

Социальная реклама в Яндексе



Струльникова Наталья, менеджер сопровождения
социальной рекламы



Часть 1. Теория

Про соцрекламу в Яндексе и рекламодателей

- Что такое соцреклама в Яндексе
- Кто уже размещает соцрекламу в Яндексе
- Задачи рекламных кампаний

Про правила соцрекламы

- Про правила соцрекламы
- Требования к объявлениям
- Примеры объявлений

Кейсы

- Успешные истории размещения

Обучение

- Где научиться размещать соцрекламу

КВИЗ



Часть 2. Практика

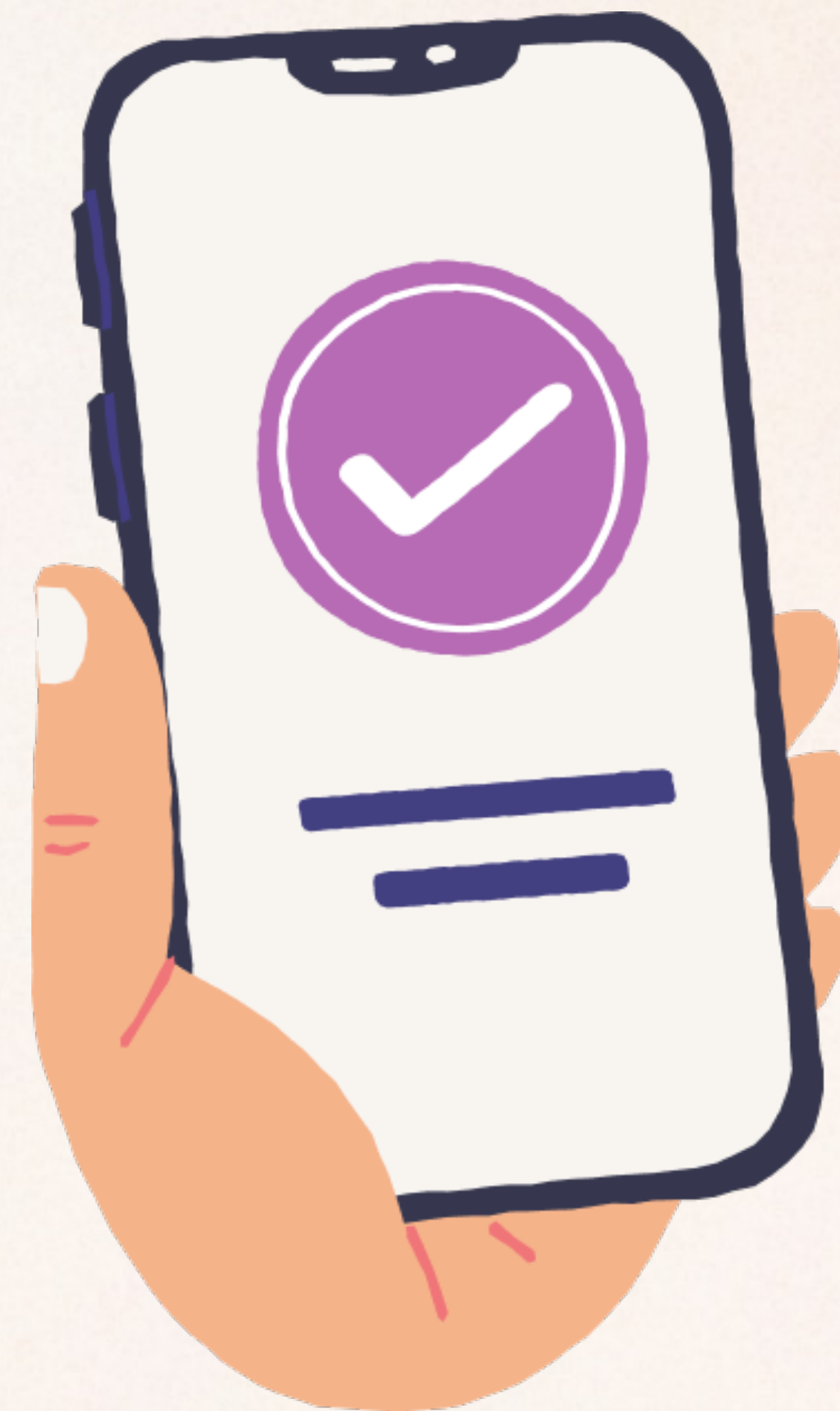
Обзор рекламных инструментов

- Какие инструменты могут помочь НКО в размещении социальной рекламы
- Воронка коммуникации
- Яндекс Директ
- Яндекс Аудитории
- Яндекс Метрика

Мастер-класс

- Настройка рекламной кампании

Часть 1. Теория



Про соцрекламу



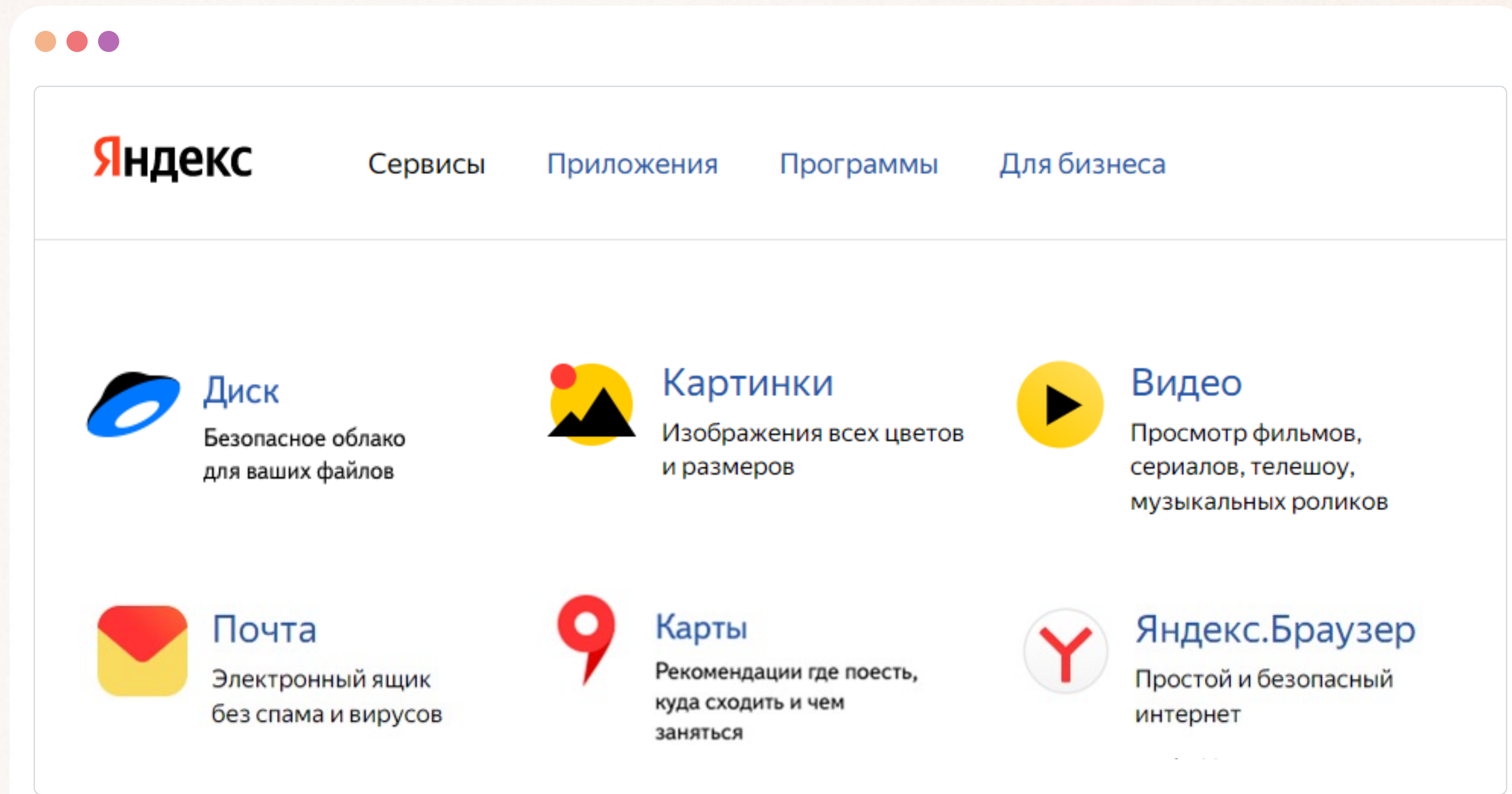
Цель социальной рекламы — привлечь внимание к общественно важным проблемам и благотворительности.



Места показа объявлений



Все объявления отмечены значком «Соцреклама» и показываются в Рекламной сети Яндекса.

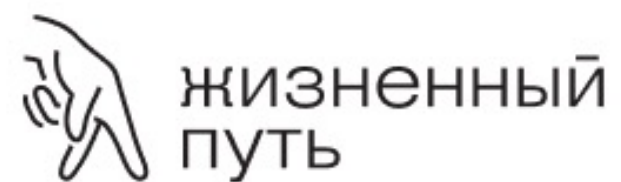
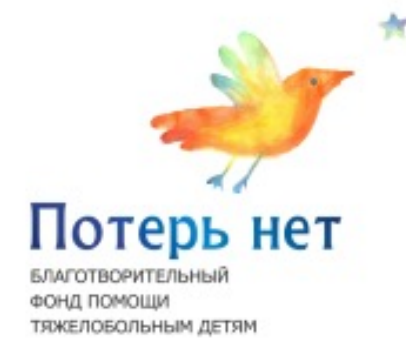


Про рекламодателей



Наши рекламодатели

ИНФОЦЕНТР
ДЕТСКИЙ
ЛЕЙКОЗ



НОЧЛЕЖКА

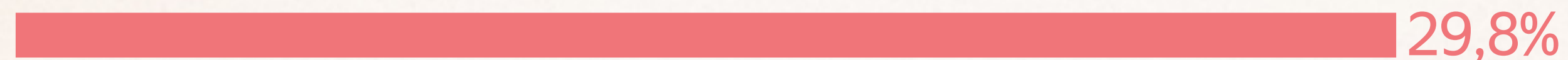


Основные цифры

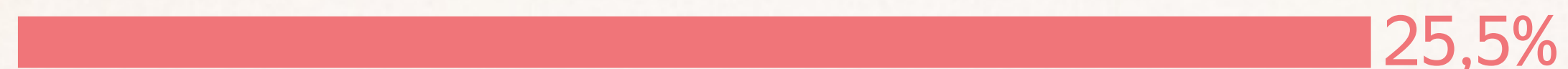
- › 250+ НКО получили грант в 2022
- › Более 50 городов
- › 3500+ рекламных кампаний
- › >5 млрд показов

