

[🏠 > Начинающим рекламодателям >](#)
[Самостоятельное размещение >](#) Что дальше

[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)

Что дальше

Показы рекламы начнутся после того, как объявление пройдет модерацию и оплата поступит в Яндекс. Включение показов происходит автоматически и может занимать от 5 до 180 минут (в среднем — 40 минут).

Как проверить, показываются ли объявления

Для этого посмотрите статистику кликов и показов. Показ — это отображение рекламного объявления на поиске или странице сайта, а клик — это переход по объявлению.

Статистика отображается на странице кампании. Под блоком с информацией о настройках дана общая статистика кампании, ниже — более подробная по отдельным параметрам.

Отображение общей статистики кампании зависит от выбранной цели:

- в кампаниях, нацеленных на переходы, будет видна статистика показов, кликов и расходов;
- в кампаниях с конверсионными стратегиями — статистика показов, кликов, конверсий, стоимости конверсии и расходов.

На графиках отражена статистика по следующим параметрам:

- пол и возраст аудитории, которая увидела вашу рекламу;
- регионы показа;
- тип устройств;
- тематические фразы, по которым вас чаще всего находили.

В блоке Элементы объявления доступна статистика по эффективности каждого элемента объявления в рамках выбранной рекламной кампании. Эффективность начинает рассчитываться после того, как система накопит первичные данные по элементу.

Совет.



Не ищите объявление в поиске Яндекса, чтобы посмотреть, на каком месте оно показывается. Этим вы увеличиваете число показов без кликов — снижаете кликабельность. В результате объявление будет показываться реже.

Как получить максимальную отдачу от рекламы


- Изучайте статистику регулярно, чтобы узнать результаты вашей рекламной кампании и что в ней можно улучшить.
- [Настройте Яндекс Метрику](#), если вы еще не сделали этого. Важно не просто привести посетителей на сайт, а понять, становятся ли они реальными клиентами. Чтобы анализировать эффективность рекламы, задайте *цели* — действия посетителей, в которых вы заинтересованы, например: положить товар в корзину, сделать заказ, оформить онлайн-заявку.
- Настроив Метрику, смените стратегию показов. Стратегия [Максимум конверсий](#) с оплатой за конверсии позволяет оплачивать не все переходы по рекламе, а только целевые визиты пользователей.

Желаем успеха!

Узнайте больше

- [Яндекс Метрика: оценка эффективности рекламы](#)
- Онлайн-курс [Основы работы с Яндекс Метрикой](#) 
- [Рекомендации по повышению эффективности](#)
- Как улучшить рекламные кампании: [Школа Директа](#) 

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

