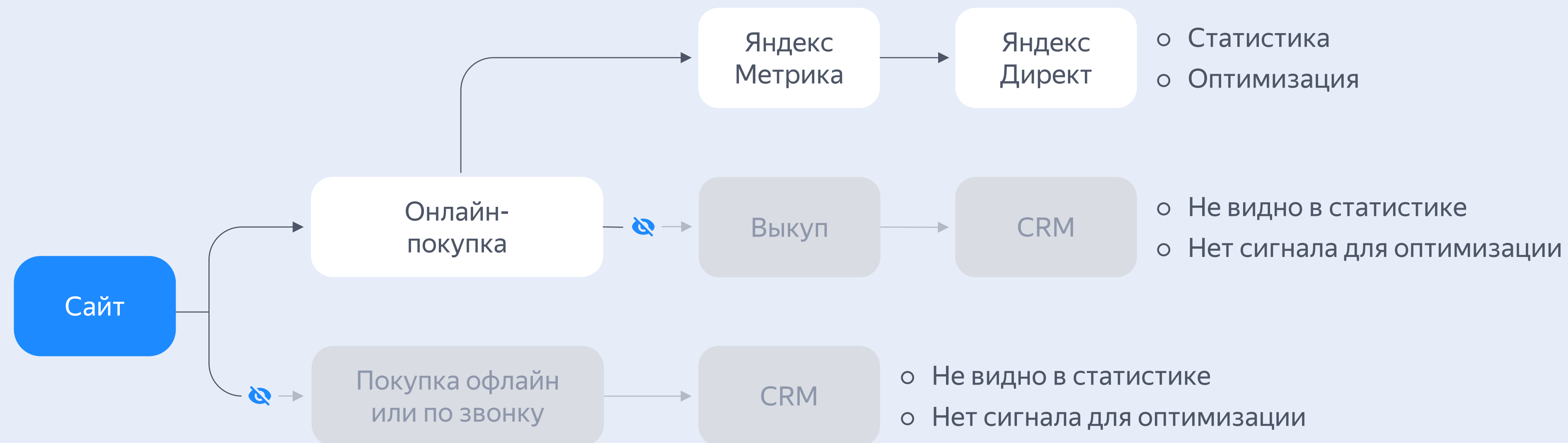
### Выкупленные транзакции

Клиент оформил заказ  
через сайт, но оплату  
совершил в офлайне

# Если не передавать

**⚠ Часть заказов не отразится в отчётах и не будет использована для оптимизации**

- Решения о распределении бюджета принимаются на основе неполных данных
- Алгоритмы не получают достаточно информации для обучения



# Если передать

👁 **Все заказы можно увидеть в отчётах и использовать в оптимизации**

- Решения об инвестировании принимаются на основе реальных данных
- Алгоритм видит аудиторию, которая приносит реальные конверсии, и работает с ней





# Оптимизация

**i** Используйте конверсионные автостратегии на цели из онлайн и офлайна

Стратегия

Стратегия

Максимум конверсий

▼

С оплатой

За клики

▼

Недельный бюджет

215 000

₽

Ограничение расхода

Недельный бюджет

▼

Счётчики Яндекс.Метрики

?

Счётчик Метрики

×

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

eCommerce Покупка

500

₽

×

CRM: Заказ создан

500

₽

×

Добавить цель

**i** Спуститесь на нижний этап воронки в стратегии и оптимизируйтесь на выкуп

Стратегия

Стратегия

Максимум конверсий

▼

С оплатой

За клики

▼

Недельный бюджет

215 000

₽

Ограничение расхода

Средняя цена конверсии

▼

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики

?

Счётчик Метрики

×

Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижении посетителем этой цели.

