



# Единая перфоманс-кампания для e-commerce

Как использовать на максимум

# Мариам Оганесян

- **Эксперт Яндекс Рекламы**
- **Более 7 лет** запускаю контекстную рекламу для интернет-магазинов
- **Сооснователь агентства Adgasm.io**
- **Автор телеграм-канала о Директе:** эфиры, инструкции и новости для опытных специалистов по рекламе



# План вебинара

## Теория

**01** Ключевые настройки ЕПК

## Практика

**02** Трансформация привычных типов кампаний в ЕПК:

- Запуск Текстово-графических объявлений через ЕПК
- Запуск Смарт-баннеров через ЕПК
- Запуск Динамических объявлений через ЕПК

## Теория

**03** Самостоятельное обновление кампаний до ЕПК

01

# Ключевые настройки ЕПК

# Режимы создания кампаний



Автоматический режим   Мастер кампаний   Режим эксперта

## Расширенные инструменты для профессиональных маркетологов

### Единая перфоманс-кампания



Покажем рекламу в Поиске, на сайтах Рекламной сети, в телеграм-каналах и Яндекс Картах



Рекламируйте услуги и товары, представленные на сайтах, маркетплейсах или в соцсетях



Можно заводить объявления вручную, а также генерировать по фиду или на основе сайта

### Установки и конверсии в приложении



Оплата за установки и действия пользователей в приложениях на iOS и Android

### Заметность в поиске Яндекса



Баннер справа от результатов Поиска с оплатой за переходы

### Охват аудитории



Форматы для широкого охвата, узнаваемости бренда и формирования имиджа компании

### Продвижение профиля на Услугах



Продвижение профиля в результатах поиска на Яндекс.Услугах и Поиске Яндекса



ЕПК создается  
в режиме  
Эксперта

# Структура кампании

## Уровень кампании

Места показа

## Уровень группы

Таргетинги

## Уровень объявлений

Объявления

## Создание кампании

Новая кампания

## Настройки кампании

Целевая аудитория

Объявление

## Единая перфоманс-кампания

Кампания № 113803743

Настройки кампании

☑ Люстры

Группа № 5484183542

☑ Люстры от производителя.

Бесплатная доставка от 5 000 ₽!

Большой выбор стильных потолочных и подвесных люстр от 80 мировых брендов света № 16439319887

# Структура кампании

Уровень кампании

ГДЕ?

Уровень группы

КОМУ?

Уровень объявлений

ЧТО?

Создание кампании

Новая кампания

Настройки кампании

Целевая аудитория

Объявление

Единая перфоманс-кампания

Кампания № 113803743

Настройки кампании

☑ Люстры

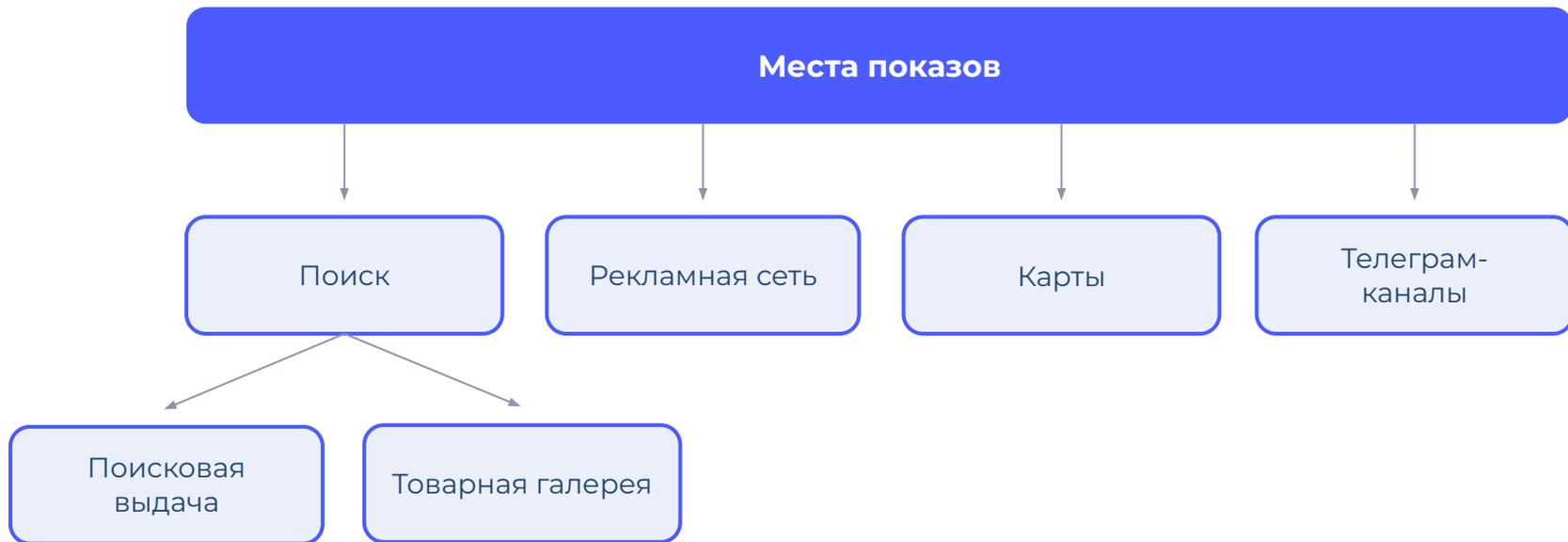
Группа № 5484183542

☑ Люстры от производителя.

