

О Рекламной сети Яндекса и внешних сетях

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — это система размещения рекламы на сервисах Яндекса и площадках партнеров. РСЯ открывает рекламодателям Директа доступ к аудитории более чем 50 000 площадок: сайтов, мобильных приложений и приложений Smart TV. Партнеры Рекламной сети получают доход за размещение рекламы, а рекламодатели — приток трафика и клиентов.

Помимо Рекламной сети Яндекса, объявления Директа могут быть показаны на тематических площадках внешних партнерских сетей, например [Smaato](#) [🔗](#).

[Преимущества рекламы в сетях](#)

[Что нужно знать о показах в сетях](#)

[Партнеры РСЯ](#)

Преимущества рекламы в сетях

Качественные и посещаемые ресурсы

Яндекс внимательно проверяет каждую площадку, на которой могут быть показаны объявления Директа. К участию не принимаются площадки с сомнительным контентом и созданные специально для заработка на размещении рекламы. Каждая площадка проходит многоступенчатую модерацию и подключается к мониторингу качества.

Новая аудитория и огромный охват

Среднесуточная аудитория площадок Рекламной сети — более 65 млн пользователей, из которых более 50% посетителей не пересекаются с аудиторией Яндекса.

► [Посмотреть график](#)

Большой выбор форматов

На площадках Рекламной сети размещается как контекстная, так и медийная реклама. Предусмотрен отдельный набор форматов для показов на мобильных сайтах и в мобильных приложениях, а также видеореклама на площадках [видеосети](#).

Точное нацеливание

Гибкие настройки условий показа помогают найти для каждого рекламодателя правильную аудиторию. Технологии машинного обучения подбирают для каждого посетителя интересные ему предложения.

Защита бюджетов

Автоматическая проверка качества трафика и видимости рекламы, защита от склика и накрутки показов — специалисты Яндекса постоянно отслеживают фрод и совершенствуют защиту рекламодателей. [Автоматическая корректировка ставок](#) позволяет сэкономить, снижая вашу ставку, если вероятность конверсии невелика.

Что нужно знать о показах в сетях










Площадки подбираются на основе тематического или поведенческого таргетинга, то есть тематика объявления соответствует либо тематике страницы, которую просматривает посетитель сайта или пользователь приложения, либо его интересам и поведению в интернете.

Рекламодатели не могут самостоятельно выбрать площадки для показа, но могут исключить нежелательные площадки в параметрах кампании. Мы не рекомендуем исключать какие-либо площадки, это риск потерять целевую аудиторию. Автоматический контроль качества кликов и конверсий не позволит перерасходовать бюджет на некачественный трафик.

Выбор формата для показа на конкретном рекламном месте находится на стороне партнера, но рекламодатель может оценить внешний вид своих объявлений с помощью превью в интерфейсе. При подготовке креативов для графических объявлений можно использовать встроенный конструктор.

Цена клика в сетях зависит от качества аудитории площадки, конкурентной ситуации, количества площадок нужной тематики в сети на данный момент. При работе с большинством стратегий Директа рекламодатель может регулировать расход бюджета в сетях, [ограничивая стоимость клика](#).

Партнеры РСЯ

Место для размещения рекламы предоставляют сервисы Яндекса, например [Почта](#) , [Погода](#) , [Картинки](#) , [Видео](#) , [Игры](#) , [Браузер](#) , [Авто.ру](#) , [Спорт](#) , [Музыка](#) .

Среди партнеров РСЯ крупнейшие сайты:



И мобильные приложения:



Партнеры видеосети Яндекса:



📘 Примечание.

Если вы хотите размещать на своем сайте объявления Яндекс Директа, ознакомьтесь с [правилами участия](#) Рекламной сети Яндекса.

Узнайте больше

- [Создайте отдельную кампанию для тематических площадок](#)
- [Как запретить показ рекламы на определенных площадках](#)
- [Ответы на часто задаваемые вопросы о Рекламной сети](#)

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