

## ПРОГРАММА КУРСА «МАГИЯ GOOGLE»

Курс состоит из 6 блоков. Каждый блок посвящен одному из аспектов настройки и оптимизации контекстной рекламы в Google Ads. Каждая тема сопровождается видеоуроком, при необходимости скринкастом и домашним заданием.

### Блок 1. Вступление

- 1.1. Знакомство, рассказ о себе.
- 1.2. О курсе, его особенности. **Лайфхак:** Как улучшить усвоение знаний.
- 1.3. Терминология. Что такое PPC, SEO, SMM и пр. Анализ рекламы конкурентов.
- 1.4. Поведение клиентов на сайте. Идеальный и реальный покупатель. Анализ сайтов конкурентов.
- 1.5. Шесть шагов к стабильному потоку клиентов. Партизанский маркетинг и сарафанное радио. Интернет «депозит» на будущее.
- 1.6. История развития контекстной рекламы. Как определяется стоимость клика. Принцип аукциона.
- 1.7. Революция в контекстной рекламе. Аукцион Google. **Лайфхак:** Как платить в 10 раз меньше конкурентов и быть выше них.
- 1.8. Типы рекламных кампаний Google Ads. Поисковая реклама, баннерная реклама, видеореклама на YouTube, реклама в приложениях на Android и iOS.
- 1.9. Как подготовить сайт к размещению рекламы. Веб-аналитика и конкурентные преимущества. **Лайфхак:** Как создать сайт за 1 час и настроить базовую аналитику бесплатно. **Чек-лист:** Проверка готовности сайта и систем аналитики.
- 1.10. Что такое посадочная страница и какая информация должна там быть. **Чек-лист:** Проверка посадочной страницы для рекламы.

### Блок 2. Быстрый запуск поисковой рекламы

- 2.1. Как люди ищут в Google. Пять шагов клиента к цели: Возникновение проблемы → Поиск вариантов → Поиск лучшего решения → Уточнение деталей → Приобретение. Особенности рекламы на каждом из шагов.

**Список:** Наиболее частые запросы людей к поисковым системам в разных сферах.

- 2.2. Нюансы создания аккаунта Google Ads. Как включить «Режима эксперта» для доступа к глубоким настройкам.
- 2.3. Особенности создания кампаний поисковой рекламы. Дополнительные и скрытые настройки.
- 2.4. Географический таргетинг. Как показывать рекламу в конкретном городе или в радиусе 1 км вокруг вас. **Лайфхак:** Как посчитать эффективность разных городов/районов/мест.
- 2.5. Языковой таргетинг. Как настроить показ на людей, разговаривающих на русском, украинском, английском. **Лайфхак:** Как упростить настройку языков.
- 2.6. Как выбрать цену за клик. Стратегии назначения цены за клик. Как платить только за покупки на сайте, а не за каждый клик. **Лайфхак:** Как выбрать эффективную стратегию.
- 2.7. Структура кампаний. Какие кампании нужно создать, чтобы получить от рекламы максимум. **Майндмэп:** Структура кампаний.
- 2.8. Как эффективно распределить бюджет на рекламу. **Инструкция:** Распределение бюджета между кампаниями.
- 2.9. Создание шаблонной рекламной кампании для дальнейшего быстрого дублирования.
- 2.10. Что такое группы объявлений и особенности их использования. **Лайфхак:** Как не иметь проблем с пересечением ключевых слов.
- 2.11. Типы поисковых запросов: транзакционные, информационные, навигационные, нечеткие, мультимедийные. Особенности рекламы каждого типа. **Лайфхак:** Как определить неэффективные запросы.
- 2.12. Как найти запросы людей в нашей сфере. Метод комбинаций, поисковые подсказки, планировщик ключевых слов, спец. софт. **Лайфхак:** Как быстро найти 95% всех запросов пользователей.
- 2.13. Превращение запросов в ключевые слова. Кластеризация и группировка. **Майндмэп:** Сегментация запросов.
- 2.14. Типы соответствия ключевых слов. **Лайфхак:** Как показывать рекламу только целевым клиентам, а остальных исключить.

