



7 способов найти клиентов с помощью Яндекс Директ

Узнайте как привлекать больше клиентов из Интернет,
используя все возможности контекстной рекламы

Факты о Яндекс

Ежедневно более 7 миллионов человек пользуются поиском Яндекс (по данным Исследования Яндекс, сентябрь 2017)

С 2012 года дневная аудитория Яндекс превышает аудиторию телеканалов (по данным TNS Gallup Media, январь 2014)

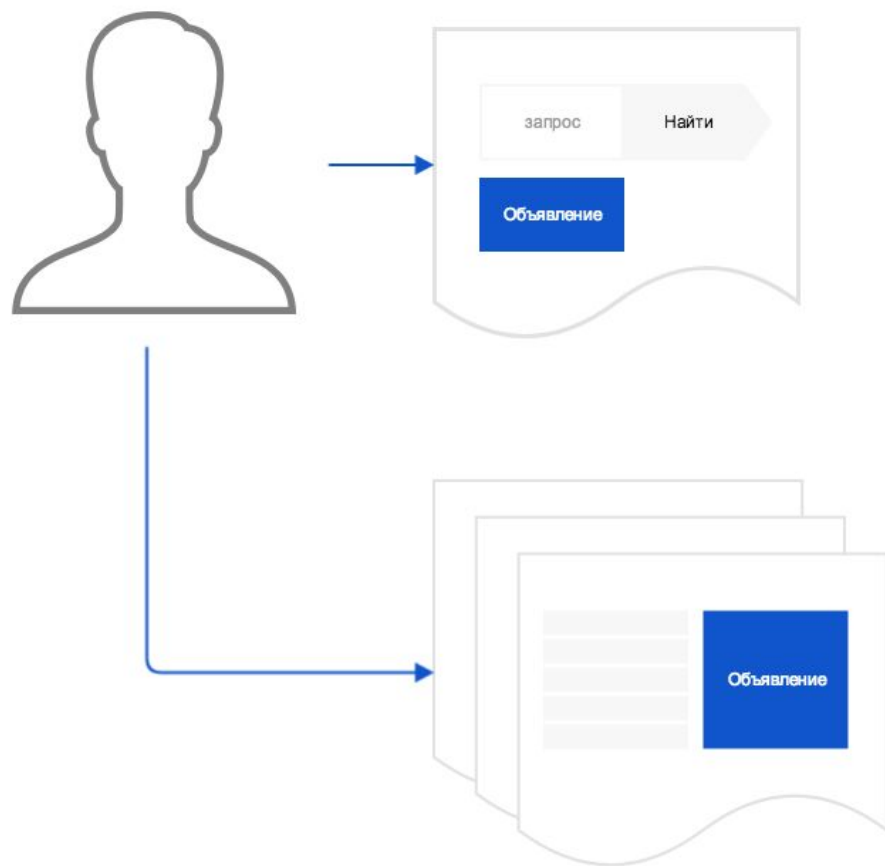
55% пользователей интернет в России используют поисковую систему Яндекс (по данным Liveinternet, Февраль 2017)



Степан Ноянов
маркетолог-перфекционист

fb.com/noystem
t.me/perfectmarketer

Как это работает



Поисковая реклама

Показывается в результатах поиска Яндекс и его партнеров в ответ на поисковые запросы пользователя.

Например, вы ищете “где купить шины” и в результатах поиска видите рекламные объявления магазинов.

Тематическая реклама

Показывается на страницах сети сайтов входящих в Рекламную Сеть Яндекс (РСЯ), если пользователь ранее пользовался поиском или на странице соответствующей тематики.

Например, вы ранее искали “где купить шины” и теперь видите объявления магазинов на новостных сайтах, шинных форумах, информационных порталах которые посещаете.

Какие бывают объявления

Медийно-контекстный баннер

Показывается на странице результатов поиска Яндекс, справа от результатов. Размер 240x400 пикселей.

Текстово-графическое объявление

Показывается на страницах результата поиска Яндекс, поисковых партнеров и на страницах тематических сайтов Рекламной Сети Яндекс (РСЯ)

Графическое объявление (баннеры)

Показывается на страницах тематических сайтов Рекламной Сети Яндекс (РСЯ)

Поисковая реклама

Тематическая реклама

| 7 способов

#1 Поисковая реклама по ключевым словам

Где	Когда	Что	Кому
Страница с результатами поиска Яндекс и партнеров	В момент, когда используется поисковый запрос	Текстовое объявление	Тем, кто прямо сейчас использует поиск Яндекса, чтобы найти необходимый продукт или услугу
		Медийно контекстный баннер	

Идеально подойдет для быстрого запуска нового проекта и привлечения первых клиентов. С помощью такой рекламы привлекается наиболее горячая аудитория т.к. объявления показываются в момент поиска - а значит пользователь максимально заинтересован в покупке.

Например: Сергею необходимо найти транспортную компанию, для доставки партии товара из Китая в Москву. Он заходит на Яндекс, вводит в поисковую строку запрос "грузоперевозки из Китая" и видит объявления транспортных компаний.