Задачи рекламных кампаний

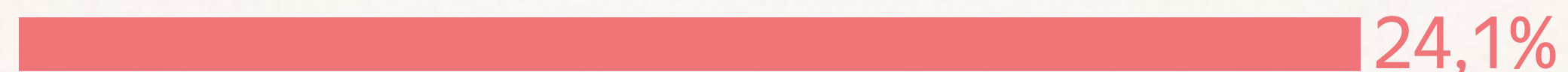
Информирование о деятельности НКО



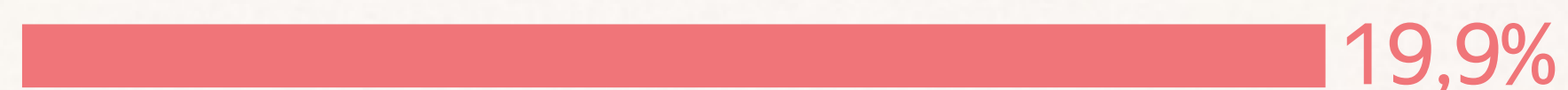
Привлечение целевой аудитории



Фандрайзинг



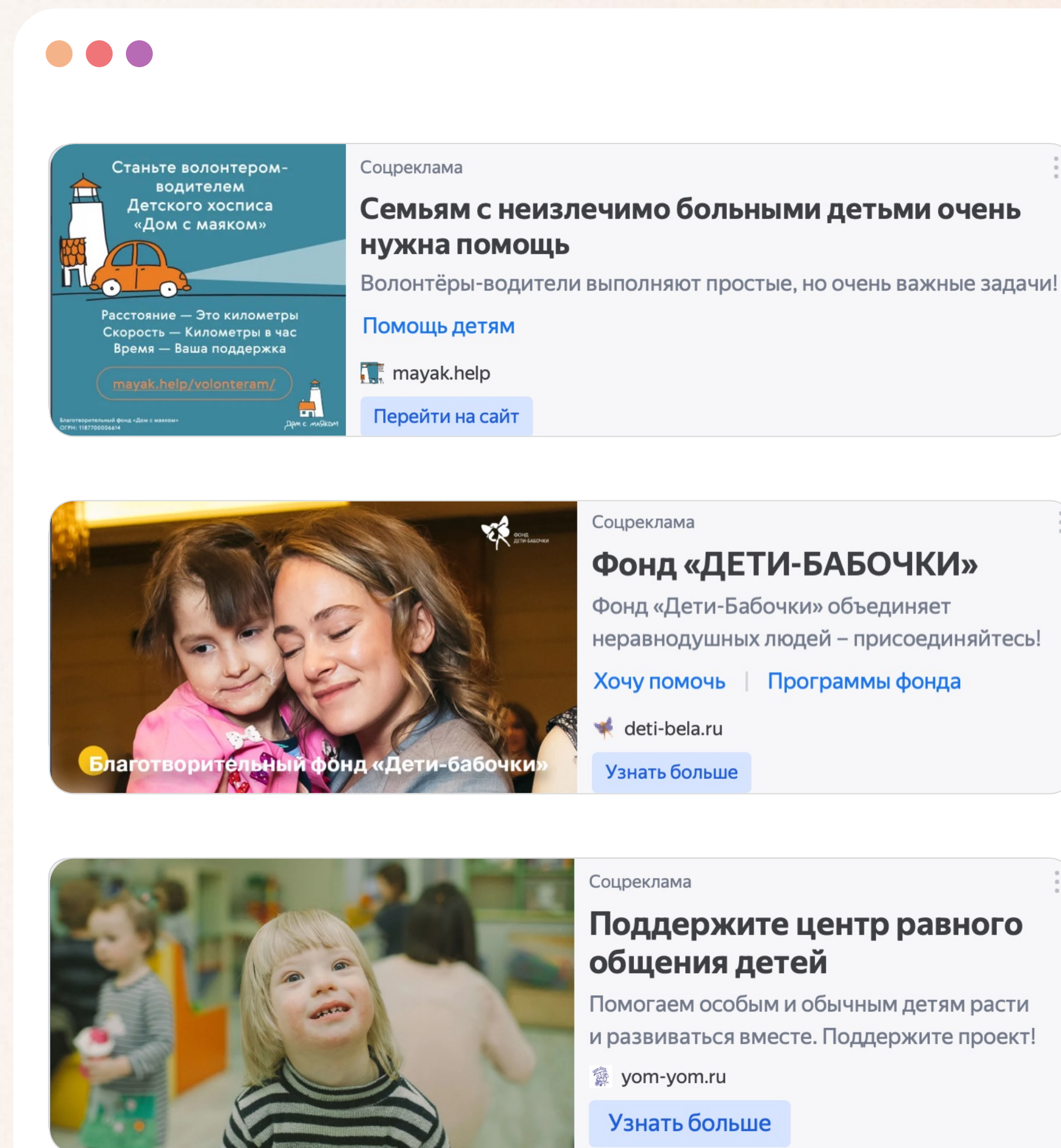
Увеличение трафика на сайт



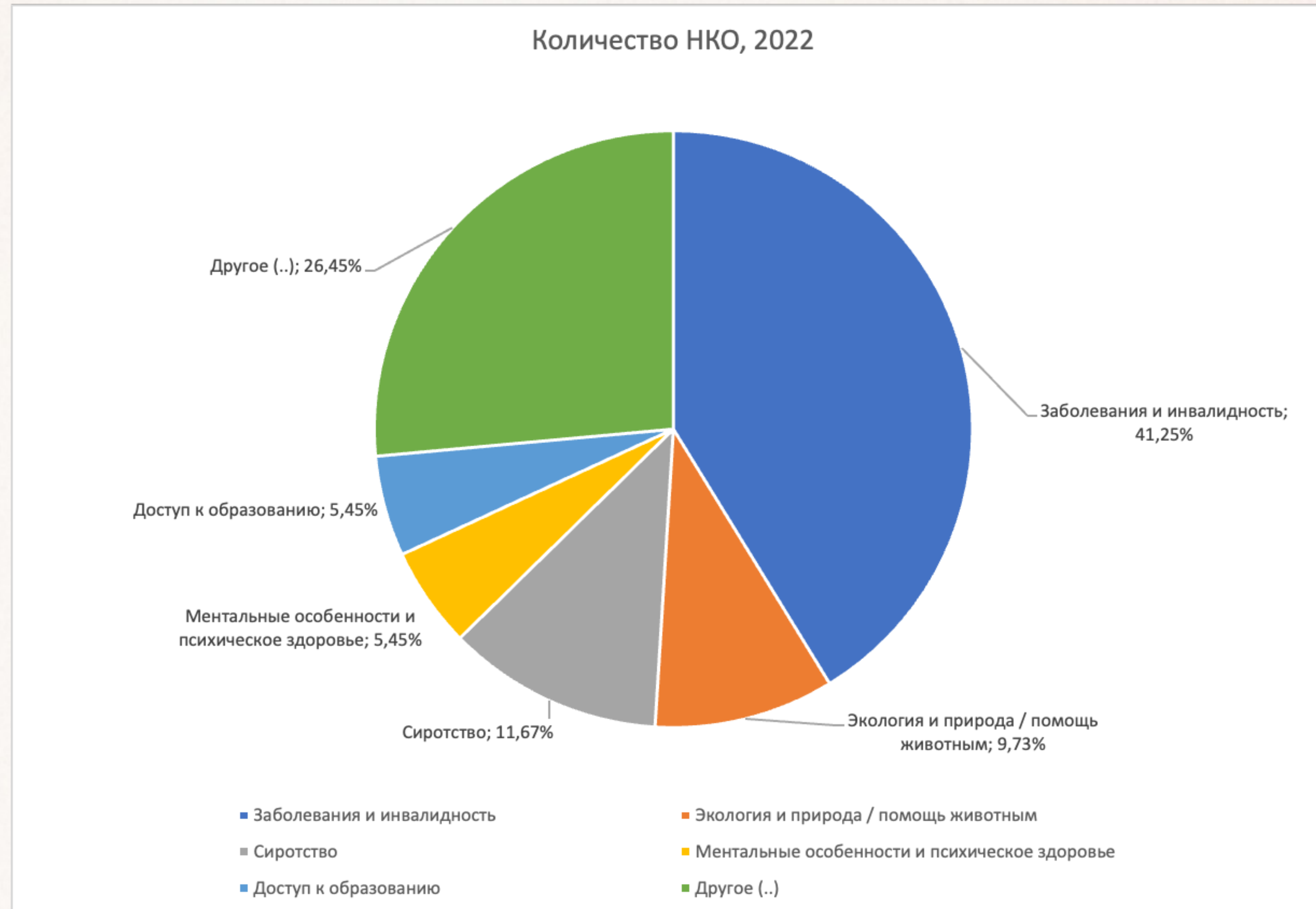
Другое



Результаты оформлены на основании опроса НКО в марте–апреле 2022

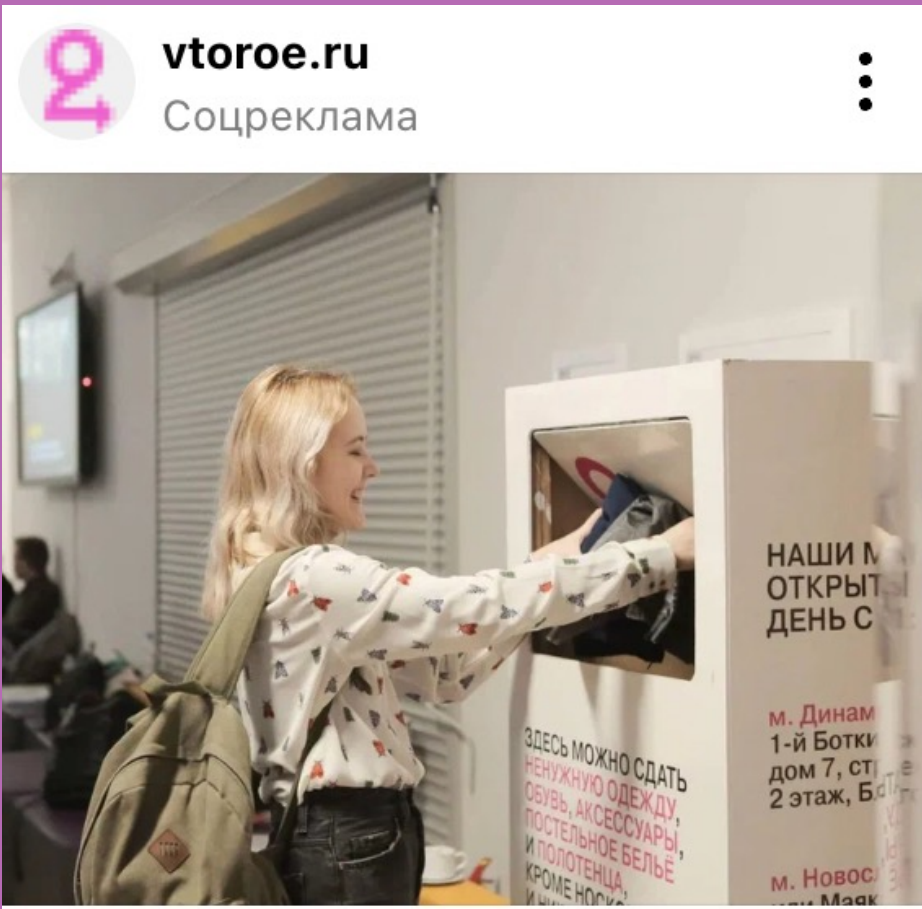


Распределение НКО по тематикам



Экология

Фонд «Второе дыхание»



vtoroe.ru
Соцреклама

НАШИ М
ОТКРЫТ
ДЕНЬ С

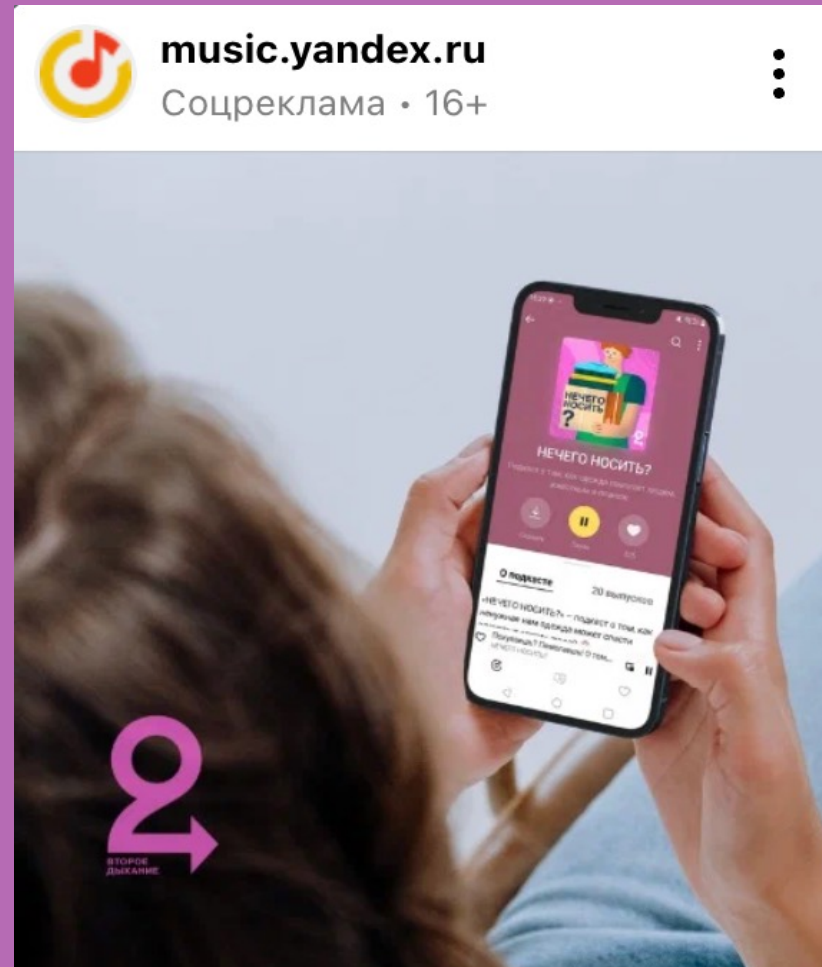
ЗДЕСЬ МОЖНО СДАТЬ
НЕНУЖНУЮ ОДЕЖДУ,
ОБУВЬ, АКСЕССУАРЫ,
ПОСТЕЛЬНОЕ БЕЛЬЕ
И Т.Д.
КРОМЕ НОСИК

м. Динам
1-й Ботки
дом 7, ст
2 этаж, Б

м. Новос
Мая

**Сдай ненужную одежду,
помоги нуждающимся!**
Ярославль

Можно сдать одежду, обувь, текстиль
и др. Контейнеры и пункты приема.
Удобное время.



music.yandex.ru
Соцреклама · 16+

НЕЧЕГО НОСИТЬ?

**Авторские экопривычки
в подкасте «Нечего носить?»
Слушай**

Как организовать пространство,
на чём можно сэкономить и что такое
зеленая уборка?

- › Передают хорошие вещи многодетным семьям, малоимущим, пенсионерам и людям с инвалидностью
- › Вещи в плохом состоянии отправляют на производство
- › Уникальные и брендовые вещи продают в благотворительном магазине

Помощь животным

Фонд «Рука помощи бездомным животным»

 **kotomag.pitomec58.com**
Соцреклама

НОВЫЙ ГОД – САМЫЙ ВОЛШЕБНЫЙ ПРАЗДНИК!

Узнайте, что вас ждёт в наступающем году – накормите хвостатых в приюте!

kotomag.pitomec58.com

Получите предсказание от Котомага Мурчатоса

Накормите бездомных животных и узнайте что вас ждет в новом году!

ПОМОЧЬ СЕЙЧАС

Одно новогоднее предсказание от котомага Мурчатоса подарит жителям приюта 1 кг корма.

200 **ДРУГАЯ СУММА**

Имя Фамилия


E-mail

ПОМОЧЬ

Соглашаюсь на условия пожертвования

1. ЗАКАЖИТЕ ПРЕДСКАЗАНИЕ У КОТОМАГА МУРЧАТОСА.
2. УЗНАЙТЕ, ЧТО ВАС ЖДЁТ В НАСТУПАЮЩЕМ ГОДУ.
3. НАКОРМИТЕ ЖИВОТНЫХ ПРИЮТА!

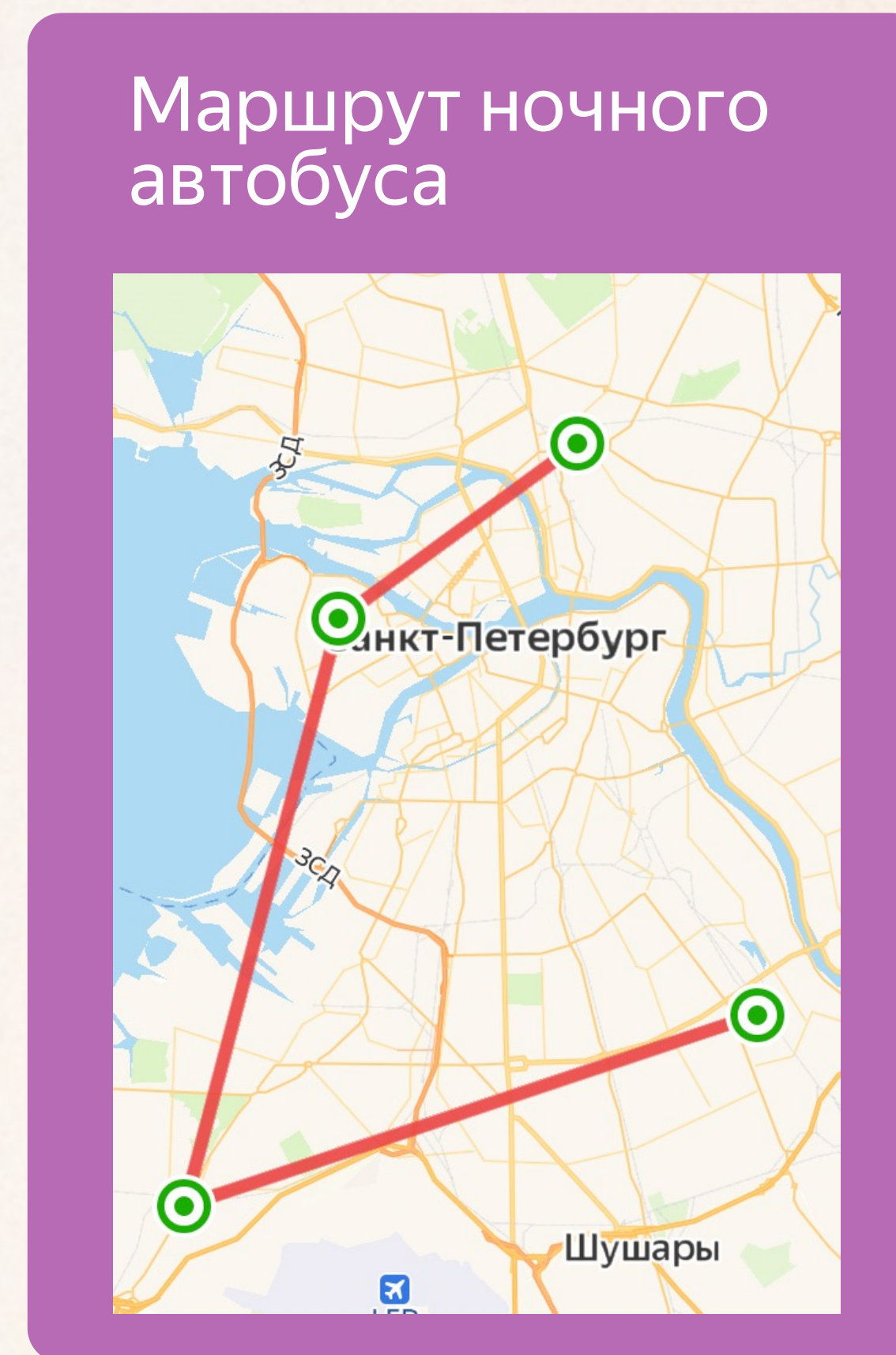
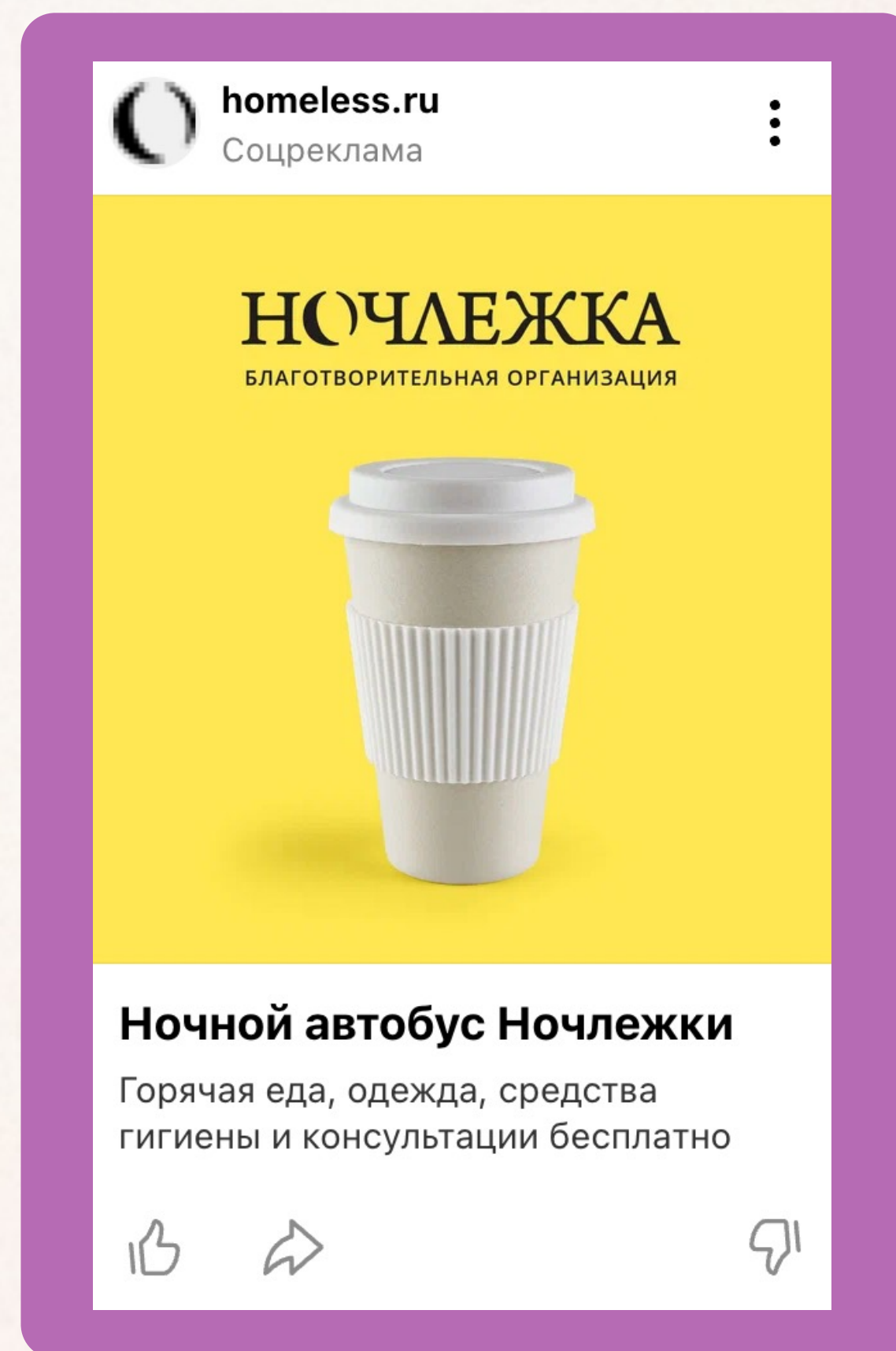
Чтобы обеспечить им год сытой жизни, фонду необходимо 15 тонн вкусняшек.



