

Инструкция по самостоятельному ведению рекламы

Яндекс Директ и Авито

Подготовлено: Елена Морозова
Специалист по интернет-рекламе
Telegram: @boleee18 Тел: +7 981 739-91-44
morozovae1808@yandex.ru

Этот документ — ваш базовый план для самостоятельной работы с рекламными кампаниями после их настройки. Следуйте инструкции еженедельно, и ваши кампании будут работать эффективно.

1. С чего начать каждую неделю

Перед тем как вносить любые изменения — сначала посмотрите на цифры. Не делайте правок на глаз. Рекламные кампании требуют данных, а не интуиции.

Еженедельный чек-лист:

- Зайдите в Яндекс Директ — раздел «Статистика» — «Мастер отчётов»
- Выберите период: последние 7 дней
- Проверьте: показы, клики, CTR, расход, цена клика, конверсии
- Сравните с предыдущей неделей — выросло или упало?
- Зайдите в Яндекс Метрику — проверьте достижение целей

Совет: Создайте в Директе автоматический отчёт на email — он будет приходить каждый понедельник утром. Настройки → Уведомления → Расписание отчётов.

2. Ключевые метрики — что смотреть

Метрика	Что значит	Когда бить тревогу
CTR	Кликабельность объявления	Ниже 3% на поиске
CPC	Цена одного клика	Резкий рост без причины
CR (конверсия)	Доля посетителей, оставивших заявку	Ниже 1.5%
CPL	Цена одной заявки	Выше KPI на 30%+
Показатель отказов	Ушли сразу не читая сайт	Выше 60%
Расход бюджета	Сколько потрачено за период	Превышение плана

3. Яндекс Директ — еженедельная оптимизация

3.1 Минус-слова — самое важное

Минус-слова не дают объявлению показываться по нерелевантным запросам. Это главный способ сократить слив бюджета.

- Директ → Кампания → Статистика → вкладка «Поисковые запросы»
- Фильтр: клики есть, конверсий нет, расход высокий
- Найдите мусорные запросы — добавьте в минус-слова
- Делайте это каждую неделю — список пополняется постоянно

Пример: если продаёте ремонт квартир, минусуйте: "своими руками", "видео", "бесплатно", "форум", "отзывы" — люди ищут информацию, а не вашу услугу.

3.2 Корректировки ставок

- Устройства: если с мобильных конверсий мало — снизьте ставку на -20%
- Время показа: выключите рекламу ночью если заявки не обрабатываются
- Аудитории: повысьте ставку для тех, кто уже был на сайте (+30-50%)
- Регионы: если из одного города нет конверсий — снизьте или отключите

3.3 Объявления

- Раз в 2 недели проверяйте статус объявлений — нет ли отклонённых
- CTR ниже 3% — попробуйте изменить заголовок или добавить выгоду
- Добавьте быстрые ссылки и уточнения — они увеличивают CTR
- Следите за позицией: ниже 3-й строки — повысьте ставку

4. Реклама в РСЯ — особенности ведения

РСЯ работает иначе, чем поиск. Здесь вы платите за охват и возврат тёплой аудитории, а не за горячий спрос.

- Проверяйте площадки: Статистика → Площадки → отключайте с высоким CTR но без конверсий (боты)
- Обновляйте баннеры раз в 3-4 недели — баннерная слепота снижает эффективность
- Не снижайте ставки слишком агрессивно — РСЯ нужна широта охвата
- Ретаргетинг: убедитесь что сегмент аудитории «были на сайте» обновляется

Важно: если видите площадку с 50+ кликами и 0 конверсий — смело отключайте. Это признак некачественного трафика.

5. Авито — управление продвижением

Реклама на Авито строится иначе: важны свежесть объявления, качество фото и правильный выбор пакета продвижения.

Еженедельные действия:

- Проверяйте позицию объявления в поиске Авито по вашему запросу
- Если объявление устарело — поднимите его вручную или через автоподнятие
- Обновляйте главное фото раз в 2 недели — Авито даёт буст новым фото
- Отвечайте на вопросы быстро — скорость ответа влияет на ранжирование
- Следите за статистикой: просмотры, контакты, добавления в избранное

Оптимизация объявления:

- Заголовок: включайте ключевые слова, по которым ищут покупатели
- Описание: первые 2 строки самые важные — там должны быть выгоды
- Цена: проверьте конкурентов, цена +-10% от рынка — оптимально
- Категория: убедитесь что объявление в правильной подкатегории

Лайфхак: если пакет продвижения заканчивается в пятницу вечером — продлевайте в четверг утром, когда трафик выше.

6. Контроль бюджета

- Установите дневной лимит с запасом 10% — Яндекс иногда его превышает
- Проверяйте расход каждые 2-3 дня в первый месяц, потом еженедельно
- Если бюджет заканчивается быстро — проверьте ставки и минус-слова
- Не снижайте бюджет резко: уменьшайте не более чем на 20% за раз
- Ведите таблицу: дата, расход, количество заявок, цена заявки

Формула CPL: $CPL = \text{Расход} / \text{Количество заявок}$. Если CPL растёт без роста конверсий — ищите причину в качестве трафика или посадочной странице.

7. Яндекс Метрика — как читать данные

Метрика — ваши глаза на сайте. Без неё невозможно понять, что происходит после клика по объявлению.

Что проверять еженедельно:

- Отчёты → Источники → Директ, Сводка — смотрите конверсии по кампаниям
- Вебвизор: посмотрите 5-10 сессий — как ведут себя посетители на сайте
- Карта кликов: куда кликают, до какого блока доскролляют
- Воронка: на каком шаге уходят — форма? цена? доверие?

Красный флаг: если Вебвизор показывает что люди уходят через 5 секунд — проблема не в рекламе, а в посадочной странице. Реклама приводит людей, но сайт их не удерживает.

8. Когда стоит обратиться к специалисту

Самостоятельное ведение подходит для поддержки рабочих кампаний. Но есть ситуации, когда лучше не экспериментировать:

- Резкое падение конверсий (более 40%) без понятной причины
- Бюджет растёт, а заявок нет — нужен полный аудит
- Запуск новой услуги или продукта — нужна новая стратегия
- Выход в новый регион — требует отдельной настройки
- Конкуренты резко снизили цену клика у вас — нужна перестройка

Елена Морозова — специалист по рекламе

Telegram: @boleee18

Телефон: +7 981 739-91-44

Email: morozovae1808@yandex.ru

9. Быстрая шпаргалка — что делать каждую неделю

#	Действие	Платформа	Время
1	Проверить статистику за неделю	Директ	10 мин
2	Проверить конверсии и CPL	Метрика	5 мин
3	Добавить минус-слова из поисковых запросов	Директ	15 мин
4	Проверить отклонённые объявления	Директ	5 мин
5	Проверить площадки в РСЯ	Директ РСЯ	10 мин
6	Проверить позицию объявления	Авито	5 мин
7	Обновить фото (раз в 2 нед.)	Авито	10 мин
8	Посмотреть Вебвизор (5 сессий)	Метрика	10 мин
9	Проверить расход vs план	Директ	5 мин
10	Записать данные в таблицу учёта	Excel/Таблицы	5 мин

Итого: около 1 часа в неделю. Если тратите больше — значит что-то пошло не так, и стоит проконсультироваться.