#2 Тематическая реклама по ключевым словам

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, кто пользовался поиском ранее или просматривает тематическую страницу
		Графическое объявление (баннер)	

Особенно хорошо такая реклама работает в нишах, где цикл принятия решения о покупке очень большой, например, ремонт квартир, недвижимость. Обычно потенциальные клиенты проводят некоторое время на изучение предложений, поиск компаний и сбор информации по ценам.

Например: Елене необходимо сделать ремонт в квартире. Она уже искала ранее в Яндексе компании, используя запрос "ремонт квартир в москве стоимость". Теперь, когда она просматривает строительные форумы, проверяет свою почту, посещает новостные сайты, ей можно показывать свое объявление. Скорее всего она еще окончательно не определилась с выбором подрядчика и если предложение будет интересным, она обратится к вам.

#3 Тематическая реклама ретаргетинг

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, кто ранее посещал страницы вашего сайта
		Графическое объявление (баннер)	

Не все посетители сразу обращаются в компанию. Многим необходимо время на принятие решения сделать первый шаг и они просто уходят с сайта. Зная, что эти люди в принципе интересовались вашим продуктом, вы можете настроить показ объявлений на тех, кто уже посещал ваш сайт.

Например: Петру необходимо отремонтировать свой Ford Mondeo. Он уже искал ранее адреса автосервисов около работы, используя запрос "автосервис ford в перово" и посещал несколько сайтов, в том числе ваш. Теперь, когда он просматривает почту, заходит на любимый форум или хочет узнать погоду на завтра, вы можете напомнить о себе и показать ему объявление. А если еще и бонус предложите за то, что он был на вашем сайте, он точно к вам приедет.

#4 Тематическая реклама по базе телефонных номеров

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, чьи телефонные номера вам известны
		Графическое объявление (баннер)	

У вас уже есть наработанная база клиентов от 1000 контактов? Вы можете показывать им ваши рекламные объявления, где бы они не находились. Такой вариант рекламы отлично подходит для поднятия имиджа и доверия к компании и повторных продаж.

Например: Светлана пользуется услугами типографии. Рядом с ее домом есть похожая и она все время хочет попробовать заказать следующую партию визиток или пакетов там, но умные маркетологи из типографии постоянно показывают Светлане объявления с акциями для постоянных клиентов и Светлана не хочет уходить от них.

#5 Тематическая реклама по базе email

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, чьи email вам известны
		Графическое объявление (баннер)	

Аналогично предыдущему варианту с телефонами, можно использовать базу от 1000 email адресов и показывать рекламу вашим подписчикам. Это хорошо работает для увеличения доверия, повторных касаний и выстраивания отношений

Например: Георгий зарегистрировался на бесплатную конференцию по интернет маркетингу, которая пройдет через месяц. Посещая свои любимые сайты он видит различные предложения и акции от организаторов и понимает, что мероприятие, которое так интенсивно рекламируется в интернет будет стоящим. В конце концов георгий решает купить билет, чтобы занять более удобное место и получить презентации спикеров.

#6 Тематическая реклама по геолокации

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, кто посещает определенные места, районы, здания
		Графическое объявление (баннер)	

Знаете, где точно бывают или находятся прямо сейчас ваши клиенты? Покажите им рекламу. Яндекс Директ позволяет обращаться к тем, кто постоянно посещает (проживает) в определенном районе или был там хотя бы 1 раз за неделю.

Например: Марина пришла на выставку шуб в экспоцентре. В это самое время, когда она искала по телефону ближайшее кафе, чтобы перекусить, ей показывается реклама мехового салона рядом, со скидками для тех, кто был на выставке. Марина идет в салон и покупает норковую шубу о которой давно мечтала.

#7 Тематическая реклама по похожей аудитории

Где	Когда	Что	Кому
Страницы тематических сайтов рекламной сети	В момент, когда просматривается страница	Текстово графическое объявление	Тем, кто похож на ваших клиентов
		Графическое объявление (баннер)	

Яндекс знает о своих очень многое, от типа устройства до списка наиболее часто используемых фраз на поиске или наиболее посещаемых сайтах. Именно это позволяет Яндексу формировать списки похожей аудитории на основе ваших клиентов (по телефонным номерам, email, геопозиции или посетителям вашего сайта)

Например: Юрий, владелец автосервиса, давно ведет рекламу в Яндекс и набрал базу более 1000 клиентов. Загрузив список их телефонов, Юрий сформировал похожую аудиторию и теперь показывает объявления еще и тем, кто не является его клиентом, но так же интересуется автозапчастями на те же марки авто и посещает те же форумы, что и его клиенты.

Спасибо

Хотите получить стратегию привлечения клиентов именно для вашего бизнеса? Запишитесь на [бесплатную консультацию](#)

Остались вопросы? Добавляйтесь в друзья на [facebook](#) или [вконтакте](#), подписывайтесь на [telegram канал о интернет маркетинге](#)