Другие

БО «Ночлежка»

Каждый будний день Ночной автобус проезжает по городу, чтобы бесплатно накормить горячей едой, выдать чистую одежду и помочь сотням бездомных и нуждающихся людей



Отчёт о социальной рекламе



Отчёт о социальной
рекламе

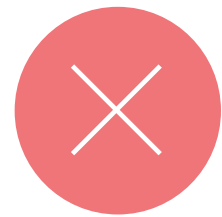
В этом отчете мы раскрываем информацию о всей социальной рекламе, которую размещают партнеры Директа, и используемых рекламных материалах.

Вопросы

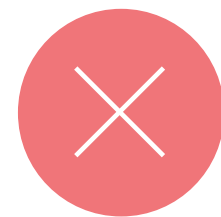
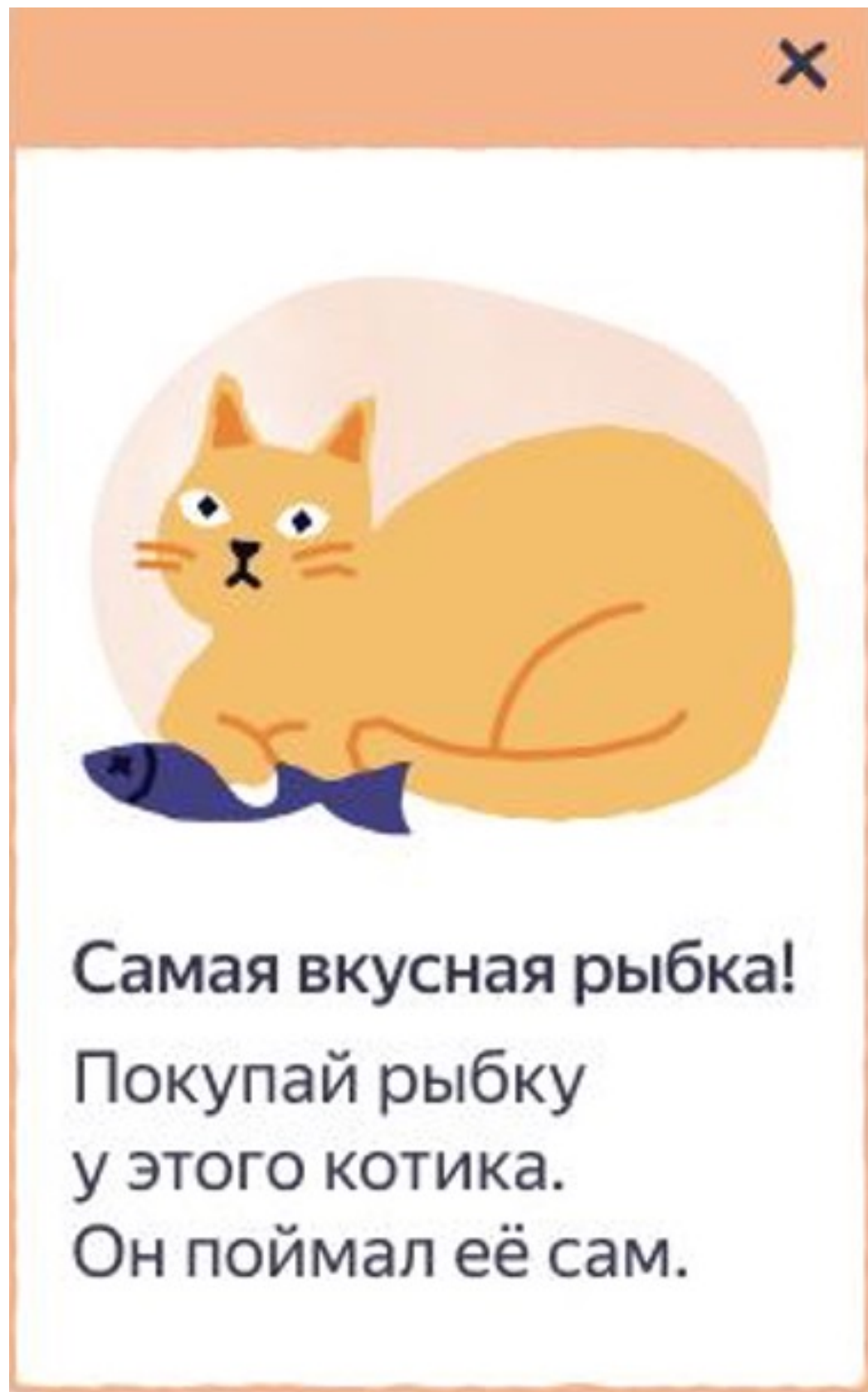
Про правила соцрекламы



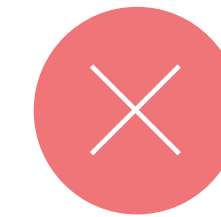
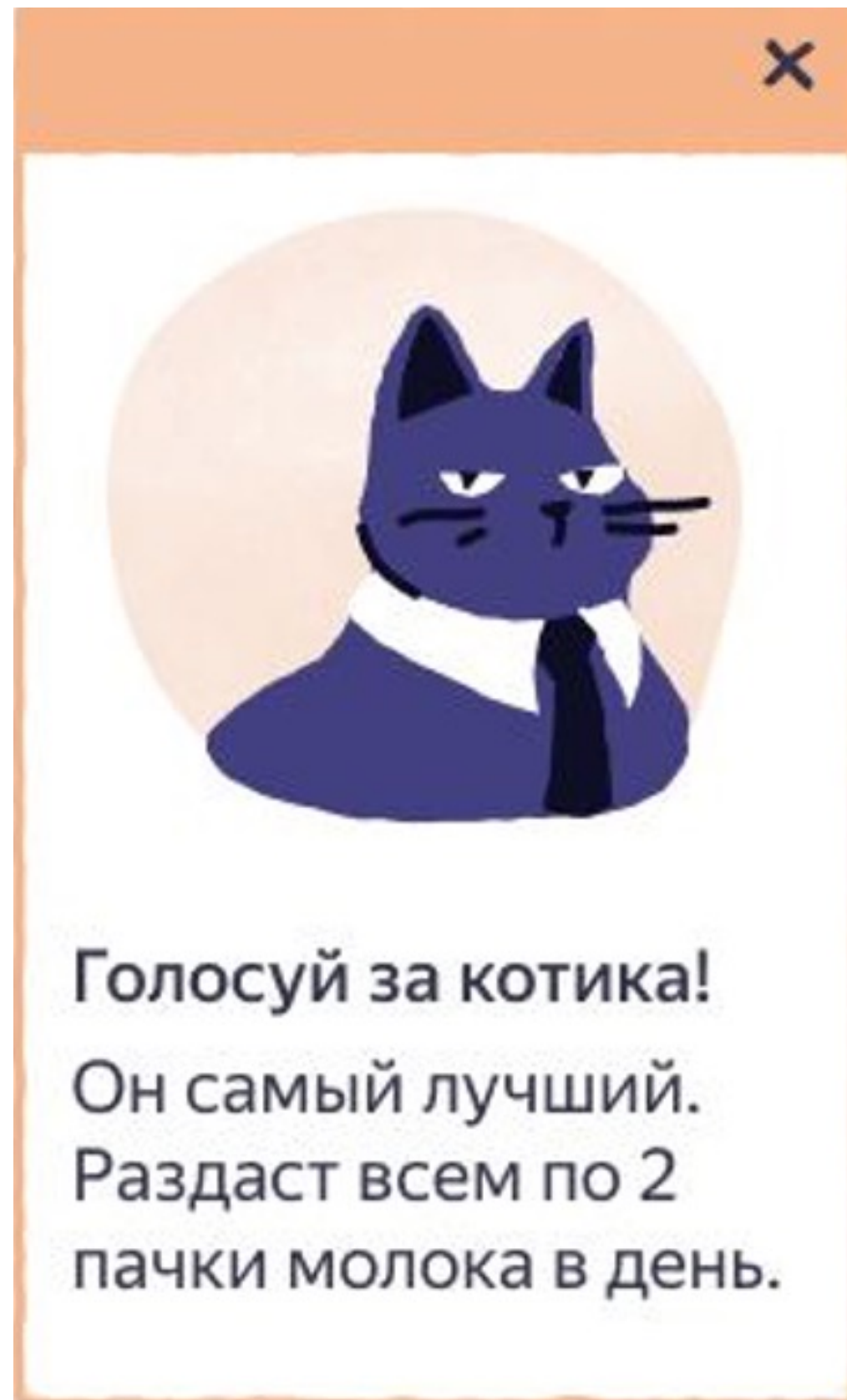
Единые правила для всех



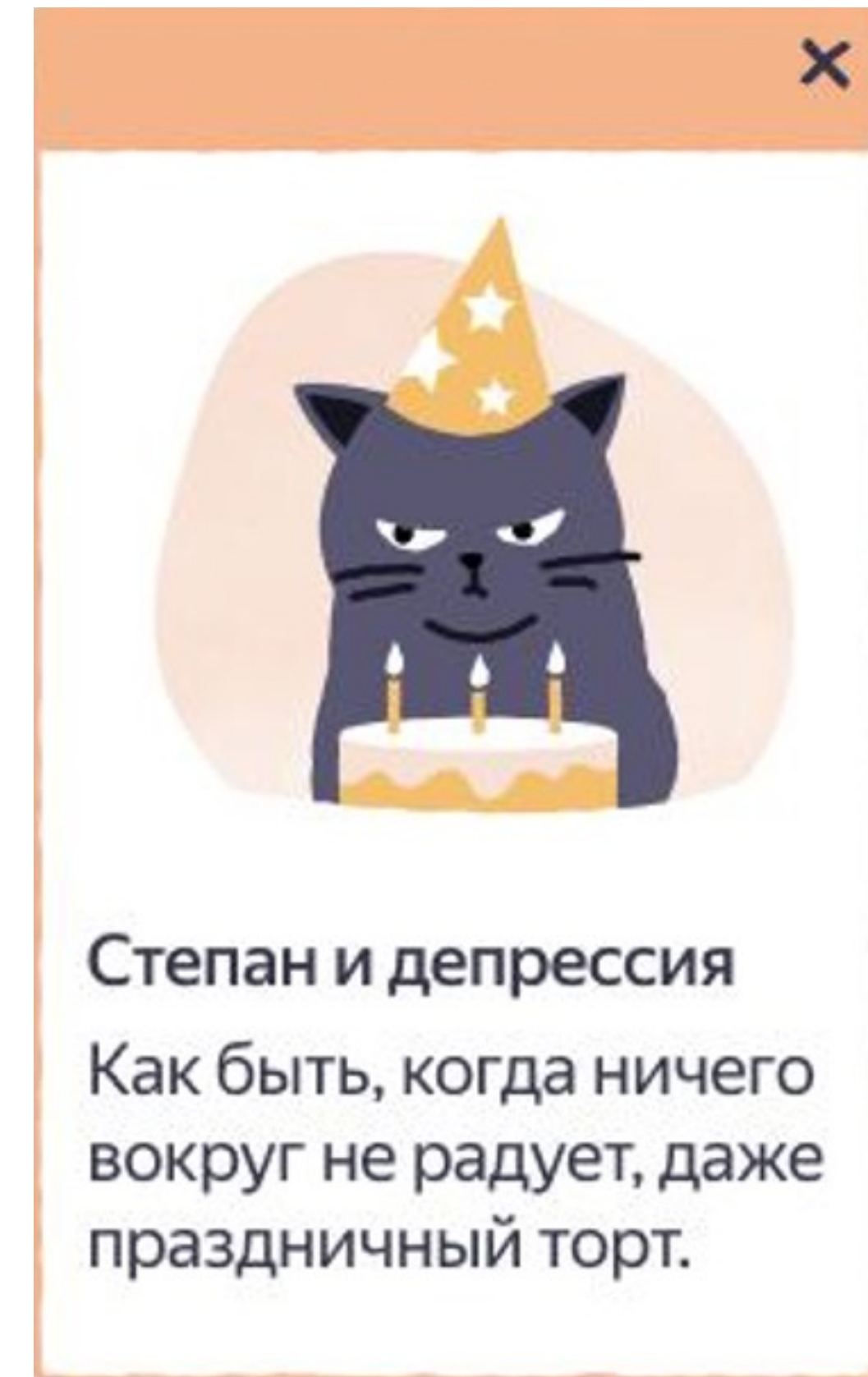
Не продвигаем
коммерческую
деятельность*



Не размещаем
политический
контент



Не размещаем
призывы к адресной
помощи

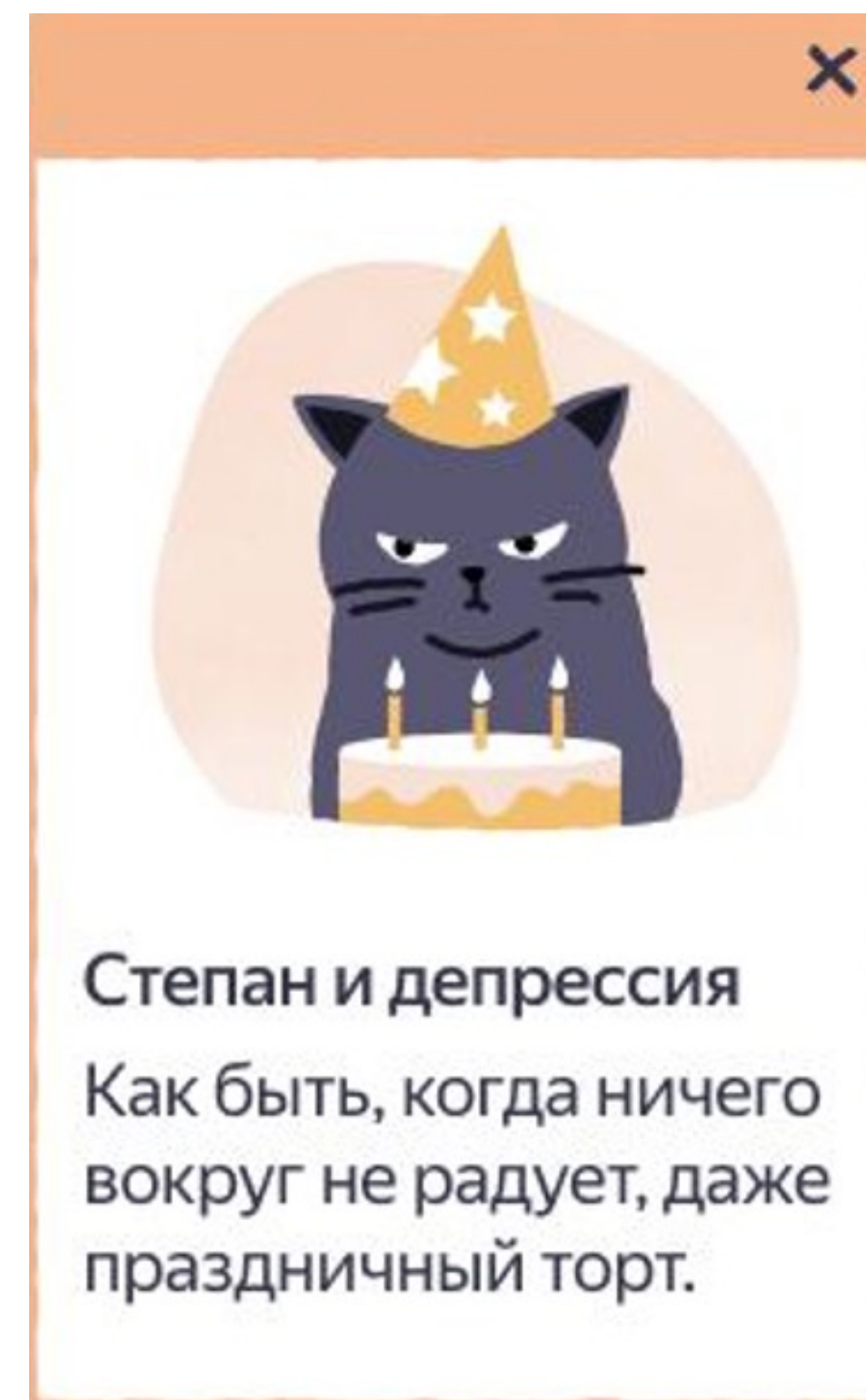


Что не считается адресной помощью

- 1 Изображение одного или нескольких людей на картинках в рекламе.
- 2 Призывы помочь нескольким людям на странице перехода по рекламе.
- 3 Отдельные разделы с адресной помощью на сайте, если рекламируются другие страницы сайта.
- 4 Адресная помощь животным.



