

# Словарь рекламщика

Главные термины интернет-рекламы простым языком

---

Если вы слышите непонятные слова от специалиста по рекламе — ищите их здесь. Никакого жаргона, только понятные объяснения.

## Основные метрики

### CTR (Click-Through Rate) — кликабельность

Процент людей, которые увидели объявление и кликнули по нему.  $CTR = \text{клики} / \text{показы} \times 100\%$ . На поиске нормой считается 5–15%, в РСЯ — 0.3–1%.

### CPC (Cost Per Click) — цена клика

Сколько вы платите за один переход на сайт. Чем выше конкуренция в нише — тем дороже клик.

### CPL (Cost Per Lead) — цена заявки

Сколько стоит одна заявка или обращение от потенциального клиента. Главная метрика эффективности.  $CPL = \text{расход} / \text{количество заявок}$ .

### CPA (Cost Per Action) — цена целевого действия

Стоимость любого нужного вам действия: звонок, покупка, регистрация. Шире чем CPL — действие может быть не только заявкой.

### CR (Conversion Rate) — конверсия

Процент посетителей, которые совершили целевое действие.  $CR = \text{заявки} / \text{посетители} \times 100\%$ . Нормой считается 1.5–5% для большинства ниш.

### ROAS (Return On Ad Spend) — возврат на рекламные расходы

Сколько рублей выручки принёс каждый вложенный рубль в рекламу.  $ROAS = \text{выручка} / \text{расход на рекламу}$ . ROAS = 3 означает: с 1 000 ₽ рекламы пришло 3 000 ₽.

### ROI (Return On Investment) — возврат инвестиций

Рентабельность вложений с учётом себестоимости товара или услуги. Более честная метрика чем ROAS, но требует знания маржи.

## Семантическое ядро

Список ключевых слов и фраз, по которым будет показываться реклама. Чем точнее собрано ядро — тем меньше слива бюджета на нецелевой трафик.

## Минус-слова

Слова, при наличии которых объявление НЕ показывается. Например, минус "бесплатно" защищает от людей, которые ничего не собираются покупать.

# Яндекс Директ

## РСЯ (Рекламная Сеть Яндекса)

Тысячи сайтов-партнёров Яндекса, на которых показываются ваши объявления и баннеры. Аудитория здесь "тёплая" — не ищет прямо сейчас, но заинтересовалась темой.

## Поисковая кампания

Объявления, которые показываются прямо в поиске Яндекса в ответ на запрос пользователя. Самый "горячий" трафик — человек сам ищет вашу услугу.

## Ретаргетинг

Показ рекламы людям, которые уже были на вашем сайте, но не оставили заявку. "Догоняем" тех, кто ушёл — напоминаем о себе.

## UTM-метки

Специальные параметры в ссылке, которые помогают отследить откуда пришёл посетитель. Без UTM-меток невозможно понять какая кампания или объявление приносит заявки.

## Аналитика

### Яндекс Метрика

Бесплатный инструмент аналитики от Яндекса. Показывает кто приходит на сайт, откуда, что делает, и достигают ли посетители нужных целей.

### Цель в Метрике

Настроенное действие, которое нужно отслеживать: отправка формы, клик по телефону, посещение страницы "Спасибо". Без целей нельзя считать конверсии.

### Вебвизор

Запись поведения каждого посетителя на сайте — видно куда кликали, до куда скролили, где останавливались. Помогает понять почему уходят без заявки.

### Показатель отказов

Процент людей, которые зашли на сайт и сразу ушли (провели менее 15 секунд). Высокий показатель (выше 60%) — сигнал что сайт или реклама не соответствуют ожиданиям.

### Сессия

Один визит пользователя на сайт. Если человек ушёл и вернулся через 30+ минут — это уже новая сессия.

## Авито

### Продвижение объявлений

Платные пакеты Авито, которые поднимают объявление выше в результатах поиска и увеличивают количество просмотров.

### Авито Про

Профессиональный аккаунт для бизнеса на Авито. Даёт расширенную статистику, управление несколькими объявлениями и дополнительные инструменты продвижения.

### Автоподнятие

Автоматическое поднятие объявления в топ по расписанию. Удобно чтобы не делать это вручную каждый день.

Остались вопросы или хотите разобрать вашу ситуацию? Пишите — отвечу и помогу. Telegram: @boleee18 | +7 981 739-91-44 | morozovae1808@yandex.ru