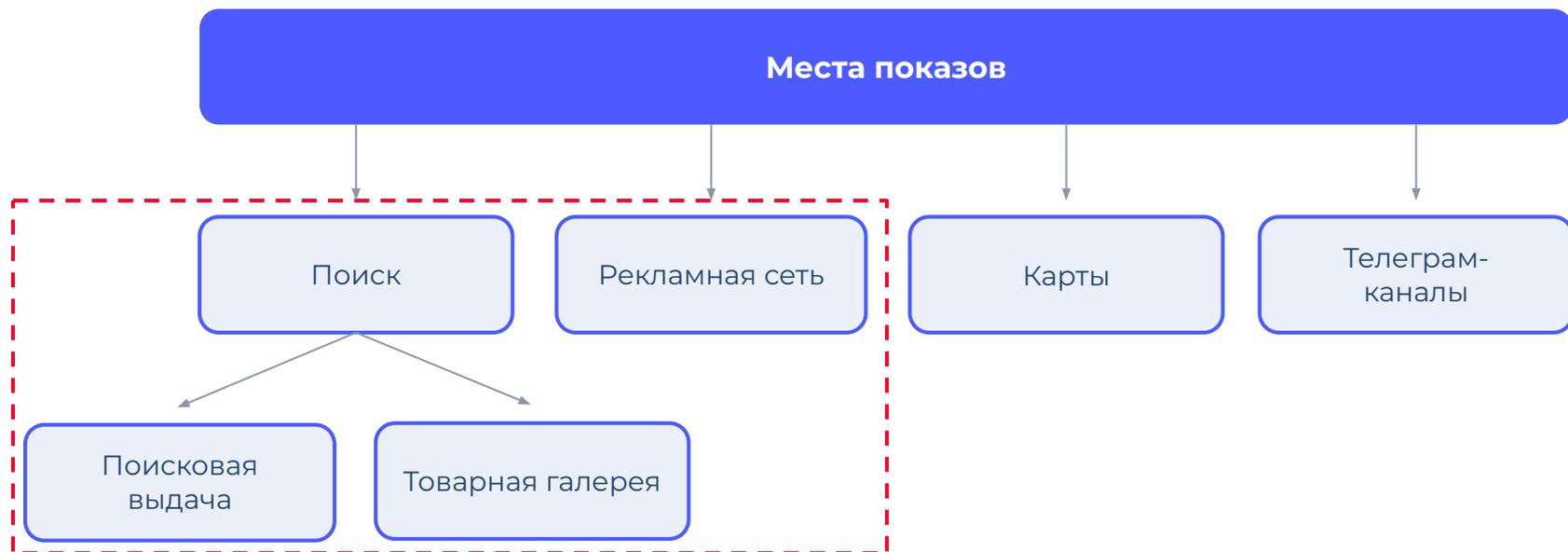
Бесплатная доставка от 5 000 ₽!

Большой выбор стильных  
потолочных и подвесных люстр от  
80 мировых брендов света  
№ 16439319887

ГДЕ?



ГДЕ?



В рамках вебинара рассмотрим эти места показа

# Как выглядит реклама в разных местах показа

## Поисковая выдача

Я магазин света adgasm elama

поиск картинки видео карты товары переводчик все

**Гипермаркет освещения Adgasm-Elama. Скидки до -60%!**  
adgasm.io · Гипермаркет-освещения... Реклама ⭐ 4,9  
Доставка 0 ₽ от 3 000 ₽. Срок 1-3 дня. Гарантируем цены производителей - Гарантия 3 года. Шоурум 1 000 м². Оплата при получении. 22 года на рынке. Доставка по РФ. 2 850 пунктов выдачи. Новинки 2024 года. Доступные цены  
Контактная информация · +7 (495) 266-XX-XX Показать · ежедневно 9:00-21:00 · м. Улица 1905 года · Москва

<b>Шоурум</b> Самый большой шоурум света в Москве — ждём вас в гости	<b>Скидки до -60%</b> Распродажа освещения: специальные предложения и скидки
<b>Оплата «Частями»</b> Разделите оплату на 4 части без переплат. Рассрочка без %	<b>Видеоконсультация</b> Видеоконсультация с магазином по WhatsApp, Viber и Telegram
<b>Доставка и сборка</b> Привезём товар, поднимем до квартиры и поможем собрать	<b>Дисконтные карты</b> Персональные цены на товары для авторизованных пользователей
<b>VIP-клиентам</b> Клубные скидки для VIP-клиентов.	<b>Новинки 2024 года</b> Новые коллекции мировых брендов.

## Товарная галерея

Я купить люстру в москве

поиск картинки видео карты товары

**Предложения магазинов**

 <b>25 000 ₽</b> * <del>30 000 ₽</del> Люстра Adgasm-Elama Vebinar KOS544PL-... adgasm.io	 <b>25 000 ₽</b> * <del>30 000 ₽</del> Люстра Adgasm-Elama Vebinar TAP784PL-10M adgasm.io
--	--

## Рекламная сеть

ДЗЕН

Найдите себя в спорте

Главная

- Подписки
- Темы
- Видео
- Статьи
- Ролики
- Новости
- Сохранённое

adgasm.io РЕКЛАМА

Люстры в магазине света Adgasm-Elama. Скидки до -60%!  
от 2 500 ₽ ~~-28%~~ 3500 ₽

# Виды таргетингов

## Автотаргетинг

### Автотаргетинг

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

#### Категории запросов на Поиске

**Целевые запросы** ⓘ

Например: купить люстру в интернет магазине, люстры москва, интернет магазин люстр, купить недорого люстры, где купить люстру в москве

**Узкие запросы** ⓘ

Например: люстра потолочная, люстра потолочная купить, люстра на кухню, люстра в спальню, люстра потолочная купить в спб

**Широкие запросы** ⓘ

**Сопутствующие запросы** ⓘ

**Альтернативные запросы** ⓘ

Например: купить люстру тиффани, люстра потолочная тиффани, авесоп люстра потолочная e27 60 вт, потолочный подвесной винтажный светильник e27 эдисона

#### Упоминание брендов в запросах на Поиске

 ⓘ

Запросы с упоминанием вашего бренда

Запросы с упоминанием брендов конкурентов

Запросы без упоминания вашего бренда или брендов конкурентов

## Тематические слова

### Тематические слова

#### Ключевые фразы

 ⓘ

Это слова или словосочетания в запросах, по которым ваши объявления будут показаны в Поиске. А в Рекламной сети — слова или словосочетания, с которыми совпадает тематика площадки или интересы пользователя.

купить люстру 81 895 ✕

Введите фразу или список фраз

1 фраза из 200

#### Минус-фразы

 ⓘ

Слова или словосочетания в запросах, по которым ваши объявления не будут показываться в Поиске и на площадках Рекламной сети, где есть эти фразы.

Введите фразу или список фраз

## Интересы и привычки

### Интересы и привычки

 ⓘ

Посещаемые сайты и организации, используемые по интересам и привычкам аудитории, которой вы хотите показывать объявления

Освещение ✕ lu.ru ✕ vamsvet.ru ✕  
svetilnik-online.ru ✕ donplafon.ru ✕  
maytoni.ru ✕ 220svet.ru ✕ artelam ✕

## Ретаргетинг и подбор аудитории

### Ретаргетинг и подбор аудитории

 ⓘ

Выбор определенных групп пользователей для показа рекламы. Например, тех, которые уже посещали сайт, но не сделали заказа, или похожи по поведению в интернете на ваших клиентов. Ретаргетинг в Рекламной сети работает с другими условиями показа через логический оператор «ИЛИ», а на поиске — через «И».