- 2.15. Создание шаблонной группы объявлений для дальнейшего быстрого дублирования. **Лайфхак:** Как определить стоимость клика по своим ключевым словам до запуска рекламы.
- 2.16. Нюансы при создании рекламных объявлений. **Лайфхак:** Как узнать, на какие фразы лучше «кlyют» твои клиенты.
- 2.17. Запуск рекламы в Google. **Лайфхак:** Как сэкономить 20% на налогах.
- 2.18. Быстрое дублирование рекламных кампаний и групп объявлений. Необходимые нюансы при дублировании.
- 2.19. Как смотреть свою рекламу с разных устройств. Как ваши объявления выглядят из Куала-Лумпура или Жашкова. **Лайфхак:** Как случайно не навредить своей рекламе.

## Блок 3. Оптимизация рекламы

- 3.1. Настройка веб-аналитики в связке с рекламой. Как узнать по каким ключевым словам и объявлениям пришли покупатели. **Лайфхак:** Повышаем вероятность покупки на 70%.
- 3.2. Минус-слова. Как не показывать рекламу людям, которые ищут «бесплатно», «реферат», «скачать» и т.д. Инструменты для работы с минус-словами. **Лайфхак:** Отсеиваем до 80% лишних затрат на рекламу. **Скачать:** Список базовых минус слов.
- 3.3. Секреты эффективных объявлений. Принцип ЭХО, продающие шаблоны, эффективные словосочетания. **Лайфхак:** Обращаем на наши объявления на 50% больше внимания чем на конкурентов. **Скачать:** Список эмоциональных триггеров. Список продающих добавок. Список призывов к действию.
- 3.4. Тестирование объявлений. Что такое статистическая достоверность. Как непрерывно улучшать тексты. **Лайфхак:** Как за пол года увеличить CTR с 6% до 24%.
- 3.5. Расширения. Как сделать свое объявление больше по размеру, добавить в него дополнительную информацию, выделиться на фоне конкурентов. **Лайфхак:** Увеличиваем CTR на 10%-40% за один вечер.
- 3.6. Дополнительные ссылки. Добавляем в объявление еще 4 ссылки на разные страницы сайта и увеличиваем размер объявления в 2 раза. **Лайфхак:** Как не сбить человека с толку, но увеличить средний чек.

- 3.7. Уточнения. Одно из самых эффективных и полезных расширений. Просто must have для любого аккаунта. **Скачать:** 100 самых эффективных слов в рекламе и маркетинге.
- 3.8. Структурированные описания. Второе по эффективности и полезности расширение. Как добавить максимум полезной информации в объявление.
- 3.9. Номер телефона. Добавляем к своим объявлениям кнопку «Звонок». **Лайфхак:** В каких случаях номер телефона может негативно повлиять на эффективность.
- 3.10. SMS сообщение. Даем клиенту возможность отправить нам SMS с просьбой перезвонить прямо из результатов поиска. **Кейс:** Как потерять половину заказов из-за незнания одного нюанса.
- 3.11. Адреса, Партнерские адреса. Как показывать клиентам наш адрес прямо в объявлении. Как подтвердить свой адрес с помощью обычного бумажного письма, отправленного по почте.
- 3.12. Цена товаров/услуг. Как сразу в объявлении показывать цены того, что интересует клиента. **Лайфхак:** Как обойти отсутствие гривны в списке валют. **Кейс:** Почему CTR падает после внедрения этого расширения.
- 3.13. Приложения для Android и iOS. Как добавить и использовать в рекламе. Когда приложение будет эффективно, а в каких случаях только помешает.
- 3.14. Промоакция. Как существенно увеличить размер объявления и привлечь внимание клиентов указав информацию про акции. **Лайфхак:** Как не вызвать гнев своих клиентов при использовании этого расширения.
- 3.15. Оптимизация рекламы по времени суток и дню недели. **Факт:** Люди по разному покупают в будние и выходные дни, а также в рабочее и нерабочее время, мы можем использовать эту информацию себе на пользу. **Лайфхак:** Как экономить до 20% бюджета не снижая эффективность.
- 3.16. Оптимизация по городу/стране/району клиента. Как узнать, клиенты из каких мест покупают чаще и как использовать эту информацию. **Лайфхак:** Как значительно повысить эффективность рекламы для бизнеса услуг.
- 3.17. Оптимизация ключевых слов. Как узнать какие ключевые слова не приносят прибыли, а какие приносят. **Факт:** В контекстной рекламе тоже работает принцип Парето. Обычно 20% ключевых слов приносят 80% прибыли. **Лайфхак:** Как найти эти 20% ключевых слов и заставить их приносить еще больше прибыли.

