

Я Реклама

# Поисковый автотаргетинг

Больше конверсий в поиске Яндекса

Андрей Дёмин  
Эксперт по обучению Яндекс Рекламы



# План

- 01** Принципы работы поискового автотаргетинга
- 02** Этапы обновления поискового автотаргетинга
- 03** Новые инструменты
- 04** Управление поисковым автотаргетингом
- 05** Ньюансы и вопросы

01

# Принципы работы поискового автотаргетинга

# Что такое поисковый автотаргетинг

Технология, которая без ключевых фраз подбирает объявления для показа по поисковым запросам

Автотаргетинг определяет, соответствует ли поисковый запрос объявлению

Для этого он анализирует:

- информацию в первом заголовке и тексте объявления
- контент сайта (без учёта HTML-тегов и микроразметки)

**i** В основе технологии — нейросеть, которая постоянно обучается на миллионах рекламных объявлений и запросов пользователей в поиске Яндекса

Подробнее [по ссылке](#)

## Доставка цветов в Москве 24 часа

 **flowersnearby.ru** реклама

Заказать букет цветов с доставкой на дом. Свежие цветы каждый день.



★★★★★ 4,5 из 5 55 отзывов

Россия, Москва, улица Льва Толстого, 16,  
· м. Парк Культуры

[Ассортимент](#) [Доставка цветов](#) [Контакты](#)

# Какие задачи решает автотаргетинг

01

---

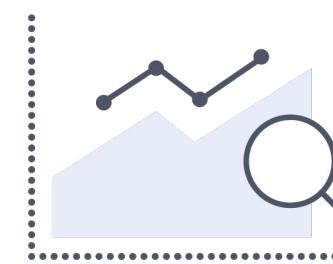
Помогает быстро  
запустить рекламу  
без детальной проработки  
семантического ядра



02

---

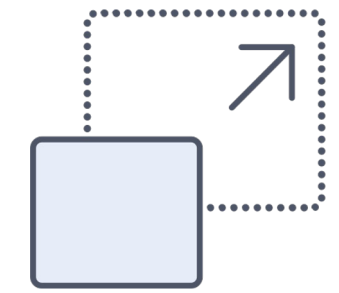
Позволяет охватить  
дополнительные запросы,  
которые не были учтены  
ключевыми фразами



03

---

Приносит дополнительные  
конверсии







## Кампании, в которых работает автотаргетинг

### По умолчанию

- Мастер кампаний
- Товарная кампания
- Динамические объявления
- Реклама мобильных приложений

### Опционально

Текстово-графические объявления

- i** с ближайшим обновлением станет работать по умолчанию

# Эффективность

# 70%

Клиентов Яндекс Директа используют автотаргетинг в рекламных кампаниях



# 25%

Конверсий приносит автотаргетинг в Поиске

# ▲ +10%

Конверсий в рамках CPA в среднем приносит подключение автотаргетинга по категории Целевых запросов

КЕЙС: SUNLIGHT

# Как ювелирная сеть в 11 раз увеличила доход от поисковых кампаний категории «Украшения с бриллиантами»

## ★ Клиент

SUNLIGHT — российская сеть мультибрендовых ювелирных магазинов

## 📅 Период

7 апреля – 4 мая 2023 года

## 🚩 Задача

Увеличить количество продаж в категории «Украшения с бриллиантами»

## ✅ Решение

Вместе с агентством Registratura.ru во всех группах объявлений всех тексто-графических кампаний с показами в Поиске по категории «Украшения с бриллиантами» подключили автотаргетинг по всем категориям запросов. Кампании объединили в пакетную стратегию «Максимум конверсий», чтобы она лучше обучалась и сохранила эффективность

[Подробнее о кейсе](#)

РЕЗУЛЬТАТ

# в 11 раз

Вырос доход по выделенным кампаниям за период эксперимента



## 84%

Покупок принёс автотаргетинг



## 90%

Конверсий автотаргетинга принесли целевые запросы





02

# Этапы обновления ПОИСКОВОГО автотаргетинга

# Обновление поискового автотаргетинга

Осенью 2023 года автотаргетинг станет обязательной настройкой в новых ТГО-кампаниях на Поиске

## 1 этап

Автотаргетинг станет обязательной настройкой в каждой группе объявлений тексто-графических кампаний на Поиске

- i** Должна быть включена минимум одна категория автотаргетинга
- i** Максимальную точность обеспечат **целевые запросы**: они предельно соответствуют объявлениям
- i** Если нужно более гибко управлять кампаниями, можно выбрать другую категорию

# Второй этап обновления автотаргетинга

Далее автотаргетинг станет обязательной настройкой в уже запущенных кампаниях

## 2 этап

В настройках группы появятся настройки, рекомендованные системой: только целевые запросы, упоминание бренда на основе анализа объявлений. Дальше можно:

- 1 Ничего не делать. Указанные настройки включатся при обновлении. При ручном управлении для автотаргетинга будет рассчитана автоставка, если рекламодатель не задал иную
- 2 Скорректировать настройки автотаргетинга, но не включать. Система их запомнит и включит при обновлении
- 3 Заранее подключить автотаргетинг в каждой группе в тексто-графических объявлениях в поиске и задать нужные настройки — при обновлении ничего не изменится и они продолжают работать

03

# Новые инструменты






# Изменения в интерфейсе

- Целевые запросы будут разделены на две категории: Целевые запросы и Узкие запросы
- Если у вас была включена категория Целевые запросы, в интерфейсе Директа будут включены две категории: узкие и целевые.
- Категория автотаргетинга Запросы с упоминанием конкурентов будет удалена
- Конкурентные запросы можно будет включить в разделе Упоминание бренда в запросах
- Если у вас была выбрана только категория «Запросы с упоминанием конкурентов», настройка автоматически поменяется на все категории запросов автотаргетинга + «Запросы с упоминанием бренда конкурентов»

## 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



# Новая структура категорий автотаргетинга

## Целевые запросы

Объявление точно отвечает на запросы пользователя

01

## Узкие запросы

Запрос пользователя более узкий, чем объявление

02

## Широкие запросы

Запросы с интересом к продукту, примером которого является рекламное предложение

03

## Альтернативные запросы

Поиск продукта, который можно заменить рекламируемым

04

## Сопутствующие запросы

Запросы по продуктам, которые могут быть интересны вместе с рекламируемым товаром или услугой

05

# Примеры запросов для интернет-магазина

Зеленые платья

[магазин-солнышко.рф](#)

Реклама • Новая коллекция. Удобный сервис. Гарантия качества

купить зелёное платье



➤ Целевые запросы

купить зелёное платье с принтом



➤ Узкие запросы

женская одежда



➤ Широкие запросы

купить красное платье



➤ Альтернативные запросы

какие платья сейчас в моде



➤ Сопутствующие запросы

# Примеры запросов для финансов

Взять займ онлайн — на нашбанк.ру

[nashbank.ru](https://nashbank.ru)

Реклама | Получите займ онлайн.  
От 0% в день. Без справок  
и проверок

взять займ онлайн



➤ Целевые запросы

взять займ онлайн без процентов



➤ Узкие запросы

найти денег в долг



➤ Широкие запросы

кредитная карта



➤ Альтернативные запросы

займы отзывы



➤ Сопутствующие запросы

# Примеры запросов для недвижимости

Купить квартиру в новостройке в Москве

[kvartiriy-ot-zastroysnika.ru](https://kvartiriy-ot-zastroysnika.ru)

