

[🏠 > Таргетинги: определите целевую аудиторию >](#)[Яндекс.Директ](#) [🔗](#)

Интересы и привычки

Показы по интересам и привычкам

Таргетинг по краткосрочным интересам и привычкам позволит обратиться с актуальными предложениями к людям, которые ищут ваши товары или услуги именно в данный момент или последние несколько дней. Например, сообщить о распродаже авиабилетов или летней одежды только тем пользователям, которые сейчас собираются в отпуск. Объявления по краткосрочным интересам показываются только в [сетях](#).

Как работает

Показы по краткосрочным интересам и привычкам возможны благодаря технологии [Крипта](#). Она анализирует поведение пользователей в интернете и выявляет их принадлежность к определенной группе. Для этого Крипта исследует поведение типичных представителей этой группы, например: какие слова они используют в запросах, какие сайты посещают, какие приложения используют, какими магазинами интересуются, в какое время суток выходят в сеть. Из данных геосервисов Яндекса добавляется информация о посещенных организациях.

Краткосрочные интересы и привычки определяются по посещенным сайтам и приложениям, тематикам поисковых запросов, маршрутами из геосервисов. Данные обновляются в режиме реального времени.

Как настроить

Настроить показ по краткосрочным интересам можно в [Мастере кампаний](#), для [текстово-графических объявлений](#), и в [Единой перфоманс-кампании](#).

В группе объявлений в блоке Интересы и привычки введите описание аудитории, которой необходимо показывать объявления. Например, для магазина детских товаров, который рекламирует категорию «Для малышей», можно задать описание «родители маленьких детей». Вначале Директ предложит таргетинги по точному соответствию слов, а затем нейросеть на основе YandexGPT подскажет похожие интересы и привычки, места, где часто бывают потенциальные клиенты, сайты, которые они могут посещать, и приложения, которыми могут пользоваться.

При подборе аудитории, похожей на пользователей указанных сайтов или приложений, сайты и приложения группируются по тематике и используется таргетинг на группу людей, которые посещают схожие по тематике площадки. Прямого таргетинга на аудиторию выбранного сайта или приложения не происходит.

Можно указать не более 30 условий, сочетающихся по «ИЛИ».

Используйте Интересы и привычки как самостоятельное условие показа или сочетайте с ключевыми фразами, чтобы увеличить охват потенциальных клиентов.

Статистика


Статистику по краткосрочным интересам и привычкам можно посмотреть в [Мастере отчетов](#), выбрав срез Условия показа или Тип условия показов.

Примечание.

Данные по интересам в Директе и Метрике принципиально различаются, так как учитываются разные показатели: краткосрочные интересы в Директе и [долгосрочные](#) — в Метрике.

Анализируйте данные по интересам в Директе, чтобы понять, как работает нацеленная на этот краткосрочный интерес реклама. Данные по долгосрочным интересам в Метрике помогут составить портрет аудитории вашего сайта и использовать его для [ретаргетинга](#).

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