Яндекс.Директ [2]

Вопросы о показе объявлений

Показ объявлений

Объявление не показывается

Чаще всего прошедшее модерацию объявление не показывается по этим причинам:

- Нет денег на общем счете или счете кампании
- Не завершилась активизация
- Установлены слишком низкие ставки
- Установлено слишком низкое соотношение дневного бюджета или остатка на счете к ставкам
- Объявление не прошло или частично прошло модерацию
- Объявление приостановлено мониторингом доступности сайта
- Показы приостановлены настройками дневного или недельного бюджета
- Вы остановили кампанию или объявление вручную
- Объявления в кампании остановлены на этапе модерации
- Показы кампании приостановлены по расписанию временного таргетинга
- Указана более поздняя дата начала кампании
- Объявление признано сходными с другими
- В кампании много недействительных кликов
- Некорректное использование минус-фраз
- Ключевая фраза содержит название региона, при этом в регионы показа он не включен
- Понижающие корректировки исключают определенную аудиторию
- Регион проверки не входит в заданный геотаргетинг в кампании
- Есть предупреждения об ограничениях
- Ключевые фразы относятся к трагической тематике
- Тематика объявлений относится к букмекерским конторам
- Показы на поиске запрещены
- В кампании есть объявления с такими же ключевыми словами, но со ссылкой на другой сайт

• Ключевая фраза содержит опечатки или случайные латинские буквы

Если указанные причины не подходят, вы можете обратиться в отдел клиентского сервиса.

(i) Совет. Если объявление не прошло модерацию, вы можете пройти по ссылке Как исправить? в отклоненном объявлении и узнать причины. Вопросы о модерации вы можете задать с помощью формы.

Появился статус «Для прогноза трафика не хватает статистики»

Статус означает, что при текущих настройках объявления из группы показываются крайне редко или не показываются вообще.

Прежде чем присвоить статус «Для прогноза трафика не хватает статистики», система оценивает накопленные данные о показах группы объявлений. Статус обновляется автоматически. Периодически система пробует показать объявления из группы. Если количество показов в группе объявлений увеличится, то она вернется к активным показам.

Для группы объявлений с этим статусом недоступны прогнозируемые ставки и статистика за 28 календарных дней. Накопленную статистику вы можете посмотреть в Мастере отчетов.

Чтобы увеличить количество показов, улучшите настройки вашей группы объявлений. Мы собрали основные рекомендации по порядку: от самой важной до менее значимой.

Текстово-графические объявления Реклама мобильных приложений

Подберите другие ключевые фразы

Возможно, ключевые фразы очень редко встречаются в поисковых запросах или имеют слишком узкое значение для показов в сетях. Попробуйте добавить другие ключевые фразы или менее жестко ограничить фразы операторами, минус-словами или минус-фразами. При составлении списка ключевых фраз используйте сервис подбора слов. Он позволяет узнать, сколько людей в месяц ищут ту или иную фразу, и посмотреть похожие запросы.

Объедините ключевые фразы

Редкие ключевые фразы можно собрать в одну группу объявлений, чтобы вместе они набрали достаточное количество показов. С помощью шаблонов вы можете создать уникальное объявление для каждой ключевой фразы. Чтобы переадресовывать на разные страницы сайта пользователей, пришедших по одному объявлению, но по разным ключевым фразам, используйте параметры URL, например, {keyword} или {param1} и {param2}. Подробнее

Измените условие ретаргетинга и подбора аудитории

Вероятно, вы задали слишком узкое условие ретаргетинга и подбора аудитории. Мало пользователей подходят под заданное условие. Попробуйте его изменить и задать меньше ограничений.

Проверьте настройки геотаргетинга

Если в настройках геотаргетинга вы выбрали определенный город, объявления могут показываться только тем, кто находится в этом городе или интересуется им. В некоторых городах по заданной вами ключевой фразе или ретаргетингу и подбору аудитории показов может не быть. Попробуйте добавить города рядом, выбрать всю область или регион.

Увеличьте максимальную ставку

Может быть, ваши конкуренты повысили ставки, и объявления группы не могут выиграть аукцион из-за низкой ставки или понижающей корректировки. Вы можете повысить ставки или убрать корректировки, чтобы чаще выигрывать аукцион и быть отобранным для показа.

