

**<прим. от 23.11.2018 - статья от 21.11.2016 - НЕ дописана, но не потеряла свою актуальность - возможно, будет чем-то полезна - спасибо>**

## **Я хочу стать специалистом по контекстной рекламе, с чего начать**

*Данный пост не претендует на истину, но из него, уверен, можно почерпнуть много полезной информации. В первую очередь предоставленная информация будет полезна тому, кто хочет изучать всё самостоятельно и выработать свою собственную систему работы с рекламными кампаниями. Тем не менее, это не исключает полезность информации для всех остальных.*

Итак, вы решили стать контекстологом (директологом, специалистом по интернет рекламе). Первое, что нужно понимать, знания о контекстной рекламе имеют многоуровневую структуру. Невозможно узнать о том, как правильно вести и создавать кампании из одного источника и при этом считать себя профессионалом.

**Первый уровень** (он же начальный) заключается в получении общей информации о контекстной рекламе и правилах, по которым она функционирует. Здесь, безусловно, вам поможет официальная справка. Для Яндекс.Директа - <https://yandex.ru/support/direct/>, для Google Adwords - <https://support.google.com/adwords/?hl=ru>. Несмотря на то, что эта справка публична и доступна любому, зачастую на форумах помощи встречаются вопросы, которые прямо разъяснены в этих справках, что говорит о том, что многие просто ленятся внимательно прочитать справку.

На самом раннем этапе знакомства с контекстной рекламой крайне не рекомендую обращаться к иным источникам информации, особенно от "гуру" или "бизнес молодости" и прочим, т.к. пока вы не обладаете минимальным набором информации, чтобы хоть как-то фильтровать поступающие советы "более опытных".

Обратите внимание, что в справке есть разделы, которые можно сначала пропустить. Не нужно зачитывать всё подряд, перенапрягая свою память. Например, такие разделы как "Тематики рекламирования", "Правила оформления гарантийного письма", "Динамические объявления", автоматические стратегии показов, "Как дать объявление?", "Повышение эффективности рекламной кампании" можно просто просмотреть, не акцентируясь.

Вот разделы справки Яндекс.Директа, на которые нужно обратить внимание **в первую очередь** и, главное, понять, что там написано (порядок ознакомления также важен):

1. "[О Яндекс.Директе](#)" - общая информация о системе
2. "[Как правильно оформить объявление](#)" - здесь приведена информация об основных элементах объявлений и то, каких правил стоит придерживаться при их создании. *Правильно составленное объявление - важнейшая часть успешной рекламы.*
3. "[Добавляйте и уточняйте ключевые фразы](#)" - важнейшая информация по тому, как нужно подбирать ключевые слова для ваших объявлений.
4. "Дополнительные возможности Яндекс.Директа" - нужно внимательно ознакомиться со всеми пунктами. Это то, что делает вашу рекламу более эффективной.
5. "[Стратегии показов](#)" - вы уже ознакомились с тем, как создаются объявления и подбираются ключевые слова. Теперь нужно внимательно ознакомиться с тем, как управлять показами своей рекламы. Данный раздел именно об этом. Не рекомендую сильно вдаваться в подробности автоматических стратегий, т.к. сначала при запуске своих первых кампаний вы, скорее всего, будете использовать ручное управление ставками, чтобы точнее понять, как работает реклама.
6. "[Как работает аукцион в Директе](#)" - очень важный раздел, дающий понимание того, на основе чего ваше объявление показывается ниже или выше конкурента. Скорее всего, вы потратите много времени на понимание сего процесса, но, поверьте, это очень важно. Постарайтесь именно понять, а не просто прочитать, как работает аукцион директа. Призываю не ограничиваться только этой страницей. Погуглите про "аукцион директа", чтобы получить разные объяснения, возможно, какое-то из них будет более для вас понятно.
7. "[Настройки в сетях](#)" - обязательно прочитайте про настройку рекламы для СЕТЕЙ. Обратите особое внимание на то, что в 99% рекомендуется разделять ваши рекламные кампании на поисковые и для сетей.

Итак, изучив эти 7 пунктов, вы получаете общее представление о системе. Рекомендую не кидать всё в кучу, а подробно изучить вширь полученную информацию. Т.е. если по какому-то пункту появились вопросы, то попробовать найти ответы на них в интернете или же задать вопрос в клубе директа <https://yandex.ru/blog/direct> для уточнения.