CRM: Заказ оплачен

700

₽

×

03

Центр Конверсий (ЦК)

# Что такое Центр Конверсий

- Единый раздел для загрузки и хранения данных по конверсиям со всех этапов воронки продаж
- Возможность просматривать статистику по каждой цели
- Уведомления о статусе загрузки конверсий и подсказки о том, как исправить неудавшуюся загрузку

Директ

Обзор

Кампании

Рекомендации

Конверсии

Статистика

Библиотека

Инструменты

Информация

Поиск

Мои клиенты

Конверсии

Последние 30 дней

Конверсии из Google Sheets

| Название    | Обновлено | Ценность    | Конверсии 5 455 | Атрибуцировано конверсий |
|-------------|-----------|-------------|-----------------|--------------------------|
| IN_PROGRESS | -         | - не задана | 2 731           | 30.46%                   |
| PAID        | -         | - не задана | 2 724           | 31.49%                   |

Яндекс.Метрика

| Название                         | Ценность    | Конверсии 135 953 | Атрибуцировано конверсий |
|----------------------------------|-------------|-------------------|--------------------------|
| Добавить товар в корзину         | - не задана | 82 629            | 32.99%                   |
| Ecommerce: добавление в корзину  | - не задана | 0                 | -                        |
| Клик по Оформить заказ в корзине | - не задана | 8 911             | 30.18%                   |
| Корзина - Заполнение данных      | - не задана | 41 689            | 10.60%                   |
| Заказ оплачен                    | - не задана | 2 724             | 31.49%                   |

Офлайн-конверсии



# Способы подгрузки данных в Центре Конверсий

## Яндекс Метрика

Сервис для оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей

## Файл по ссылке

Разовая или автоматическая загрузка конверсий. Доступен импорт в цели Яндекс.Метрики.

## Файл по FTP

Разовая или автоматическая загрузка конверсий с FTP сервера

## Файл по SFTP

Разовая или автоматическая загрузка конверсий. Доступен импорт в цели Яндекс.Метрик



Загрузка оффлайн конверсии из таблиц Google Sheets

## Битрикс24

Передача данных о заказах из Битрикс24

- При настройке стратегий и выборе целей первыми будут добавленные в ЦК
- Если проставить ценность в ЦК, то при создании новых РК она сразу будет подставляться в ключевые цели



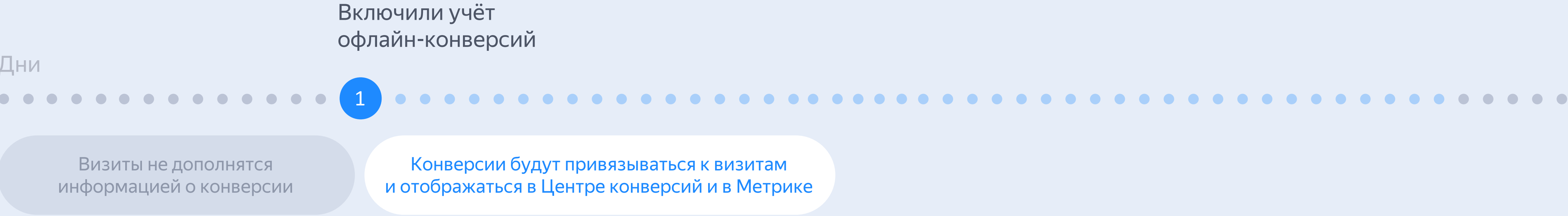
04

# Учет офлайн конверсий

# Первая загрузка данных

**i Включается опция «Учёт офлайн-конверсий»**

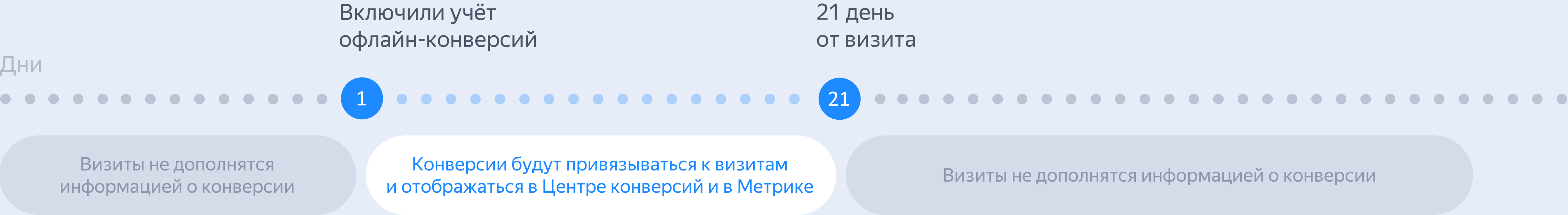
Конверсии добавятся только к тем визитам, которые состоялись после включения опции.  
Если конверсии были до первой загрузки данных, они будут привязываться к визитам  
и отображаться в статистике Центра конверсий и в отчётах Метрики



# Окно атрибуции конверсий

***i* Задаётся интервал, в течение которого данные о визите дополняются информацией о конверсии из Метрики**

Интервал — 21 день. Это значит, что визит не дополнится информацией о конверсии, если она совершена позже 21 дня с последнего визита пользователя на сайт

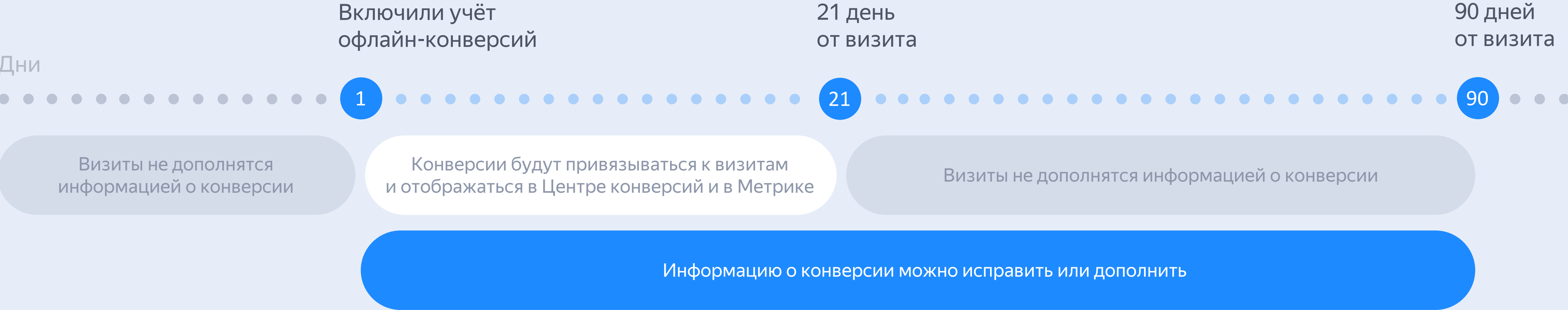




# Изменение информации о конверсии

***i*** Когда визит дополнится информацией о конверсии, у вас будет 90 дней, чтобы внести изменения

Подойдёт, если нужно изменить доход конверсии после выкупа и перевести статус конверсии из IN\_PROGRESS в PAID





05

# Разгон обучения

# Роль специалиста

раньше

Анализировать данные, искать закономерности и ставить ставки самостоятельно

сейчас

Скормить больше данных алгоритму

# Объём данных — краеугольный камень

- Для стабильного обучения каждой РК нужны собственные данные
- У каждой РК свои аппетиты
- Средний аппетит средней РК — 10 конверсий и 200 кликов в неделю
- При оплате за клики допустимы колебания целевых значений
- Амплитуда колебаний уменьшается по мере увеличения количества конверсий

| Отклонение от истинного значения |              |                |
|----------------------------------|--------------|----------------|
| Конверсии                        | Конверсия, % | Цена конверсии |
| 25                               | ± 20%        | ± 40%          |
| 100                              | ± 10%        | ± 20%          |
| 400                              | ± 5%         | ± 10%          |
| 2 500                            | ± 2%         | ± 4%           |
| 10 000                           | ± 1%         | ± 2%           |