#### Условия для показа объявлений в Рекламной сети

Смотрели товары из категории "Люстры"  
Достигли цель «Adgasto» - посетили сайт

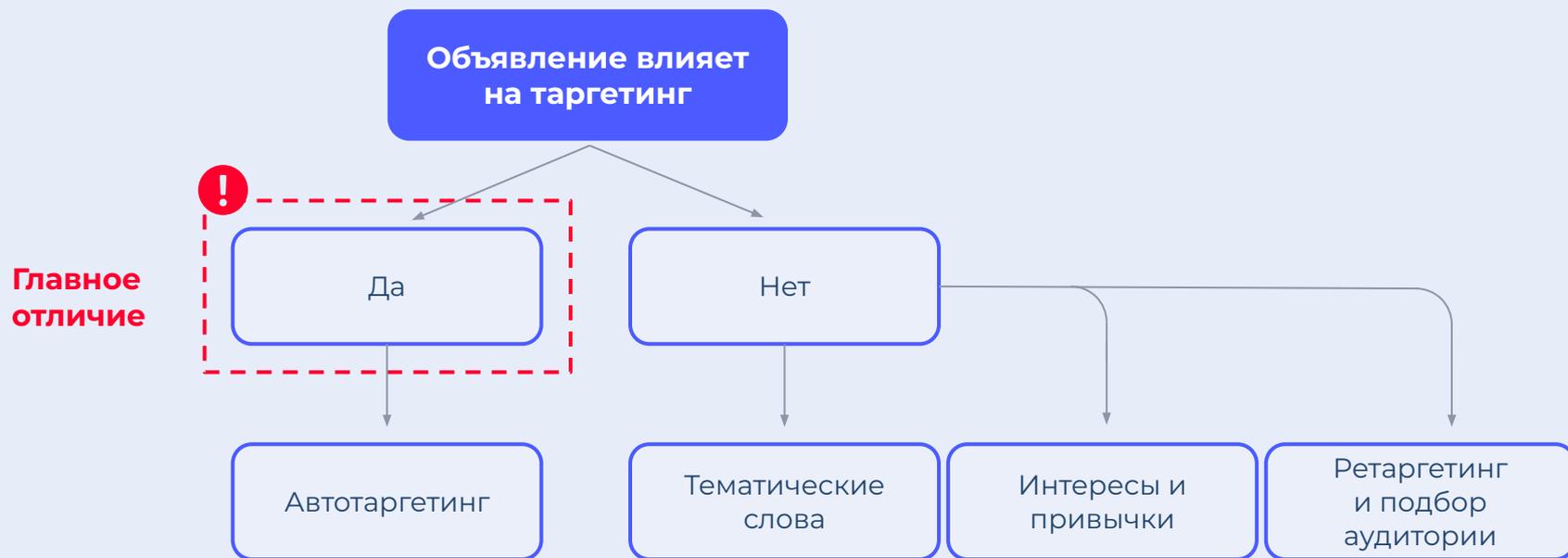
Добавить

**Офферный ретаргетинг:** пользователи, смотревшие товары на сайте или в приложении, увидят ваши товарные объявления в Рекламной сети

#### Условия для показа объявлений на Поиске

Добавить

# Чем Автотаргетинг отличается от других видов таргетинга



# Автотаргетинг: Объявление – это и таргетинг, и креатив

Автотаргетинг



adgasm.io

РЕКЛАМА

**Миксеры в магазине Adgasm-Elama.  
Скидки до -60%!**

Доставка 0 ₽ от 3 000 ₽. Срок 1-3 дня. Гарантируем цены производителей.

[Узнать больше](#)



Аудитория 1

Автотаргетинг



adgasm.io

РЕКЛАМА

**Дрели в магазине Adgasm-Elama.  
Скидки до -60%!**

Доставка 0 ₽ от 3 000 ₽. Срок 1-3 дня. Гарантируем цены производителей.

[Узнать больше](#)



Аудитория 2

# Типы объявлений

## Тип объявления

### Текстово-графическое ?

Расскажите о своём предложении словами, изображением или видеороликом

✳ Можно сгенерировать нейросетью

### 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

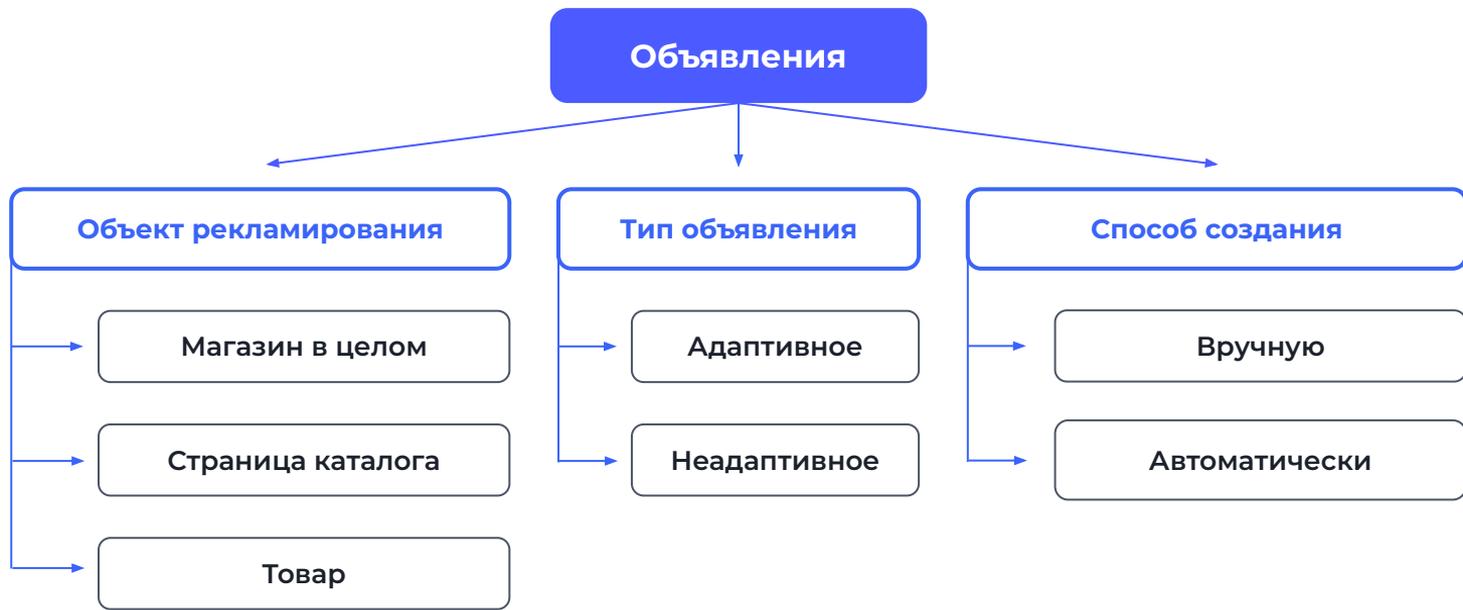
Создавайте различные варианты вашего предложения: текст, изображение, видео. Тогда объявления будут показываться на всех доступных площадках

