

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

География показов

География показов

Эффективность рекламы в Директе зависит не только от привлекательности вашего объявления, но и от возможности конкретного человека на него отреагировать. Как правило, люди интересуются товарами и услугами в тех регионах, где они живут или куда собираются поехать.

Как работает геотаргетинг

Геотаргетинг — это технология, позволяющая управлять географией показов вашей рекламы. Объявления Директа будут показаны только той аудитории, которая сможет воспользоваться вашим рекламным предложением, так как находится в выбранном регионе показа или интересуется им. Так, если вы доставляете пиццу только в Курске, в настройках кампании или группы объявлений выберите регион показа — Курск. Или укажите более точно регион на карте, например, улицу рядом с вашим магазином и показывайте рекламу тем, кто живет, работает или находится рядом с ним прямо сейчас.

Настроить геотаргетинг можно:

- в группе объявлений в блоке Регионы показа (География показов);
- на уровне кампании в блоке Настройки для всех групп в кампании.

Страны, области и города [Указать регион на карте](#)

В поле Перечислить страны, области и города:

1. Начните вводить название, перейдите к дереву выбора регионов и отметьте регионы для показа объявлений. Установив флажок рядом с регионом, вы выбираете его целиком, включая все входящие в него населенные пункты (даже если они не указаны отдельно в дереве регионов).
2. Если необходимо, добавьте регионы, которые надо исключить из показа — начните вводить название области или населенного пункта в поле рядом с регионами показа. Выберите в подсказках или в дереве нужные.

Для исключения из показов можно выбрать любой доступный в настройке регион. Он может и не входить в состав указанного региона показа. Например, можно выбрать для показов Липецкую область и исключить из показов Елец и Грязи.

► [Дерево выбора регионов](#)

Для каждой новой группы в кампании будут автоматически применены указанные в первой группе настройки регионов.

Расширенный географический таргетинг

В параметрах кампании в блоке Дополнительные настройки по умолчанию включена опция Расширенный географический таргетинг. Эта опция работает на поиске Яндекса и в сетях. Она не влияет на показы объявлений на поисковых площадках РСЯ (в том числе на страницах результатов поиска по Яндекс Картам, Яндекс Маркету и другим сервисам Яндекса). [Ограничения расширенного географического таргетинга.](#)

На поиске [В сетях](#)

Расширенный географический таргетинг позволяет показывать объявления на основе поисковых запросов и по регулярному региону пользователя.

По поисковым запросам

Для каждого запроса поиск Яндекса автоматически определяет интересующий пользователя регион. При выборе учитываются похожие, неформальные и сокращенные названия (например, Питер, Нижний, Екб).

При включенной опции система получает сигнал — сравнивать название региона из поискового запроса и региона, который вы указали в настройках объявления или кампании. Только при совпадении этих регионов система понимает, что пользователь ищет ваш товар или услугу именно в вашем городе. Поэтому если при включенном расширенном географическом таргетинге вы используете в ключевых фразах один регион, а в настройках объявлений — другой, то по этим фразам не будет показов на страницах с результатами поиска. Чтобы начать показы на поиске, отключите расширенный географический таргетинг. О том, как настройки географии влияют на места показа объявлений, читайте в [таблице](#).

Например, чтобы начать рекламировать парк развлечений в Москве, укажите ключевую фразу *парк развлечений* и регион показа — Москва. Такие объявления могут показываться жителям Москвы при поиске *парков развлечений* и жителям других регионов при поиске *парков развлечений в москве*.

Вы создали специальную кампанию для потенциальных клиентов из Твери, указали в ней ключевую фразу — *парк развлечений москва* и регион показа — Тверь. Регион в тексте ключевой фразы не совпадает с выбранным регионом показов, поэтому при включенном расширенном географическом таргетинге по этой фразе не будет показов на поиске. Чтобы начать показы, отключите расширенный географический таргетинг в параметрах этой кампании.

- [Как сочетания настроек географии влияют на места показа ваших объявлений](#)

По регулярному региону

Регулярное местоположение определяется с помощью технологии [Крипта](#) на основании того, как часто пользователь бывает в выбранном вами регионе. При выборе учитываются данные за последние 90 дней.

При включенной опции система получает сигнал — сравнивать регион регулярного местоположения пользователя с регионом, который вы указали в настройках объявления или кампании. Если эти данные совпадают, пользователь увидит рекламу вашего товара или услуги.


Например, вы создали рекламную кампанию для своего автосалона в Москве, задали регион показа — Москва. Ваша реклама будет показана не только пользователям, которые находятся в Москве, но и москвичу, который заинтересован в покупке, но уехал по делам в Томск.