- 3.18. Оптимизация ставок. Как определить оптимальные ставки за клик, чтобы получать конверсии и экономить бюджет. **Лайфхак:** Включаем скрытые столбцы с полезной статистической информацией.
- 3.19. Дополнительные блоки и ссылки. Как можно дополнительно оптимизировать рекламу и как развиваться в этой сфере дальше. Список самых интересных источников информации по теме.

## Блок 4. Показатель качества

- 4.1. Показатель качества. Параметр, который может позволить платить меньше конкурентов, а показывать свои объявления выше. Существует отображаемый и реальный показатель качества. **Лайфхак:** Какие дополнительные факторы помогут поднять показатель качества.

Следующие 10 блоков посвящены факторам, которые влияют на показатель качества:

- 4.2. Кликабельность (CTR). Какие способы увеличения CTR существуют, обзор 6 методик. **Лайфхак:** 5 хитростей как увеличить CTR за 1 час.
- 4.3. Релевантность объявления - смысловое соответствие текста объявления ключевому слову, по которому это объявление показывается. Оценивается по наличию ключевых слов в тексте объявления. **Лайфхак:** Способ увеличения релевантности без исправления текста объявлений за 5 минут.
- 4.4. Релевантность посадочной страницы - насколько страница, на которую попадет пользователь после клика, соответствует ключевому слову по мнению Google. На что Google обращает внимание.
- 4.5. META-теги и заголовки. Это специальные служебные элементы на сайте, по которым Google оценивает релевантность посадочной страницы: Title, Description и H1. **Совет:** Как поднять качество в 2 раза используя 3 тега.
- 4.6. Уникальность текста - один из определяющих факторов как для SEO, так и для PPC. 4 бесплатных способа проверки на плагиат. **Лайфхак:** Как за 10 минут сделать текст полностью уникальным.
- 4.7. Скорость работы сайта. Как проверить скорость сайта и какие факторы на неё влияют. Пошаговое руководство по ускорению сайта. **Совет:** Сервис, который позволяет уменьшать размер изображений до 10 раз без потери качества.
- 4.8. Показатель отказов. Google следит за посетителями сайта и анализирует как долго они были на страницах. **Лайфхак:** Как найти ключевые слова,

посадочные страницы для которых не решают проблемы пользователей.

- 4.9. Адаптивность сайта. Сайт называют адаптивным тогда, когда его страницы умеют адаптироваться под разные размеры экрана (телефон, планшет, компьютер). **Совет:** 2 бесплатных способа проверки адаптивности сайтов.
- 4.10. "Придерживайтесь принципов честности, открытости и прозрачности на своем сайте" - так написано в справке Google. И это влияет на показатель качества. Мы разберемся, что Google имел в виду. **Совет:** Создаем сами "Политику конфиденциальности" и "Пользовательское соглашение".
- 4.11. Показатель качества vs Время. Что будет с показателем качества по прошествии определенного времени. **Кейс:** Оставляем рекламу на 3 месяца без присмотра. Последствия.

## Блок 5. Контекстно-медийная сеть

- 5.1. Виды баннерной рекламы. Баннера Google охватывают 90% всех пользователей интернета. **Кейс:** Примеры рекламы в контекстно-медийной сети Google.
- 5.2. Особенности создания кампаний в КМС. **Совет:** 2 хитрости, которые позволят сэкономить до 30% бюджета.
- 5.3. Таргетинг по аудиториям. Как показывать рекламу только тем, кто прямо сейчас выбирает автомобиль BMW или любит готовить дома? **Лайфхак:** Делаем показ по людям, которые посещали сайты конкурентов.
- 5.4. Определяем удачные аудитории для показа. Включаем наблюдение за аудиториями из поисковой сети. **Лайфхак:** Как поисковая сеть поможет нам найти таргетинг для КМС.
- 5.5. Ремаркетинг. Самый эффективный, экономный и мощный тип кампаний в КМС. Показ рекламы посетителям сайта по определенным условиям. **Лайфхак:** Как показывать разную рекламу людям, которые были на сайте вчера и которые были неделю назад.
- 5.6. Демографический таргетинг. Как показывать рекламу только мужчинам, 35-44 лет, которые имеют детей. **Совет:** Когда демографический таргетинг может негативно повлиять на качество рекламы.
- 5.7. Таргетинг на контент. Как показывать рекламу на определенных сайтах в сети. Выбор тематики сайтов, конкретных сайтов, ключевых слов. **Совет:** Почему нельзя использовать ключевые слова из поисковых кампаний в

КМС.

