

# Продвижение личных каналов



## Полина Бондарева

Агентство Digit

Основатель и руководитель. Автор курсов по контекстной рекламе, которые прошли более 2000 специалистов.

 +7 (985) 194-60-08

 p.bondareva@digit-marketing.ru

 [digit-education.ru](http://digit-education.ru)

# Определение цели ведения канала

# Возможные цели

- Продажа рекламы в канале
- Продажа своих услуг клиентам
- Продажа обучающих программ другим специалистам
- Нефинансовая цель

# Подготовка канала к продвижению

# Яркий аватар

- Без мелких деталей
- Лучше использовать фото автора
- Цвета фирменного стиля



Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс  Пн

 Всем, кто на курсе, совы принесли письма на email, указанный при регистрации, и в Telegram-бот. Можно смотреть организацио... 

# Описание канала



- Информация об авторе
- Чем может быть полезен канал
- Ссылка на продукты

## информация

О настройке рекламы, веб-аналитике, поиске клиентов и трудоустройстве.

Я — специалист-практик, эксперт Яндекс по обучению

Клиенты: МГИМО, Tervolina, Cozy Home

Курс - [digit-education.ru](http://digit-education.ru)

# Закрепленный пост

ppc.world

elama

- Знакомство с автором
- Навигация по контенту
- Информация о ключевых продуктах



Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фрилай



Полезные материалы – апрель и май

По рекламе для ecommerce-проектов:

- Автоматизация аудита фида и постановки ТЗ разработчику
- Быстрая и простая [проверка изображений](#) в фидах
- Офферный ретаргетинг vs Ретаргетинг и подбор аудитории: в чём [разница](#)
- В каких случаях [офферный ретаргетинг](#) будет работать корректно
- [Варианты работы](#) с элементами description и sales\_notes в фидах
- [Пример](#) обрезания Яндексом элемента description
- [Разбор](#) вопросов по элементам param и атрибутам available
- [Изменения](#) в работе с фидами за последние месяцы
- [Объявления для страниц каталога](#) – что за зверь

Про большой курс:

- [Старт](#) нового потока
- [Отзывы](#) февральского потока
- Знакомство и выбор [преподавателей](#)
- [Кого больше](#) среди участников: парней или девушек?
- [Отзыв](#) от участника прошлого потока
- [Почему](#) нет и не будет отдельных курсов для Middle-специалистов
- [Почему](#) нельзя купить блоки курса отдельно

# Наполнение контентом

Задача контента —  
«прогревать» аудиторию  
к вам, как к специалисту,  
и к вашей услуге.

# Пример контент-плана

- Что такое контекстная реклама
- Где показывается контекстная реклама
- Каким бизнесам подойдет контекстная реклама
- Сколько стоит продвижение в Яндекс
- Кейсы: истории про паровозика, который смог :)
- Ваш подход к решению задач
- Обзор новинок Яндекс
- Рассказ о возможностях Яндекс
- Личный контент, демонстрирующий отношение к работе

# Еще пример контент-плана

ppc.world



- Кейсы: истории про паровозика, который смог :)
- Решения знакомых проблемных ситуаций
- Нетипичные подходы к решению задач  
(или типичные, но вдумчивые)
- Обзор новинок Яндекс
- Разбор инструментов
- Личный контент, демонстрирующий отношение  
к работе

# Перед выходом рекламы на канал

- Последние 3-4 поста по основной теме канала

Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс

Автостратегия не обучается на заказы. <sup>”</sup>  
Добавляю микроконверсии, но алгоритм  
уходит не туда. Остаются только  
вовлечённые визиты или добавления в  
корзину, но заказов нет. Что делать?

Пробовать использовать микроцели в  
комбинации с макро. То, о чём подробно  
говорили на бесплатном курсе для Middle-  
специалистов. И еще подробнее будем говорить  
на полном курсе.

✓ Для начала нужно понять, какие микроцели  
вы можете использовать для обучения  
алгоритма. Самый простой способ это сделать  
— использовать формулу КОРРЕЛ в Excel.

Можете потренироваться в **таблице** (сделайте  
себе копию файла). Заполняете данные по  
макроцели и предполагаемым микроцелям.  
Можете за каждый день, можете по неделям  
(для ниш с отложенным спросом). И считаете  
корреляцию, как в столбцах G-H. Если значение  
от 0,7 до 1 — корреляция достаточная. Выберите  
одну или несколько микроцелей с такими  
значениями.

Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс

Добавляю корректировки ставок, а кампания начинает работать хуже. Почему так? <sup>”</sup>

Зависит от того, что значит «хуже». Я вижу два возможных варианта:

- Падает открутка и количество конверсий
- Конверсии становятся дороже при том же бюджете

Если падает открутка:

✓ Это закономерно происходит, если вы добавили понижающие корректировки. Допустим, вы  
решили, что результаты на смартфонах получаются хуже, чем на десктопах. И добавили на них  
корректировку -50%. Изначальная ставка — 100 рублей (для простоты допустим, что она единая на  
все условия показа в кампании).

Ставки, с которыми кампания выходила в аукцион, до корректировок:

Десктопы — 100 рублей  
Смартфоны — 100 рублей

После добавления корректировки:

Десктопы — 100 рублей  
Смартфоны — 50 рублей

Логично, что открутка упадет, верно? Если вы хотите сгладить падение, но сохранить разницу в  
процентах между двумя аудиториями, то можете повысить базовую ставку. Например, до 150 рублей.  
Тогда будет так:

Десктопы — 150 рублей  
Смартфоны — 75 рублей

✓ Обязательно проверяйте, что вы не «зарезали» корректировкой аудиторию, которая даёт  
значимую долю конверсий. Допустим: вы получали 1000 заявок, из них 900 — со смартфонов. По ним  
СРА был 3000 рублей, а по десктопу — 500 рублей. Поэтому вы захотели добавить понижающую  
корректировку на смартфоны. Но не учли, что «дешевых» конверсий с десктопов останется мало.

# Плохие примеры



Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс



Закончила формировать список целей на 2024 год

Как обычно, разделила его на 5 блоков:

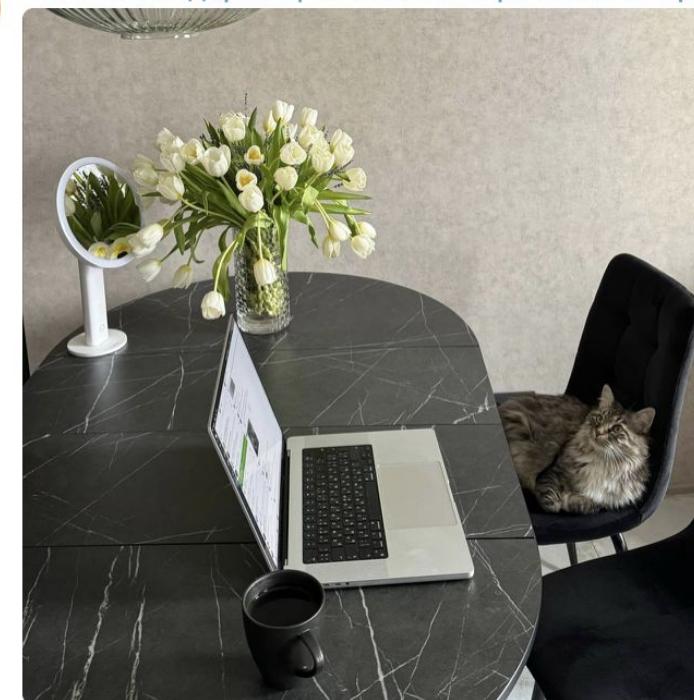
- Работа
- Образование
- Материальное
- Удовольствия
- Красота и здоровье

## Работа

- Рабочий день – 6 часов. Приступить планирую с марта, нужно подготовить к этому процессы в команде.
- Сделать сайт агентства – на этот раз серьезно, вы следите и контролируете
- Написать 4 статьи, которые можно будет использовать на сайте для демонстрации качества работы команды + выложить их на VC
- Выступить с 3 вебинарами для предпринимателей
- Выбрать и адаптировать трех новых специалистов в агентстве



Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс



Прошел месяц с нашего переезда. Могу заключить, что это было одним из лучших решений. Не только с точки зрения комфорта, но и с точки зрения оптимизации рабочего времени.

Признаюсь, когда принимали решение переехать на съем, я себя немного ругала. Считала, что это не самая рациональная трата денег. Можно было закрывать ими досрочно ипотеку, или еще лучше – положить на вклад (там процент выше, чем на долг по ипотеке).

Но сейчас понимаю, что всё сделано верно. Если пересчитать стоимость сэкономленного времени, она окажется намного выше, чем гипотетический доход с вклада.