Реклама · Большой выбор квартир  
стоимостью от 3,6 млн ₽

купить квартиру от застройщика



➤ Целевые запросы

купить однокомнатную квартиру  
в новостройке



➤ Узкие запросы

недвижимость в москве



➤ Широкие запросы

купить вторичку в москве



➤ Альтернативные запросы

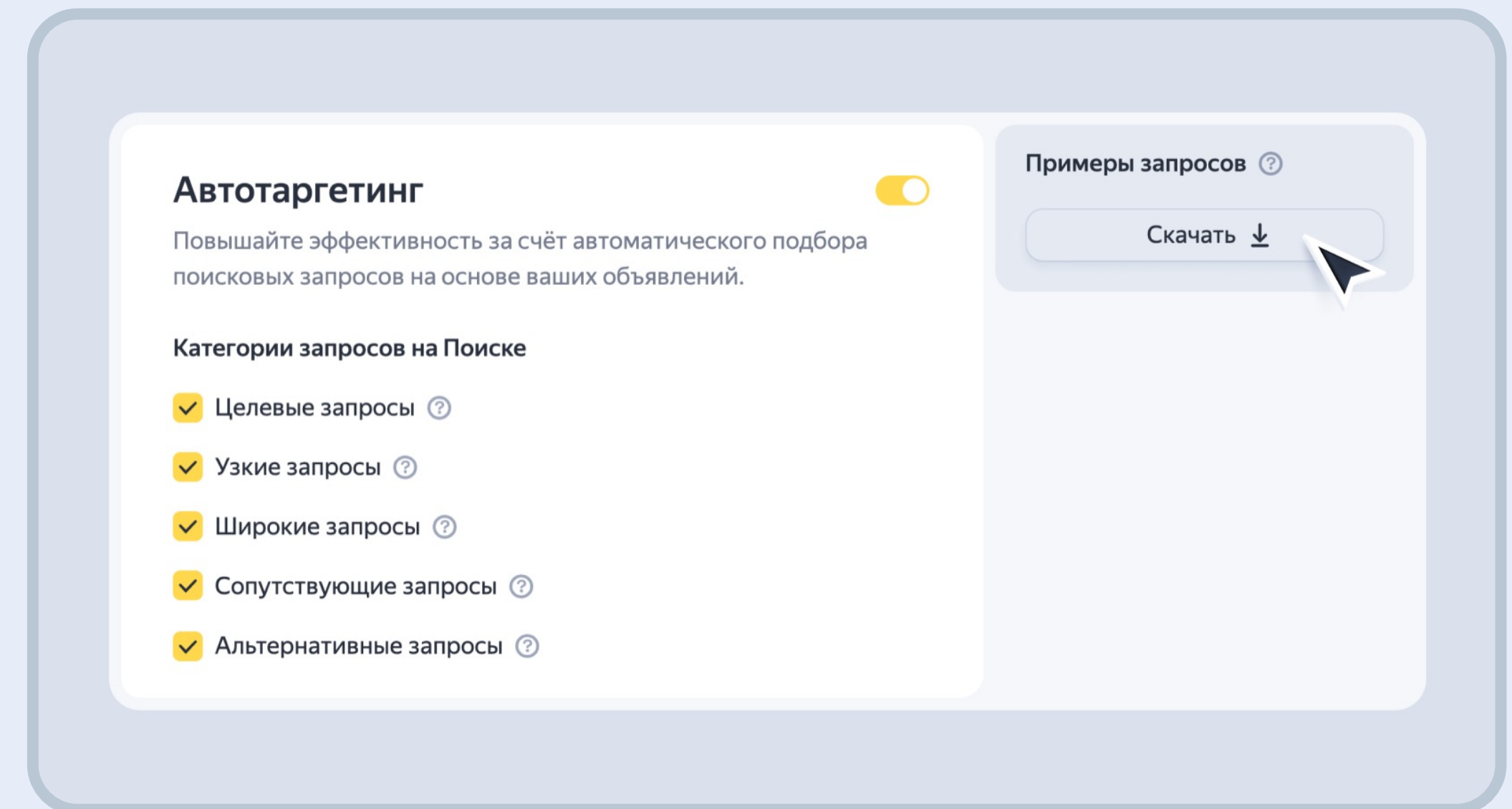
калькулятор ипотеки онлайн



➤ Сопутствующие запросы

# Расширенное превью автотаргетинга

- На странице редактирования группы объявлений появилась возможность скачать файл с примерами запросов:
  - Файл формируется с учётом заданных текстов, заголовков и ссылок объявлений, настроек упоминания бренда и минус-фраз
  - Файл обновляется, когда вы изменяете настройки без их сохранения, и содержит информацию о запросах во всех категориях. Опирайтесь на неё, чтобы выбрать подходящую категорию и дополнить список минус-фраз





# Управление упоминанием бренда в запросах автотаргетинга

## Упоминание бренда в запросах

Теперь есть возможность разделить поисковый трафик на брендовый и небрендовый, чтобы отдельно управлять ставками и целевой CPA

Упоминание бренда в запросах в Поиске

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

## В превью — примеры запросов, подобранных с учётом упоминания бренда

- **Запросы с упоминанием бренда** для спортивного магазина «Атлет»: «купить кроссовки атлет», «футболки для спорта атлет»
- **Запросы с упоминанием брендов конкурентов** — «кроссовки все для спорта», «футболки спортивная индустрия»
- **Без упоминания бренда** — «недорогие кроссовки», «купить тренажёр»

