

Настройка фильтров

Для генерации смарт-баннеров может использоваться весь фид или отдельные товары, отобранные с помощью фильтров. На странице редактирования группы объявлений нажмите +Новый фильтр и добавьте до 50 фильтров, объединенных оператором «ИЛИ».

Выберите целевую аудиторию

В выпадающем списке выберите один из вариантов:

- Ретаргетинг посетителей сайта — для посетителей, которые были на вашем сайте. На сайте должен быть настроен [счетчик Яндекс Метрики](#).

Если посетитель просматривал конкретные товары, вместе с просмотренными товарами ему могут показываться рекомендованные товары из фида в соответствии с [правилами отбора](#).

Если посетитель был на вашем сайте, например на главной странице или в каталоге товаров, но не переходил на страницы конкретных товаров, ему могут показываться персональные рекомендации товаров из фида в соответствии с [правилами отбора](#).

- Look-alike (интересовались похожими товарами) — для посетителей, которые искали похожие товары в интернете, но не были на вашем сайте.
- Максимальный охват (Ретаргетинг + Look-alike) — установлен по умолчанию. Показы будут для посетителей, которые были на вашем сайте или искали похожие товары в интернете.

Повысить или понизить ставку при показе рекламы определенным посетителям можно с помощью [корректировки ставок](#).

Установите правила отбора товаров

Правила отбора определяют, какие товары из фида использовать, а какие исключить при генерации смарт-баннера. Отбирать товары можно по разным параметрам (например категории, цене и т. д.). Для правильного отбора в фиде должен быть товар с заданным параметром. Значение параметра должно удовлетворять значению в фильтре.

Параметры зависят от типа бизнеса фида.

- [Розничная торговля, другой бизнес: фид Яндекс Маркета](#)
- [Отели: фид «Отели и аренда жилья» Google Рекламы](#)
- [Автомобили: фид Авто.ру](#)

- ▶ [Недвижимость: фид Яндекс Недвижимости](#)
- ▶ [Авиабилеты: фид «Авиабилеты» Google Рекламы](#)
- ▶ [Другой бизнес: универсальный фид](#)
- ▶ [Другой бизнес: фид «Специальный» Google Рекламы](#)
- ▶ [Другой бизнес: фид «Путешествия» Google Рекламы](#)
- ▶ [Розничная торговля, другой бизнес: фид в формате Google Shopping](#)

Если в группе объявлений используется несколько фильтров, при генерации смарт-баннеров в товары из одного фильтра могут быть добавлены товары из другого.

Укажите CPC или CPA

Если вы выбрали стратегию [Максимум конверсий](#) или [Максимум кликов](#), то вы можете назначить CPC или CPA в настройках фильтра. При включенной опции [Оплата за конверсии](#) стоимость целевого визита будет оптимизироваться по указанной цене на фильтре.

Статусы объявлений о товарах

После запуска кампании в блоке Статусы объявлений о товарах можно проверить, сколько объявлений подходит под фильтр. Статусы отображаются на странице редактирования группы в течение нескольких часов с момента запуска. Данные регулярно обновляются.

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