Все мои дела в городе теперь в минутной доступности:

# Выбор источников трафика

# Зачем платить за трафик, когда можно не платить? (с)



# Бесплатные источники

- Репосты
- Комментинг
- Канал в «Похожих»
- Выступления на конференциях
- Статьи на ppc.world, VC, eLama и других сайтах

ОБЩАЯ

**10 674**

Просмотры

**≈662**

Поделились непублично

**5**

Поделились публично

# Платные источники

- Реклама в Telegram Ads
- Реклама в Яндекс Директ
- Реклама у блогеров



Павликова опять что-то написал

Канал про то, как делать прибыльную рекламу в Яндекс Директе — для тех, кто знает, что «директ» это не только личка в Инстаграме.

Что и говорить — канал Павликова уже не торт. Никакого хардового контента про то, как делать рекламу на практике, сплошная вода. Владелец — отрастил патлы, перестал брать заказчиков и ушел в философию. Спасибо, конечно, что вы до сих пор на меня подписаны, но если хотите не только балабольства, но и реальный практический контент от человека, который делает рекламу на разные проекты своими руками — подписывайтесь на [Полину](#).

Полина ведет Директ крутым проектам, у которых явно всё в порядке с окупаемостью рекламы, и делится опытом на своем канале. Учит вести Директ других — в частности, ведет официальные обучающие вебинары Яндекса. Сейчас контент от таких ребят днем с огнем не съешь.

Несколько мясных постов от Полины:

- Конфликты заказчиков и директологов
- Продвижение Телеграм-каналов через Директ
- Оплата за конверсии — в чём опасность
- Алгоритмы автостратегий: насколько хороши и как их использовать
- Что не так со «страницами благодарности»

Ну и девушка красивая и не токсичная, где вы такое еще найдете — [@pbondareva](#)

# Telegram Ads

- Пополнение кабинета от 500 евро через реселлеров
- Можно рекламироваться на аудитории выбранных каналов или по интересам
- Оплата за показы, для каждой тематики есть минимальная цена

[Полина Бондарева | Контекстная реклама & Фриланс](#)

Канал специалиста-практика. Где искать клиентов, стоит ли браться за B2B-проекты, как бороться с автотаргетингом, как анализировать кампании - разбираемся здесь



[VIEW CHANNEL](#)

# Яндекс Директ



- Трафик ведется на страницы-прокладки
- Есть боты, позволяющие передать данные по подпискам в Метрику

digit-education.ru Реклама ⋮

**Не сойти с ума при запуске  
Директа 23 февраля и 8 марта**

[В какие дни вырастет спрос](#)

Поможет ли корректировка «сезонный рост конверсионности»? Разбираем на канале!



# Реклама у блогеров

- Полностью зависит от личности блогера и его условий



Павлик опять что-то написал

Канал про то, как делать прибыльную рекламу в Яндекс Директе — для тех, кто знает, что «директ» это не только личка в Инстаграме.

Что и говорить — канал Павликова уже не торт. Никакого хардового контента про то, как делать рекламу на практике, сплошная вода. Владелец — отрастил патлы, перестал брать заказчиков и ушел в философию. Спасибо, конечно, что вы до сих пор на меня подписаны, но если хотите не только балабольства, но и реальный практичный контент от человека, который делает рекламу на разные проекты своими руками — подписывайтесь на [Полину](#).

Полина ведет Директ крутым проектам, у которых явно всё в порядке с окупаемостью рекламы, и делится опытом на своем канале. Учит вести Директ других — в частности, ведет официальные обучающие вебинары Яндекса. Сейчас контент от таких ребят днем с огнем не сыщешь.

Несколько мясных постов от Полины:

- Конфликты заказчиков и директологов
- Продвижение Телеграм-каналов через Директ
- Оплата за конверсии — в чём опасность
- Алгоритмы автостратегий: насколько хороши и как их использовать
- Что не так со «страницами благодарности»

Ну и девушка красивая и не токсичная, где вы такое еще найдете — [@pbondareva](#)

# Экономика канала

- Как и в любом другом бизнесе, мы можем считать CPA, ДРР, ROI и другие ключевые показатели
- Обычно аудитория читает канал от 1 до 12 месяцев, прежде чем обратиться к автору за услугой - поэтому имеет смысл оценивать эффект на длительном промежутке времени, хотя бы от 1 месяца
- Страйтесь использовать пригласительные ссылки с названием канала, где это возможно, и специальных ботов, фиксирующих подписки - это поможет оценить эффективность отдельных мест размещения рекламы

Спасибо  
за внимание!