



ГАЙД / ЯНДЕКС.ДИРЕКТ

# Настройка Яндекс.Директа под заявки

Чек-лист из 7 шагов: от фундамента до режима оптимизации.  
Распечатайте и отмечайте — пройдёте настройку, не пропустив того,  
на чём обычно сливают бюджет.

---

Этот гайд — рабочая последовательность, по которой мы сами настраиваем рекламу клиентам. Идите сверху вниз: каждый шаг опирается на предыдущий. Если на каком-то пункте «нет» — это и есть место, где утекают деньги. Что не получается сделать руками — внизу есть, к кому обратиться.

## 01 До запуска: фундамент, без которого Директ сольёт бюджет

Реклама приводит людей на сайт. Если сайт не превращает их в заявки — деньги уходят впустую. Сначала проверьте посадочную и аналитику.

- Посадочная страница отвечает на запрос человека, а не рассказывает «о компании»
- На первом экране понятно: что предлагаете, кому, цена или вилка, как оставить заявку
- Форма короткая: телефон или мессенджер, не «анкета на 10 полей»
- Установлен счётчик Яндекс.Метрики, проверен через «Проверить счётчик»
- Настроены цели: отправка формы, клик по телефону, переход в мессенджер
- Сайт открывается с телефона быстро (LCP до 2.5 сек) и не ломается на узком экране
- Решён вопрос с бюджетом: медийный бюджет на месяц + работа на настройку и ведение

## 02 Семантика: какие запросы покупаете

Это список фраз, по которым показывается объявление. Здесь же отсекаются нецелевые показы — минус-словами.

- Собраны коммерческие запросы: «купить», «заказать», «цена», «услуга + город»
- Запросы разбиты на группы по смыслу (одна группа = одна услуга/товар)
- Убраны информационные запросы («как сделать», «своими руками», «бесплатно»), если не продаёте обучение
- Собран базовый список минус-слов: «бесплатно», «своими руками», «вакансия», «отзывы сотрудников», «скачать», «реферат»
- Добавлены минус-слова под нишу (например, для платной услуги — «бесплатно», «самому»)
- Частотность проверена в Вордстате — не берёте «мёртвые» фразы (1–2 показа в месяц)

## 03 Структура кампаний: Поиск, РСЯ, Ретаргетинг

Три разных канала с разной логикой. Мешать их в одной кампании — типичная ошибка, из-за которой непонятно, что работает.

- Поиск — отдельная кампания: горячий спрос, человек уже ищет решение
- РСЯ (Рекламная сеть Яндекса) — отдельная кампания: показы на сайтах-партнёрах, спрос «тёплый»
- Ретаргетинг — отдельная кампания: догоняем тех, кто был на сайте и не оставил заявку
- Поиск и РСЯ НЕ объединены в одну кампанию (у них разные ставки и логика)
- Заданы регионы показа — только там, где реально работаете
- Выставлено расписание показов, если заявки принимаете не круглосуточно
- Указан дневной бюджет, чтобы не открыть месячный за два дня на старте

У вас 1–3 секунды внимания. Объявление должно попасть в запрос и показать выгоду, а не «динамично развивающуюся компанию».

- Заголовок содержит ключевую фразу из запроса (релевантность = дешевле клик)
- Во втором заголовке — выгода или отстройка («за 7 дней», «фикс-цена», «без предоплаты»)
- Заполнены быстрые ссылки (4 шт.) с описаниями — занимают больше места в выдаче
- Добавлены уточнения и визитка (адрес, телефон, время работы)
- Под каждую группу запросов — своё объявление, а не одно на всю кампанию
- Для РСЯ загружены изображения нужных форматов (горизонтальное и квадратное)
- В каждой группе по 2–3 варианта объявления для теста (А/Б)

**Стратегия и ставки: как не переплатить**

---

Стратегия решает, как Директ тратит бюджет. Неверная — и деньги уходят на показы без заявок.

- Для старта с малым бюджетом — ручное управление или «Максимум кликов» с ограничением
- Автостратегии «по конверсиям» включаются ТОЛЬКО когда накоплены данные по целям (от 10 конверсий/нед)
- Цель оптимизации привязана к реальной заявке (форма/звонок), а не к «времени на сайте»
- Отключён автоприменение рекомендаций Яндекса (часто раздувает бюджет)
- Установлена ставка/бюджет, которую не страшно потерять на тесте первой недели

**Аналитика: чтобы видеть, откуда заявки**

---

Без сквозной разметки вы не узнаете, какая кампания приносит деньги, а какая жжёт бюджет.

- На все объявления стоит UTM-разметка (source, medium, campaign, content)
- Метрика связана с Директом, включена разметка ссылок
- Настроен импорт расходов, чтобы видеть стоимость заявки (CPA), а не только клика
- Если заявки идут звонком — подключён коллтрекинг или хотя бы отдельный номер
- Заведён простой отчёт: расход → клики → заявки → стоимость заявки по каждой кампании

**Первая неделя и дальше: режим оптимизации**

---

Запуск — это не финал, а начало. Первые дни кампания «учится», и её нужно вести.

- Первые 3–5 дней — ежедневный просмотр: поисковые запросы, по которым реально показались
- Нецелевые запросы из отчёта добавлены в минус-слова (чистка «мусорного» трафика)
- Отключены площадки РСЯ с кликами без заявок
- Ставки скорректированы по тем группам, что дают заявки дешевле
- Через 2–4 недели — сравнение кампаний по стоимости заявки, перераспределение бюджета
- Ведётся лог изменений: что поменяли и какой был результат



## 7 ошибок, на которых сливают бюджет

1. **Поиск и РСЯ в одной кампании.** Разная логика, разные ставки — вы не понимаете, что работает.
2. **Нет минус-слов.** Платите за «бесплатно», «своими руками», «вакансии».
3. **Автостратегия с нуля.** Без данных по конверсиям Директ тратит бюджет вслепую.
4. **Реклама ведёт на главную.** Человек искал конкретное — попал на «о компании» и ушёл.
5. **Не настроены цели в Метрике.** Видно клики, не видно заявок — оптимизировать не по чему.
6. **«Настроил и забыл».** Без ведения первой недели кампания не выходит в плюс.
7. **Автоприменение рекомендаций.** Бюджет растёт по советам Яндекса, а не по вашей экономике.



DIGITAL IMPULS

## Настроим Яндекс.Директ под ваши заявки

Бриф и разбор продукта, семантика под нишу, кампании Поиск + РСЯ + Ретаргетинг, UTM и связка с Метрикой, первая неделя с ежедневным контролем и понятный отчёт. Работа агентства — от 30 000 ₽/мес, медийный бюджет считаем под вашу воронку. Первые показы — в течение недели, дальше работаем по метрикам.

Telegram: @digitalimpuls

+7 (977) 963-85-77

hi@digitalimpuls.ru

Подробнее об услуге: [digitalimpuls.ru/services/yandex-direct/](https://digitalimpuls.ru/services/yandex-direct/)