После того, как вы более менее усвоили полученную информацию и разобрались с непонятными вам пунктами можно постепенно изучить остальные пункты справки. В самом конце на забудьте обратиться к официальным документам:

- [https://yandex.ru/legal/direct\\_display\\_rules/](https://yandex.ru/legal/direct_display_rules/)
- [https://yandex.ru/legal/direct\\_adv\\_rules/](https://yandex.ru/legal/direct_adv_rules/)
- [https://yandex.ru/legal/adv\\_rules/](https://yandex.ru/legal/adv_rules/)
- [https://yandex.ru/legal/general\\_adv\\_rules/](https://yandex.ru/legal/general_adv_rules/)

Когда много лет назад я начинал изучать Яндекс.Директ, то он был на порядок легче в плане первоначального усвоения. С годами появились различные нововведения и настройки, которые понять с ходу сложно. Ваш прогресс в обучении будет обеспечиваться по большей части вашей способностью грамотно работать с потоком информации, структурировать его, выставлять приоритеты и концентрироваться на наиболее важных аспектах рекламных кампаний, которые в первую очередь влияют на их эффективность и прибыльность. Не надейтесь, что 1-2 человека/курса научат вас, как правильно создавать и вести рекламные кампании. Обучение происходит постоянно и не прерывается. Ваш успех как директолога будет на 95% зависеть от того, насколько вы способны самостоятельно находить фишки, тестировать и реализовывать их.

Настоятельно рекомендую не смешивать изучение Яндекс.Директа и Google Adwords, т.к. может показаться, что они очень похожи. На самом деле это далеко не так. Но если вы хорошо изучите сначала Яндекс.Директ, то затем будет на много порядков легче изучить Google Adwords, чем если вы будете делать это параллельно.

5-7 месяцев теория и ПРАКТИКА Яндекс.Директа и затем можно приступить к Google Adwords - это примерная цель, которую стоит поставить.

## **Второй уровень.**

Параллельно изучению справки директа можно приступить к изучению основного интерфейса и Директ.Коммандера. Рекомендую взять любой сайт, если нет какого-то конкретного, т.к. сам процесс настройки в целом похож для любого сайта, исключения, конечно, интернет-магазины.

Подберите ключевые слова с помощью <https://wordstat.yandex.ru/>, создайте кампанию и объявления в WEB интерфейсе <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showCamps>. Просмотрите абсолютно ВСЕ ссылки и настройки, которые там есть, как в самом интерфейсе, так и на уровне каждой кампании в разделе "параметры кампании". Это очень важно, т.к. от вашего понимания настроек во много зависит успех кампаний.

Забыли указать регион показа - бюджет слит. Не указали адрес и телефон - потеряли преимущества показа вашей визитки и телефона в объявлении. Не указали быстрые ссылки, или изображения, или уточнения для объявлений и потеряли конкурентные преимущества при показе рекламы, что выливается в повышение средней цены клика.

На этапе усвоения WEB интерфейса очень важно понять, какая настройка на что влияет и к каким последствиям может привести. После разбора WEB интерфейса можно установить Директ.Коммандер <https://yandex.ru/support/direct-commander/general/overview.xml> и повторить в нём все те операции, которые вы делали в WEB интерфейсе. Настройки там идентичны, но работа в коммандере быстрее, удобнее и эффективнее. Специалист по контекстной рекламе обязан профессионально владеть Директ.Коммандером, чтобы быстро и без ошибок делать свою работу.

По поводу второго уровня можно писать очень долго - я не буду этого делать. Однако ещё раз сделаю акцент на том, что всё, что касается эффективности рекламы (за исключением корректировки ставок и статистики), осваивается через глубокое понимание настроек каждой кампании и настроек аккаунта в целом. Не спешите переходить к раз рекламируемым курсам, пока детально не изучили все настройки системы.

Для рассмотренных выше 2-х этапов (и не только!) почерпнуть полезную информацию, найти ответы и задать вопросы вы можете, используя следующие must have сайты:

1. <https://yandex.ru/blog/direct> - Клуб Директа
2. <https://yandex.ru/blog/adv> - Блог рекламных технологий
3. <http://searchengines.guru/forumdisplay.php?f=45> - раздел "Поисковая и контекстная реклама" форума СЕРЧ
4. <https://yandex.ru/adv/edu/> - Онлайн-обучение от Яндекса

Список кажется небольшим, но, поверьте, этого на 99% достаточно, чтобы стать подкованным в тонкостях Яндекс.Директа. Рекомендую подписаться на RSS ленты указанных сайтов/страниц, чтобы быть в курсе актуальных вопросов, если, конечно, вы хотите быть первоклассным специалистом.

### **Третий уровень.**

Давайте немного обобщим то, что было написано выше для условных первого и второго уровня понимания.

1. Вы в целом понимаете, что такое Яндекс.Директ и контекстная реклама, по каким правилам функционирует эта система.
2. Для любого сайта вы так или иначе можете подобрать ключевые слова, создать объявления и сгруппировать эти объявления в кампании и группы объявлений.
3. Вы понимаете большинство настроек Яндекс.Директа, владеете Директ.Коммандером и можете хорошо настроить показ объявлений, выставив оптимальные настройки и используя все дополнительные возможности системы (быстрые ссылки, визитки, уточнения, рейтинг Яндекс.Маркета, удлинённый заголовок, отображаемая ссылка и т.д.)
4. Вы попробовали запустить рекламу для реального сайта. Получили показы и клики. Посмотрели статистику.

