

[🏠 > Performance-реклама: наращивание продаж >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)[Единая перфоманс-кампания >](#)

Шаг 3. Выбор и создание объявлений

Шаг 3. Выбор и создание объявлений

Выберите тип объявления и оформите его внешний вид. Всего в группе может быть до 50 объявлений.

Товарное объявление [Страницы каталога](#) [Текстово-графическое объявление](#) [Графическое объявление](#)

В группу можно добавить только одно активное товарное объявление.

Создавать объявления можно на основе данных сайта или фида. Если у вас сайт с товарами, то подойдут оба способа, если вы рекламируете услуги, курсы, билеты или другие нетоварные тематики — предпочтительнее [фид](#). Использование фида позволяет получить больше информации о каждой позиции в предложении и точнее настроить правила отбора. Также можно добавить товары вручную.

Товарные объявления можно создать для любых категорий товаров, кроме указанных в [требованиях](#).

1. В блоке Товары выберите источник информации для объявлений:

Новый фид по сайту

Яндекс автоматически найдет товары на вашем сайте и создаст объявление для каждого товара. Если товары не найдены, проверьте, что ваш сайт соответствует [требованиям](#).

Новый фид по ссылке или с компьютера

Если у вас уже есть фид с актуальными ценами и списком товаров, то используйте его. Это может быть один из ранее загруженных товарных фидов или новый фид, добавленный через ссылку или с помощью загрузки с устройства.

- 1.1. Укажите тип бизнеса.

Для загрузки фида нужно выбрать [тип бизнеса](#), который вы рекламируете.

- 1.2. Добавьте ссылку на фид или выберите файл с фидом.

Формат файла зависит от выбранного типа бизнеса. Также введите свой логин и пароль, если они требуются для доступа по ссылке.

- 1.3. Нажмите Загрузить фид.

Ручное управление товарами

Вы можете добавить описание товаров вручную. Для каждого товара заполните карточку:

- Укажите ссылку на товар, добавьте название и описание.
- Добавьте до 5 изображений размером от 450 × 450 пикселей и объемом до 10 МБ.
- Укажите цену и сведения: категорию, производителя, модель и наличие.

Все добавленные товары будут собраны в один фид на логин. Всего можно добавить до 1000 товаров разных категорий.

Все описания и изображения должны соответствовать [требованиям](#).

2. В блоке Фильтр укажите какие товары использовать, а какие исключить при генерации объявлений. Условия объединяются оператором «И», для показа будут выбраны товары, которые соответствуют всем заданным условиям.

Также можно использовать в фильтрах [кастомные элементы](#).

При настройке параметров фильтра Директ в режиме реального времени проверяет, сколько предложений соответствует выбранным критериям. Подсказка поможет избежать ситуации, когда под условия фильтра не попадает ни один товар и показы объявлений не идут.

► Пример

3. Для товаров с сайта в блоке Тексты напишите текст по умолчанию — он будет общим для всех объявлений, а заголовок объявления будет сгенерирован автоматически.

Если вы используете файл с фидом или загружаете информацию о товарах вручную, выберите, как использовать элементы фида :

- автоматические — заголовок будет сгенерирован автоматически, а объявление будет составлено из текста, который указан в поле Текст по умолчанию.
- ручные — укажите элементы из фида:
 - Заголовок — тексты из указанных элементов будут использованы в заголовке объявлений. Можно задать до 5 элементов. Данные из них будут добавляться последовательно, пока длина заголовка не достигнет 56 символов. Если символов будет больше, заголовок может быть обрезан.
 - Текст — тексты из указанных элементов будут использованы в объявлении. Можно задать до 5 элементов. Данные из них будут добавляться последовательно, пока в тексте не будет 81 символ. Если символов будет больше, текст может быть обрезан.

Указывайте названия элементов фида без символов и учитывайте регистр. Например, `title` и `Title` — это разные названия.

► [Список возможных элементов для каждого типа фида](#)

Если указанных элементов нет в фиде, заголовки сгенерируются автоматически, а объявление будет составлено из текста, указанного в поле Текст по умолчанию.

При необходимости фид можно заменить на этапе создания или редактирования объявления. Для этого выберите нужный фид в источниках или загрузите новый. Директ постарается переиспользовать фильтры, которые ранее были настроены в объявлении. Если в фиде поменялась информация о товарах, проверьте и скорректируйте фильтр. Если в фиде нет элементов, отвечающих условию фильтра, то он будет сброшен.

4. Проверьте [контактные данные](#) компании.
5. Опишите преимущества и особенности с помощью [уточнений](#).
6. Укажите короткий путь к важной информации на сайте с помощью [быстрых ссылок](#).

Модерация объявлений и запуск рекламной кампании

После создания ваше объявление будет проверено на соответствие [установленным требованиям](#). Нажмите кнопку Отправить на модерацию и подтвердите свое согласие с условиями [оферты](#), на основании которой Яндекс размещает вашу рекламу. Обычно модераторы проверяют объявление в течение нескольких часов. В выходные и праздничные дни модерация может занять больше времени, чем в будни.

Результаты проверки вы получите письмом на адрес, указанный при создании рекламной кампании.

Показы объявлений начнутся только после того, как вы [оплатите размещение рекламы](#).

[Попробовать](#)

Особенности настройки объявлений для продвижения товаров на маркетплейсах

Если вы продвигаете магазины на Яндекс Маркете и Ozon:

- Создайте товарное объявление. Как источник выберите «Товары с маркетплейса» и укажите ссылку на магазин или товар на Яндекс Маркете или Ozon. Директ автоматически создаст фид — увидеть его можно в разделе Фида.
- С помощью фильтров выберите, какие товары хотите рекламировать. Для Яндекс Маркета можно фильтровать товары по категории, названию, описанию, производителю, цене и

цене до скидки. Для Ozon — по названию, описанию, цене и цене до скидки.

- Создайте текстово-графические или графические объявления, указав ссылки на магазин или товар на маркетплейсе.
- Объявления для страниц каталога не будут работать для продаж на маркетплейсах.

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