# Автоматическая ставка



Рассчитывается как средневзвешенное значение ставки в группе по кликам до применения корректировок и не может превышать максимальную ставку в группе по одной из ключевых фраз

- Автоматическую ставку в любой момент можно заменить на ручную:
  - В интерфейсе Директа на странице кампании, во вкладке «Ставки и фразы»
  - Через Мастер ставок
  - Через Коммандер
  - С помощью API

Кампании 1 Группы Объявления Ставки и фразы Фильтры фидов Ретаргетинг и аудитории

Добавить фразы Искать по названию

<input type="checkbox"/>	Ключевые фразы	№	Ставка, ₽	Трафик
	Итого			
<input type="checkbox"/>	химчистка москва · 1 минус-слово	№ 41400503974	5,20	ОБЪЕМ РЫНКА 160 100 75 15 5
<input type="checkbox"/>	--автотаргетинг	№ 41400499825	Авто	-
<input type="checkbox"/>	химчистка одежд	№ 41400496207		

### Ставка

Без учёта корректировок

Автоматическая ставка ^

Ручная ставка

Автоматическая ставка ✓

Сохранить Отмена

04

**Управление  
ПОИСКОВЫМ  
автотаргетингом**

# Инструменты управления автотаргетингом

Заголовки, тексты,  
посадочные страницы



Категории запросов  
и расширенное превью



Упоминание бренда



Минус-фразы



Целевые показатели  
в автоматических  
стратегиях



Ручное управление  
ставками и автоставка



# Влияние объявлений

При оценке соответствия запроса объявлению автотаргетинг учитывает следующую информацию:

- Свойства, влияющие на основные функции рекламируемого объекта
- Свойства, указанные в объявлении для сужения охвата
- Свойства, упомянутые в запросе пользователя (за исключением желаемого места покупки)
- Свойства, которые пользователь учитывает по умолчанию

## Примеры

<b>Тип продукта или модель техники</b>	одежда, ноутбук, спортивные тренировки
<b>Целевая аудитория</b>	женщины, дети, спортсмены
<b>Ценовой сегмент или условия покупки</b>	элитный клубный дом, ЖК бизнес-класса, ЖК эконом-класса; названия премиальных брендов



# Влияние объявлений

- Формулировки заголовков имеют приоритет над формулировками текстов и посадочными страницами
- Чем больше объявлений в группе, тем больше разных запросов потенциально можно охватить.  
Это важно учитывать при создании Мастера кампаний, Товарной кампании и динамических объявлений из-за специфики генерации объявлений
- Когда разные объявления собраны в одной группе, один и тот же запрос может падать в разные категории.  
Детальную статистику лучше смотреть по объявлениям, а не по группам

## Варианты заголовков \* ?

Будут чередоваться, эффективные будут показываться чаще

Ювелирный магазин Viva la Vika



Ювелирные украшения



Ювелирные магазины - Viva la Vika



Viva la Vika - ювелирный магазин



Ювелирные магазины



## Варианты текстов объявлений \* ?

Будут чередоваться, эффективные будут показываться чаще

Украшения на любой вкус на нашем сайте



Viva la Vika - ювелирный магазин трендовых украшений



Широкий ассортимент трендовых украшений

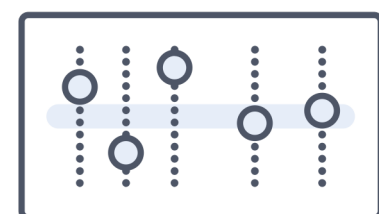


# Возможности управления ставками

## 01

---

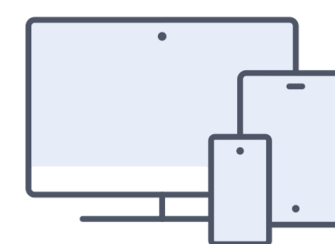
При ручной стратегии —  
ручные ставки



## 02

---

При ручной стратегии —  
**автоматические ставки**



## 03

---

При автоматической  
стратегии — ставками  
управляет стратегия





# Советы по настройке стратегий

## АВТОСТРАТЕГИИ

Проверить:

