



ИВАН БАРЧЕНКОВ

сертифицированный эксперт по обучению
рекламным продуктам **Яндекса**

2.0

БИБЛИЯ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТОЛОГА

**ПОЛНОЕ РУКОВОДСТВО ДЛЯ
НОВИЧКОВ И ПРОФЕССИОНАЛОВ**

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2024

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202
Б24

Барченков, Иван Владимирович.

Б24 Библия интернет-маркетолога 2.0 / Иван Барченков. — Москва : Эксмо, 2024. — 480 с. — (Школа интернет-маркетинга).

ISBN 978-5-04-204856-2

Думаешь шагнуть в маркетинг, но не знаешь с чего начать?

Обновленное издание превращает заклинания «сквозная аналитика», «ремаркетинг», «медиапланирование» и другие термины в рабочие инструменты для бизнеса, компании и личного бренда. Иван Барченков — сертифицированный эксперт по обучению рекламным продуктам «Яндекс» — структурирует все приемы диджитал-продвижения и дает базовые знания по их использованию. Эта книга — библия современного диджитал-маркетолога, версия 2.0.

Она поможет разобраться:

- как работают каналы продвижения совокупно и по отдельности;
- как настроить контекстную рекламу и может ли она окупиться сразу;
- как функционируют модели атрибуции;
- с какой стороны подходить к вопросам медиапланирования;
- как оценить эффект от медийной рекламы;
- как запустить рекламу в Telegram Ads.

Полученные знания позволят легко принимать решения по настройке маркетинговой кампании, вне зависимости от изменчивости трендов.

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202

***Упомянутые в книге социальные сети Facebook и Instagram запрещены на территории Российской Федерации на основании осуществления экстремистской деятельности.**

ISBN 978-5-04-204856-2

© Текст, Барченков И., 2024
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024

Оглавление

Отзывы	9
Введение	13
Бизнеса без интернета нет	16
Часть I. Первые шаги	
Глава 1. Поисковые системы	21
Глава 2. Открытие типичного проекта	28
Подготовка сайта	29
Как выбрать доменное имя	30
Как зарегистрировать домен	33
Какую CMS выбрать	34
Глава 3. Важность мобильного трафика	40
Часть II. SEO-продвижение	
Глава 1. Структура поисковой системы	45
Какие работы выполняет SEO-специалист	52
Глава 2. Как управлять индексацией сайта	54
Глава 3. Факторы ранжирования	65
Коммерческие факторы	67
Глава 4. Структура сайта	98
Перелинковка страниц сайта	101
Глава 5. Семантическое ядро	104
Часть III. Web-аналитика	
Глава 1. Зачем нужна аналитика	111
Хороший инструмент — не значит хороший мастер	114
Как определяется источник перехода на сайт	116
Как связать данные по рекламе и web-аналитику?	119
Ключевые особенности «Яндекс.Метрики»	120
Ключевые особенности Google Analytics	121

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 2. Модель атрибуции	123
Типы моделей атрибуции	125
Глава 3. Сквозная аналитика	131
Куда выгружать данные для сквозной аналитики?	136
Глава 4. Как повысить конверсию сайта?	148
Глава 5. Взаимосвязи показателей	153

Часть IV. Контекстная реклама

Глава 1. Архитектура рекламного аккаунта	163
Глава 2. Названия рекламных кампаний	168
Глава 3. Как создать рекламное объявление	171
Как сделать объявление заметным.....	172
Глава 4. Алгоритм создания объявления	174
Глава 5. Основные настройки рекламных кампаний	178
Географическая привязка.....	178
Расписание показов	179
Выбор стратегии.....	180
Какие действия приводят к обнулению стратегии в «Яндексе»?	183
Пакетные стратегии.....	184
Как правильно настраивать автостратегии.....	185
Корректировки по аудитории	188
Глава 6. Как работают аукционы в рекламных системах	198
GSP-аукцион.....	200
VCG-аукцион	203
Глава 7. Прогноз бюджета и трафика.....	207
Глава 8. Наиболее распространенный вид рекламы в интернете: контекстная реклама	216
«Яндекс.Директ».....	217
Google Ads.....	237
Семантика и структура поисковой рекламы.....	248
Систематизация ключевых слов	260
Глава 9. Другие виды рекламы	288
Рекламные сети	288
Как структурировать РСЯ	290