За счёт большого изображения графические объявления привлекают внимание и помогают быстрее понять суть предложения. Показываются только в Рекламной сети

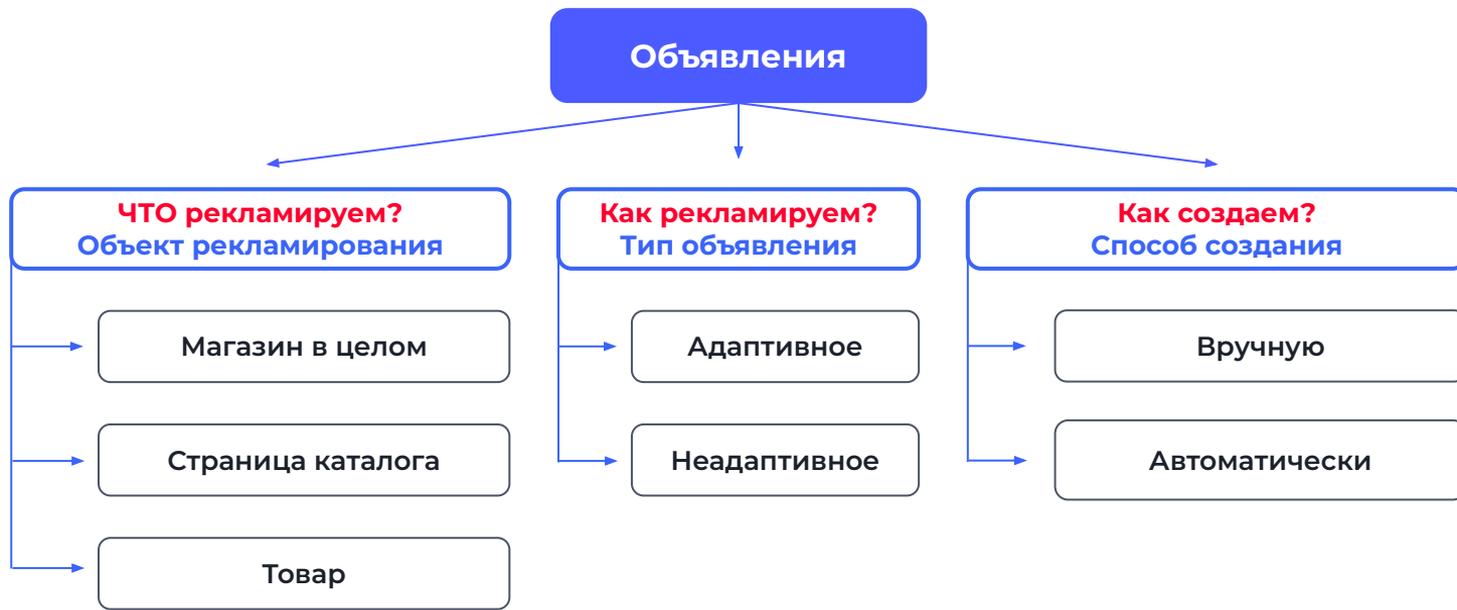
С помощью товарных объявлений можно разместить рекламу товаров интернет-магазина во всех рекламных форматах для выбранных мест размещения в Яндексе

Рекламируйте целые категории, подборки товаров из каталога или страницы со специальными предложениями

# Чем объявления отличаются друг от друга

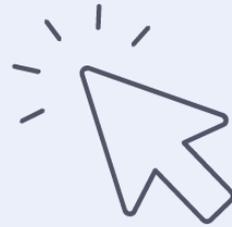


# Чем объявления отличаются друг от друга





# Демонстрация



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



---> Независимый тип таргетинга, работает только в комбинации с Тематическими словами / Автотаргетингом

# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



-----> Экспериментальный формат

# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



-----> Экспериментальный формат

# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



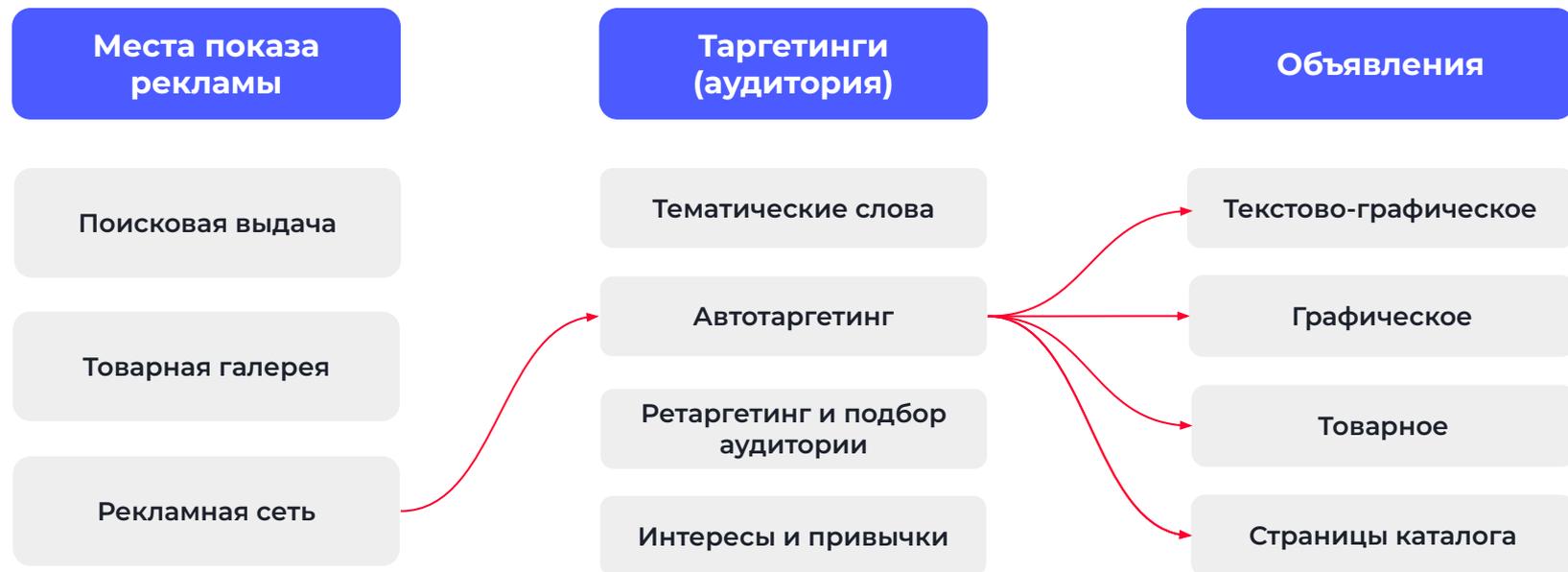
-----> Экспериментальный формат

-----> Незамостоятельный тип таргетинга, работает только в комбинации с Тематическими словами / Автотаргетингом

# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК



# Взаимодействие Мест показа, Видов таргетинга и Типов объявления в ЕПК

Место показа	Поисковая выдача	Товарная галерея	Рекламная сеть
Виды таргетинга	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тематические слова</li> </ul> <p style="color: red; margin-left: 10px;">или</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Автотаргетинг</li> </ul> <hr style="width: 20%; margin-left: 10px;"/> <p style="color: red; margin-left: 10px;">и</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ретаргетинг и подбор аудитории</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тематические слова</li> </ul> <p style="color: red; margin-left: 10px;">или</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Автотаргетинг</li> </ul> <hr style="width: 20%; margin-left: 10px;"/> <p style="color: red; margin-left: 10px;">и</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ретаргетинг и подбор аудитории</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тематические слова</li> </ul> <p style="color: red; margin-left: 10px;">или</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Автотаргетинг</li> </ul> <p style="color: red; margin-left: 10px;">или</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Интересы и привычки</li> </ul> <p style="color: red; margin-left: 10px;">или</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ретаргетинг и подбор аудитории</li> </ul>
Типы объявления	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Текстово-графическое</li> <li>• Товарное</li> <li>• Страницы каталога</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Текстово-графическое</li> <li>• Товарное</li> <li>• <i>Страницы каталога *</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Текстово-графическое</li> <li>• Графическое</li> <li>• Товарное</li> <li>• Страницы каталога</li> </ul>

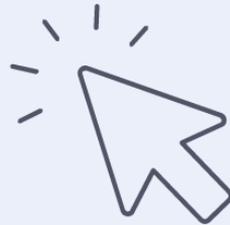
\* Экспериментальный формат

02

# Трансформация привычных типов кампаний в ЕПК

---

# Демонстрация



03

# Самостоятельное обновление кампаний до ЕПК

# 3 этапа большого обновления кампаний до ЕПК

## Этап 1

Май 2024: С 22 мая создавать новые кампании для задач, которые раньше решали текстово-графические объявления, динамические объявления и смарт-баннеры, можно только через ЕПК

## Этап 2

Июль 2024: В июле стало доступно самостоятельное обновление. Можно обновить кампании до ЕПК с помощью специального инструмента в интерфейсе Директа

## Этап 3

Осень 2024 года: Автоматическое обновление. Оставшиеся кампании устаревших типов автоматически обновятся до ЕПК

# Самое важное об обновлении

**Какие типы кампании:** ТГО, ДО и СБ

**Какой статус у кампании:** не архивные

**Сколько:** можно обновить одну кампанию или сразу несколько

**Где:** только через интерфейс Директа, обновление недоступно в Директ Коммандере и по API

Обновление  
занимает ≈  
несколько минут

## Изменения текущих настроек кампаний

### Рекламная кампания

Готово к обновлению 

№ 108818954  Идут показы

### Мобильные объявления

Изменяют свой тип на текстово-графические.

Подробнее 

### Виртуальные визитки

Больше не поддерживаются. Контактная информация будет подтягиваться только из организации в Яндекс Бизнесе.

Подробнее 

Перед обновлением вы можете увидеть статус готовности кампаний для обновления и описание всех изменений в настройках.

При выборе более 10 кампаний будет представлен общий список всех возможных изменений



# Эффективность кампаний не изменится

После обновления сохранится:

- ✓ статистика рекламной кампании
- ✓ история изменений
- ✓ номера и статусы кампаний, групп и объявлений
- ✓ статус обучения
- ✓ основные настройки

# Как обновить отдельную кампанию

1

На странице кампаний напротив нужной кампании в столбце Обновление до ЕПК нажать **К обновлению**

<input type="checkbox"/>	№	Тип	Название	Обновление до ЕПК
	Итого			
<input type="checkbox"/>	№ 87228964		Устаревший тип кампании (ТГО/ДО/СБ)	<a href="#">К обновлению</a>
	<a href="#">Перейти</a> <a href="#">Редактировать</a>			

2

На странице кампаний отметить нужную кампанию. В нижнем меню нажать **Перейти к обновлению**

<input checked="" type="checkbox"/>	№	Тип	Название	Обновление до ЕПК	Расход, Р	Показы	Клики	Конверс...	CPC, Р
	Итого				0,00	0	0	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	№ 87228964		Устаревший тип кампании (ТГО/ДО/СБ)	<a href="#">К обновлению</a>	0,00	0	0	0	0,00
	<a href="#">Перейти</a> <a href="#">Редактировать</a> <a href="#">Статистика</a>								

1 кампания Действия [^](#) Возобновить показы Остановить [^](#) [Перейти к обновлению](#) Статистика 1 кампании

3

Внутри отдельной кампании в ее настройках нажать **Перейти к обновлению**

adgasm-elama  
Устаревший тип кампании (ТГО/ДО/СБ)  
Кампания № 87228964

**Устаревший тип кампании (ТГО/ДО/СБ)**  
Кампания № 87228964

Настройки кампании

▼ Люстры  
Группа № 5484556233

Люстры в магазине света Adgasm-Elama. Скидки до -60%!  
Доставка 0 Р от 3 000 Р. Срок 1-3 дня. Гарантируем цены производителей.  
№ 16442007373

**1** Вам доступно обновление до Единой перформанс-кампаний  
Единая перформанс-кампания заменит устаревшие типы кампаний — сохранит все возможности привычных объявлений и откроет новые возможности для перформанс-рекламы. И всё это — в одной кампании с удобной и понятной структурой.