- Целевые действия
- Целевые CPA и ДРР
- Недельный бюджет

+

## РУЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Проверить:

- Целевые действия и их ценность
- Дневной бюджет
- Ставки для автотаргетинга

+



05

# Нюансы и вопросы

# Важная информация в запросе и объявлении

- 01** Важная информация может присутствовать в запросе или объявлении неявно  
Объявление рекламирует мужские брюки Adidas: из бренда следует, что брюки спортивные
- 02** Неупоминание важной характеристики в объявлении может означать её отсутствие у предлагаемого решения  
Объявление рекламирует пылесос Samsung: если в объявлении не указано, что пылесос моющий, почти наверняка он не моющий
- 03** В редких случаях неупоминание важной характеристики в запросе может означать, что пользователю нужны только предложения без этой характеристики  
Пользователь задал запрос «кафе»: кафе для свадеб ему не нужны



# Подходит ли объявление под запрос?



## По умолчанию понятно, что объявление не подходит под запрос

- Объявление рекламирует **кафе для свадеб** на запрос **кафе**. Задача пользователя с таким запросом — просто поесть в заведении общепита, свадьбы к этой задаче отношения не имеют
- Объявление рекламирует **магазин детской одежды** на запрос **одежда**. Под таким запросом (см. выдачу) обычно подразумевается одежда для взрослых
- Объявление рекламирует **промышленный пылесос** на запрос **пылесос**. По выдаче ясно, что ищут пылесос для уборки дома

**i** Писать в объявлениях, что кафе не для свадеб, одежда не для детей, а пылесос не для дома не нужно. Во всех этих случаях объявления не должны показываться по умолчанию



## По умолчанию понятно, что запрос подходит

РО о приложении по проверке штрафов ГИБДД на запрос **проверка штрафов** — это **целевой запрос**. Если посмотреть поисковую выдачу по запросу, можно убедиться, что запрос именно о штрафах ГИБДД

**i** Такая информация в объявлении важна и может повлиять на оценку ширины запроса

# Важность геолокации в объявлении

## Упоминание региона не влияет на оценку ширины запроса

РО	снять квартиру на ЦИАН
Запрос	снять квартиру пермь
Оценка	целевой запрос

---

**i** Для охвата подобного запроса не требуется включать галочку в категории «Узкие запросы»

## Упоминание гео может влиять на категорию поискового запроса

РО	купить квартиру в бутово
Запрос	купить квартиру в бирюлёво
Оценка	альтернативный запрос

---

**i** Указание гео в объявлении и одновременный выбор категории «Целевые запросы» позволит не показываться по нерелевантным объявлениям



# Частные случаи

- Розничное предложение — не альтернатива оптовому. Оптовые предложения могут показываться только на запросы с явным упоминанием покупки оптом. Или если это следует из выдачи
- Аренда и покупка не альтернативны друг другу
- Если рекламодатель продает б/у товар, но не уточняет это в объявлении или на сайте, то товар считается новым. Если объявление явно указывает, что товар б/у, то запросы по новым товарам будут альтернативными. Для новых товаров запрос про б/у — альтернативный
- Рассрочка или кредит в запросе — важная характеристика. Если в объявлении её нет, то объявление не должно показываться. При этом бренд рекламодателя зачастую подразумевает наличие рассрочки или кредита по своим товарам
- Если пользователь ищет услугу, оказываемую круглосуточно, то объявления о не круглосуточных услугах не будут показаны автотаргетингом. Если пользователь не указал «круглосуточно», а в объявлении это указано, эта характеристика не является важной информацией, но может повлиять на решение о покупке

# Рекомендации

- Подбор поисковых запросов производится на основе заголовка, текста объявления, контента посадочной страницы. Объявление имеет приоритет над контентом сайта
- Для правильного подбора запросов указывайте в объявлении всю важную информацию: тип продукта и модель, целевую аудиторию, ценовой сегмент, условия покупки, гео
- Для максимальной релевантности автотаргетинга подобранным ключам нужно выбирать «Целевые запросы»
- При продвижении конкретных товарных позиций в заголовках и текстах стоит избегать широких формулировок, которые могут привести к показам по широким запросам.
- Брендowymi запросами считаются те, по которым этот же рекламодатель идёт первым в органической выдаче или является непосредственным производителем
- Не делайте слишком разные объявления в одной группе. Они могут охватить разные поисковые запросы