Не размещаем призывы к адресной помощи



Базовые требования к рекламодателям

1

Этичный фандрайзинг
и коммуникации

2

Наличие сайта с информацией,
описанной в правилах
социальной рекламы

3

Соблюдение
законодательства,
отчетность



Информация на сайте

2.1

Описание деятельности (миссия и цели организации, суть деятельности и т.д.)

2.2

Отчет о целевом использовании денежных средств (пожертвований)

2.3

Юридический и фактический адрес, ИНН/КПП, ОГРН;

2.4

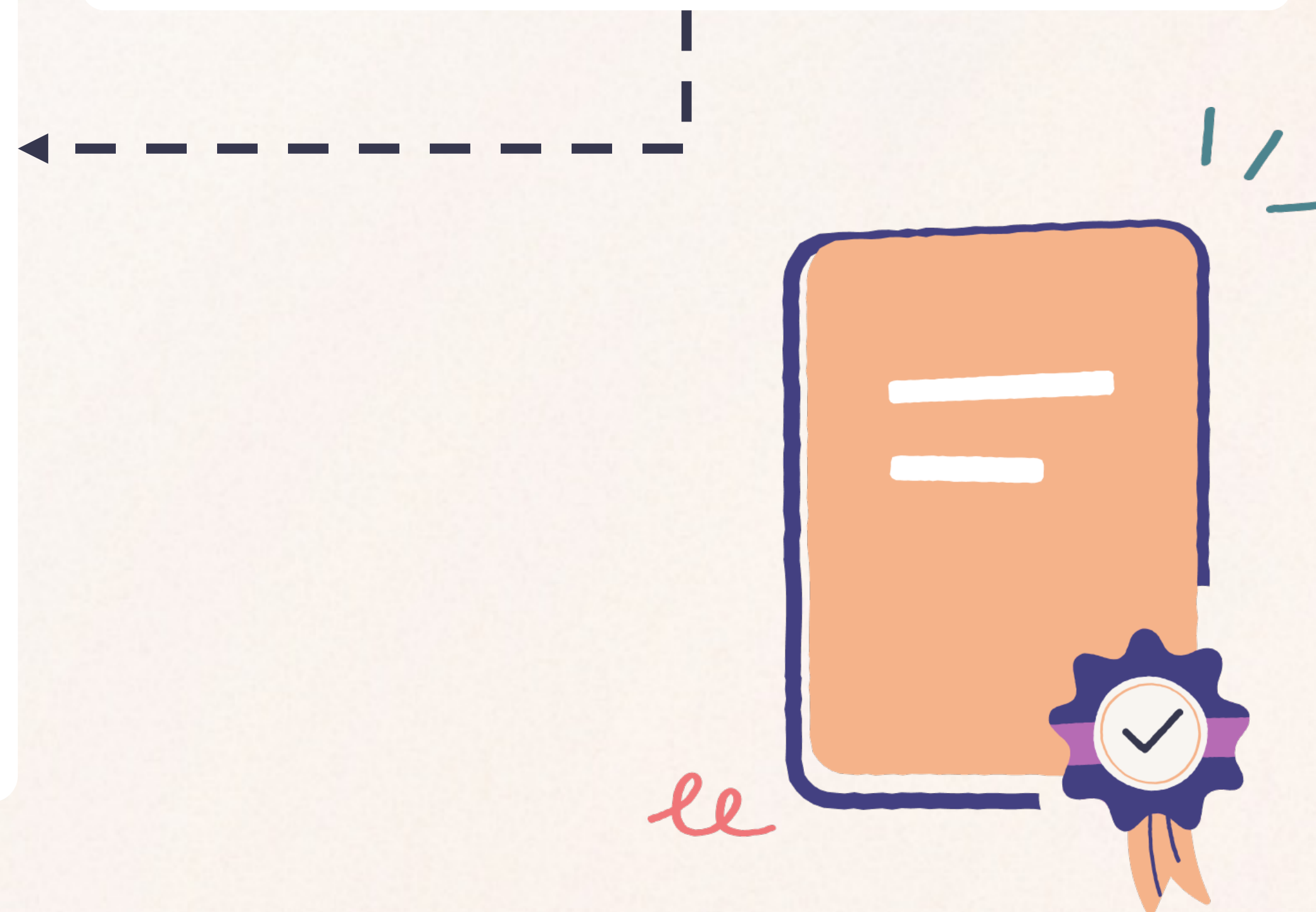
Контактные данные

2.5

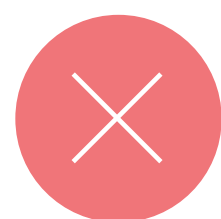
Реквизиты организации или организаторов

2

Наличие сайта с информацией, описанной в правилах социальной рекламы



Этичная коммуникация



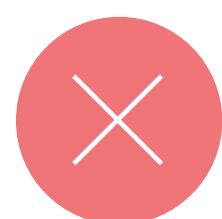
Шокирующие
изображения,
провокации



**Благотворитель-
ный фонд «Спаси
Кота»**

Каждый рубль поможет спасти жизнь
больного котика! Не проходите мимо, ина-
че смерть!

[Узнать больше](#)



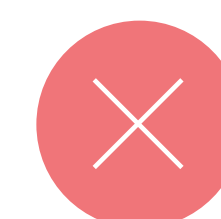
Запугивание,
давление
на жалость



**Котику страшно,
помогите!**

Помогите котика справиться с трудностями. Мама сказала, что его только чудо спасет

[Узнать больше](#)



Угрозы, яркие,
натуралистические
образы

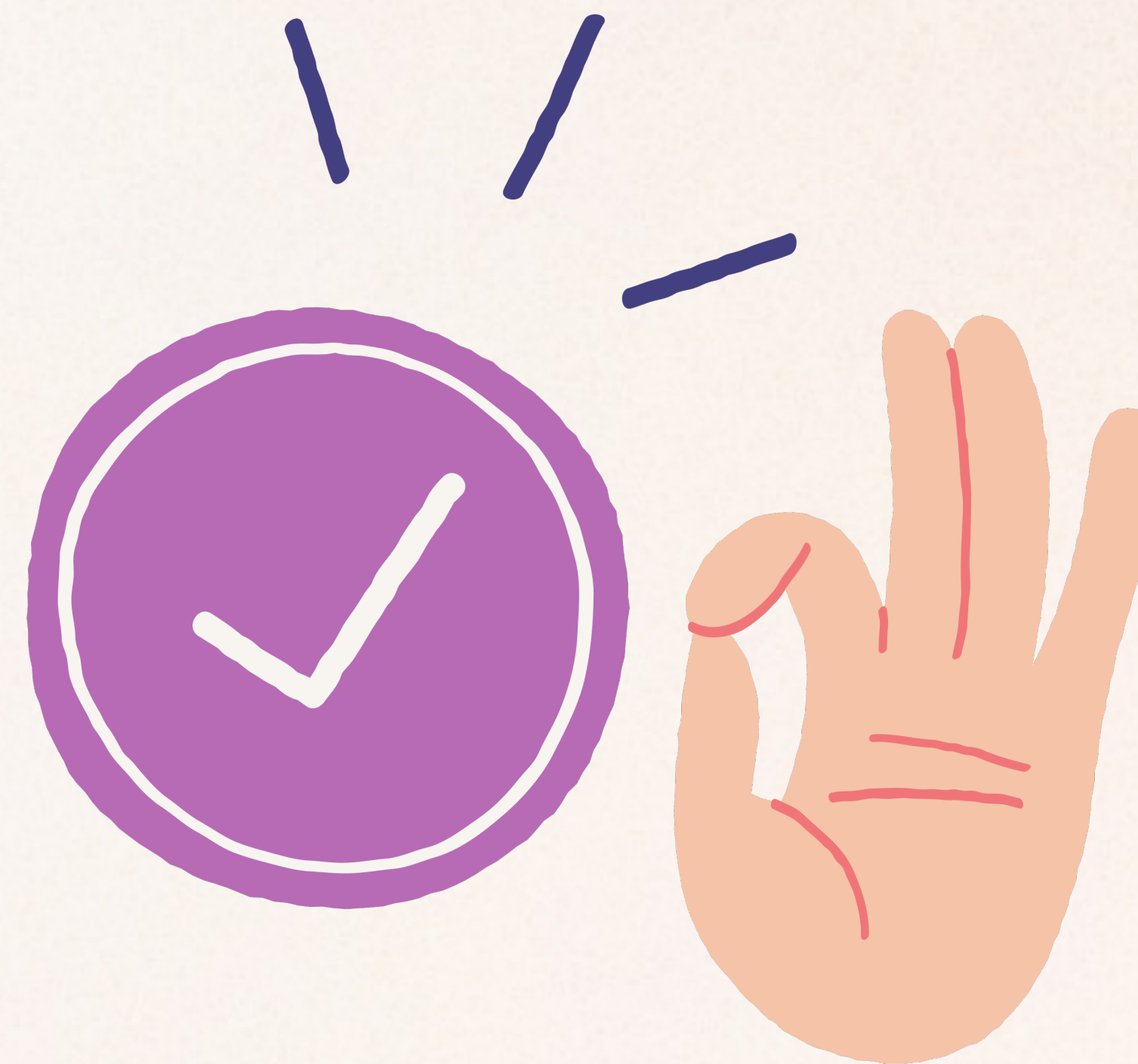


**Дайте шанс
выжить!**

Жизнь котика в ваших руках! Не дайте
ему пойти по наклонной!

[Узнать больше](#)

Требования к объявления





О модерации

Модерация — это процесс, который проверяет рекламу на соответствие требованиям закона и политике Яндекса, а также определяет тематику рекламы, чтобы при необходимости запросить разрешающие документы или добавить предупреждение в объявления.