[Перейти к обновлению](#)

# Как обновить несколько кампаний

На странице кампаний отметить нужные кампании. В нижнем меню нажать **Перейти к обновлению**

<input type="checkbox"/>	№	Тип	Название	Обновление до ЕПК	Конец	Примечание
	Итого					
<input checked="" type="checkbox"/>	№ 71834847		Устаревший тип кампании: ТГО Перейти Редактировать Статистика	К обновлению	не задан	Не задано ⓘ
<input checked="" type="checkbox"/>	№ 75230801		Устаревший тип кампании: ДО Перейти Редактировать Статистика	К обновлению	не задан	Не задано ⓘ
<input checked="" type="checkbox"/>	№ 97473695		Устаревший тип кампании: СБ Перейти Редактировать Статистика	К обновлению	не задан	Не задано ⓘ

3 кампании   Действия ^   Возобновить показы   Остановить   Перейти к обновлению

# Что следует сделать до обновления

## Обновление кампаний до ЕПК



При обновлении сохранится статистика рекламной кампании, её статус, история изменений, номера и статусы групп, обучение стратегии, а также все основные настройки. Обновление занимает несколько минут — в это время редактировать кампании не получится, но можно их остановить.

Преимущества ЕПК

Подробнее об обновлении

## Изменения текущих настроек кампаний

Это полный список возможных изменений, которые могут коснуться ваших кампаний. Вы можете обновить все кампании сразу или предварительно посмотреть подробные изменения, выбрав до 10 кампаний в разделе Кампании.

## Текстово-графические объявления

### Виртуальные визитки

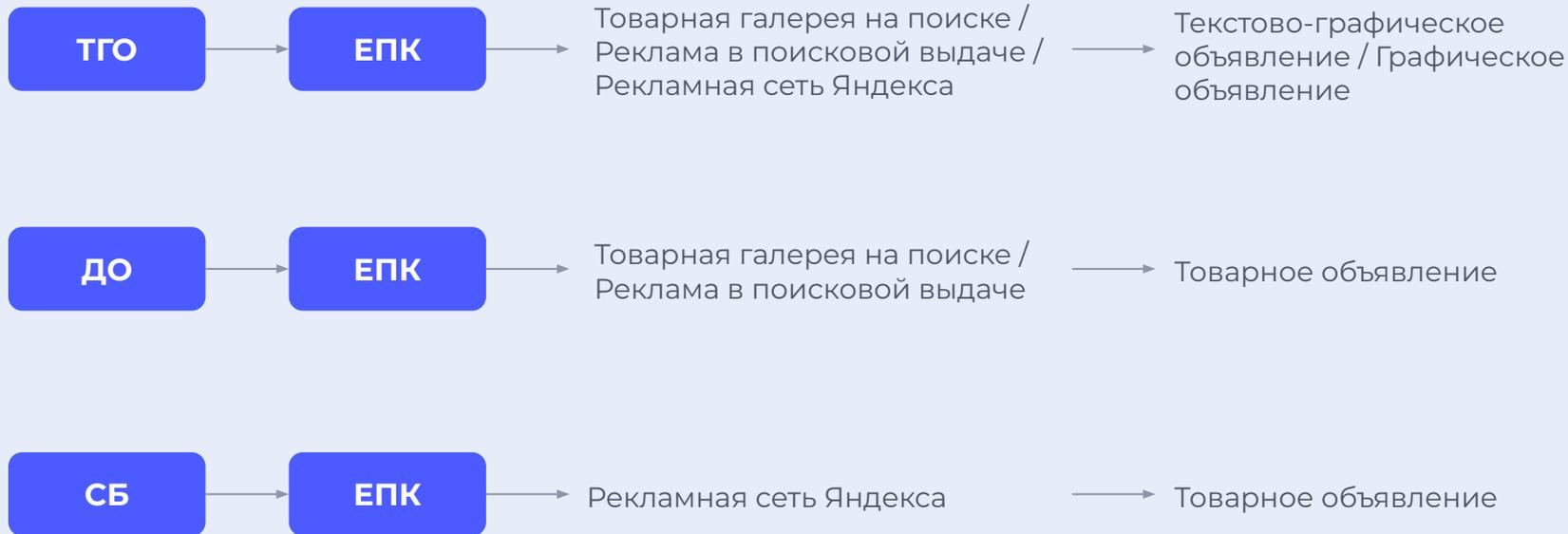
Больше не поддерживаются. Контактная информация будет подтягиваться только из организации в Яндекс Бизнесе.

Стратегия «Рентабельность инвестиций»

Ознакомьтесь с полным перечнем изменений:

1. [Статья в Справке Директа](#)
2. Выберите более 10 кампаний для обновления — появится общий список всех изменений, которые могут произойти

# Как устаревшие кампании будут обновляться до ЕПК



# Обновление Текстово-графических объявлений до ЕПК

## Текстово-графические объявления

### Виртуальные визитки

Больше не поддерживаются. Контактная информация будет подтягиваться только из организации в Яндекс Бизнесе.

### Стратегия «Рентабельность инвестиций»

Изменится на «Максимум конверсий» с ограничением расхода по доле рекламных расходов (ДРР) — настройки бюджета сохранятся, а ROI пересчитается в ДРР.

### Мобильные объявления

Изменяют свой тип на текстово-графические.

### Турбо-страницы

Будут использоваться как ссылки на посадочных страницах или в быстрых ссылках.

# Самостоятельное обновление недоступно

## Причина №1

### Виртуальная визитка используется в кампании в качестве посадочной страницы

Решение: заменить визитку на Организацию из Яндекс Бизнеса или заполнить элемент объявления «Ссылка в объявлении»

#### Обновление кампаний до ЕПК



При обновлении сохранится статистика рекламной кампании, её статус, история изменений, номера и статусы групп, обучение стратегии, а также все основные настройки. Обновление занимает несколько минут — в это время редактировать кампанию не получится, но можно их остановить.

[Преимущества ЕПК](#)

[Подробнее об обновлении](#)

#### Изменения текущих настроек кампаний

ТГО - Не указана ссылка в объявлении и не добавлена организация Яндекс Бизнеса - В качестве посадочной используется Виртуальная визитка

[Не готово к обновлению](#)

№ 110259921 [Черновик](#)

#### Виртуальные визитки

Больше не поддерживаются, но используются в некоторых ваших объявлениях в качестве посадочных страниц. Чтобы продолжить обновление, [замените визитки на организацию](#) из Яндекс Бизнеса или другую посадочную страницу.