# Выводы

# Подходы в охвате поисковых запросов

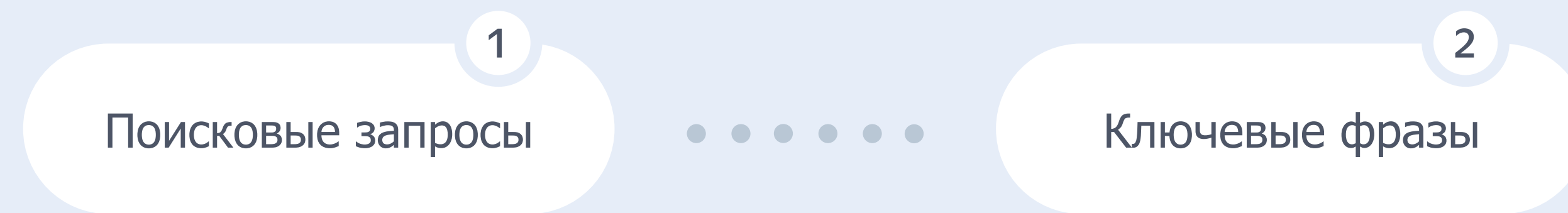
Классический подход к запуску рекламы в Поиске

1

Поисковые запросы

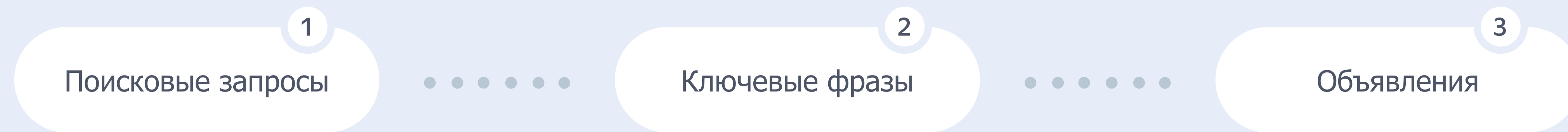
# Подходы в охвате поисковых запросов

Классический подход к запуску рекламы в Поиске



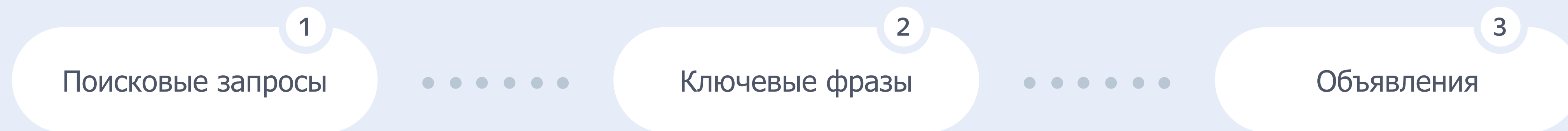
# Подходы в охвате поисковых запросов

Классический подход к запуску рекламы в Поиске

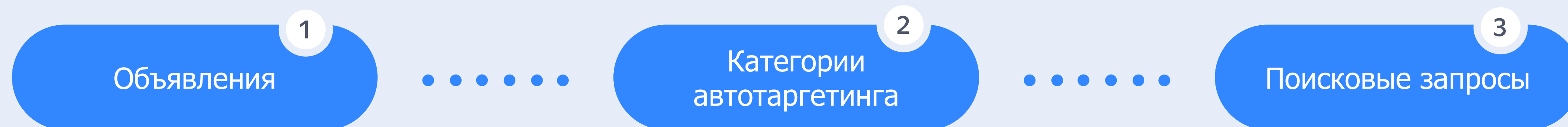


# Подходы в охвате поисковых запросов

Классический подход к запуску рекламы в Поиске



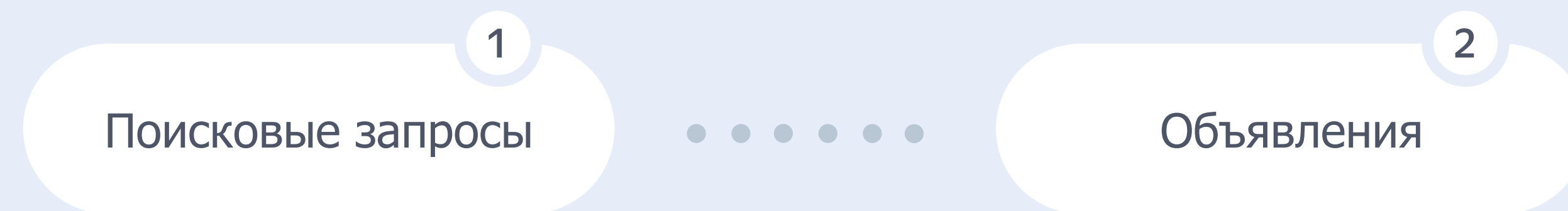
Новый подход с развитием автотаргетинга



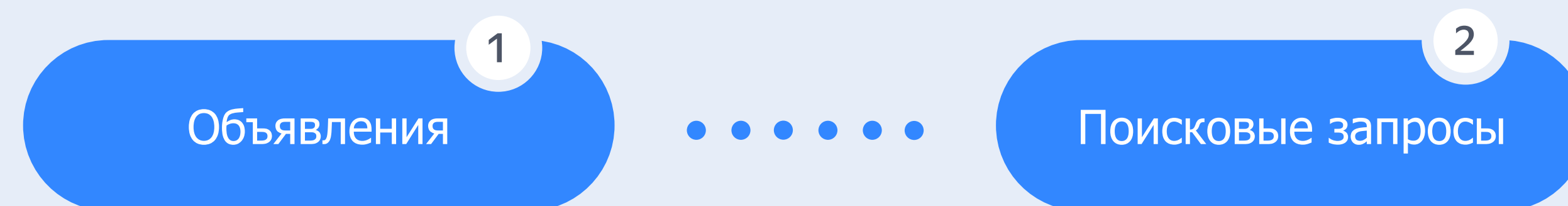


# Подходы в охвате поисковых запросов

Классический подход к запуску рекламы в Поиске



Новый подход с развитием автотаргетинга



# Рекомендации для работы с автотаргетингом

Заранее определите настройки автотаргетинга и подключите во всех ТГО-кампаниях

- Максимально чётко описывайте товар или услугу в заголовке и тексте объявления
- Подбирайте релевантные посадочные страницы

01

- Придерживайтесь структуры  
1 группа = 1 свойство товара/услуги
- Создавайте несколько объявлений в группе, чтобы описать свойство с разных сторон и дать автотаргетингу больше сигналов для правильного подбора аудитории