- 5.8. Комбинации таргетинга. Как наиболее эффективно комбинировать разные типы таргетинга в группах объявлений. **Лайфхак:** 4 наиболее эффективных комбинации таргетингов.
- 5.9. Структура кампаний в КМС. **Кейс:** Эффективное разделение рекламного бюджета между разными типами кампаний.
- 5.10. Создание группы объявлений. Как определить ставку для КМС и ремаркетинга. Что такое "Расширение таргетинга".
- 5.11. Графические объявления. Самые эффективные форматы баннеров, которые охватят 95% ваших клиентов. **Лайфхак:** Сервис, который позволяет без специальных знаний создать красивый баннер за 15 минут.
- 5.12. Адаптивные объявления. Как быстро создать универсально медийное объявление для КМС. **Совет:** 5 бесплатных фотостоков с качественными фотографиями.
- 5.13. Минус-площадки. В интернете сотни тысяч низкокачественных сайтов. Нужно уметь отключать показ на них твоих объявлений. **Лайфхак:** Как отсеять до 90% неэффективных сайтов еще до запуска рекламы.
- 5.14. Оптимизация КМС. На что следует обращать внимание, чтобы сделать свою рекламу эффективной. **Совет:** Полезный статистический параметр, одного взгляда на который достаточно для оценки качества своих объявлений.
- 5.15. Как улучшать рекламу в КМС постоянно и непрерывно. Что делать для стабильного роста показателей рекламы.

## Блок 6. Финал

- 6.1. Календарь контроля рекламы. Какие действия необходимо делать раз в день, раз в неделю, раз в месяц. Как спланировать поддержание рекламы на качественном уровне.
- 6.2. Рекомендации по рекламе. Откуда черпать информацию, как развиваться дальше. **Совет:** Доля кликивания контекстной рекламы в некоторых нишах может достигать 80%, с этим тоже нужно бороться.
- 6.3. Благодарность и приятный Бонус.

## Дополнительный блок 1. Контекст на фрилансе

- Д1.1. Как зарабатывать на настройке рекламы. Правильное мышление для поиска клиентов. **Совет:** Как не дать клиенту обесценить ваш труд. **Лайфхак:** Как себя вести с негативными отзывами. Как найти «своих» клиентов.
- Д1.2. Какой сайт должен быть у специалиста по контекстной рекламе. **Совет:** 4 информационных блока, которые должны быть на сайте специалиста. Как заставить клиента довериться вам через сайт.
- Д1.3. Финансовые вопросы. **Совет:** Почему ни в коем случае нельзя предлагать ничего бесплатно и какие альтернативы этому. **Лайфхак:** Как при первой коммуникации создать впечатление о себе, как о профессионале. Сколько стоит настройка рекламы и как принимать деньги.
- Д1.4. Юридические аспекты. Нужно ли регистрировать предпринимательскую деятельность. Шаблон договора между физическими лицами. **Совет:** Как вести коммуникацию с заказчиком, чтобы не возникало недопониманий.
- Д1.5. Поиск клиентов. 10 бесплатных источников первых клиентов. **Лайфхак:** Как работать с сайтами фриланса, чтобы получать заказы. **Совет:** Как получить первых клиентов уже завтра абсолютно бесплатно.
- Д1.6. Продвинутые методы поиска клиентов. 5 эффективных методов, которые никто не использует. **Лайфхак:** Как бесплатно найти заказчиков, которые остро нуждаются в настройке рекламы.
- Д1.7. Технические аспекты. Как посчитать бюджет и предполагаемые результаты рекламы для заказчика. **Совет:** Как вести одновременно большое количество клиентов.
- Д1.8. Общение с клиентами. 5 советов, которые многократно повысят доверие к тебе. **Лайфхак:** Как стимулировать клиента рекомендовать тебя всем. **Совет:** Как сделать, чтобы клиент всегда был максимально доволен вашей работой.
- Д1.9. Масштабирование. Как развиваться дальше в сфере интернет-рекламы. Какую литературу читать. **Лайфхак:** Как зарабатывать до 10 раз больше, оказывая ту же самую услугу настройки контекстной рекламы. **Совет:** Какие дополнительные знания нужно получить, чтобы более востребованным специалистом.
- Д1.10. Дополнительная монетизация. Откуда можно получать дополнительные деньги, не затрачивая на это времени и усилий. **Совет:** Где искать партнеров, которые будут рекомендовать вас.