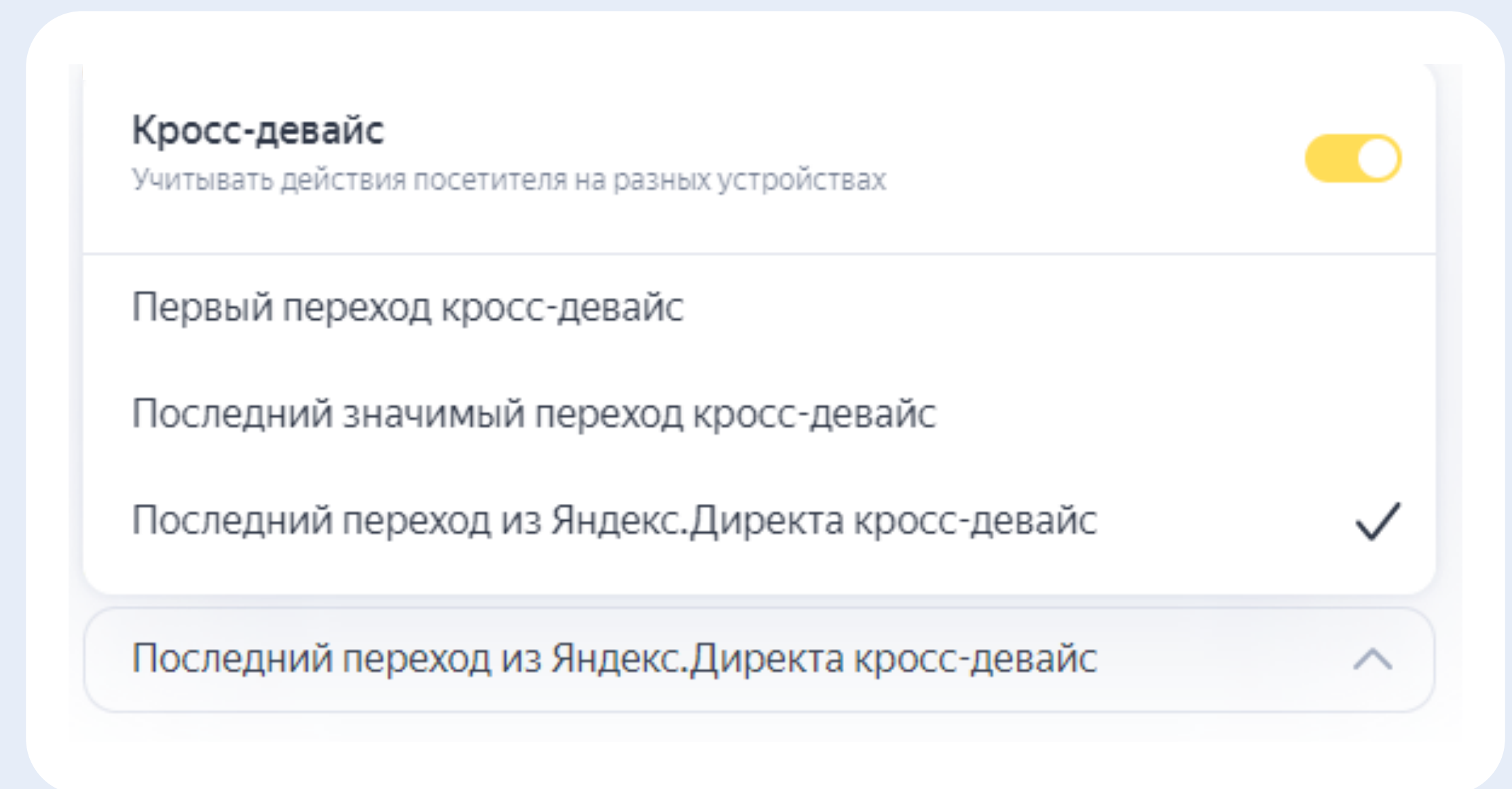
# Структура аккаунта

- Дробление кампаний размывает статистику
- Дробление всё ещё может быть уместно для выделения бренда на поиске, а также при использовании пакетных стратегий
- Переход на конверсионную стратегию предполагает пересмотр структуры аккаунта



