

ОГЛАВЛЕНИЕ

Яндекс.Директ: точный инструмент или лотерея?	3
От автора	12
Немного о себе	16
Благодарности	17
ЧАСТЬ 1. ПОДГОТОВКА К СОЗДАНИЮ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	18
Глава 1. Введение в контекстную рекламу	19
Что такое контекстная реклама	19
При каких условиях Яндекс.Директ даст результат	24
Основные понятия, которыми я буду оперировать в этой книге	26
Как устроен рынок контекстной рекламы	29
Резюме	32
Глава 2. Подготовка к созданию рекламной кампании	33
Хорошая подготовка экономит 50% времени, денег и нервов	33
Пять пунктов, которым стоит уделить особое внимание, прежде чем начать рекламироваться в Яндекс.Директ	34
Определись, что ты будешь продавать	36
Определись, кому будешь продавать	37
Выяви потребности клиентов	39
Составь мощное уникальное торговое предложение	41
Хороша ли стратегия акций, скидок и подарков	42
Резюме	47

Глава 3. Подготовка сайта и инструментов аналитики	49
Подзадачи, которые выполняют различные элементы сайта	51
Подготовка к аналитике	54
Резюме	56
Глава 4. Определение стратегии рекламной кампании.	
Шесть основных видов стратегий	57
Тестирование поисковой рекламной кампании	57
Тестирование рекламной кампании для рекламной сети Яндекса	60
Постепенное расширение	60
Инвестирование	61
Стратегия работы с сезонными товарами	61
Работа с маленьким бюджетом	62
Резюме	64
ЧАСТЬ 2. НАСТРОЙКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	65
Глава 5. Виды ключевиков	66
Частотность	66
Уточнения	68
Виды ключевиков по вероятности заказа	68
Виды ключевиков по близости к товару (для интернет-магазинов)	70
Резюме	70
Глава 6. Сбор целевых ключевиков	71
Чем важен CTR	72
Подбери основные направления ключевиков	73
Собери основные минус-слова	74
Второстепенные маски	76
Резюме	81
Глава 7. Работа с ключевиками	82
Мухи отдельно, котлеты отдельно	82
Операторы соответствия	83

Пример сортировки ключевиков	88
Корректировка пересечений и метки	93
Напутствие по сбору ключевиков	95
Глава 8. Создание привлекательных объявлений.	97
Основные принципы написания объявления	98
Привлечь внимание	100
Заинтересуй	103
Вызови желание.	104
Используй призывы к действию	105
Десять основных ошибок при написании объявлений	106
Почему лучше сделать один ключевик на одно объявление с уникальным заголовком.	110
Резюме	112
Глава 9. Оформление кампании в Excel и загрузка в интерфейс Яндекса	113
Оформление быстрых ссылок.	115
Правильное заполнение шаблона.	118
Загрузка рекламной кампании в интерфейс Яндекса.	120
Резюме	122
Глава 10. Настройки рекламной кампании: завершающие приготовления и запуск	123
Простые настройки	123
Временной таргетинг	125
Виртуальная визитка	127
Стратегии показов	127
От чего зависит цена клика	130
Выставление ставок	135
Когда заявки пошли	138
Резюме	140
Глава 11. Настройка кампании для рекламной сети Яндекса.	142
Отличие поиска от РСЯ.	144
Сбор ключевиков для РСЯ	145
Объявления.	147

Основные принципы и настройки рекламной кампании для РСЯ	149
Резюме	151
Глава 12. Ретаргетинг.....	153
Второй этап: техническая настройка.....	154
Первый этап: продумывание условий	156
Резюме	161
ЧАСТЬ 3. РАБОТА С РЕКЛАМНЫМИ КАМПАНИЯМИ ПОСЛЕ ЗАПУСКА.....	163
Глава 13. Основные рекламные показатели.....	164
CTR	165
CV	166
Время на сайте	168
Показатель отказов.....	169
Глубина просмотра	169
Количество вернувшихся	169
CPL (он же CPA).....	170
ROI.....	171
PPV	174
Глава 14. А/Б-тестирование.....	176
Порядок тестирования	179
Позиции и цены клика	180
Второстепенные объекты теста	181
Техническое решение.....	181
На что стоит обратить внимание в А/Б-тестировании	184
Резюме	187
Глава 15. Ведение рекламной кампании и аналитика	188
Этапы ведения рекламных кампаний	189
Этап 1: стабилизация кампании	191
Этап 2: аналитика и А/Б-тесты	193
Этап 3: поддержка и контроль рекламной кампании.....	196
Резюме	198

ПРИЛОЖЕНИЯ: ВОСЕМЬ ПОДАРКОВ ЧИТАТЕЛЯМ	200
Приложение 1. Три метода увеличения CTR в высококонкурентных тематиках	200
Приложение 2. Восемь критериев выбора идеального подрядчика (актуально не только для контекстной рекламы)	203
Приложение 3: Полезные ссылки	207
Приложение 4. Как ты усвоил материал книги: ответ на вопросы.	208
Приложение 5. Восемь вопросов, которые мне задают чаще всего	209
Приложение 6. Купон на бесплатный аудит рекламной кампании	214
Приложение 7. Словарь терминов	215
Приложение 8. Чек-лист	218
Заключение	222