02

- Заранее добавляйте минимум одну категорию автотаргетинга в каждую группу объявлений в существующих текстово-графических кампаниях в Поиске.
- Рекомендуем начать с категории Целевых запросов

03

Проверьте настройки стратегий в кампаниях: выбранные цели и установленные для них значения стоимости

04

Анализируйте эффективность автотаргетинга в Мастере отчётов → срез «Тип условия показа»

05

- Анализируйте подобранные автотаргетингом фразы в превью и отчёте «Поисковые запросы».
- Добавляйте нерелевантные запросы в список минус-фраз

06

# Вопросы и ответы



## Яндекс Реклама | Обучение

@YandexADV 115 тыс. подписчиков 1,4 тыс. видео

Вы подписаны

Добро пожаловать! Это официальный канал Яндекса о рекламе — зд... >

ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

SHORTS

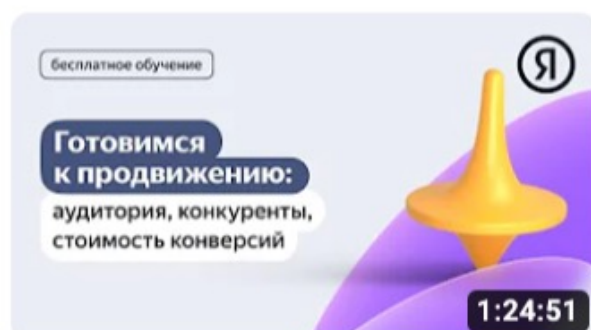
ТРАНЛЯЦИИ

ПЛЕЙЛИСТЫ

СООБЩЕСТВО

КАНАЛЫ

О КАНАЛЕ



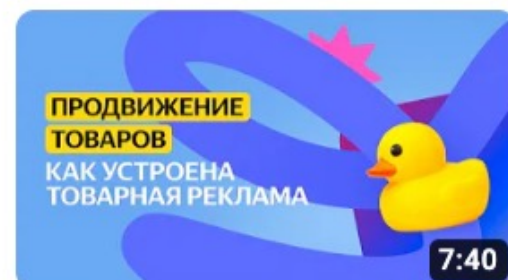
### Готовимся к продвижению: целевая аудитория, конкуренты, стоимость конверсий

Яндекс Реклама | Обучение 8 тыс. просмотров • Трансляция закончилась 1 месяц назад

На этом вебинаре изучим: — как анализировать целевую аудиторию — как собрать досье на конкурентов — как...