# Модель атрибуции

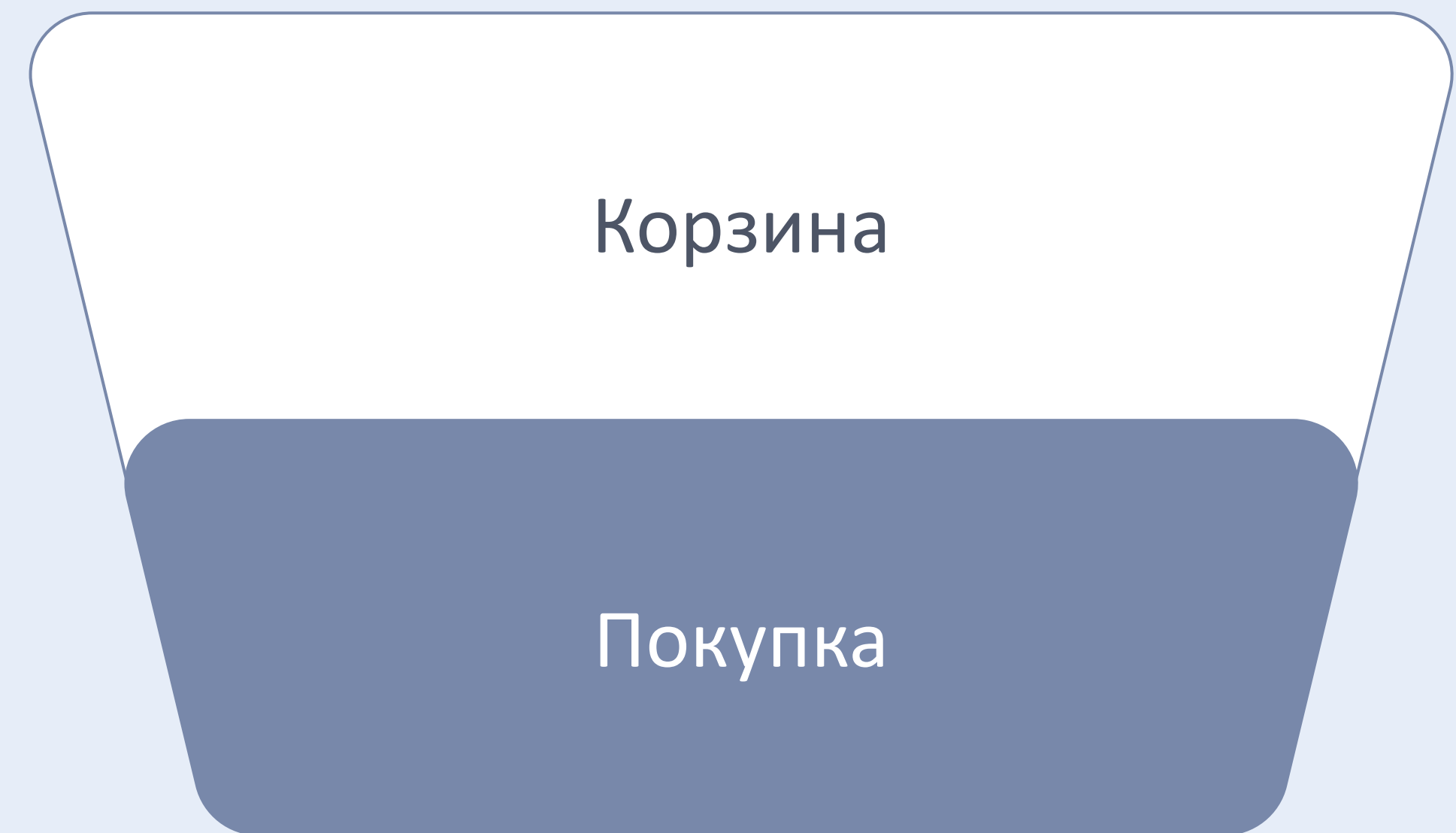
- Наибольший объём данных у модели атрибуции «Последний переход из Директа»
- Эффективность можно продолжать анализировать по старой модели, а крутить кампанию на новой
- Важно следить за долей конверсий, совершаемый по последнему переходу
- При оплате за конверсию и отложенных моделях атрибуции на разных платформах возможно повторное списание (закладываем в ценность)





# Воронка

Если данных по макроконверсии недостаточно — поднимаемся по воронке выше (берём коррелирующую микроконверсию)



# Набор целевых действий

- Доступен при выборе ограничения расхода по недельному бюджету и оплате за клики
- Также доступен при выборе ограничения расхода по ДРР (модель оплаты в этом случае может быть любая)

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За клики

Недельный бюджет

10 000 ₽

Ограничение расхода

Недельный бюджет

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

₽

×

194405617 • Ecommerce: добавление в корзину

860601

₽

×

Добавить цель

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За конверсии

Недельный бюджет

10 000 ₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов

Доля рекламных расходов от доходов

%

Счётчики Яндекс.Метрики

860601

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

3000860601 • Ecommerce: покупка

860601

Динамическая

×

194405617 • Ecommerce: добавление в корзину

860601

Динамическая

×

Добавить цель

Динамическая ✓

Задать вручную

# Конверсии из приложений

- Добавьте приложения в библиотеку Директа и укажите нужные цели в мобильном приложении
- Настройте передачу событий из мобильного трекера в Директ
- Настройте универсальные ссылки, которые маршрутизируют пользователя в приложение, если оно установлено, или трекерные ссылки
- Настройте рекламные кампании. Используйте события из приложения в оптимизации кампаний или ретаргетинге

Стратегия

Максимум конверсий ▾

С оплатой

За конверсии ▾

Недельный бюджет

10 000 ₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов ▾

Доля рекламных расходов от доходов

%

Счётчики Яндекс.Метрики ?