Грамотность



Релевантность



Отсутствие
недостоверных
утверждений

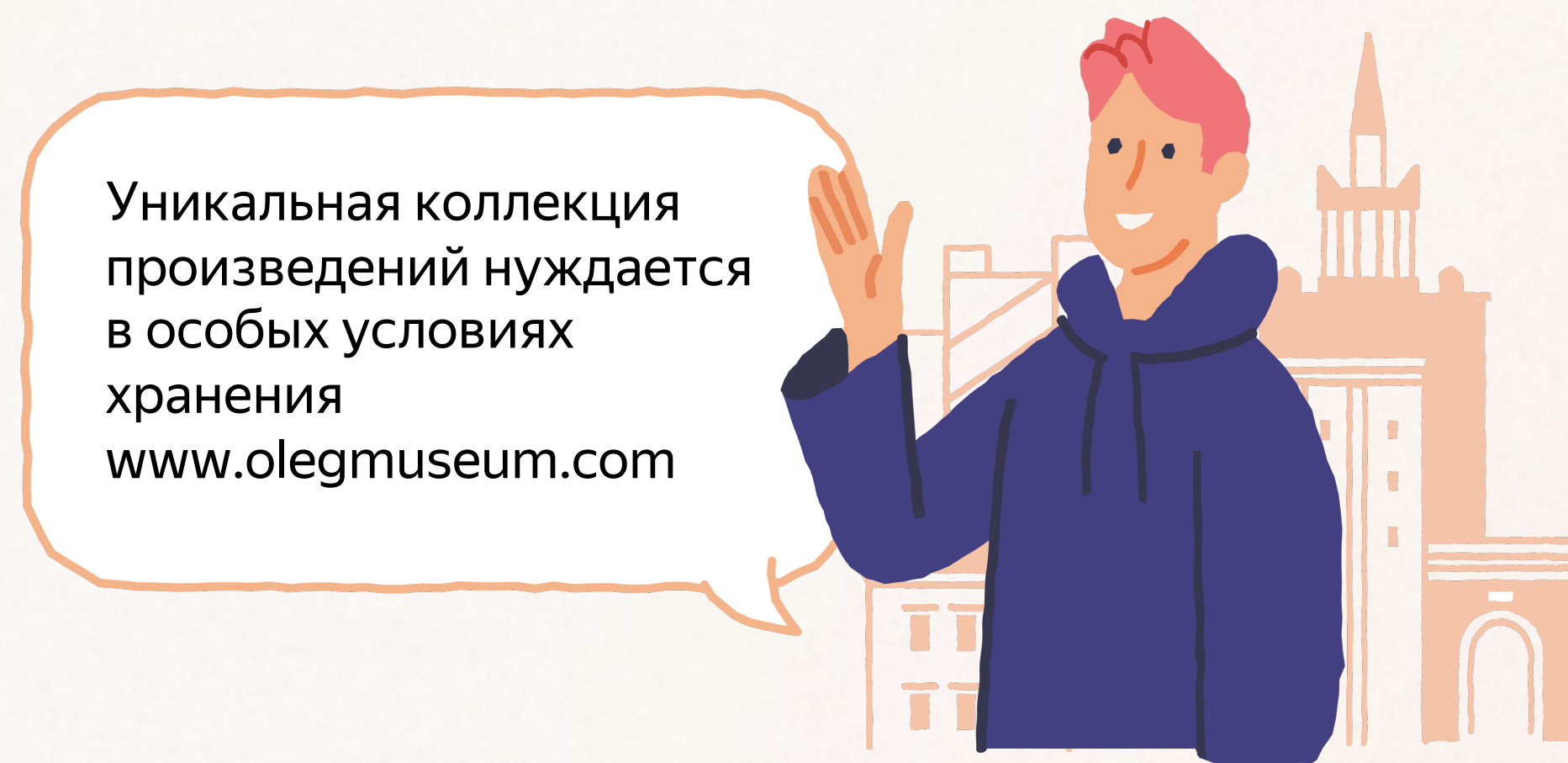


Качественные
изображения

Что такое хорошо

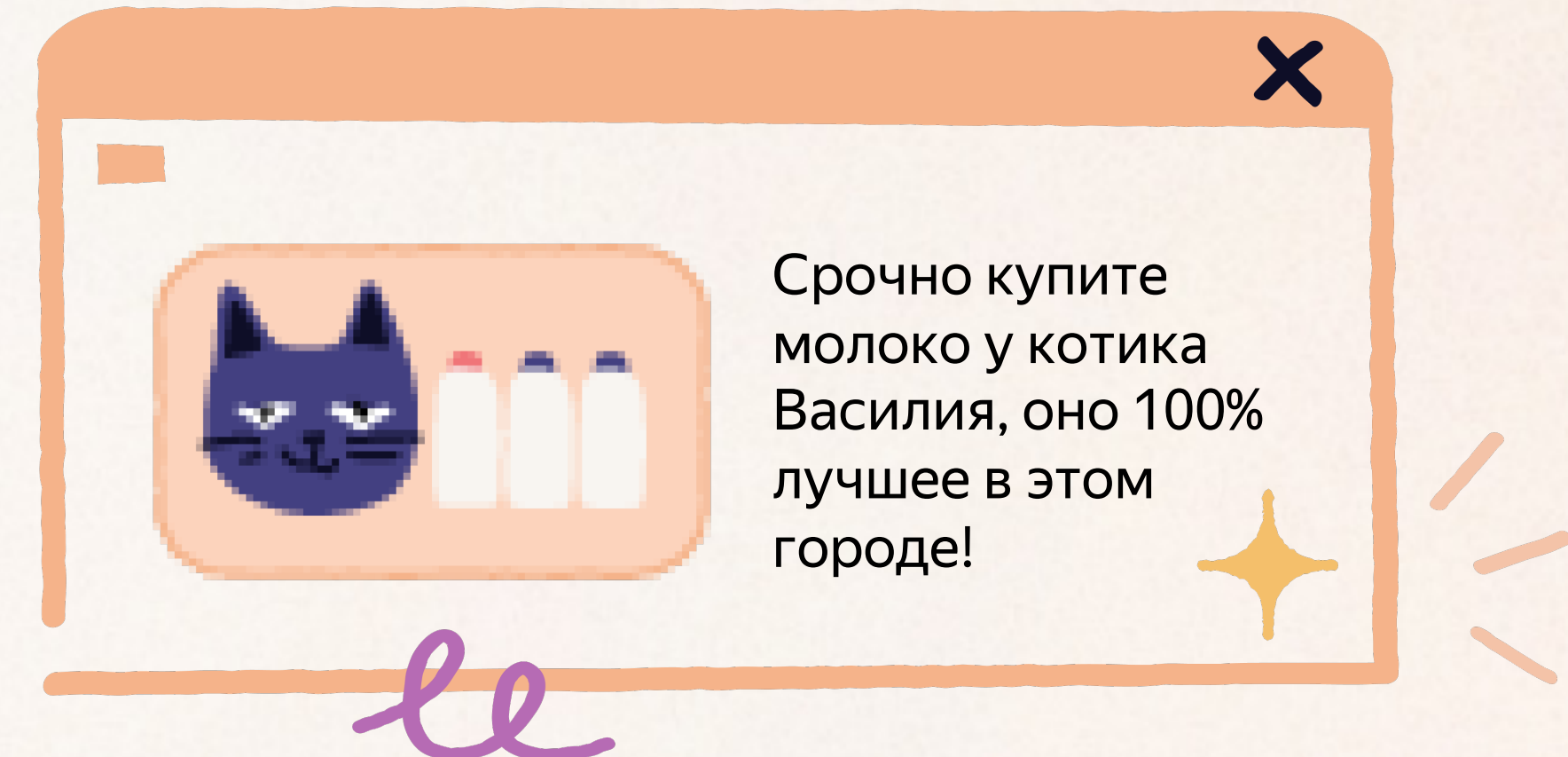


— нейтральная коммуникация, качественное изображение

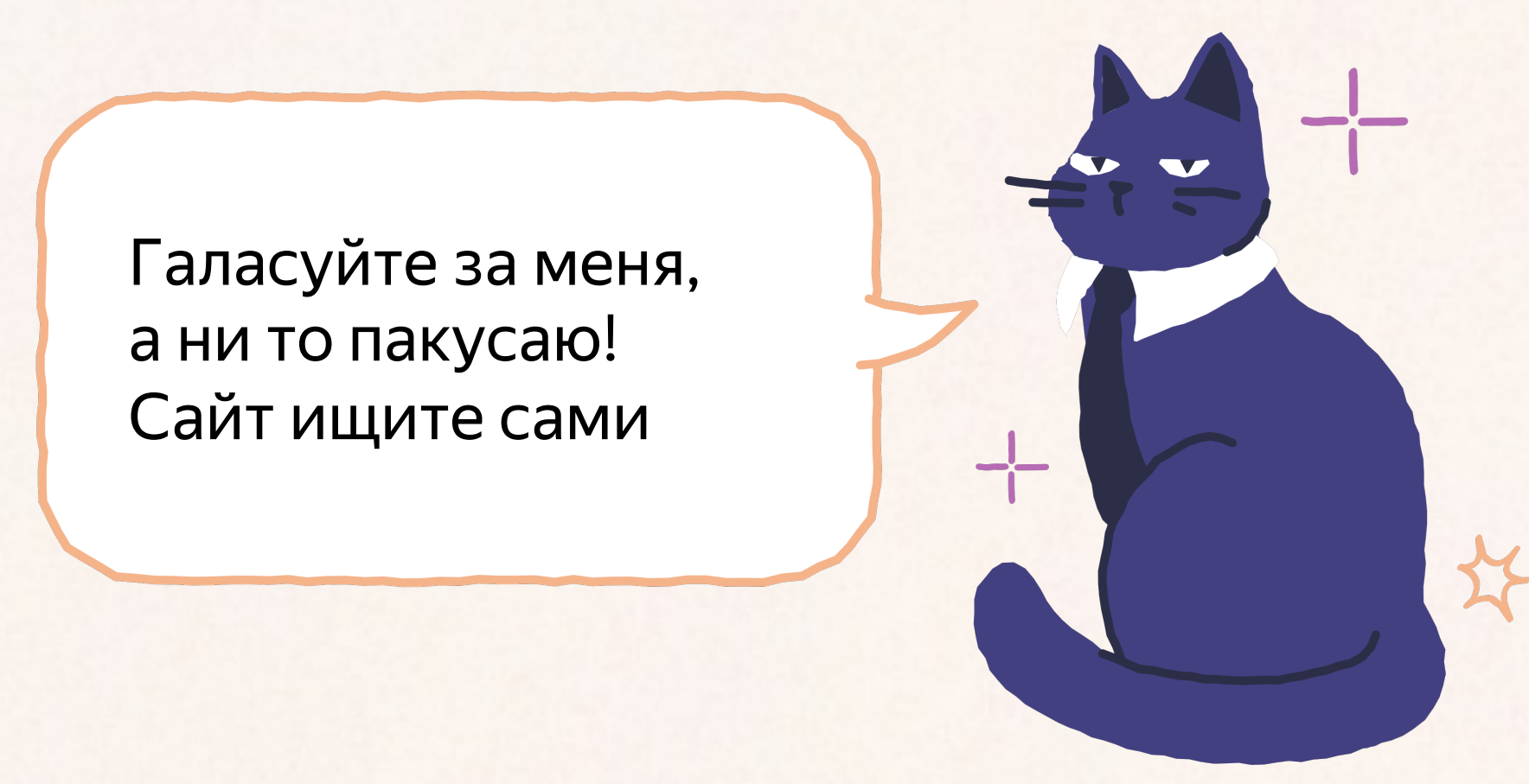


— этичная коммуникация, грамотность

Что такое плохо



— ошибки: продвижение коммерческой деятельности; некачественное изображение; недостоверная информация



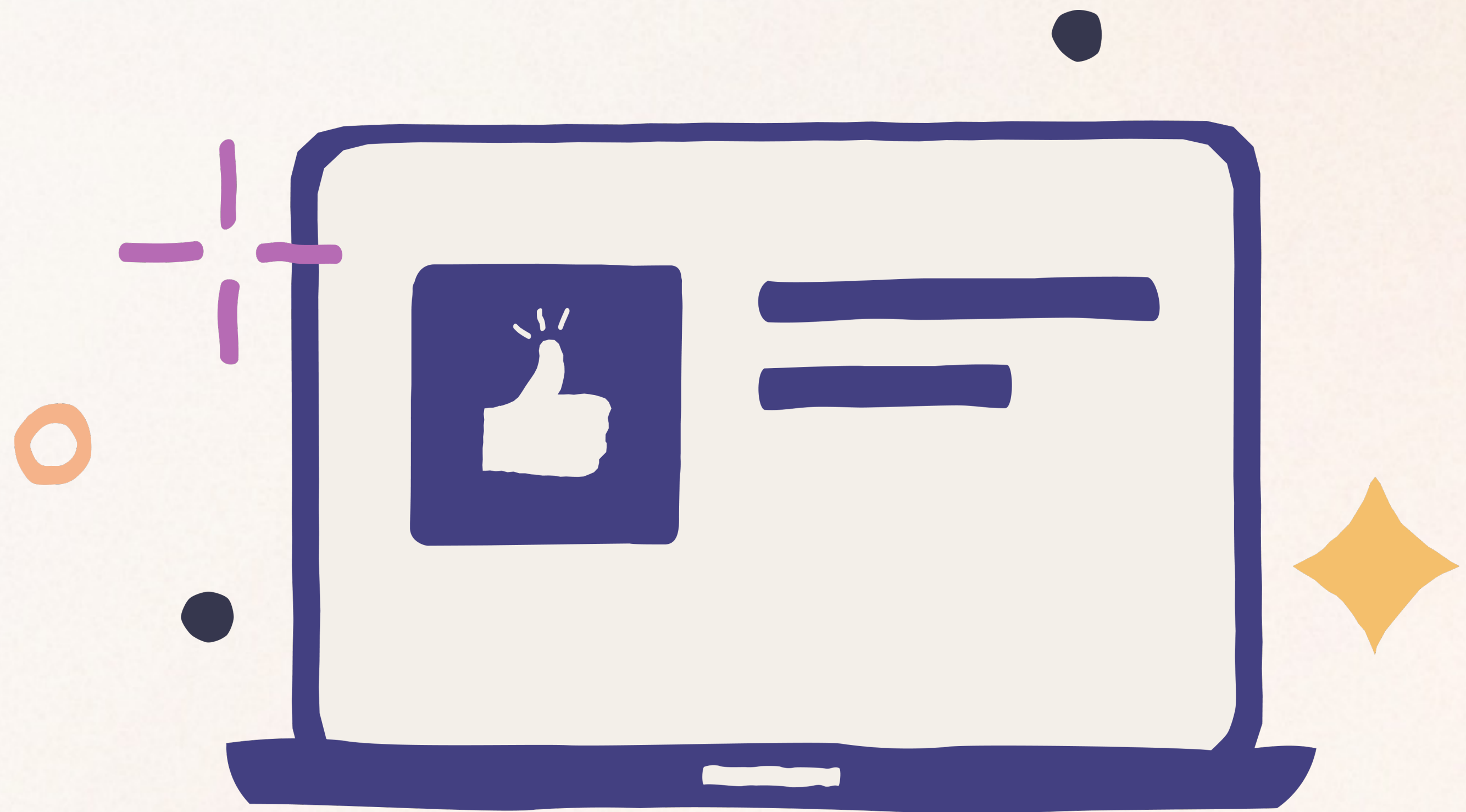
— ошибки: неграмотность, угрозы, политический контент, отсутствие корректной ссылки

Частые причины отклонения объявлений

- › 30% нарушены требования к тексту и логотипу
- › 12% нарушены требования к баннеру
- › 5% нарушены требования к сайту
- › 5% нарушены требования к качеству изображений
- › Остальной % — различные менее частотные ошибки

Вопросы

Кейсы



Кейсы о социальной рекламе



Кейсы о социальной
рекламе

Истории об успехах НКО: они показывают, что совершать больше добрых дел реально и что мы с вами на правильном пути, а это очень приятно.

Фонд «Найди семью»

В конце года перед фондом стояла цель — собрать 1,5 млн. рублей в рамках предновогодней акции для приёмных детей

769	с 0,39 до 1,08%	+20%
Конверсий	Вырос CTR	Кликов по кнопке «Пожертвовать»



Подробнее о том, как фонду удалось достичь результата



Помочь приемным детям и почувствовать волшебство. Хочу!

Новогодняя акция. Дарим детям не игрушки и сладости, а значимые подарки. Приглашаем!



Благотворительная новогодняя акция

Новый год - время чудес. Помочь детям с опытом сиротства встретить счастливый год!



АНО «Приют для животных „Преданное сердце“»

Цель — сформировать узнаваемость бренда и привлечь новые пожертвования.

2 332	~1 млн. руб.
Пожертвований	Средств привлечено



Подробнее о том,
как приюту удалось
достичь результата



ПРЕДАННОЕ
СЕРДЦЕ
ПРИЮТ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

Срочный сбор
на аренду дома
для кошек



Участствуйте!
«Миска корма
вместо
сувениров»



**СЕРТИФИКАТ
УЧАСТНИКА**

Инициативный благотворительный сбор
«МИСКА КОРМА ВМЕСТО СУВЕНИРОВ»
в поддержку приюта «Преданное сердце»

Кружечка

на память и поддержку и адресована владельцу
приюта «Преданное сердце»

ПОМОЖЬ БЕЗДОМНЫМ ЖИВОТНЫМ
МОЖЕТ КОРМА-ЧЕЛОВЕК С ДОБРОМ СЕРДЕЦЕМ

predannoeserdce.ru





ПРЕДАННОЕ
СЕРДЦЕ
ПРИЮТ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

Обучение



Курс «Как запускать социальную рекламу в Яндексе»

Пройдите бесплатный курс для НКО

 **помощь рядом** +  **Я Практикум**



С помощью курса вы сможете

- 1 Изучить правила социальной рекламы и понять, какое объявление пройдёт модерацию
- 2 Разобраться в рекламных инструментах Яндекса и научиться ими пользоваться для достижения поставленных целей
- 3 Без страха работать в личном кабинете Директа
- 4 Научиться работать с Метрикой, в том числе с целями, отчётами и Вебвизором
- 5 Создавать сегменты в Яндекс Аудиториях, чтобы направлять рекламу на благотворителей

Наташа

Вы можете обратить внимание на социальные проблемы, рассказать о своих проектах и привлечь новую аудиторию. Обычно грантополучатели Яндекса информируют людей о том, как получить помощь, делятся информацией, которая помогает предотвратить социальные проблемы, и рассказывают о системных благотворительных проектах.



Студент

Понятно, у меня есть несколько идей!



Наташа

Это замечательно! Добавлю, что, создавая рекламу, надо соблюдать несколько требований. О них мы поговорим в новом уроке.



Как начать обучение



Пройдите курс прямо сейчас



Ссылка на курс

- › Обучение бесплатное.
- › Учиться можно когда удобно, и даже с мобильного.
- › Чтобы сохранить прогресс обучения, рекомендуем авторизоваться в Практикуме по инструкции.
- › Доступен бессрочно.

Полезные ссылки



Телеграмм-канал «Цифровые решения для НКО | Гранты от Яндекса»

Новости и обучающий материал



Социальный проект Яндекса «Помощь рядом»

Предоставляем некоммерческим организациям сервисы и технологии Яндекса для повышения эффективности работы.

Вопросы

КВИЗ

- › Ответать можно только 1 раз
- › Победитель – участник набравший максимальное количество баллов первым
- › Итоги – после перерыва



КВИЗ — ИТОГИ



Где показывается социальная реклама?

1 Рекламная сеть Яндекса

3 На поиске и в РСЯ

2 На поиске

Где показывается социальная реклама?

1 Рекламная сеть Яндекса

2 На поиске

3 На поиске и в РСЯ

Укажите основные правила хорошей рекламы

1 Грамотность, фотографии котиков, давление на жалость

3 Запугивание, давление на жалость

2 Шокирующие изображения, провокации, угрозы, яркие, натуралистические образы

4 Грамотность, релевантность, отсутствие недостоверных утверждений, качественные изображения

Укажите основные правила хорошей рекламы

1 Грамотность, фотографии котиков, давление на жалость

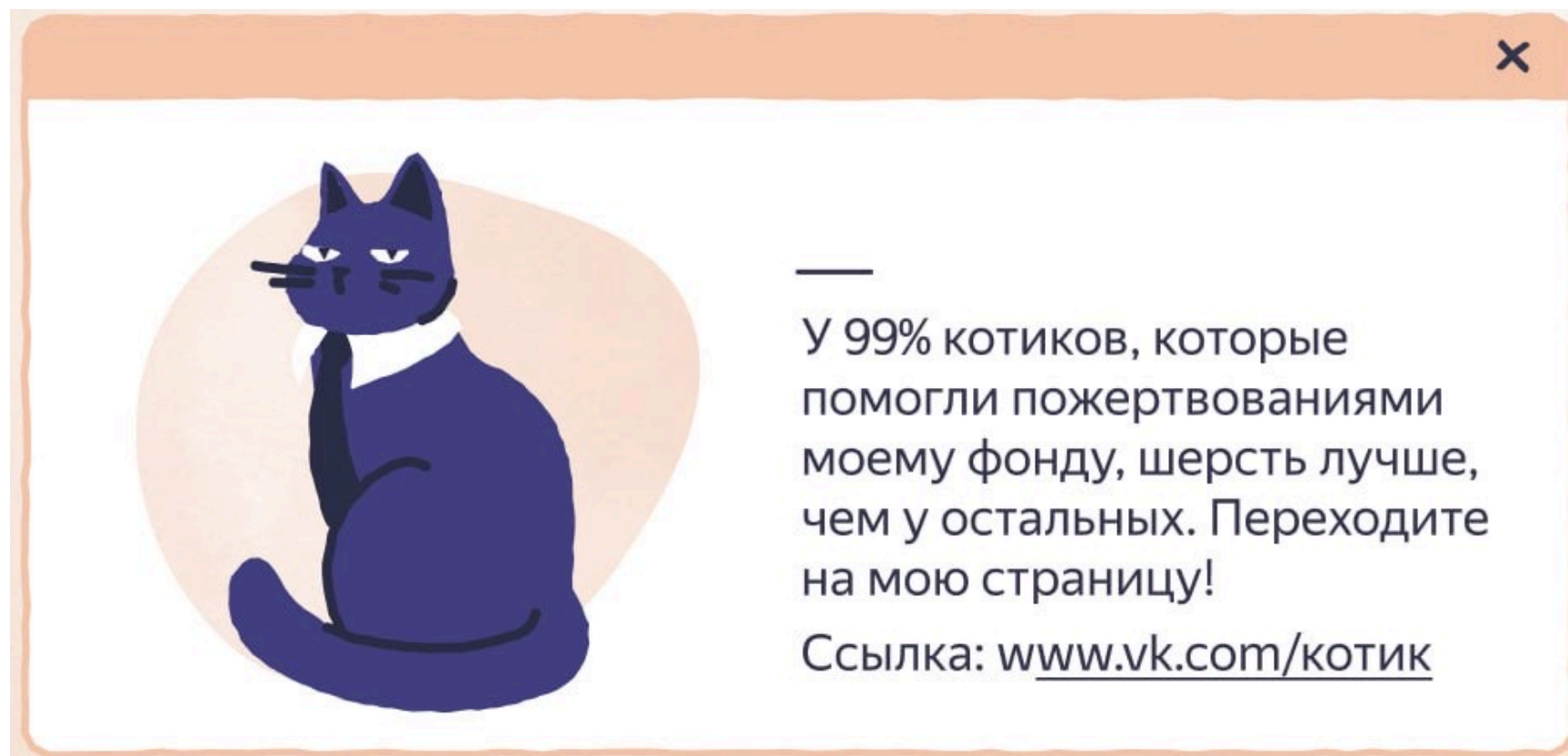
3 Запугивание, давление на жалость

2 Шокирующие изображения, провокации, угрозы, яркие, натуралистические образы

4 Грамотность, релевантность, отсутствие недостоверных утверждений, качественные изображения


Какое объявление пройдёт модерацию?

1



Advertisement 1: A blue cat sitting on a light blue circle. Text: У 99% котиков, которые помогли пожертвованиями моему фонду, шерсть лучше, чем у остальных. Переходите на мою страницу! Ссылка: www.vk.com/котик

2

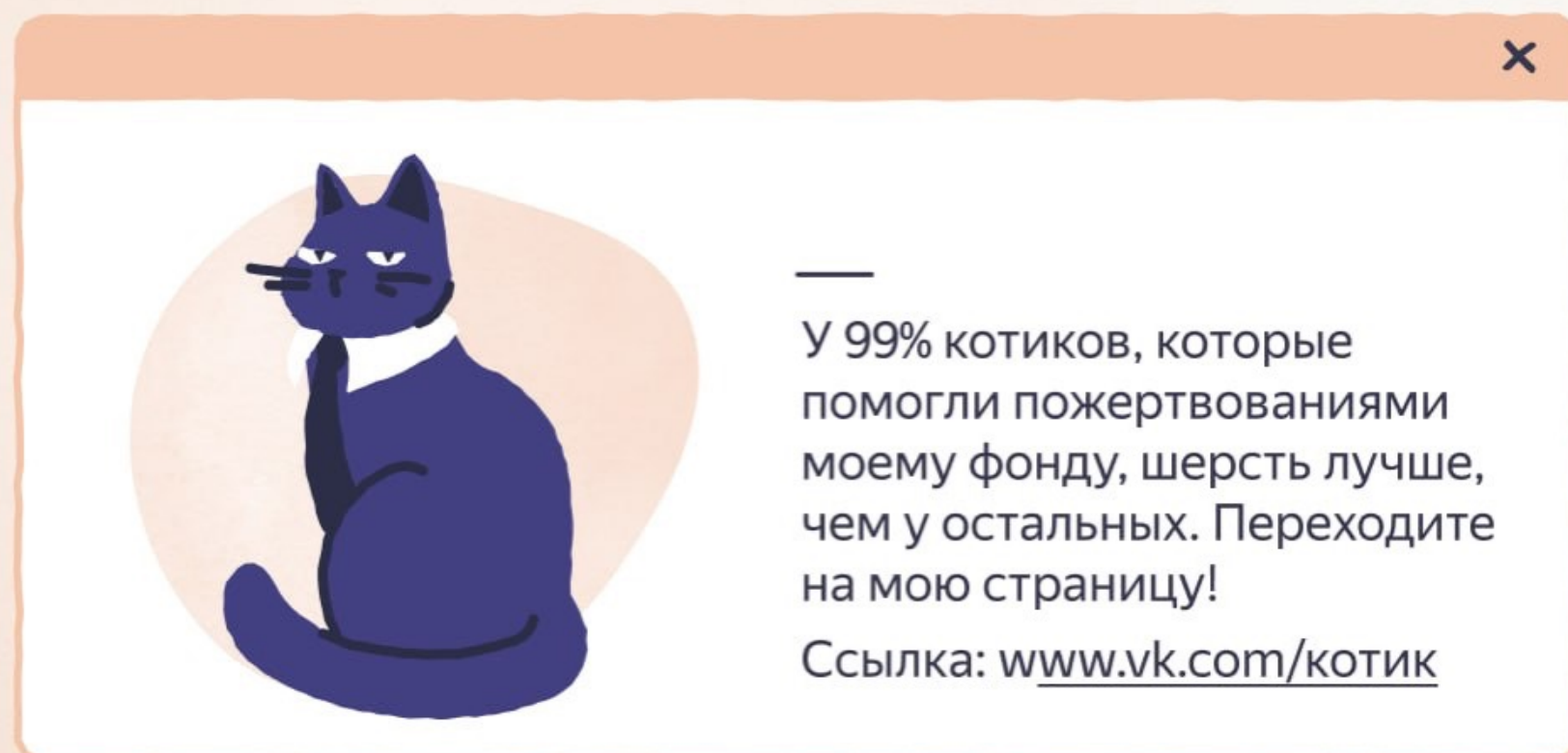


Advertisement 2: A blue house with a chimney. Text: Дом-музей И. И. Котикова нуждается в ремонте. Ссылка: www.kotikov-museum.org

Какое объявление пройдет модерацию?

1

Не пройдет модерацию



Advertisement for a cat fund. It features a blue cat illustration on the left. The text on the right reads: "У 99% котиков, которые помогли пожертвованиями моему фонду, шерсть лучше, чем у остальных. Переходите на мою страницу! Ссылка: www.vk.com/котик".

— Бездоказательная статистика.

2

Пройдет модерацию



Advertisement for a museum. It features a blue house illustration on the left. The text on the right reads: "Дом-музей И. И. Котикова нуждается в ремонте. Ссылка: www.kotikov-museum.org".

- Без адресной помощи.
- Ссылка соответствует информации в объявлении.

Виталий — руководитель благотворительного фонда. Он хочет разместить социальную рекламу, чтобы продавать мерч фонда и направлять вырученные средства на уставные цели. Получится ли у Виталия пройти модерацию?

1 Нет. Ведь это мерч благотворительного фонда.

2 Нет. В социальной рекламе нельзя продвигать коммерческие услуги.

3 Да. Указание на продажу товаров, которая осуществляется в рамках проведения благотворительной акции при условии, что такая продажа направлена исключительно на достижение уставных целей, не запрещается.

Виталий — руководитель благотворительного фонда. Он хочет разместить социальную рекламу, чтобы продавать мерч фонда и направлять вырученные средства на уставные цели. Получится ли у Виталия пройти модерацию?

1 Нет. Ведь это мерч благотворительного фонда.

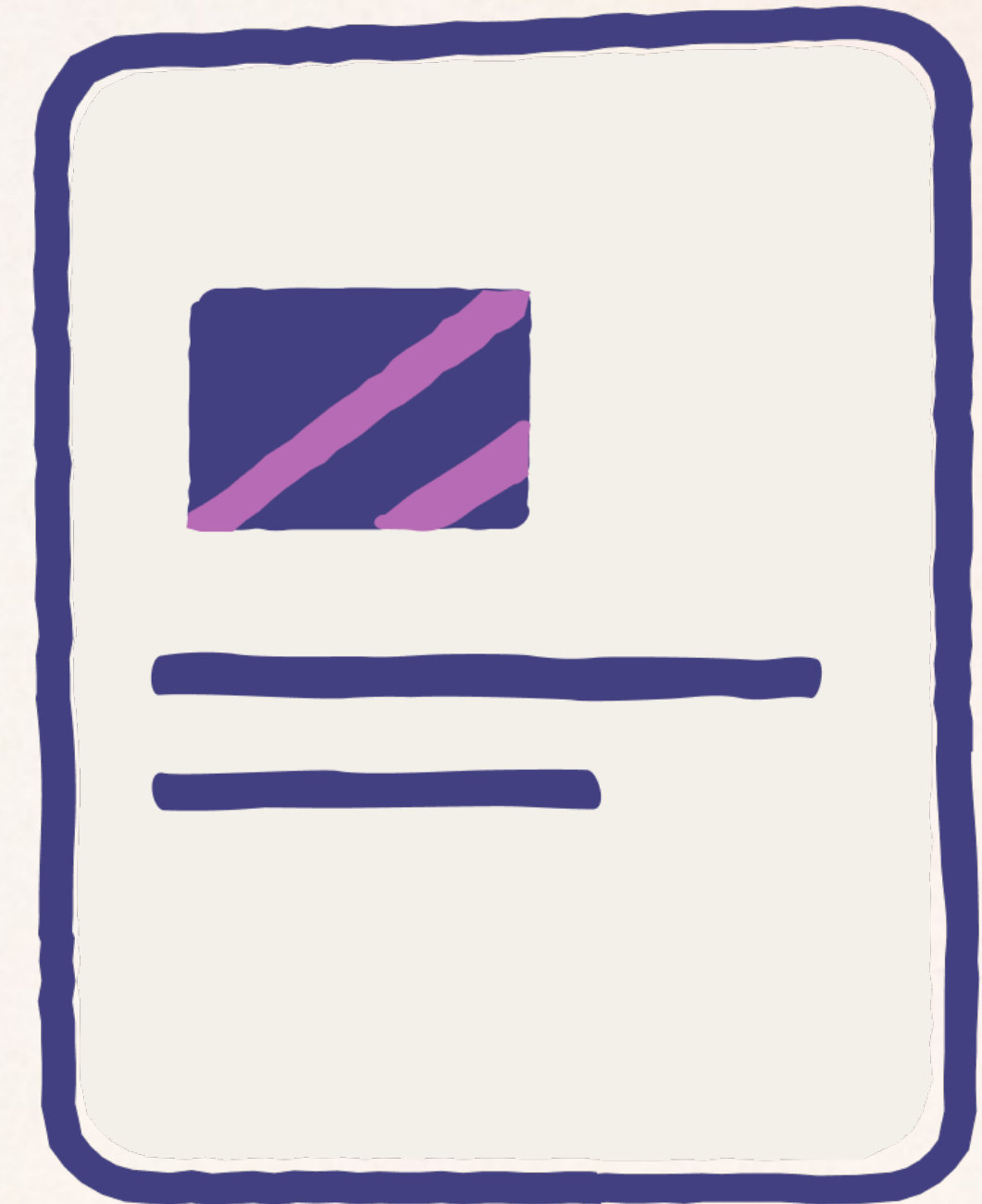
2 Нет. В социальной рекламе нельзя продвигать коммерческие услуги.

3 Да. Указание на продажу товаров, которая осуществляется в рамках проведения благотворительной акции при условии, что такая продажа направлена исключительно на достижение уставных целей, не запрещается.

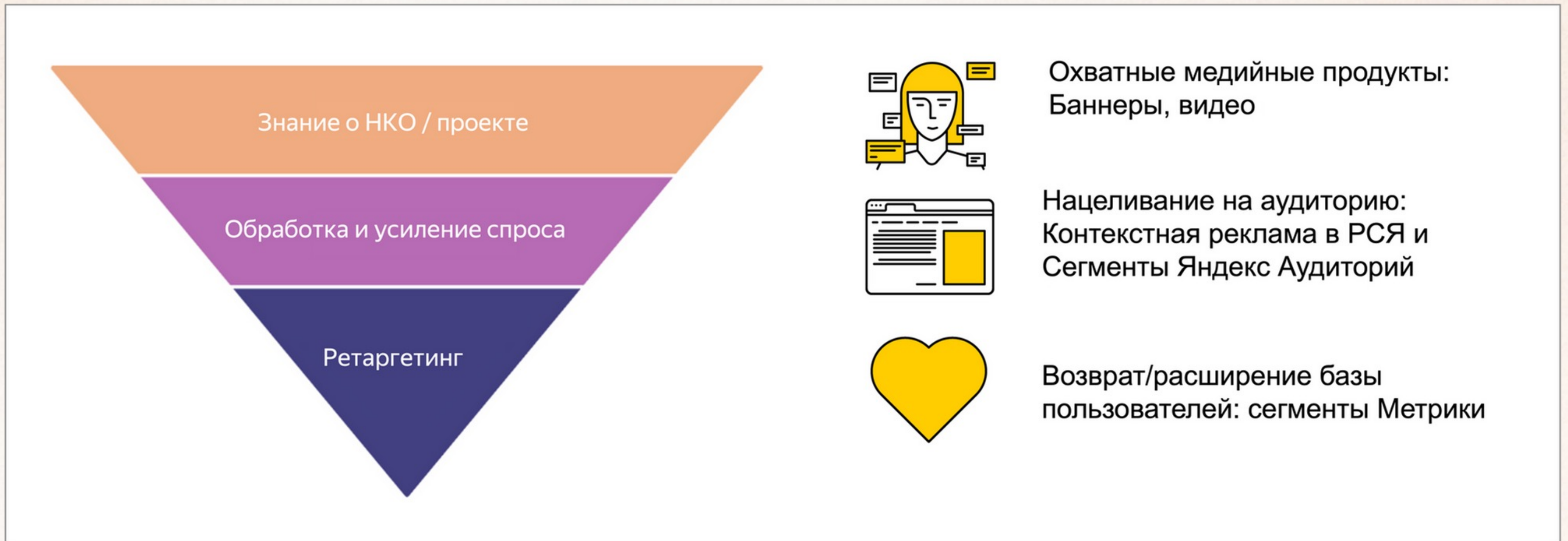
Часть 2. Практика



Обзор рекламных инструментов



Воронка коммуникации и инструменты



Яндекс Директ



Яндекс Директ простыми словами

Платформа для создания рекламных кампаний.

Разнообразие форматов и таргетингов Яндекс.Директа позволяют решать задачи под основные цели НКО.

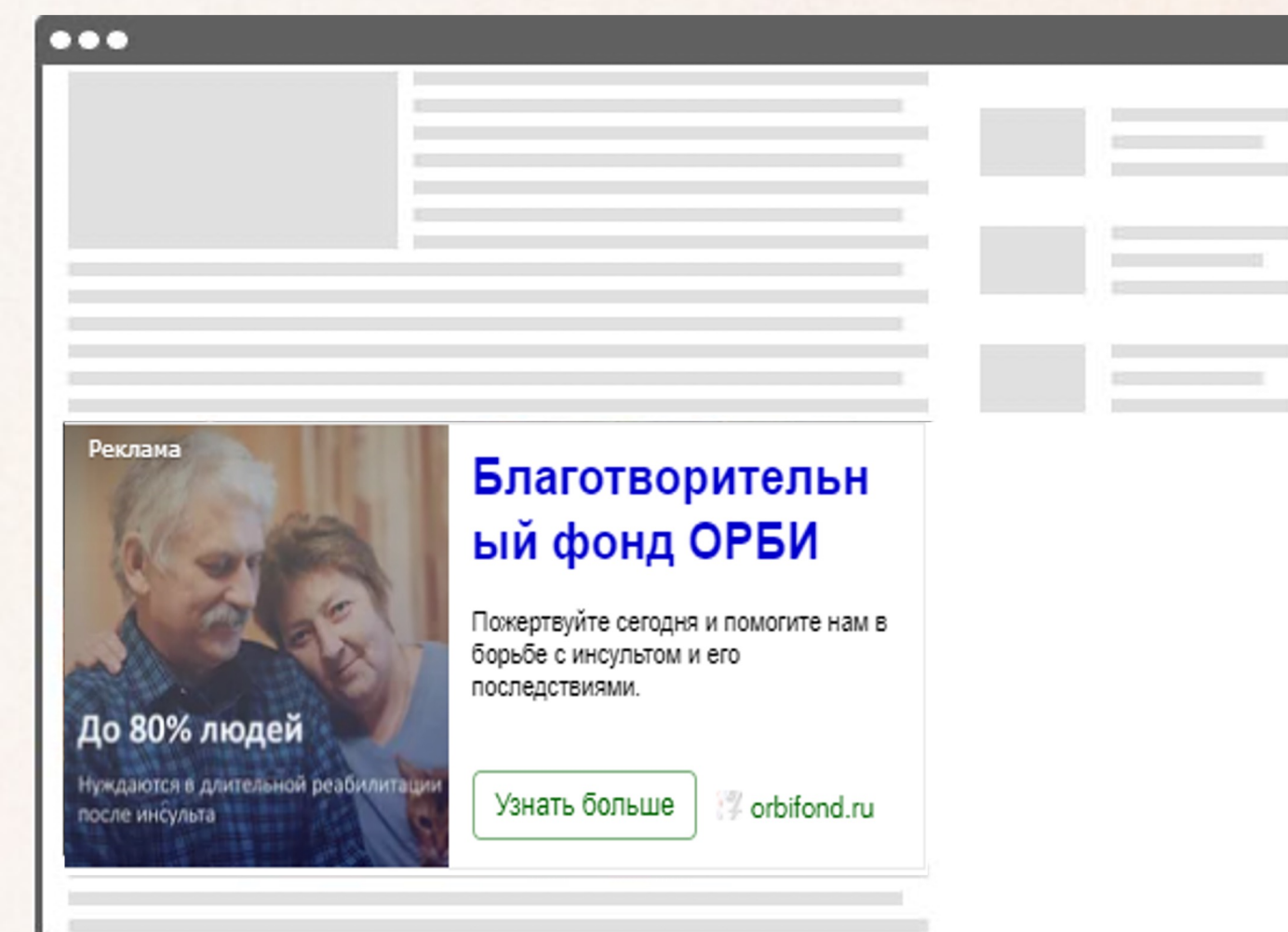
Можно размещать как медийные форматы, так и текстовые.



Типы рекламных кампаний

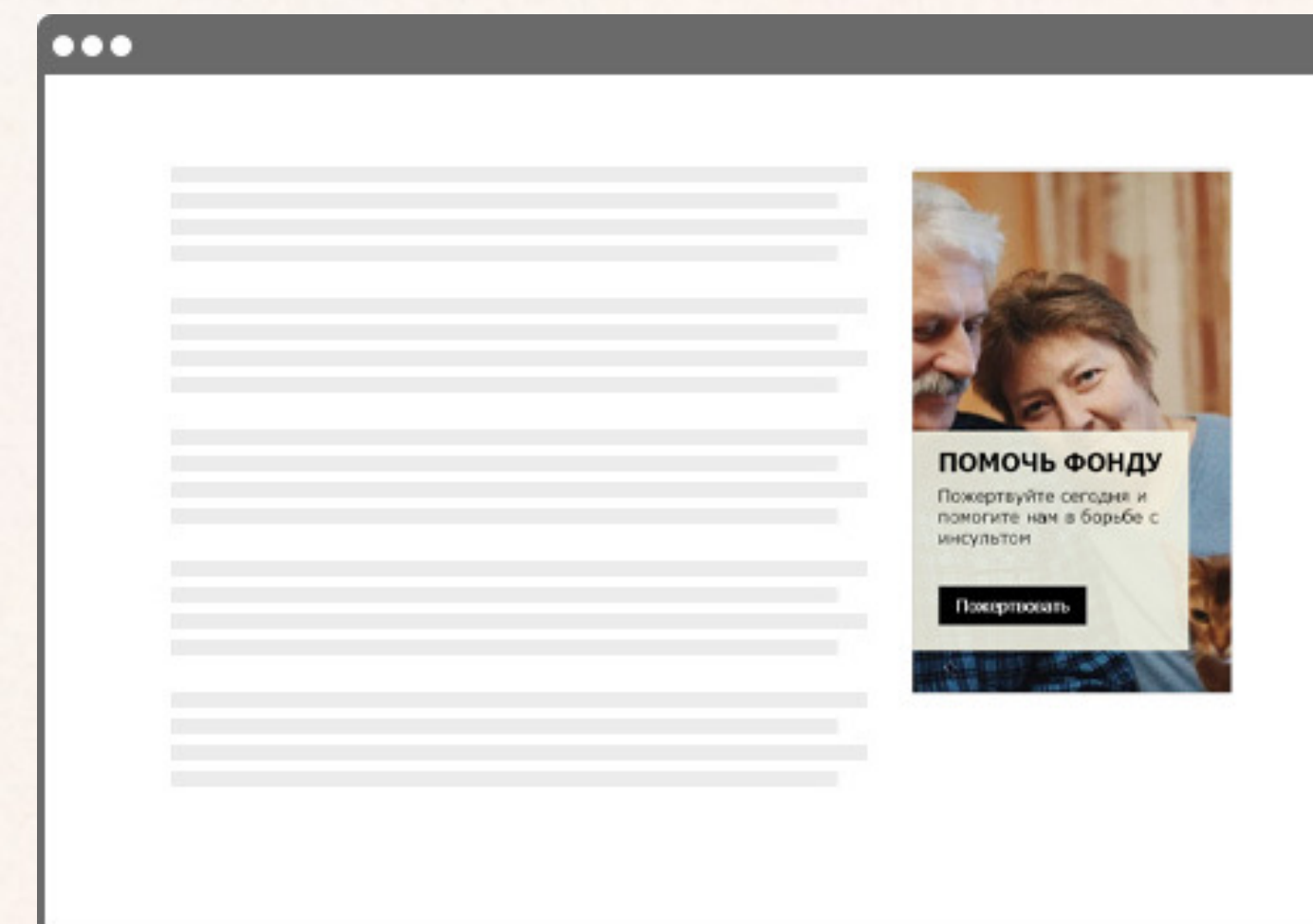
Оплата за действия

Показы в сетях на десктопах, планшетах и мобильных телефонах. Настройки позволяют подстроить кампанию под целевую аудиторию



Оплата за охват

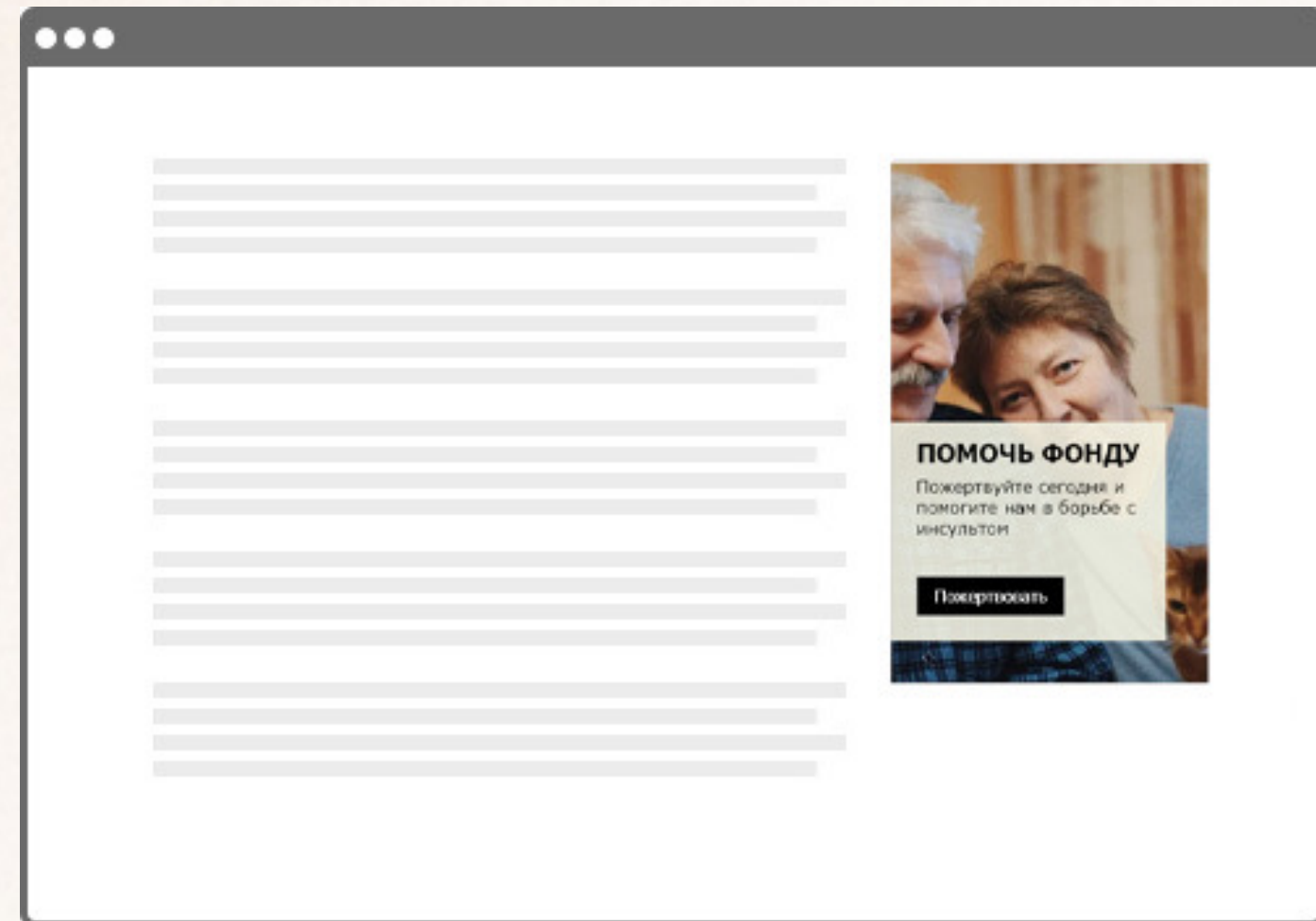
Создает нужные ассоциации с фондом с помощью интерактивных и привлекательных форматов: социальных баннеров и видео



Знание о НКО / проекте



Кампании с оплатой за охват



Социальные баннеры

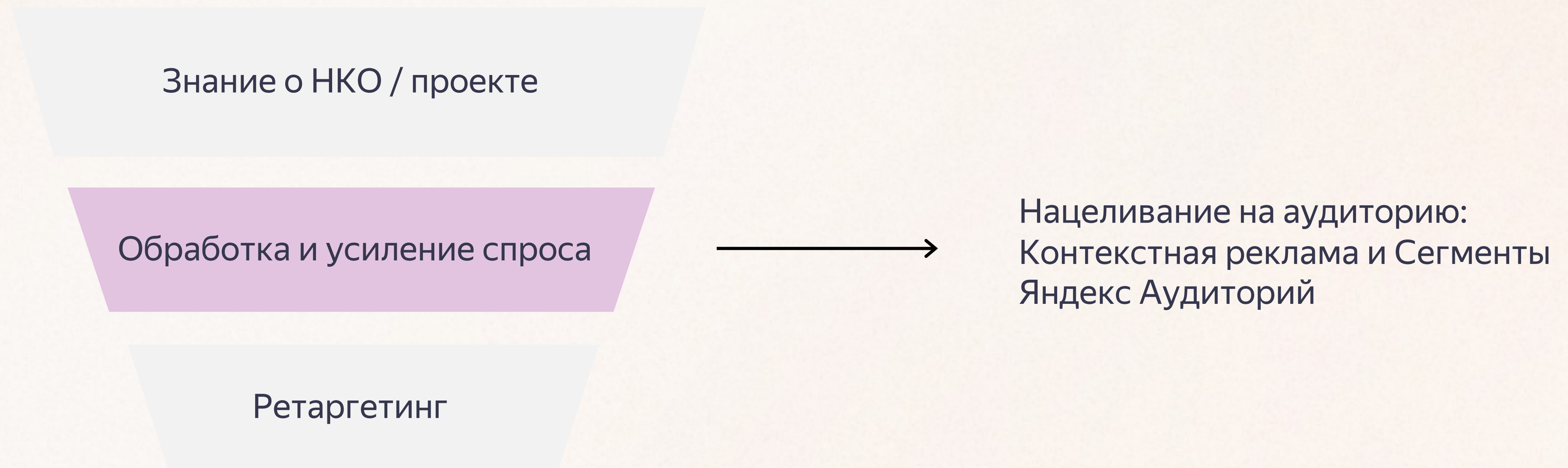
Графические изображения,
встраиваемые в блоки
страницы



