

[🏠 > Таргетинги: определите целевую аудиторию >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)[Ключевые фразы > Как подобрать ключевые фразы](#)

Как подобрать ключевые фразы

Ключевые фразы должны быть тесно связаны с вашими товарами и услугами. Представьте себе, что могут искать те люди, которые хотят найти ваш товар или предлагаемую услугу. Например, если вы занимаетесь ремонтом автомобилей, то ваши клиенты — люди, у которых сломался автомобиль. Они могут искать *покрасить бампер* или *в карбюраторе конденсат фольцааген*. Эти фразы можно использовать как ключевые, если вы готовы оказать данную услугу.

Рекомендации по подбору

Чтобы ключевые фразы работали, ознакомьтесь с нашими рекомендациями по подбору:

Уточните ключевую фразу

Когда фраза имеет слишком общий смысл, постарайтесь ее конкретизировать. Например, по фразе *ремонт* пользователи могут искать ремонт принтеров, ремонт телефонов или ремонт автомобилей. Если вы занимаетесь только ремонтом автомобилей — выберите фразу *ремонт автомобилей*, чтобы не показываться по нерелевантным запросам.

Помните об опечатках

Директ учитывает популярные опечатки и запросы, набранные без переключения раскладки клавиатуры. В ответ на такие запросы будут показаны объявления по автоматически исправленным запросам. Однако редкие опечатки и различные варианты написания слов не будут исправлены автоматически. Если вы знаете такие целевые, но неправильно набранные запросы, добавьте их. Например, *металлочерепица* можно написать с пробелом посередине: *металло черепица*.

Пишите названия иностранных марок латиницей и кириллицей

Это поможет охватить больше запросов, которые используют ваши потенциальные клиенты. Например, *купить Toyota* и *купить Тойоту*, *мультиварка redmond* и *мультиварка редмонд*.

Используйте разные части речи с одним корнем

При показе рекламы Директ учитывает все формы слова запроса в рамках одной части речи. Исходя из этого, важно предусмотреть все части речи, по которым ваша реклама должна быть показана. Например, к фразе *магазин мебели* добавьте *мебельный магазин*.

Подберите синонимы, сленг и профессиональные термины

Объявления автоматически показываются по запросам, которые [семантически соответствуют](#) вашей ключевой фразе. Поэтому перечислять все близкие по смыслу слова необязательно. Укажите основные синонимы, чтобы по заданным фразам Директ смог оптимизировать дальнейший выбор. Не забудьте учесть профессиональные термины и сленг. Например, *наружная реклама* и *наружка*, *выделенная линия* и *выделенка*.

Наши инструменты

Подбор слов

При составлении списка ключевых фраз мы рекомендуем использовать сервис [подбора слов](#). Он позволяет узнать, сколько людей в месяц ищут ту или иную фразу, и посмотреть похожие запросы.

Автотаргетинг

Позволяет показывать объявления на поиске Яндекса автоматически, без добавления ключевых фраз. Вы можете не задумываться о том, по каким запросам объявление должно показываться. С включенным [автотаргетингом](#) система будет самостоятельно подбирать запросы, по которым показывать объявление, стараясь принести как можно больше полезных переходов.

Шаблоны

С помощью [шаблонов](#) вы можете подставить ключевую фразу, по которой было показано объявление, в заголовок, текст объявления, ссылку на сайт или отображаемую ссылку.

Статистика

В отчете Поисковые запросы собраны запросы на поиске Яндекса, по которым были показаны ваши объявления. Например, запросы, которые семантически соответствуют вашей ключевой фразе. На основе этих данных вы можете оптимизировать список ключевых фраз, например, выбрать нерелевантные запросы, по которым показываются ваши объявления, и прямо в отчете [добавить их в минус-фразы](#) для кампании или группы объявлений. Также вы можете автоматически [добавить запрос из отчета в ключевые фразы](#).

[Подробнее о том, как оценить эффективность ключевых фраз](#)

Узнайте больше

- [Как уточнить ключевые фразы с помощью минус-слов и минус-фраз](#)

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