860601 ×

**Целевые действия и их ценность**

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика.  
Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

Покупка на сайте

860601

Динамическая ▾

×

Покупка в приложении

860601

Динамическая ▾

×

Добавить цель



# Составная цель

- Составная цель из 1 шага
- Доступные условия: просмотр URL и событие
- Не подходит для звонков и оффлайн-конверсий
- Можно задать tCRA для нескольких целей
- Не подходит для разных tCRA

**Тип условия\***

Количество просмотров    Посещение страниц    JavaScript-событие    **Составная цель**

Клик по номеру телефона    Клик по email    Отправка формы    Переход в мессенджер

Скачивание файлов    Поиск по сайту    Клик по кнопке    Переход в соц. сеть

Возвращение из платежной системы

Задайте до пяти шагов, которые должны быть последовательно выполнены во время одного визита. Шагами могут быть просмотры страниц или JavaScript-события. [Подробнее.](#) [Диагностика проблем.](#)

**Шаг 1**    Например, клик по кнопке «Оформить заказ»

Условие    событие: и... ▾    form    ×    ×

Код цели для сайта

ym(38677780,'reachGoal','form')    Скопировать код

или    url: содержит ▾    thank-you-page    ×    ×    +

Доход шага ⓘ       RUB

Добавить шаг

Добавить цель    Отмена

# Пример использования ДРР для не екома

- При ДРР 100% расход равен доходу, т.е. CPA равен ценности конверсии. Корректируя ценность конверсии, мы корректируем tCPA
- Можно выбрать несколько целей с разными ценностями
- Это аналог стратегии «Оптимизация конверсий», но для разных tCPA

Стратегия

Максимум конверсий ▾

С оплатой

За конверсии ▾

Недельный бюджет

10 000 ₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов ▾

Доля рекламных расходов от доходов

100 %

Счётчики Яндекс.Метрики ?

860601

×

Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика.  
Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

41876347 • Заказать звонок отправка формы +  
860601

1 000 ₽ ▾

×

41866717 • Нажатие на кнопку "Купить" из  
карточки товара  
860601

500 ₽ ▾

×

Добавить цель



# Структура аккаунта

В случае зависимых целей нужно пересчитать ценности, чтобы избежать дублирования доходов

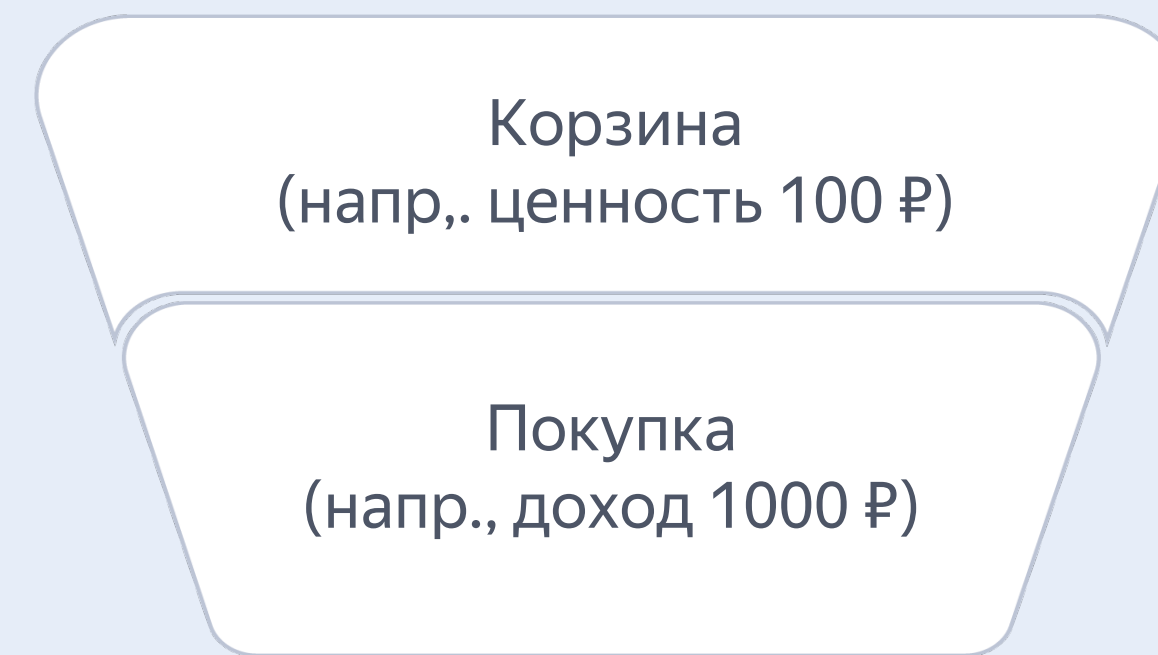
## Независимые цели (цели одного уровня)

Одинаковая ценность



## Зависимые цели — воронка с главной целью

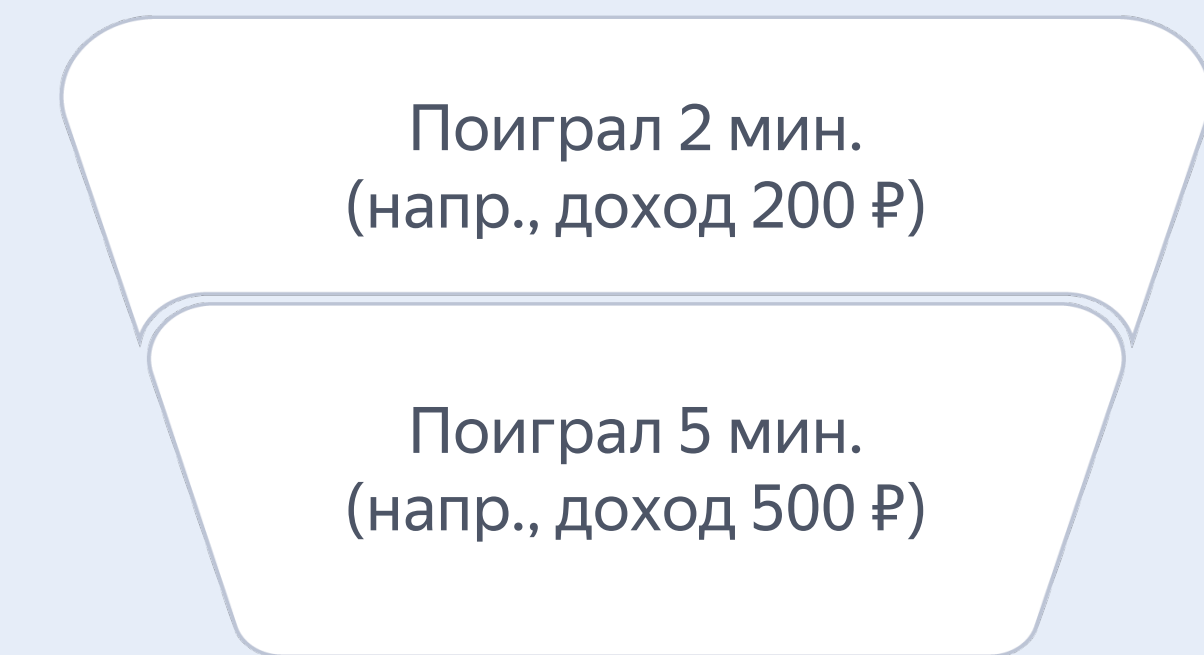
Распределяем веса



Перераспределите вес в сторону целей, данных по которым достаточно.  
Например, «Корзина» — 0,6, «Покупка» — 0,4. Тогда в КЦ задаём ценность «Покупки» 600 ₽ ( $0,6 \times 1\,000\,₽$ ) и ценность «Корзины» 40 ₽ ( $0,4 \times 1\,000\,₽ / 10$ ). Веса можно подбирать в процессе размещения.