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 10. Ремаркетинг	295
Сегментирование аудитории для ремаркетинга	296
Статический и динамический ремаркетинг	300
Часть V. Медийная реклама	
Глава 1. Медийная кампания	305
Эффективна ли медийная реклама	308
Глава 2. αβγ-бюджетирование	313
Глава 3. Как измерить эффективность медийной рекламы?	316
Давайте разберемся с новыми терминами:	319
Прогнозирование продаж	320
Brand Lift	323
Search Lift	325
Visit Lift	325
Target Lift	326
O2O	327
Глава 4. Платформы верификации для оценки медийной рекламы	328
«Яндекс.Метрика» для медийной рекламы	331
Глава 5. Правильная атрибуция и пиксели	341
Глава 6. Где размещать медийную рекламу?	346
Рекламный кабинет во «ВКонтакте»	347
Создание страницы и группы	351
Посевы	352
Источники для парсинга аудиторий	356
Составная часть SVM	357
Работа с блогерами	358
Programmatic-платформы	360
Онлайн-кинотеатры	363
ОФД и операторы сотовой связи	364
Играем в партизан	366
Telegram Ads	368
Реклама в Telegram через «Яндекс»	375
Карты	379
Промостраницы	384
CPA-платформы	393

ОГЛАВЛЕНИЕ

Часть VI. Автоматизация работы с рекламой

Глава 1. Оценка эффективности рекламных кампаний	403
Глава 2. Автоматический базовый аудит «Яндекс.Директа»	412
Глава 3. Системы автоматизации рекламы	416
K50 «Оптимизатор»	417
K50 «События» и «Правила»	422
K50 «Генератор»	425
Автоматизация категорийных кампаний	427
Автоматическая UTM-разметка	432
Заключение	434
Приложение 1. Примеры кода для настройки переадресации	435
Приложение 2. Чек-лист контроля технических аспектов SEO-продвижения	436
Приложение 3. Чек-лист желательных элементов на основных страницах сайта	438
Приложение 4. Как уменьшить уровень вложенности на страницах с пагинацией	447
Приложение 5. Как отключить JavaScript	449
Приложение 6. Чек-лист проверки настроек Google Analytics (GA)	451
Приложение 7. Чек-лист проверки настроек «Яндекс.Метрики»	454
Приложение 8. Как удалить брендовый трафик из отчета	456
Приложение 9. Список стоп-слов, с которыми мне приходилось сталкиваться ..	458
Приложение 10. Как забрать у агентства рекламный аккаунт	463
Приложение 11. Полезные ссылки	465
Об авторе	477

ОТЗЫВЫ

«Книга — практическое пособие для маркетологов с реальными кейсами. Самые важные блоки покрыты, очень понятная и емкая подача материала».

**Науменко Тамара Сергеевна,
директор по маркетингу Клуба полярных путешествий**

«Полезная настольная книга для погружения в онлайн-маркетинг. Простым доступным языком описано основное по всем ключевым направлениям, информация подобрана свежая. Поможет менеджерам со стороны бизнеса понять нюансы в работе подрядчиков и начать говорить на одном языке. Книга вдохновляет на новые проекты и идеи, рекомендую к прочтению!»

**Дубровская Татьяна,
руководитель онлайн-маркетинга «Кант»**

«Книга послужит отличным путеводителем для тех, кто встал на путь освоения профессии интернет-маркетолога, а также для руководителей, стремящихся систематизировать и структурировать свои знания по управлению бизнесом в онлайн-среде. Материал легко воспринимается и грамотно упакован автором в последовательные блоки: от устройства поисковых систем, SEO, сквозной аналитики до инструментов автоматизации контекстной рекламы. Это руководство поможет читателям не просто лучше разбираться, но и эффективно применять ключевые принципы интернет-маркетинга в ежедневной практике».

**Иннокентий Ганин,
Head of digital, La Redoute**

«Книга обязательная к прочтению всем, кому интересен мир интернет-маркетинга, начиная от опытных специалистов и заканчивая теми, кому просто любопытно узнать “а как же это работает”.

ОТЗЫВЫ

Ивану прекрасно удалось перенести на страницы книги весь свой накопленный опыт, практики и логически структурировать ключевую информацию по инструментам и подходам, которые реально работают и делают продвижение вашей компании в интернете эффективным».

**Елена Ременникова,
директор по электронной коммерции, Группа компаний «О'КЕЙ»**

«Книга представляет собой отличный, написанный доходчивым языком учебник по основам диджитал-маркетинга. Она будет очень полезна людям, которые делают свои первые шаги в развитии интернет-бизнеса, подсвечивая все важные моменты, на которые стоит обратить внимание сейчас, чтоб не пожалеть позже. Книга не сделает из читателя гуру во всех видах коммуникации с пользователем, которые есть в сети (о чем автор честно предупреждает), но расскажет об основных сложностях, с которыми сталкиваются начинающие бизнесмены, подскажет способы решения проблем, укажет, где можно все сделать самому, ведь это не так страшно, как кажется, а где лучше довериться профессионалу (и даст основы знаний, чтоб проверить работу этого профессионала!).

