

[🏠 > Начинающим рекламодателям >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)[Самостоятельное размещение >](#)

Шаг 2. Создайте первую рекламную кампанию

Шаг 2. Создайте первую рекламную кампанию

Для размещения первой рекламной кампании используйте простой и быстрый способ — Мастер кампаний. С его помощью вы можете создать кампанию для рекламы сайта или мобильного приложения. Достаточно указать ссылку на нужную страницу сайта или трекиговую ссылку мобильного приложения. На каждом шаге создания объявления Мастер подсказывает настройки, тематические слова, тексты и картинки.

Рассмотрим процесс создания кампании для рекламы сайта.

Создание кампании

1. В окне Настройка и запуск рекламы за 5 минут введите ссылку на страницу сайта, который хотите рекламировать.
2. Выберите Конверсии и трафик.

Настройка внешнего вида объявлений


1. На основе вашего сайта будут подобраны до пяти вариантов заголовка и изображений и до трех вариантов текстов. Измените их, если необходимо — расскажите о своем предложении, его преимуществах или особенностях. Важно написать, что вы продаете и кому подойдет ваш товар или услуга — это поможет [автотаргетингу](#) подобрать для вас самую релевантную аудиторию. Наши рекомендации по [заголовкам и текстам](#).

Если у вас есть еще картинки, которые помогают быстрее понять суть предложения, загрузите их тоже.

Элементы объявлений будут комбинироваться между собой при показах — проверьте, что все они взаимно сочетаются и не противоречат друг другу.
2. Добавьте к объявлению до двух видео. Правильно выбранное видео привлекает к рекламе больше внимания и повышает конверсию.
3. В блоке Быстрые ссылки появятся ссылки на важные страницы сайта. Например, страницы со скидками или описанием определенных товаров. Предложенные варианты можно удалить и добавить свои.
4. Если ваша организация внесена в [Яндекс Бизнес](#) [🔗](#), оттуда будет загружена контактная информация.

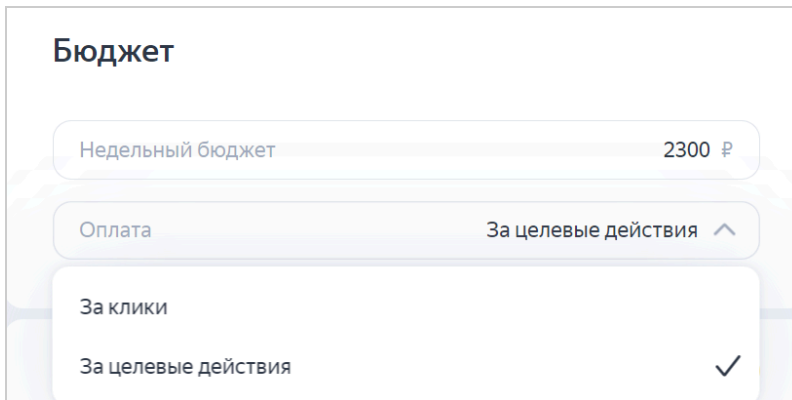
5. Справа в блоке предварительного просмотра проверьте, как будут отображаться объявления на поиске и на площадках рекламной сети Яндекса.

Подбор аудитории

1. Укажите **регион показа**: выберите только те регионы, жителям которых будет удобно работать с вами. Начните с одного города или локации на карте, позже вы сможете добавить новые.
2. Укажите время показа объявлений. Если ваша организация внесена в **Яндекс Бизнес** , Директ по умолчанию подставит часы работы организации. [Как настроить правильный временной таргетинг](#).
3. Выберите автоматический способ подбора аудитории. Директ подберет подходящие настройки на основе текстов объявления и рекламируемой страницы.

Бюджет и цели кампании

1. Определите недельный бюджет. Его должно быть достаточно для оплаты не менее десяти конверсий по самой дорогой цели.



Бюджет

Недельный бюджет 2300 Р

Оплата За целевые действия ^

За клики

За целевые действия ✓

Директ будет расходовать средства в пределах заданной суммы — выдерживается недельное ограничение. Кампания будет идти, пока на счете есть деньги.

2. Счетчики добавляются автоматически. Если этого не произошло, добавьте их вручную в поле Счётчики Яндекс Метрики.
3. Для эффективной работы кампании обязательно укажите полезные цели — действия посетителей сайта, наиболее важные для бизнеса. Если есть цель с зелёной отметкой, лучше выбрать ее. Если ваша цель слишком глубоко по воронке и у неё мало достижений, лучше указать цель выше по воронке (более достижимую): например «Корзина», а не «Покупка».

Если у вас несколько точек контакта на сайте (звонок, мессенджер, форма), можно добавить все цели для оптимизации.

4. Стратегия будет выбрана автоматически в зависимости от ваших настроек:

- Если задана одна цель, указана ее цена и выбрана оплата за целевые действия, то кампания принесет **максимум конверсий** по указанной цели.
- Если задано несколько целей, указаны их цены и выбрана оплата за целевые действия, вы получите **максимум конверсий** по всем указанным целям. При достижении нескольких целевых действий, будет списана оплата за каждое из них.
- Если вы выбрали несколько целей, не указывая их ценность, и оплату за клики, то вы получите максимум конверсий за указанный недельный бюджет. Деньги будут списываться за переходы на сайт, а Директ подберет аудиторию, которая с наибольшей вероятностью совершит нужные целевые действия.
- Если счетчик не установлен или не заданы цели, то будет выбрана стратегия, при которой Директ стремится привести на сайт максимум заинтересованных пользователей за указанный бюджет.

Остальные настройки оставьте без изменений и нажмите Создать кампанию, чтобы отправить ее на модерацию. Если хотите вернуться к редактированию кампании позже, нажмите Сохранить как черновик.

Модерация

После создания ваша кампания будет проверена на соответствие **требованиям к рекламе**.

Результаты проверки вы получите в письме на адрес, указанный при регистрации в Директе.

Некоторые элементы кампании проходят модерацию отдельно (например, изображения). Если один или несколько элементов не пройдут модерацию, кампания запустится без них. Статус модерации и комментарии к нему появятся на странице кампании. Вы можете удалить элементы, которые не прошли модерацию, или отредактировать их.

Отредактированные элементы отправятся на модерацию повторно и будут включены в кампанию, если успешно пройдут проверку.

Показы объявлений начнутся только после того, как вы оплатите размещение рекламы.

[К предыдущему шагу](#)

[К следующему шагу](#)

Узнайте больше

- [Элементы объявления](#)
- [Мастер кампаний — все особенности 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