На виртуальных визитках невозможно отслеживать конверсии и обучать стратегии, поэтому в Единой перформанс-кампании используются организации из Яндекс Бизнеса — в них больше информации о компании, есть отзывы, а ещё можно фиксировать целевые действия, например заявки и построения маршрутов.

[Свернуть](#) ^

# Конвертация мобильных объявлений

При обновлении до ЕПК мобильные объявления станут текстово-графическими и приоритет в показах на мобильных устройствах будет утерян

Если содержание и/или посадочная страница мобильных объявлений отличается от текстово-графических, рекомендуем до обновления оценить, какой тип объявления приносил лучший результат. По итогам анализа менее эффективный тип объявления перенести в отдельные группы внутри существующей кампании или создать отдельную кампанию

## Вариант №1

Создайте 2 группы объявлений. В одной исключите мобильные устройства, в другой — десктопы и планшеты

## Вариант №2

Создайте 2 кампании. В одной исключите мобильные устройства, в другой — десктопы и планшеты. Объедините обе кампании в пакетную стратегию

В обеих сущностях создайте обычные ТГО, но поля заполните по-разному — под разные типы устройств

# Обновление Динамических объявлений до ЕПК

## Динамические объявления

### Виртуальные визитки

Больше не поддерживаются. Контактная информация будет подтягиваться только из организации в Яндекс Бизнесе.

### Стратегия «Рентабельность инвестиций»

Изменится на «Максимум конверсий» с ограничением расхода по доле рекламных расходов (ДРР) — настройки бюджета сохранятся, а ROI пересчитается в ДРР.

### Фильтры в группах

Будут разделены — по группе на фильтр.

### Объявления в группах

Останется только одно объявление в каждой группе — с лучшими показателями за последние 30 дней или случайно выбранное, если в этот период объявления не показывались.

# Самостоятельное обновление недоступно

## Причина №2

### В кампании более 1 000 фильтров

Решение: изменить структуру фильтров (укрупнить) или разделить кампанию на несколько

### Обновление кампаний до ЕПК



При обновлении сохранится статистика рекламной кампании, её статус, история изменений, номера и статусы групп, обучение стратегии, а также все основные настройки. Обновление занимает несколько минут — в это время редактировать кампанию не получится, но можно их остановить.

[Преимущества ЕПК](#)

[Подробнее об обновлении](#)

### Изменения текущих настроек кампаний

#### СБ/ДО - Более 1 000 фильтров

Не готово к обновлению

№ 86674913 ■ Остановлено

#### Фильтры в группах

На каждый фильтр будут созданы дополнительные группы, но не больше 1 000. Сейчас кампания не укладывается в это ограничение — групп будет больше. Чтобы продолжить обновление, разделите кампанию на несколько или измените фильтры.

**В 174 группах** задано больше одного фильтра, в обновлённой кампании такие группы должны быть разделены — по группе на каждый фильтр в исходной группе. Максимальное количество групп — 1 000.

Без учёта архивных объявлений в Единой перформанс-кампании в одной группе можно создать только одно товарное объявление с одним фильтром, содержащим до 50 условий.  
[Свернуть ^](#)

# Наиболее эффективное товарное объявление

## Динамические объявления с несколькими объявлениями

Готово к обновлению



{ } № 98756628

■ Остановлено

### Объявления в группах

Останется только одно объявление в каждой группе — с лучшими показателями за последние 30 дней или случайно выбранное, если в этот период объявления не показывались.

Остальные объявления [в 1 группе](#) будут перенесены как архивные. Как будет выбираться основное объявление, [читайте в Справке](#).

Вы можете заранее оставить только лучшее объявление, а остальные отправить в архив.

[Свернуть ^](#)

# Обновление Смарт-баннеров до ЕПК

## Смарт объявления

### Максимальная цена клика

Больше не указывается в стратегии «Максимум кликов» с ограничением расхода по средней цене клика.

### Стратегия «Рентабельность инвестиций»

Изменится на «Максимум конверсий» с ограничением расхода по доле рекламных расходов (ДРР) — настройки бюджета сохранятся, а ROI пересчитается в ДРР.

### Цена клика или конверсии для фильтра

Заменится корректировкой цены клика или конверсии для группы.

### Фильтры в группах

Будут разделены — по группе на фильтр.

### Look-alike в настройке фильтра

Заменится на автотаргетинг в группе.

# Действие условий стратегии в Смарт-баннерах

## Фильтр для товаров

Название \*

Заполните поле

Целевая аудитория \*

Ретаргетинг посетителей сайта

CPC, ₽

не указано

## Фильтр для товаров

Название \*

Заполните поле

Целевая аудитория \*

Ретаргетинг посетителей сайта

CPA, ₽

не указано

## Стратегия

Обычная

Пакетная

Стратегия

Максимум конверсий

С оплатой

За клики

Бюджет

В неделю

30 000 ₽

Ограничение расхода

Средняя цена конверсии

Поле для ввода будет рядом с целью

Счётчики Яндекс.Метрики

Adgasm.io - 97331784

Целевые действия и их цена

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

3031956481 - Заказ  
Adgasm.io - 97331784

1 000 ₽

Дополнительные настройки

Модель атрибуции

Автоматическая

Максимальная цена клика

₽

Действие условий стратегии

На каждый фильтр фида

Минимальный недельный бюджет

Часть бюджета, для которой рассчитываются минимальные ставки, чтобы поддерживать работу кампании и обучение стратегии. Например, на старте.

По умолчанию

7 000 ₽

# Цена клика или конверсии для фильтра в Смарт-баннерах

## Таргет-значения на фильтры

Готово к обновлению 

</> № 107289737 ■ Остановлено

### Цена клика или конверсии для фильтра

Заменится корректировкой цены клика или конверсии для группы.

Новая корректировка действует на все объявления в группе и позволяет управлять стоимостью привлечения отдельно для разных категорий товаров или разных аудиторий. Значение корректировки будет рассчитано автоматически из соотношения цен клика или конверсии, которые заданы в стратегии и фильтре.

Корректировка рассчитывается по формуле:  $(\text{Ставка на фильтр} - \text{Ставка в настройках стратегии}) / \text{Ставка в настройках стратегии} \times 100\%$ . Например, если ставка на фильтр — 120 ₽, а ставка в настройках стратегии — 80 ₽, то корректировка будет равна  $(120 - 80) / 80 \times 100\% = +50\%$ .

Корректировка не может быть больше 1 200%. Подробнее о расчёте корректировок [читайте в Справке](#).

Таким образом, в обновлённой кампании сохраняются требования к цене клика или конверсии, но в виде корректировки на уровне группы.

Изменение настроек стратегии на актуальные не повлияет на текущую эффективность вашей кампании. Вы можете выбрать другие доступные параметры стратегии [в настройках кампании](#) или [групп](#) — до или после обновления кампании.

[Свернуть](#) ^

## Фильтр для товаров

Название \*

Люстры

Целевая аудитория \*

CPA, ₽

Ретаргетинг посетителей сайта

2000,00



## Корректировки

Изменяйте цену конверсии в зависимости от характеристик пользователя, формата объявления и других условий.

Корректировка цены конверсии в этой группе

+100%



Добавить

# Как изменится структура фильтров в группах

## Структура фильтров

Готово к обновлению



</> № 107292605 ■ Остановлено

### Фильтры в группах

Будут разделены — по группе на фильтр.

Без учёта архивных объявлений в Единой перфоманс-кампании в одной группе можно создать только одно товарное объявление с одним фильтром, содержащим до 50 условий.

**В 2 группах** задано больше одного фильтра, после обновления такие группы разделятся — по группе на каждый фильтр в исходной группе. В каждой из них будет создано товарное объявление с соответствующим фильтром, а все настройки исходной группы сохранятся.

Вы можете заранее изменить фильтры с учётом желаемой структуры обновлённой кампании.

Свернуть ^

# Изменение групп с одним фильтром

было

Группа 5400672175

Люстры

Фильтры

Для группы могут быть применены корректировки ставок ⓘ

**Люстры**  
Целевая аудитория: Ретаргетинг посетителей сайта

Редактировать группу

Копировать группу...

Остановить

Если до обновления группа имела лишь один фильтр, то после обновления будет изменено только название группы

стало

<input type="checkbox"/>	№	Тип	Название
	Итого		
<input type="checkbox"/>	№ 5400672175		Люстры — Люстры
			Редактировать

# Изменение групп с несколькими фильтрами

было

Группа 5400672196

Люстры

Фильтры ↑	Клики
Для группы могут быть применены корректировки ставок ?	
<b>Потолочные</b> Целевая аудитория: Ретаргетинг посетителей сайта	0
<b>Подвесные</b> Целевая аудитория: Ретаргетинг посетителей сайта	0

1 группа = 2 фильтра

Редактировать группу

Копировать группу...

Остановить

стало

<input type="checkbox"/>	№	Тип	Название	
	Итого			
<input type="checkbox"/>	№ 5400672196	Люстры — Потолочные	Редактировать	1 группа = 1 фильтр
<input type="checkbox"/>	№ 5484592459	Люстры — Подвесные	Редактировать	1 группа = 1 фильтр

# Как изменить названия групп, если это необходимо

### Замена в группах

Искать  21997

Заменить на  22000

---

<b>Поля</b>	<b>Параметры поиска</b>
<input type="checkbox"/> Все	<input type="checkbox"/> Учитывать регистр
<input checked="" type="checkbox"/> Название	<input type="checkbox"/> Только целые слова
<input type="checkbox"/> Минус-фразы на группу	<input checked="" type="checkbox"/> Использовать подстановки «?» и «*»
<input type="checkbox"/> Сайт	
<input type="checkbox"/> Трекинговые параметры в ссылке	
<input type="checkbox"/> Создавать заголовки из поля фида	
<input type="checkbox"/> Создавать тексты объявлений из поля фида	
<input type="checkbox"/> Ссылка на приложение	

---

Искать

Для массового изменения названий автоматически созданных групп при обновлении до ЕПК используйте Директ Коммандер. На уровне групп нажмите **Заменить** и введите необходимые изменения

# Как изменится Look-alike в настройках фильтров

## Смарта-баннеры Look-alike

Готово к обновлению



</> № 107292605

■ Остановлено

### Look-alike в настройке фильтра

Заменится на автотаргетинг в группе.

**В 1 группе** целевая аудитория задана как «Look-alike», после обновления в группе с товарным объявлением будет включен только автотаргетинг, офферный ретаргетинг при этом будет выключен.

Обратите внимание, что автотаргетинг подбирает аудиторию, которой могут быть интересны ваши объявления, не исключая пользователей, ранее просматривавших товары на вашем сайте или в приложении. В ЕПК есть возможность уточнить такой таргетинг, добавив корректировку на уровне группы, исключающую тот или иной сегмент аудитории. Например, если вы хотите привлекать новую аудиторию, исключите посетителей сайта или ваших покупателей.

Свернуть ^

# В чем разница между Look-alike и Автотаргетингом

## Выберите целевую аудиторию

В выпадающем списке выберите один из вариантов:

- **Ретаргетинг посетителей сайта** — для посетителей, которые были на вашем сайте. На сайте должен быть настроен [счетчик Яндекс Метрики](#).

Если посетитель просматривал конкретные товары, вместе с просмотренными товарами ему могут показываться рекомендованные товары из фида в соответствии с [правилами отбора](#).

Если посетитель был на вашем сайте, например на главной странице или в каталоге товаров, но не переходил на страницы конкретных товаров, ему могут показываться персональные рекомендации товаров из фида в соответствии с [правилами отбора](#).

- **Look-alike** (интересовались похожими товарами) — для посетителей, которые искали похожие товары в интернете, но не были на вашем сайте.
- **Максимальный охват (Ретаргетинг + Look-alike)** — установлен по умолчанию. Показы будут для посетителей, которые были на вашем сайте или искали похожие товары в интернете.

Повысить или понизить ставку при показе рекламы определенным посетителям можно с помощью [корректировки ставок](#).

🏠 > Таргетинги: определите целевую аудиторию > Автотаргетинг

[Яндекс.Директ](#) 🗨

## Автотаргетинг

Автотаргетинг — это технология показа объявлений, не использующая ключевые фразы. Она анализирует информацию в объявлении и на странице перехода и определяет, соответствует ли объявление поисковому запросу, интересам пользователя или тематике площадки. Автотаргетинг позволяет получить дополнительный целевой трафик благодаря показам аудитории, которую сложно охватить с помощью ключевых фраз.

## Принципы работы

[На поиске](#)   [В сетях](#)

Для подбора объявлений в сетях автотаргетинг анализирует в первую очередь известную информацию об интересах пользователя. Если этой информации недостаточно (например, пользователь выходит в интернет с нового компьютера или недавно удалил файлы cookie), технология ориентируется на тематику площадки.

Например, объявление о продаже туров на Марс может увидеть пользователь, который интересуется космосом. А пользователь, о котором ничего не известно, увидит такое объявление на странице с похожей тематикой.



Спасибо!