Освоив теорию Яндекс.Директа и попрактиковавшись на подопытном сайте, вы получили свой первый практический опыт создания и ведения рекламных кампаний. Поздравляю! Это только начало, но вы освоили фундаментальные знания, которые станут плацдармом для освоения всего остального знания.

Я бы не стал выделять третий уровень, как какой-то очередной уровень, который нужно пройти. Уже освоив 1 и 2 уровень, вы начинаете формировать свою собственную систему создания и ведения рекламных кампаний либо самостоятельно через собственные ошибки (делая, например, рекламу для кого-то), либо с помощью различной информации, которую вы черпаете из интернета. Я бы обобщил все следующие уровни одним словом - ВОПРОСЫ.

Да, именно от того, насколько вы способны задавать себе вопросы и находить на них ответы, будет формироваться ваш итоговый профиль специалиста по контекстной рекламе. Этих вопросов очень много. Какие-то простые, какие-то сложные, какие-то для меня, например, до сих пор спорные или неразрешимые.

Давайте я поставлю некоторые из них ниже, а вы уже сами попробуете найти на них ответы:

1. Как оценить эффективность проведённой мной рекламы?
2. Какую систему использовать Яндекс.Метрику, или Google Analytics, или обе сразу, чтобы анализировать статистику по рекламе?
3. Как управлять ставками по ключевым словам? Использовать ли автоматические системы управления ставками или же выставить ставки вручную?
4. Какие действия нужно предпринимать в процессе ведения рекламных кампаний, чтобы они становились прибыльнее (эффективнее)?

5. Важно ли в процессе подбора ключевых слов проработать как можно больше ключей или же можно остановиться на ключах с частотой больше, например, 50 показов в месяц?
6. Насколько в целом важны минус-слова? Как нужно их подбирать и как нужно их доподбирать в процессе ведения кампании?
7. Стоит ли ввязываться в борьбу за 1 спецразмещение и, если стоит, то в каких случаях?
8. Почему иногда первое место в гарантированных показах стоит ДОРОЖЕ, чем первое место в спецразмещении?
9. Стоит ли для каждой группы объявлений делать не одно, а два-три разных варианта объявлений? Если стоит, то какова цель?
10. Насколько наличие правильного изображения рекламируемого товара/услуги важно для кампаний на СЕТИ?
11. Что такое ретаргетинг и зачем он нужен?
12. Как правильно выбрать посадочную страницу (страница, на которую попадает посетитель при клике на ваше рекламное объявление) для рекламы? Насколько важна посадочная страница и как она влияет на показатель отказов/процент конверсии?
13. Насколько ли важен CTR? На какие показатели статистики рекламы действительно стоит опираться при оценке её эффективности?
14. Насколько важно, чтобы в заголовке объявления по возможности присутствовало ключевое слово? Как это влияет на цену клика и эффективность рекламы?
15. Как фиксировать изменения, которые вы делаете, в кампаниях, чтобы потом можно было понять, как эти изменения повлияли на эффективность этих кампаний?
16. В чём отличия рекламы на мобильных устройствах?
17. Как показывать заказчику рекламы результаты своей работы?

Получился довольно большой список, но это лишь очевидные вопросы, которые лежат на поверхности. Не стоит бояться и думать, что контекстная реклама - это сложно. Как и в любой работе по мере профессионального совершенствования вы сможете находить ответы на любые вопросы всё быстрее и быстрее и будете делать это с лёгкостью.

## **Google Adwords**

Как я писал раньше, предполагается, что перед освоением Google Adwords вы УЖЕ изучили Яндекс.Директ, получили практический опыт и ответили на многие вопросы. Если вы последовали этому совету, то нет необходимости так же, как для директа, расписывать подробно пункты, которые стоит изучить в Google Adwords, ведь логика изучения Google Adwords по сути совпадает с

логикой изучения Яндекс.Директа. Просто следуйте тем же путём, что и раньше. На пути вы встретите похожие функции этих двух систем (зачастую их различие будет лишь в названиях), столкнётесь с похожими вопросами и, возможно, совершите похожие ошибки.

Тем не менее, хотелось бы обозначить основные моменты при изучении Google Adwords:

1. Это, конечно же, официальная справка >  
<https://support.google.com/adwords/?hl=ru>
2. Сообщество рекламодателей Google >  
<https://www.ru.advertisercommunity.com/t5/Google-AdWords/ct-p/Google-AdWords>, где вы найдёте ответы на многие вопросы и сможете задать свои.
- 3.

**<прим. от 23.11.2018 - статья от 21.11.2016 - НЕ дописана, но не потеряла свою актуальность - возможно, будет чем-то полезна - спасибо>**