

[🏠](#) > [Имиджевая реклама: стимулирование спроса](#) >  
[Видеореклама](#) > Ретаргетинг на аудиторию видео

[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)

## Ретаргетинг на аудиторию видео

Вы можете собрать аудиторию пользователей, которые посмотрели видео из медийной кампании, и использовать ее при настройке ретаргетинга.

### Как собрать аудиторию видео

При создании или редактировании группы видеообъявлений в поле Сбор аудитории видео отметьте интересующие вас события:

- показ видео;
- просмотр 25, 50 или 75% видео;
- просмотр видео до конца.

Для каждого события в [Яндекс Аудиториях](#) автоматически будет создан отдельный сегмент типа «Видео в Директе» на том же аккаунте, что и кампания в Директе. В названии сегмента будут указаны данные кампании и тип события. В сегмент попадут пользователи, для которых событие произошло хотя бы для одного видео из группы.

Например, вы хотите отобрать пользователей, которые не досмотрели видео до конца. Выберите события «показ» и «100% просмотр». В Яндекс Аудиториях будут созданы два сегмента. При настройке [условий ретаргетинга и подбора аудитории](#) нацельтесь на сегмент тех, кто начал просмотр, а с помощью негативного условия исключите тех, кто досмотрел видео.

После старта показов начнет собираться аудитория — это займет некоторое время. Сегмент можно использовать для ретаргетинга, если его охват достиг 100 [анонимных идентификаторов](#). В Яндекс Аудиториях такой сегмент получит статус «Готов».

Сбор аудитории можно настроить в любой момент, даже если показы уже начались. В этом случае в сегмент попадут те пользователи, для которых выбранное событие совершилось не более 30 дней назад.

Чтобы остановить сбор аудитории, отключите события в настройках группы объявлений. В Яндекс Аудиториях сегмент по этому событию перестанет обновляться — его статус изменится на «На паузе».

### Варианты работы с аудиторией

Вы можете использовать аудиторию видео, когда настраиваете [профиль пользователей](#) (в медийных кампаниях), [условия ретаргетинга и подбора аудитории](#) (в контекстных кампаниях) или [корректировки ставок](#). Это позволит выстраивать коммуникации любой сложности.

#### Показывайте объявления лояльной аудитории

Показывайте рекламу тем, кто посмотрел видео. Эти пользователи уже знакомы с вашим брендом, более лояльны к рекламируемым товарам и услугам и с большей вероятностью совершат покупку.

- ▶ [Пример настройки](#)

#### Комбинируйте сегменты, создавая уникальные условия показа

Совмещайте сегменты просмотревших видео с другими сегментами, чтобы получать сложные условия показа. Но помните, что нацеливание на слишком узкую аудиторию уменьшает охват вашей кампании.

- ▶ [Пример настройки](#)

#### Найдите новую аудиторию

Подберите новую аудиторию, которая еще не знакома с вашим брендом.

- ▶ [Пример настройки](#)

## Остались вопросы?

**⚠ Внимание.** Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо