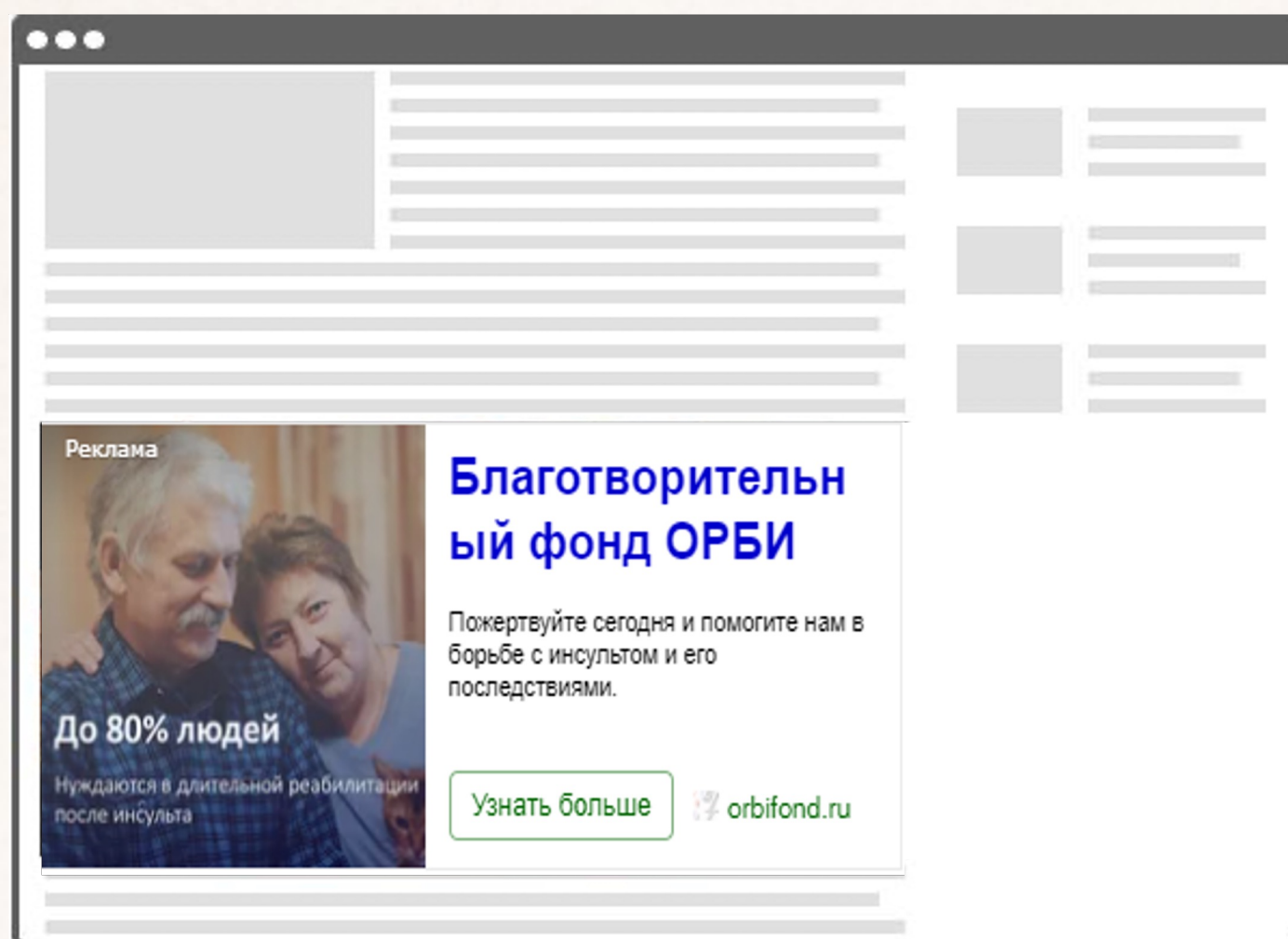
Видеореклама

Рекламный ролик,
встраиваемый в специальные
блоки

Обработка и усиление спроса

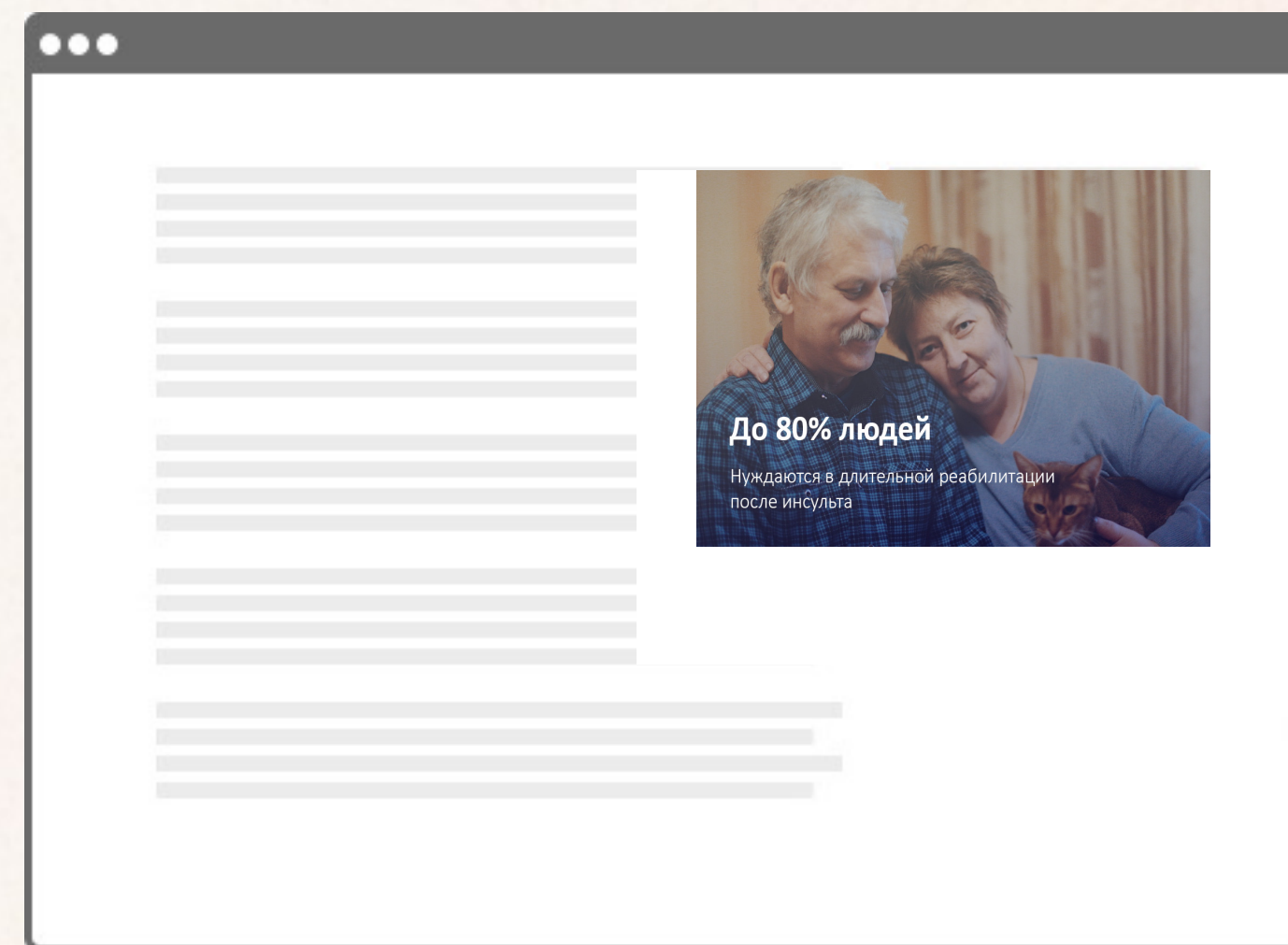


Кампании с оплатой за действие



ТГО

Текстово-графические
объявления



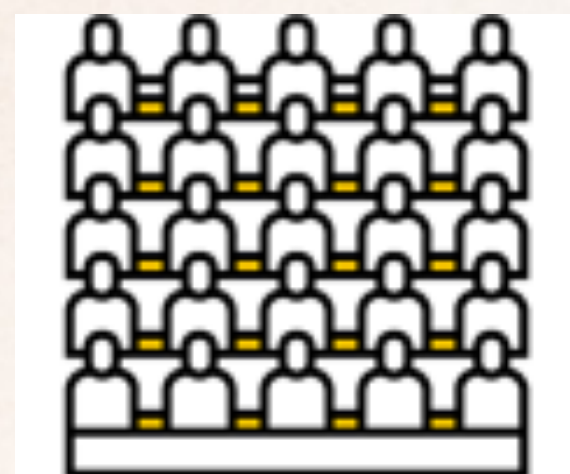
Графические

Графические объявления
с изображением

Яндекс Аудитории



Яндекс Аудитории



Формировать сегменты по своим данным

Загрузите в Аудитории данные из CRM, чтобы показывать объявления своим клиентам.



Находить новых клиентов с помощью технологии Look-alike

Найдите пользователей, похожих на вашу аудиторию по интересам и поведению в интернете.



Работать с аудиторией вашей медийной рекламы

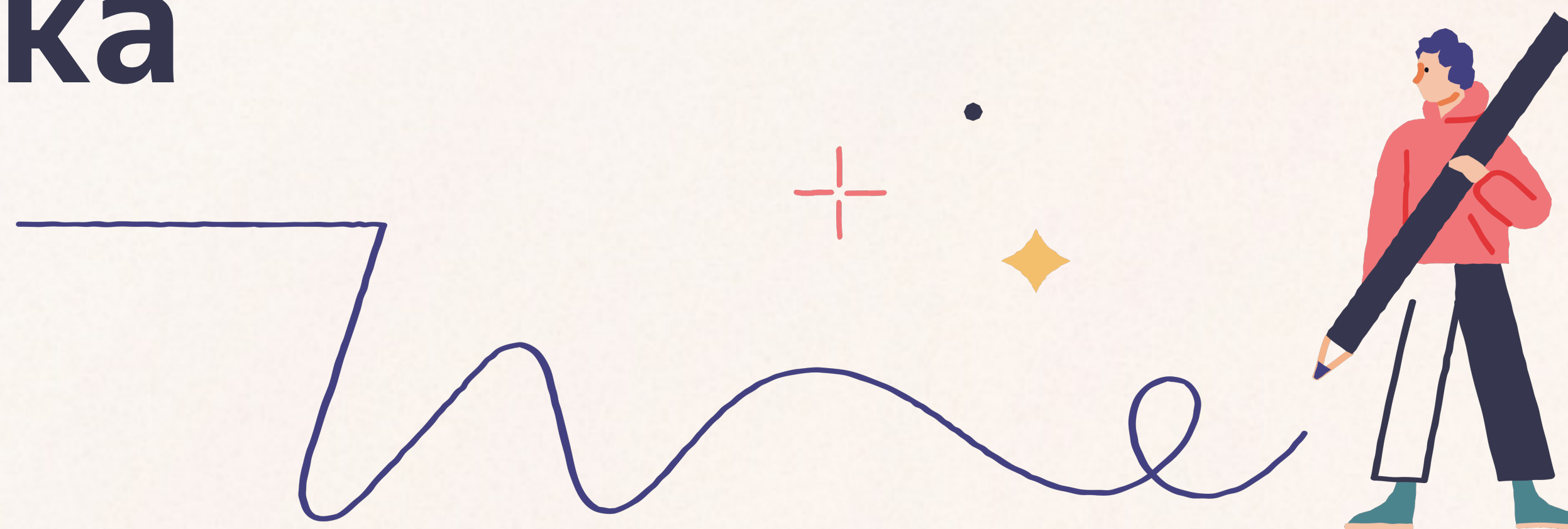
Создайте сегменты на основе пикселя и показывайте объявления тем пользователям, которые видели ваш медийный баннер или видеоролик.



Подбирать аудиторию по геолокации

Привлеките людей, которые находятся рядом или регулярно бывают по нужному адресу. Для этого создайте сегменты на основе данных Яндекса о геолокации.

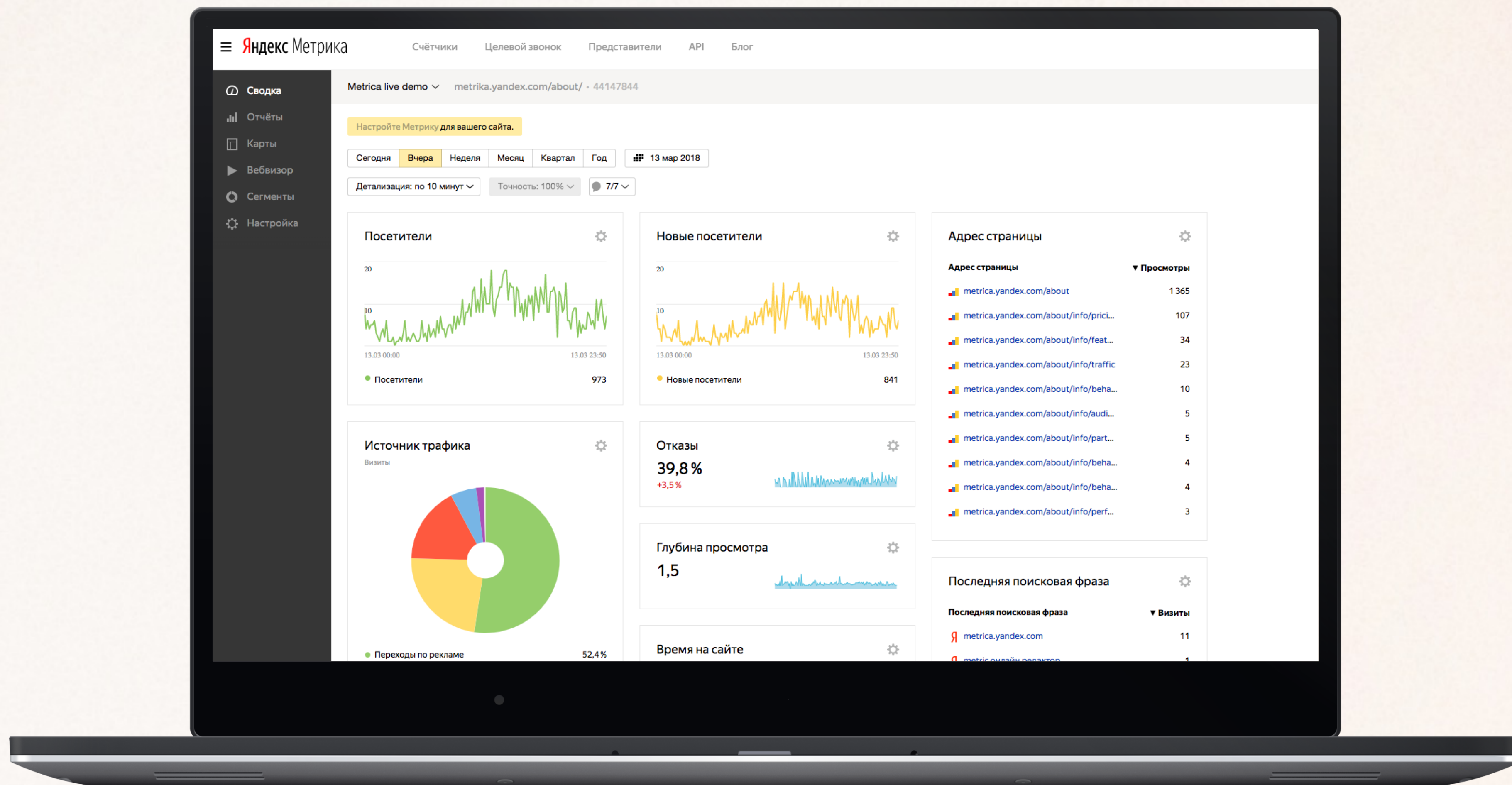
Яндекс Метрика



Лояльность



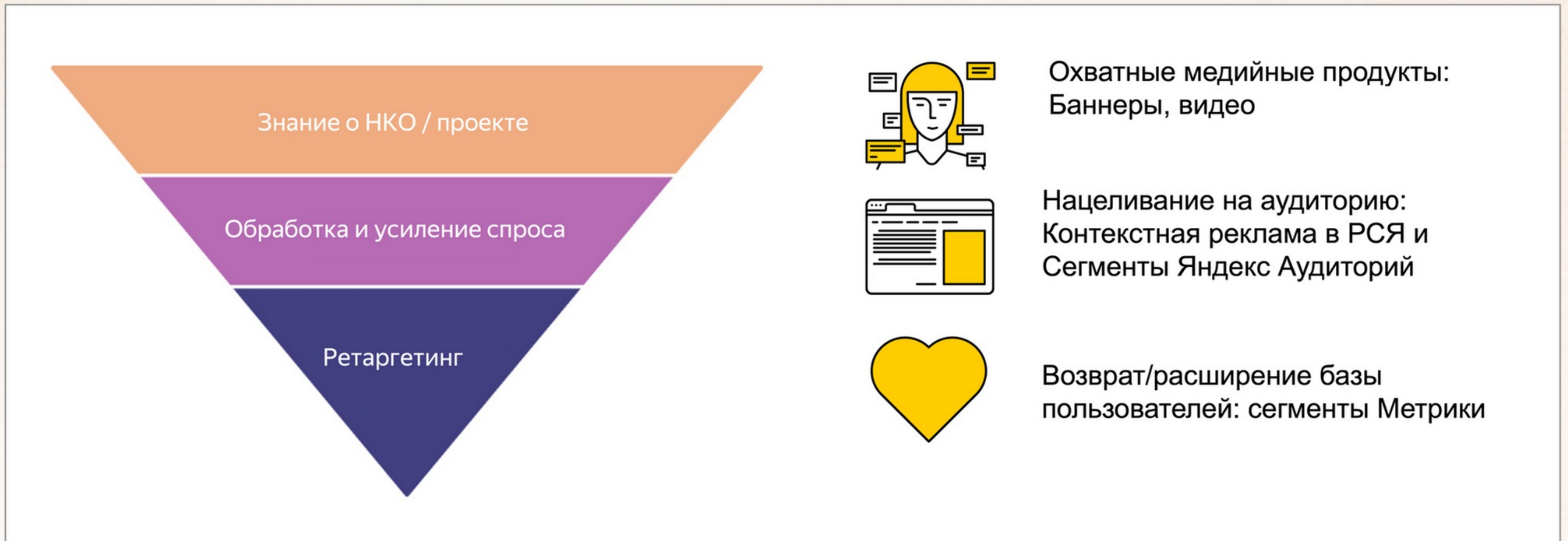
Яндекс Метрика



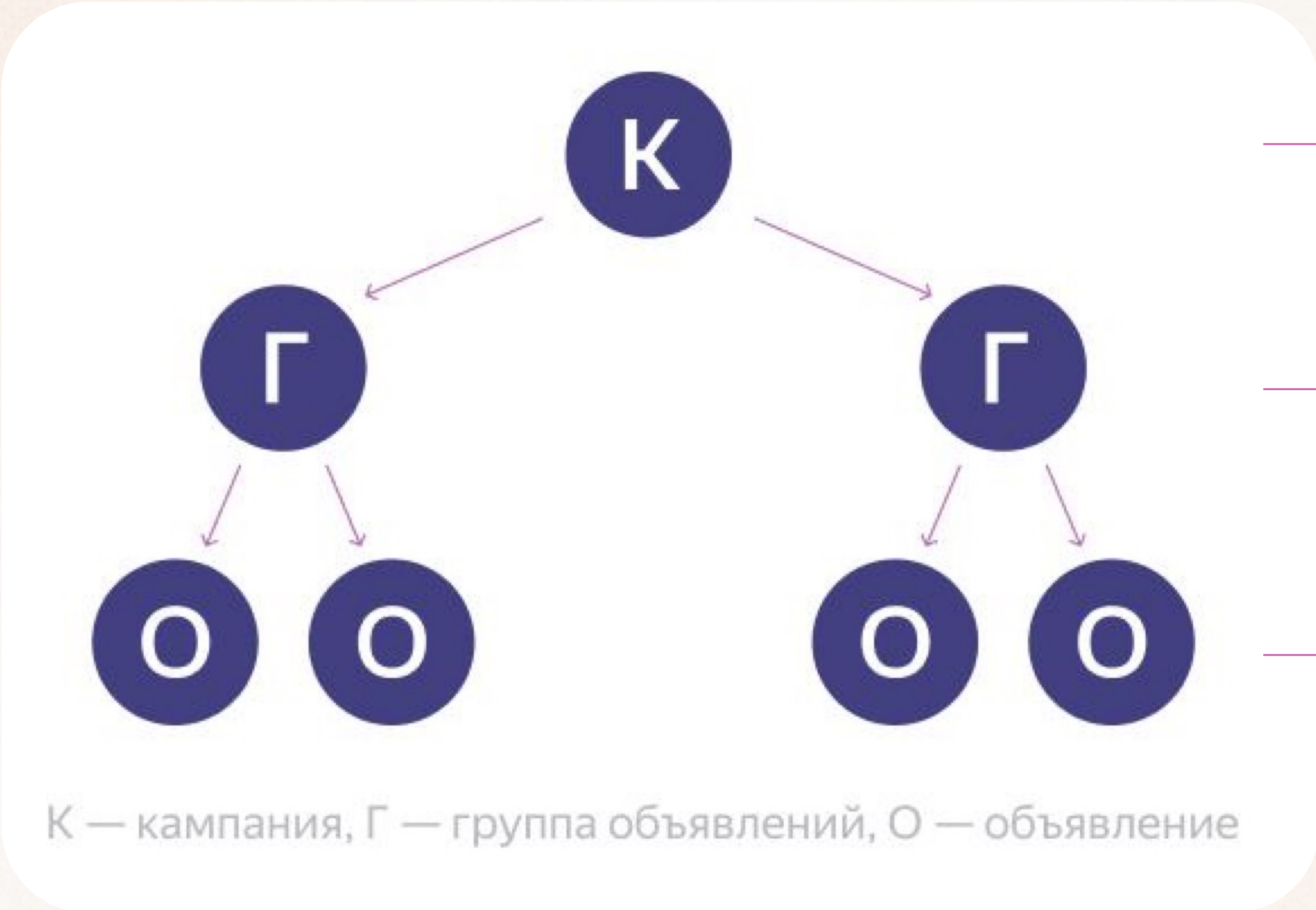
Мастер-класс



Воронка коммуникации и инструменты



Структура рекламных кампаний



За сколько и когда показываем

Кому показываем

Что показываем

Вопросы и ответы



Струльникова Наталья,
менеджер сопровождения
социальной рекламы

social-adv@yandex-team.ru