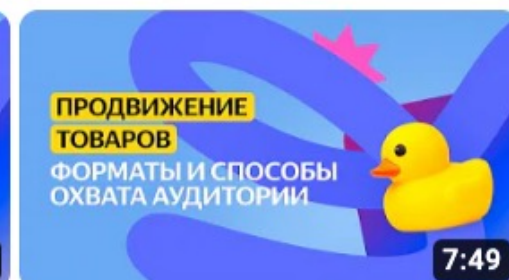
### Продвижение товаров в интернете | Курс Яндекса ▶ Воспроизвести все

Это курс для тех, кто продаёт и продвигает товары. Вы узнаете, как получать заказы даже при небольшом бюджете, платить только за покупку и анализировать результаты. Эксперт...



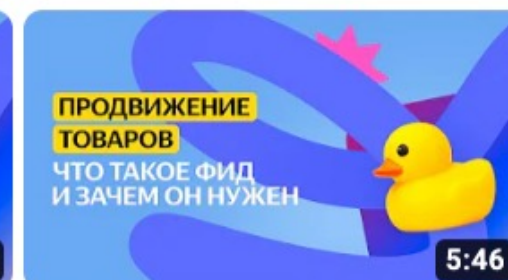
#### Как устроена товарная реклама | Продвижение...

Яндекс Реклама | Обучение 10 тыс. просмотров • 9 месяцев назад



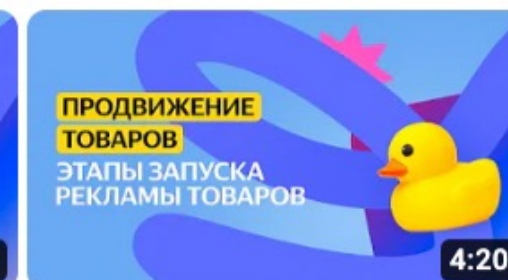
#### Форматы и способы охвата аудитории | Продвижение...

Яндекс Реклама | Обучение 6,1 тыс. просмотров • 9 месяцев назад



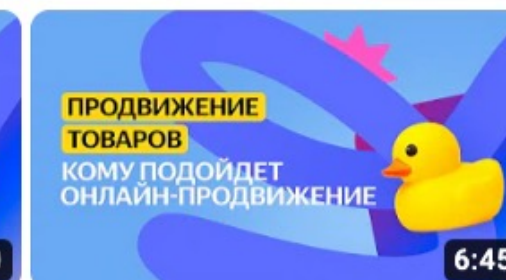
#### Что такое фид и зачем он нужен | Продвижение...

Яндекс Реклама | Обучение 6,9 тыс. просмотров • 9 месяцев назад



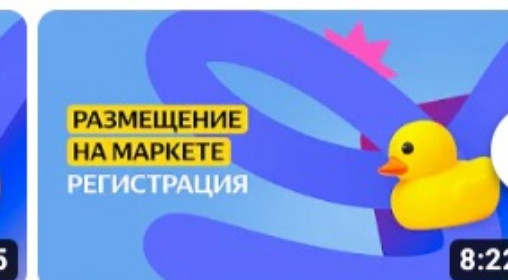
#### Этапы запуска рекламы товаров | Продвижение...

Яндекс Реклама | Обучение 3,3 тыс. просмотров • 9 месяцев назад



#### Кому подойдёт онлайн-продвижение |...

Яндекс Реклама | Обучение 2,7 тыс. просмотров • 9 месяцев назад



#### Регистрация | Размещение на Маркете

Яндекс Реклама | Обучение 3,9 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

### Курс Яндекса про Директ | Старт ▶ Воспроизвести все

Учитесь настраивать рекламные кампании у экспертов Яндекса. Базовый курс поможет



Подписывайтесь на канал



Я Реклама

# Успешных рекламных кампаний!

Андрей Дёмин

Эксперт по обучению Яндекс Рекламы



Регистрируйтесь  
на бесплатный курс  
«Яндекс про Директ 2.0»