## Зависимые цели — воронка без главной цели

Из последующей вычитаем предыдущую



Из каждой следующей ценности вычитаем предыдущую.  
Например, ценность для КЦ «Поиграл 5 мин.» =  $500\,₽ - 200\,₽ = 300\,₽$



# Оптимизация на цели без доступа к счётчику

## Ключевые отличия от обычной интеграции

- При выборе цели в настройках стратегии недоступна статистика по цели в Метрике, отображается только цветовой индикатор
- Нельзя выбрать цель в настройках ретаргетинга
- Нельзя выбрать цели в настройках сегмента Аудиторий
- В отчёте Директа доступна статистика с конверсиями по целям, выбранным в настройках стратегии (без учёта статистики по невыбранным)

### Цели

Цели позволяют отслеживать важные события на сайте: клики на кнопки, просмотры определенных страниц, скачивание файлов, отправку форм и многие другие. На одном счетчике может быть до 200 целей — [автоцели](#) не учитываются.

☒ Разрешить в рекламных кампаниях оптимизацию по целям без доступа к счетчику 

Добавить цель

Автоматические цели 

Конверсионные 11

Ретаргетинговые 3

|                                                                                       | Название цели                                                                                                       | Описание                   | Номер цели |                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 1  Оформление заказа           | url совпадает: /checkout   | 22241180   |   |
|  | 2  Переход к оформлению заказа | идентификатор: ordering    | 31027867   |   |
|  | 3  Добавление товара в корзину | идентификатор: add to cart | 31027870   |   |

06

# Перезапуск обучения

# Что перезапускает обучение

- Смена стратегии (включая смену ограничения расхода с недельного бюджета и tCRA/fixCRA на tDPP/fixDPP)
- Смена модели атрибуции
- Остановка кампаний более 7 дней
- Смена или удаление цели, в т.ч. изменение целевых действий при оптимизации по «Все ключевые цели»

## Стратегия

Название

VCH

### Стратегия обучилась

Не меняйте настройки без необходимости

**5837.86 ₽**

Средняя цена конверсии

—

Коэффициент конверсии (CR)

**86**

Конверсий за неделю

Стратегия

Максимум конверсий ▼

С оплатой

За клики ▼

Недельный бюджет

500 000 ₽

Ограничение расхода

Недельный бюджет ▼

Счётчики Яндекс.Метрики ?

16914655 ×



# Что может влиять на процесс обучения

- Смена бюджета
- Смена tCPC, tCPA, tDPP
- Смена ценности целевых действий
- Массовое добавление новых ключевых слов
- Массовое переписывание объявлений
- Смена гео (в том числе включение или исключение расширенного географического таргетинга)
- Смена расписания показов
- Смена состава конкурентов (особенно в РСЯ, где конкуренция идёт не только в своей нише)
- Подключение новых площадок

### Расписание показов ?

Часовой пояс: Россия, Москва

Почасовая настройка ☐

Включить управление ставками ☐

Корректировки ставок доступны только при выборе стратегии «Ручное управление ставками с оптимизацией»

|    | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Пн | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Вт | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Ср | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Чт | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Пт | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Сб | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |
| Вс | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |

Ежедневно, круглосуточно Будни, круглосуточно Рабочее время

Учитывать рабочие выходные ☒

Объявления будут показываться в рабочий выходной по расписанию соответствующего ему рабочего дня

В праздничные дни

По расписанию соответствующего дня недели

07

Выводы



# Выводы

- ✓ В новом блоке доступно 3 стратегии — максимум кликов с ручными ставками, максимум кликов и максимум конверсий, а ключевые цели теперь называются целевыми действиями
- ✓ В новом разделе «центр конверсий» можно загружать все данные по целям со всех этапов воронки, собирать по ним статистику и использовать в стратегиях управления ставками
- ✓ Разгон обучения зависит от объема данных, который можно нарастить укрупнив кампании, изменив модель атрибуции, использовав микроконверсии, набор целевых действий, составные цели и/или стратегию с tDPP/fixDPP
- ✓ Обучение стратегий гарантированно перезапускается при смене стратегии, модели атрибуции, остановке кампаний более чем на 7 дней, смене или удалении целевых действий





# Спасибо!

Андрей Дёмин  
Эксперт по обучению  
Яндекс Рекламы



Следите за анонсами  
[yandex.ru/adv/edu/events](https://yandex.ru/adv/edu/events)