



ИВАН БАРЧЕНКОВ

сертифицированный эксперт по обучению
рекламным продуктам **Яндекса**

БИБЛИЯ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТОЛОГА

**ПОЛНОЕ РУКОВОДСТВО ДЛЯ
НОВИЧКОВ И ПРОФЕССИОНАЛОВ**



БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2023

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202
Б24

Барченков, Иван Владимирович.

Б24 Библия интернет-маркетолога / Иван Барченков. — Москва : Эксмо, 2023. — 384 с. — (Школа интернет-маркетинга).

ISBN 978-5-04-224136-9

Настройка сквозной аналитики или ремаркетинг? Поисковое продвижение или модернизация сайта? А может, все сразу? Иван Барченков — сертифицированный эксперт по обучению рекламным продуктам Яндекс — структурирует все доступные инструменты диджитал-продвижения и дает базовые знания по их использованию. Его книга — это библия современного интернет-маркетолога.

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;
- и с какой стороны подходить к вопросам медиапланирования.

Полученные знания позволят легко принимать решения по настройке маркетинговой кампании, как бы ни менялись тренды.

УДК 339.138:004.7
ББК 65.290-2+32.973.202

ISBN 978-5-04-224136-9

© Текст, Барченков И., 2023
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Оглавление

Отзывы	9
Введение.	12
Бизнеса без интернета нет	16

ЧАСТЬ 1. ПЕРВЫЕ ШАГИ

Глава 1. Поисковые системы	23
Глава 2. Открытие типичного проекта	30
Подготовка сайта.....	31
Как выбрать и зарегистрировать домен.....	32
Какую CMS выбрать	36
Глава 3. Важность мобильного трафика	41

ЧАСТЬ 2. SEO-ПРОДВИЖЕНИЕ

Глава 1. Структура поисковой системы	47
Какие работы выполняет SEO-специалист.....	54
Глава 2. Как управлять индексацией сайта	56
Глава 3. Факторы ранжирования	67
Коммерческие факторы	69
Глава 4. Структура сайта и перелинковка страниц	102
Глава 5. Семантическое ядро	108

ЧАСТЬ 3. WEB-АНАЛИТИКА

Глава 1. Зачем нужна аналитика	115
Хороший инструмент — не значит хороший мастер.....	118
Как определяется источник перехода на сайт	120
Ключевые особенности «Яндекс.Метрики»	124
Ключевые особенности Google Analytics	125

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 2. Модель атрибуции	127
Типы моделей атрибуции	129
Глава 3. Сквозная аналитика	136
Куда выгружать данные для сквозной аналитики.....	142
Глава 4. Как повысить конверсию сайта?	148
Глава 5. Взаимосвязи показателей	152

ЧАСТЬ 4. КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Глава 1. Архитектура рекламного аккаунта	163
Глава 2. Названия рекламных кампаний	169
Глава 3. Как создать рекламное объявление	172
Как сделать объявление заметным	173
Глава 4. Алгоритм создания объявления	176
Глава 5. Основные настройки рекламных кампаний	181
Географическая привязка	181
Расписание показов	182
Выбор стратегии	183
Корректировки по аудитории	185
Глава 6. Как работают аукционы в рекламных системах	194
GSP-аукцион	198
VCG-аукцион	200
Глава 7. Прогноз бюджета и трафика.....	203
Глава 8. Наиболее распространенный вид рекламы в интернете:	
контекстная реклама	206
«Яндекс.Директ»	207
Google Ads.....	221
Семантика и структура поисковой рекламы	232
Систематизация ключевых слов	244
Глава 9. Другие виды рекламы	271
Рекламные сети	271

ОГЛАВЛЕНИЕ

Как структурировать РСЯ	273
Глава 10. Ремаркетинг	278
Сегментирование аудитории для ремаркетинга	279
Статический и динамический ремаркетинг	283

ЧАСТЬ 5. МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА

Глава 1. Медийная кампания	289
Глава 2. αβγ-бюджетирование	291
Глава 3. Как измерить эффективность медийной рекламы	296
Прогнозирование продаж	296
Brand Lift	298
Глава 4. Правильная атрибуция и пиксели	300

ЧАСТЬ 6. АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ С РЕКЛАМОЙ

Глава 1. Оценка эффективности рекламных кампаний	307
Глава 2. Автоматический базовый аудит «Яндекс.Директа»	316
Глава 3. Системы автоматизации рекламы	320
K50 «Оптимизатор»	321
K50 «События» и «Правила»	326
K50 «Генератор»	329
Автоматизация категорийных кампаний	332
Автоматическая UTM-разметка	337
Заключение	339
Приложение 1. Примеры кода для настройки переадресации	340
Приложение 2. Чек-лист контроля технических аспектов SEO-продвижения	341
Приложение 3. Чек-лист желательных элементов на основных страницах сайта	343
Приложение 4. Как уменьшить уровень вложенности на страницах с пагинацией	352

ОГЛАВЛЕНИЕ

Приложение 5. Как отключить JavaScript	354
Приложение 6. Чек-лист проверки настроек Google Analytics (GA).....	357
Приложение 7. Чек-лист проверки настроек «Яндекс.Метрики»	360
Приложение 8. Как удалить брендовый трафик из отчета.....	362
Приложение 9. Список стоп-слов, с которыми мне приходилось сталкиваться.....	364
Приложение 10. Как забрать у агентства рекламный аккаунт	369
Приложение 11. Полезные ссылки.....	371
Об авторе	377
Алфавитный указатель	379

ОТЗЫВЫ

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»

В книге собран многолетний опыт одного из экспертов рекламного рынка, не только теория, но и практика, кейсы и советы. Грамотное 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 добавил все свои филиалы на карты Google. Ведь, казалось бы, «сеошник» должен только ключевые слова по текстам размазывать, а нет. Поисковики задрали планку, и теперь специалисты помогают делать

белый и живой продукт, а эта книга вас подготовит к долгому, 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 разобраться 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