

АЛЕКСЕЙ НОМЕЙН

Контекстная реклама и не только. Сборник



Алексей Номейн

**Контекстная реклама
и не только. Сборник.
6 изданий автора в одном!**

«Издательские решения»

Номейн А.

Контекстная реклама и не только. Сборник. 6 изданий автора
в одном! / А. Номейн — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-852290-1

Прекрасно подойдет вам, если вы интересуетесь заработком с использованием
контекстной рекламы Яндекс и Google, планируете открывать интернет-
магазин или продавать товары с посадочных страниц.

ISBN 978-5-44-852290-1

© Номейн А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Аудит контекстной рекламы Google	7
Введение	8
Как сделать аудит контекстной рекламы Google?	9
Установите ремаркетинг	10
Рекомендуется	11
Проверка и настройка всех кампаний	12
Языки	13
Устройства	14
Временной таргетинг	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Контекстная реклама и не только. Сборник 6 изданий автора в одном!

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2017

ISBN 978-5-4485-2290-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Это издание включает в себя сразу 6 книг автора Алексея Номейна. Сборник сделан с целью экономии вашего бюджета и времени. Читайте сразу все то, о чем вам интересно знать!

Прекрасно подойдет вам, если вы интересуетесь заработком с использованием контекстной рекламы Яндекс и Google, планируете открывать интернет-магазин или продавать товары с посадочных страниц.

В это издание войдет:

- 1) Аудит контекстной рекламы Google;
- 2) Что нужно знать маркетологу о конверсии;
- 3) Методы привлечения покупателей в интернет-магазин;
- 4) Кейс по заработку на Яндекс. Директ;
- 5) Увеличение конверсии и воронка продаж;
- 6) Настройка и запуск Яндекс. Метрики.

Никакой воды! Польза и еще раз польза вашему бизнесу!

Аудит контекстной рекламы Google

Алексей Номейн

*Аудит
контекстной
рекламы Google*



Введение

Издание для объективного исследования контекстной рекламы Google самостоятельно.

Как сделать аудит контекстной рекламы Google?

1. Настройте полностью весь аккаунт. Если аккаунт у вас новый, то необходимо связать AdWords с Analytics, если это вы сделали до этого, то проверьте наличие связи.

2. Отследите % конверсии.

Проверьте настроено ли отслеживание конверсии с вашего сайта.

Если ваш аккаунт новый или до этого конверсии не были настроены, то сделайте это одним из двух способов:

– Импортировав конверсии с Analytics. Это считается рекомендуемым способом, который поможет вам избежать путаницы в отчетах, а также количество конверсий в AdWords и Analytics будут одинаковыми.

– Вторым вариантом можно использовать размещение тега AdWords на нужной вам странице, посещение которой считается конверсией.

Установите ремаркетинг

Проверьте установлен ли вообще тег ремаркетинга. Это поможет вам собрать список посетителей, зашедших на ваш сайт или сделавших на нем какое-либо действие.

Дальше самое интересное! Ваши объявления будут «наступать на пятки» пользователя, преследуя его по всему интернету. Для этого пользователя ваша реклама будет находиться везде.

Рекомендуется

Используйте для установки на сайт коды отслеживания и тегов ремаркетинга от сервиса Google, под названием Tag manager.

Если вы ранее настраивали аккаунт, то проверьте включена ли автоматическая метка тегами. По умолчанию она должна быть включена. Если же вы ее включили вручную, то через 20 минут кликните по своей рекламе и проверьте корректную работу сайта.

Выбирайте ручное управление ставками. Используйте скрипты или автоматические правила регулирования цен для удержания рекламы на нужных позициях.

Если ваш рекламный бюджет не позволяет вам «откручивать» рекламу круглосуточно, используйте равномерный показ объявлений с временным таргетингом (например, понедельник-суббота, с 7—00 до 23—00).

Проверка и настройка всех кампаний

Обязательно разделяйте сети. Медийную и поисковую.

Выключите поисковых партнеров, если ваш бюджет ограничен.

На нескольких аккаунтах была отмечена масса показов, но без переходов по одинаковым поисковым запросам, по всему своему виду напоминающих сгенерированные. После отключения поисковых запросов – показы прекращаются.

Языки

Выбирайте все языки, если хотите получить максимальный охват аудитории.

Устройства

Выберите необходимые устройства или откорректируйте ставки для каждого из них. Так как сейчас эпоха мобильного трафика, не упустите его. Обратите внимание, что если ваш сайт долго грузится через мобильные устройства, то необходимо использовать корректировки для мобильных: 100%.

Временной таргетинг

Должен соответствовать вашему режиму работ. Почти во всех нишах есть смысл транслировать рекламу только в ваше рабочее время, отключая ее, пока вы не работаете.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.