Реальная польза этой книги вскроется именно на практике: если идти по главам, не пропуская ничего, то ваши первые шаги в диджитал-маркетинге заложат хорошую основу для дальнейшего развития и вашего бизнеса и вас как специалиста».

**Иван Петриченко,
СМО Eduson Academy**

«Я искренне радуюсь за будущих читателей этой книги, ведь автор — практик с впечатляющим портфелем в управлении интернет-продажами.

Digital-технологии развиваются ежеминутно, однако есть основы, без которых успешное и эффективное развитие бизнеса в online-среде — невозможно!

Особую ценность книги вижу для руководителей бизнеса, поставивших цель создать интернет-магазин или «навести порядок» на существующей online-площадке. По сути, это издание послужит чек-листом.

От себя хочу сказать спасибо автору за интересный практический контент, сопровождающий каждую главу. Высоких online-продаж!»

**Анна Кубовская,
заместитель директора по вопросам развития, издательство «Эксмо»**

ОТЗЫВЫ

«В книге собран многолетний опыт одного из экспертов рекламного рынка, не только теория, но и практика, кейсы и советы. Профессиональное управление интернет-рекламой — это не только настройка кампаний, но и построение аналитики, грамотный сплит каналов для большей эффективности. Важно считать, следить, управлять и накапливать опыт, как это делает Иван и его компания, помогая клиентам стать лидерами российского рынка».

Дмитрий Дворецкий,
директор по электронной коммерции Hoff

«Эта книга не для SEO-специалистов, она не научит вас продвигать сайты. Но она полезна именно для маркетологов со стороны заказчика.

В ней вы познакомитесь с основной терминологией и со стратегией SEO крупными мазками, не вдаваясь в тонкости и технические детали. Я рекомендую ее для прочтения тем, кто нацелен на результат, несмотря на все трудности в развитии портала.

Также автор по полочкам разложил основные требования к развитию сайта, например, вы не будете удивляться, когда оптимизатор попросит на сайте разместить лицензии, а магазин — добавить все свои филиалы на карты Google. Ведь, казалось бы, «сеошник» должен только ключевые слова по текстам размывать, а нет. Поисковики задрали планку, и теперь специалисты помогают делать белый и живой продукт, а эта книга вас подготавливает к долговому, но интересному пути выстраивания из вашего сайта лидера ниши».

Юрий Немцев,
независимый SEO-эксперт,
предприниматель и частный инвестор

«Отличная книга! Простым языком, по делу, без воды. Все описанное актуально и применимо сейчас, а это редкость для большинства существующей литературы. Подойдет начинающим маркетологам и специалистам со стажем. Рекомендую к прочтению».

Алексей Витальевич Каландаев,
директор по доходам, ГК ЛитРес

«Великолепная работа автора, которая позволяет даже новичку разобрататься в сложнейшей теме интернет-маркетинга. Просто и понятно подан материал, и это именно то, что нужно для формирования полноценного понимания и знаний, которые можно начать применять в бизнесе. Спасибо!»

Константин Галкин,
директор по продажам, Centric Software

«Вам одинаково повезло, будь вы начинающий маркетолог или профессионал с опытом. В первом случае в ваших руках исчерпывающая “дорожная карта” по освоению мира цифрового маркетинга. Во втором — можете освободить полки от уже купленных изданий по частным вопросам маркетинга (я знаю, у вас их много). Каждый из вас изрядно пополнит копилку идей и инсайтов, бэклог доработки сайта, обогатит свои планы. Все это, несомненно, ускорит ваш бизнес и усилит команду.

А вашим проводником и коучем будет большой профи с богатейшим опытом.

Успехов, коллега!»

Яна Паршутина,
независимый digital-эксперт, Ex — CMO BUTIK, KUPIVIP GROUP,
Head of Performance INGATE

Введение

Вы уже занимаетесь контекстной рекламой, поисковым продвижением, SMM и другими видами интернет-маркетинга, но хотите структурировать свои знания и выйти на следующий уровень? Или только решились освоить эту профессию? А может быть, вы руководитель интернет-проекта и стремитесь узнать, как эффективнее управлять подрядчиками и процессами в маркетинге?

Предположу, что первым делом вы подписались на множество каналов в Telegram и YouTube, на целую кучу пабликов в различных социальных сетях и уже успели осознать, насколько много информации и как часто она меняется. В таком потоке и правда легко утонуть.

Появляется масса вопросов:

- как структурировать все накопленные знания?
- почему так сложно настроить сквозную аналитику?
- как один канал привлечения трафика влияет на другой?
- как работают модели атрибуции и почему практически все используют только одну модель?
- как правильно настроить контекстную рекламу и может ли она окупиться сразу?
- как автоматизировать проверки рекламных кампаний и не тратить на это уйму времени?
- как автоматизировать отчетность и вдохнуть полной грудью?
- с какой стороны подходить к вопросам медиапланирования?
- как упростить себе жизнь, разобраться во всех аспектах интернет-маркетинга и стать настоящим профи?