[Модерация](#) объявлений проходит по правилам страны, к которой относятся настроенные вами регионы показа. При показе рекламы будут работать ограничения, предусмотренные законом о рекламе той страны, в которой должен быть показ. Возможна ситуация, когда принятое модерацией объявление не может быть показано в конкретном регионе из-за разницы в законах о рекламе.

Расширенный географический таргетинг не работает, если для показа указан регион на карте.

Массовое редактирование регионов показа

Вы можете изменять регионы показа:

- во всех группах кампании — для этого нажмите  → Настроить регионы показа;
- в некоторых группах одной или нескольких кампаний — для этого выберите нужные кампании и перейдите к группам. Отметьте нужные или выберите все. Нажмите внизу страницы Действия → Регионы показа.

В открывшемся окне выберите режим изменения и укажите регионы или выберите регион на карте:

- Заменить — выбранные регионы заменят текущие. Можно заменить показы в области или городе на показы в указанном регионе на карте;
- Добавить к списку — выбранные регионы добавятся к текущим, например новые адреса для регионов на карте или области в список регионов.
- Удалить из списка — выбранные регионы удалятся из текущих.

Страны, области и города [Указать регионы на карте](#)

Регионы показа

Заменить Добавить к списку Удалить из списка

Регионы будут заменены на новые во всех 6 группах кампании.

- ☒ Перечислить страны, области, города
Регионы, где представлен ваш бизнес, есть филиалы или работает доставка.
- ☐ Указать регион на карте
Области на карте, в которых важно показать рекламу. Например, область, где до кофейни меньше 5 минут пешком.

Страны, области, города

Россия X

- ✓ Россия
 - ✓ Центр
 - > ✓ Москва и область
 - > ✓ Белгородская область
 - > ✓ Брянская область
 - > ✓ Владимирская область
 - > ✓ Воронежская область

Чтобы показывать рекламу в регионах, которых нет в списке, выберите «Указать регион на карте»

Геотаргетинг в вашей первой кампании

Чтобы быстро запустить рекламу с геотаргетингом, достаточно создать кампанию и настроить для первой группы объявлений регионы показа — те, в которых вы оказываете услуги или продаете товары. По умолчанию для этой кампании будет включен расширенный географический таргетинг.

Если вы хотите использовать ключевые фразы с названиями регионов, как это часто бывает в рекламе путешествий, туризма, отелей, гостиниц или медицинских услуг за рубежом,

отключите расширенный географический таргетинг. О том, как настройки географии влияют на места показа объявлений, читайте в [таблице](#).


Подождите несколько дней после начала показов ваших объявлений. За это время Директ соберет статистику о количестве показов и кликов в разных регионах. Если клики распределяются по регионам неравномерно, мы рекомендуем использовать более сложную настройку регионов показа.

Уточнение регионов и детальная проработка географии

Анализируя [статистику кликов и конверсий](#), вы можете обнаружить, что жители разных регионов по-разному реагируют на ваше рекламное предложение.

Например, в статистике рекламы парка развлечений (ключевая фраза — *парк развлечений*, регион показа — Москва и область, расширенный географический таргетинг включен) вы заметили большое количество кликов из Москвы и Твери. В этом случае мы рекомендуем:

- добавить в вашу кампанию новое объявление специально для региона показа Москва (входит в регион Москва и область);
- создать новую кампанию специально для показов в Твери (расширенный географический таргетинг отключен, ключевая фраза *парк развлечений москва*, регион показа Тверь).

Разделение рекламных кампаний по регионам поможет вам лучше управлять ставками и сберечь бюджет: при выставлении ставок для одного региона вам не придется учитывать конкуренцию в другом. Прогноз показов для конкретного региона можно посмотреть в форме [подбора слов](#) .

Ограничения расширенного геотаргетинга

Настройка расширенного геотаргетинга игнорируется для объявлений некоторых тематик.

На поиске [В сетях](#)

Настройка игнорируется для объявлений следующих тематик:

- туризм и отдых (например, отели и гостиницы, автобусные туры, путешествия, билеты на транспорт, детские лагеря и экскурсии, отзывы об отдыхе и сам отдых);
- [тематики, для размещения рекламы которых необходимы определенные документы](#) (например, лекарства, медицинские изделия и услуги, аптеки, БАД, детективная деятельность, пиротехника, финансы, страхование, изделия, конструктивно схожие с оружием).

Если ваше объявление относится к одной из этих тематик, оно будет показываться только в тех регионах, которые вы указали в настройках кампании или группы объявлений. Тематика объявления определяется автоматически на основании его содержания (например, заголовков, текста, описания быстрых ссылок) и страницы перехода.

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