## Дополнительный блок 2. Автоматизация рекламы



- Д2.1. Редактор Google Ads. Как быстро редактировать кампании в условиях медленного или нестабильного интернета.
- Д2.2. Динамическая подстановка ключевых слов. Как написать одно объявление, которое будет автоматически подставлять нужные ключевые слова. **Совет:** Где можно использовать динамическую подстановку.
- Д2.3. Использование условий в объявлении. Как сделать отдельный текст в объявлении для мобильных. **Лайфхак:** Изменяем текст объявления, если человек уже был на нашем сайте.
- Д2.4. Автоматическая подстановка города. Как в одной кампании показывать людям объявления с упоминанием их города, даже самого маленького.
- Д2.5. Обратный отсчет. Как показывать в объявлениях фразы с обратным отсчетом вида «Скидка еще 5 дней» без изменения объявлений каждый день.
- Д2.6. Автоматическое изменение даты. Как упоминать в объявлении конкретную дату, которая каждый день будет изменяться на следующую. **Лайфхак:** Повышаем в 2 раза интерес к «долгоиграющим» акциям.
- Д2.7. Автоматизированные правила. Как получать уведомления на почту при любых аномалиях в аккаунте. Как менять бюджеты по расписанию. **Совет:** Как автоматизировать исправление статусов «Мало показов» и «Показывается редко».
- Д2.8. Автоматизация управления ставками. Как автоматически управлять ставками за клик без своего участия. **Лайфхак:** Ставим рекламу на полный автомат.
- Д2.9. Динамические поисковые объявления. Как за 1 час настроить рекламу на тысячи страниц, причем на каждую страницу уникальное объявление. **Совет:** Когда можно использовать динамические объявления.
- Д2.10. Студия данных Google. Как собрать в одном месте всю информацию о рекламе. **Совет:** Вся необходимая статистика на одном листе.

## Дополнительный блок 3. Защита от скликивания

- Д3.1. Какое бывает скликивание. Аматорское и профессиональное скликивание. **Совет:** Как узнать, сколько мошеннических кликов Google выявил сам и вернул вам деньги.

- Д3.2. Выявление скликивания. Как выявить факт скликивания в своем аккаунте. Какие индикаторы скликивания бывают. **Лайфхак:** Находим аномалии, которые свидетельствуют о скликивании.
- Д3.3. Самый простой способ борьбы со скликиванием. Как отсеять до 99% аматорского скликивания рекламы.
- Д3.4. Способ борьбы для сайтов с ежедневными заходами. Как не показывать рекламу тем, кто кликает по вам несколько раз в день.
- Д3.5. Способ борьбы с кликерами. Как отсеять пользователей, которые при переходе на сайт не делают никаких действий.
- Д3.6. Способ борьбы с ботами. Как отсеять пользователей, которые после клика по объявлениям тут же закрывают ваш сайт.
- Д3.7. Скликивание баннерной рекламы. Как обезопасить свою рекламу в КМС. **Совет:** По каким параметрам фильтровать площадки для размещения своей рекламы.
- Д3.8. Исключение по IP. Как получать IP адреса людей, кликавших по рекламе часто и блокировать их. **Инструкция:** Пошаговая инструкция внедрения.
- Д3.9. Работаем с техподдержкой Google. Как стимулировать Google проверять ваши аккаунты и возвращать деньги за скликивание.
- Д3.10. Сервисы для борьбы со скликиванием. Специальные программы для защиты от скликивание. Обзор лучших.
- Д3.11. Неявный но опасный способ скликивания. Очень редкий и очень неприятный тип мошенничества в контекстной рекламе.