Если вы хотя бы раз задавались одним из этих вопросов, то эта книга не зря попала к вам в руки. Она поможет структурировать знания

в интернет-маркетинге и заложить крепкий фундамент для построения карьеры в этой постоянно меняющейся отрасли.

Почему же стоит довериться именно мне? Ведь существует множество специализированных книг по различным темам, от настройки web-аналитики и поискового продвижения до брендинга и стратегического планирования.

Дело в том, что каждое из подобных изданий рассчитано в основном на узких специалистов. В таких книгах нет ответов на вопросы о возникающих взаимосвязях между различными рекламными каналами коммуникаций. Они нацелены на тех, у кого уже есть существенный бэкграунд в интернет-маркетинге и ведении бизнеса в интернете.

Моя книга максимально просто объяснит, как ваши действия в различных областях связаны между собой и влияют на конечный результат. Прочитав ее, вы сможете легко и стремительно, на зависть многим, углубиться в любое направление интернет-рекламы. А главное, сможете увидеть цельную картину происходящего в бизнесе так, как будто бы наблюдаете за живым существом.

Бизнес похож на человеческий организм, состоящий из множества органов, каждый из которых выполняет целый набор функций. Если любитель хорошо покушать не уделяет внимания физическим нагрузкам, то это приведет к проблемам с сердечно-сосудистой системой и избыточному весу. А может, «перекос» происходит в другую сторону: человек посвящает все время спорту, но не расширяет свой кругозор и не учится ничему новому. Что толку от кучи мышц, если в голове будет пусто?

По тому же принципу работает любой бизнес в интернете.

Нельзя просто запустить поисковую рекламу и заработать деньги без детальной настройки систем аналитики и работы над конверсией сайта.

Нельзя заниматься только поисковым продвижением и не инвестировать средства в ремаркетинг, email-маркетинг и другие персонализированные каналы коммуникаций.

Нет абсолютно никакого смысла вкладывать десятки, а иногда и сотни тысяч рублей в консультации по вопросам вывода сайта в топ, если вы не готовы еще больше ресурсов инвестировать в модернизацию вашего сайта и создание контента.

ВВЕДЕНИЕ

Все «органы» бизнеса должны быть здоровыми и развитыми соразмерно друг другу. Только так он сможет расти и приносить больше денег, позволив собственнику наконец-то отойти от дел и наслаждаться жизнью, а директору по маркетингу — расслабиться и заняться важными стратегическими вопросами и тестированием новых гипотез.

Говоря о бизнесе как о живом организме, я опираюсь на свой богатый опыт. В 2005 году я, студент университета, сделал свой первый информационный сайт и вывел его на верхние позиции результатов поисковой выдачи «Яндекса» и Google. Впоследствии я работал в WWF России в отделе индивидуального и корпоративного фандрайзинга, где познакомился с деталями поведения пользователей в B2C и B2B сегментах, а также изучил самые хитрые аспекты работы с персонализацией, сегментацией клиентов в базах данных и цепочками рассылок, приобрел опыт Event-маркетинга. Затем мне посчастливилось стать частью команды коммерческого департамента «Яндекса» и отвечать за несколько отраслей, включающих телекоммуникацию, букинг, авиацию и фармацевтику. И наконец, я влился в дружную команду рекламного агентства Medianation, которое специализируется на performance-маркетинге, медийных кампаниях, SEO-продвижении, разработке и аналитике. А совсем недавно мы с партнерами создали систему умного поиска товаров для интернет-магазинов SearchBooster.io, которой пользуются сотни компаний в России и за ее пределами.

Все эти годы я изучал, как функционируют тысячи бизнесов, начиная от небольших салонов красоты, юридических компаний, интернет-магазинов и заканчивая такими гигантами, как «МТС», «Билайн», «Петрович», «Евросеть», «Лит-Рес», «Связной Тревел», S7, Hoff, Gett, Epic Games и многими другим. Годы практики и консультаций сначала трансформировались в несколько учебных курсов для вузов, а потом в семинары при участии профессионалов и просто замечательных людей — Евгения Лисовского и Алексея Куличевского.

Эта книга — концентрат знаний и опыта, которые мне удалось получить за долгие годы практики. Она будет полезна каждому, кто начинает осваивать профессию интернет-маркетолога, хочет продвинуть себя или свой бизнес на следующий этап развития.

Я искренне верю в то, что после прочтения этой книги вы сможете стать успешнее!