Как увеличить показы

Чтобы увеличить количество показов объявления:

- включите показы в сетях;
- измените расписание показов, расширьте географию;
- проверьте, как работают ключевые фразы. Неправильное использование операторов и большое количество минус-слов ограничивают показы;
- включите автотаргетинг. Ориентируясь на текст вашего объявления и рекламируемую страницу сайта, система будет выбирать подходящие поисковые запросы и показывать по ним ваши объявления;
- измените ставки. Повышение ставок позволит вашим объявлениям чаще выигрывать аукцион и отбираться для показа;
- измените настройки выбранной стратегии. Например, увеличьте бюджет, так как заданные ограничения не позволяют выигрывать аукцион.

Вы также можете использовать наши рекомендации по повышению эффективности рекламы.

Появилось предупреждение

По требованиям законодательства предупреждения автоматически добавляются к следующим объявлениям:

- медицинская деятельность;
- изделия медицинского назначения;
- лекарственные средства;
- БАДы;
- заменители женского молока и питание для младенцев;
- изделия, конструктивно сходные с оружием;
- финансовые услуги;
- долевое строительство и новостройки.

Примечание.

Если предупреждение добавлено некорректно, сообщите нам об этом.

Появилось возрастное ограничение

Отметка «16+» автоматически добавляется ко всем объявлениям, которые рекламируют информационную продукцию:

- игры, музыку и фильмы;
- концерты, спектакли, спортивные матчи и другие зрелищные мероприятия;
- печатные издания (газеты, журналы и книги);
- программы на ТВ и радио;
- базы данных и компьютерные программы.

Для тематик, относящихся к взрослому контенту, будет добавлена отметка «18+».

Отметка «Проконсультируйтесь со специалистом. Для питания детей с 11 месяцев» добавляется по умолчанию в рекламе товаров детского питания.

- Изменить возрастное ограничение на другие значения
- Удалить возрастное предупреждение

Фавиконка в объявлении

Значок рекламируемого сайта (фавиконку) можно добавить в объявления Директа на странице результатов поиска Яндекса.

Что такое фавиконка?

- Как установить фавиконку?
- Какие требования к фавиконке?
- Почему мой сайт показывается в объявлении без фавиконки?
- Почему мой сайт в поиске показывается с фавиконкой, а в рекламе без?
- Фавиконка не показывается или отображается не та картинка
- Фавиконка установлена корректно, но не отображается

Трафареты

Трафарет — это технология, которая принимает решение о варианте выдачи в каждом случае: как рекламные объявления будут выглядеть и будут размещаться. Вариант выдачи зависит от пользователя и тематики его запроса. Каждый вид поисковой выдачи — это отдельный трафарет.

Выбор трафарета зависит от пользователя и тематики рекламы. В каждом случает система показывает оптимальный вариант выдачи, который удовлетворит и пользователя ответом на запрос, и рекламодателей своей эффективностью.

Более подробно узнать о трафаретах можно в статье Новый подход к рекламе на поиске 🖸 .

Вопросы о трафаретах:

Выбрать ∨

Останавливаются показы при распределенном режиме

При распределенном режиме показы идут так, чтобы расходовать дневной бюджет равномерно в течение дня или за промежуток, который указан во временном таргетинге. Если бюджета недостаточно для непрерывных показов, объявления будут периодически останавливаться.

Посмотрите, как распределяются визиты по рекламе с детализацией по часам, в отчете Яндекс Метрики «Директ, сводка». Если в отчете видно, что показы объявлений идут неравномерно очень короткими периодами, и при этом дневной бюджет быстро расходуется, значит текущие настройки системы не позволяют оптимально распределять показы. Увеличьте дневной бюджет, измените ставки или перейдите на недельное ограничение по бюджету.

Могу ли я одновременно показывать Баннер на поиске и Текстово-графическое объявление?

Если в кампаниях типа «Баннер на поиске» и «Текстово-графические объявления» совпадают ключевые фразы, оба объявления могут показываться для одного и того же поискового запроса.

Другие вопросы о показах

Если у вас остались вопросы о показах, возможно, ответы на них есть ниже.

Выберите тему вопроса:

Выбрать ∨

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

© 2015-2024 ООО «Яндекс»