## Дополнительный блок 4. Выжать из рекламы максимум

- Д4.1. Скрытое расширение в поисковой рекламе – Звездочки под объявлением. Как добавить расширение, которое позволяет увеличить CTR объявлений на 10%-15%. **Совет:** Какие негласные требования к сайту существуют у Google.
- Д4.2. Продвинутое А/Б тесты. Как тестировать свои объявления как профессионал. Почему не всегда можно доверять статистике. В каких случаях объявление с CTR 20% хуже, чем объявление с CTR 10%. **Скачать:** Калькулятор для проведения тестов.
- Д4.3. Оптимизация сайта. Сервис для повышения конверсии сайта. Как узнать, какие цвета в дизайне вашего сайта заставят людей покупать. **Лайфхак:**

Повышаем конверсию сайта в несколько этапов.

- Д4.4. Подмена контента. Как на одной и той же странице отображать разную информацию, в зависимости от того, по какому ключевому слову пришел человек. **Совет:** Как увеличить конверсию в заявку до 2-х раз. **Инструкция:** Пошаговая инструкция внедрения.
- Д4.5. Бесплатный коллтрекинг. Как бесплатно реализовать простую систему-аналог платного сервиса. **Инструкция:** Пошаговая инструкция внедрения.
- Д4.6. Система для увеличения показателя качества. Обзор системы, которая обещает увеличить показатель качества. **Совет:** Не всем данным можно доверять без проверки.
- Д4.7. Что делать с самыми эффективными ключевыми словами. Метод, который может многократно повысить эффективность в долгосрочной перспективе, но о нем многие забывают.
- Д4.8. Нестандартный ГЕО-таргетинг. Как словить самых платежеспособных клиентов. **Лайфхак:** Показываем рекламы в 2 раза дешевле, чем обычно, да еще и с большим эффектом.
- Д4.9. Данные для аналитики из других систем. Как получить в Google Analytics данные по рекламе в других системах, например в Facebook или Hotline. **Инструкция:** Пошаговая бесплатная реализация.
- Д4.10. Слежение за пользователями. Как узнать, где пользователь кликал на сайте, как скроллил страницу и что вводил в формы, которые не отправлял. **Совет:** 2 бесплатных сервиса слежения за пользователями.
- Д4.11. Проекты и эксперименты. Как тестировать свои гипотезы в настройке рекламы не влияя на настройки основных рекламных кампаний.
- Д4.12. Хитрый поисковый ремаркетинг. Получаем очень дешевых повторных клиентов на свой сайт. **Лайфхак:** Как показывать рекламу пользователям, чтобы они не искали.
- Д4.13. Моделирование рекламы. Сервис для математического моделирования работы рекламы. Какую рекламу следует отключить, а какую – увеличить. Сколько мы сможем заработать, если будем вкладывать часть нашей прибыли в рекламу

## Дополнительный блок 5. Скрипты и тонкая настройка

- Д5.1. Скрипт быстрого аудита аккаунта. Как за несколько минут узнать качество настройки аккаунта предыдущими подрядчиками. Как искать клиентов используя аудиты. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.2. Скрипт контроля баланса. Как получать уведомления о остатке средств в Telegram. Незаменимо для специалистов, ведущих несколько аккаунтов. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.3. Скрипт слежения за качеством. Жизненно важный скрипт, который ведет учет вашего показателя качества по всем компонентам. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.4. Скрипт поиска конфликта ключевых слов. Как обнаружить любые возможные человеческие ошибки при формировании ключевых слов и минус-слов. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.5. Скрипт поиска битых ссылок. Как всегда быть уверенным на 100%, что рекламные бюджеты не сливаются впустую. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.6. Скрипт чистки площадок КМС. Как автоматически удалять свои баннера из некачественных площадок в КМС и экономить бюджет. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.7. Корректировка ставок по часам. Как на основании статистики, автоматически увеличивать ставки в часы, когда конверсия наиболее вероятна и уменьшать, когда люди заходят только посмотреть. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.8. Сезонные корректировки ставок. Как запланировать любые изменения в пиковые и застойные сезоны.
- Д5.9. Корректировка ставок по погоде. Как повышать ставку, если у пользователя идет дождь за окном. Как повышать ставку в ясные дни и понижать в дождливые. **Инструкция:** Исходный код скрипта и методика его внедрения.
- Д5.10. Динамическая информация в объявлениях. Как вставить в объявление любую информацию и изменять её хоть каждый день без прохождения модерации.