



**РгоДвижение**

## **Краткий Аудит основных настроек рекламных кампаний в Яндекс Директе.**

**Клиент ВидеоСтудия**

**Контактное лицо Сергей**

### **Кампания Кампания «Video РСЯ» № 17224449**

1. Не ясно это РСЯ на поведению или по площадкам. По названию не ясно и стратегия не корректная.
2. Посмотреть по Метрике и отминусовать неконверсионные площадки.
3. Выключен мониторинг сайта. Лучше включить.
4. Уточнить настройку стратегия показов. Должно быть

Для тематических площадок

Выбираем стратегию кампании «Независимое управление площадками».

Отключаем поисковые площадки.

Выбираем максимально-допустимый охват.

Не учитывать предпочтения пользователей.

Для РСЯ по поведению

Выбираем стратегию кампании «Независимое управление площадками».

Отключаем поисковые площадки.

Выбираем максимально-допустимый охват.

Так как стратегии две. Можно сделать 2 варианта РСЯ кампаний: по поведению и по тематическим площадкам.

5. Во всех объявлениях одна картинка. Стоит внести разнообразие.  
Кроме того, мы рекомендуем на каждое объявление делать 2-3 картинки, чтобы ваше объявление не замыливалось глаз пользователя и привлекало внимание. В дальнейшем это позволяет провести тестирование и выбрать наиболее кликабельную картинку.
6. Рекомендуем настроить ретаргетинг. Это кампании, догоняющие пользователей. Вы показываете свою рекламу только тем посетителям, которые уже были у вас на сайте. Позволяет показывать объявление в течение 30 дней, например, тем, кто интересовался, но не сделал заказ.
7. Стоит добавить визитку. Это повышает привлекательность объявления, в том числе за счет роста доверия к вашему предложению.