



4 СПУТНИКА

РУКОВОДСТВО
ПО ТАРГЕТИРОВАННОЙ
РЕКЛАМЕ



Павел Бесхитров

Компания "4 Спутника"
4satellite.ru

Таргетированная реклама ВКонтакте.

Таргетированная реклама (которую часто ошибочно называют “контекстная реклама ВКонтакте”) - весьма эффективный рекламный инструмент в умелых руках. Что это такое, как работает и как правильно составить рекламные объявления - именно те вопросы, на которые будут даны ответы в данной статье.

Для начала поясним: слово “таргетированный” происходит от английского target - цель. Этот рекламный механизм позволяет настраивать кампанию так, что она будет показана только интересующей вас (целевой) аудитории.

Нужно отметить, что таргетированная реклама ВКонтакте, пожалуй, имеет наиболее точные настройки в Рунете. А теперь давайте подробнее разберемся с тем, как же ее нужно настраивать.

Если Вы еще ни разу не составляли объявления для таргетированной рекламы, то перейдите вниз любой страницы ВКонтакте и там нажмите ссылку “Реклама”. Если же вы уже давали объявления - то отдельная вкладка появится у Вас в меню слева.

Итак, переходим по ссылке и видим вот такую картину.

Рекламные кампании » Новое объявление Beta-версия

Настройка объявления

Формат объявления: Изображение и текст
 Большое изображение
 Эксклюзивный формат
 Продвижение сообщений

Что рекламировать:

Оформление

Заголовок:

Осталось символов: 25

Описание:

Осталось символов: 60

Тематика объявления:

Реклама
ВКонтакте

90x65

Образец описания

Выбрать внешний вид

Как видите, вы можете выбрать разный формат показа объявлений. Справа будет отображаться размер картинку, которую Вам нужно загрузить. Там же будет отображаться текст заголовка и текст объявления, которые Вы будете вводить в соответствующих полях. При наведении на каждый из пунктов настройки, вам будут показывать подсказки, так что вы сможете легко понять, в чем отличие каждого из вариантов объявлений.

После того, как определитесь с форматом, текстом и картинкой объявления, нужно выбрать тематику из предложенного списка. Разобраться в ней не составит большого труда. После этого рекомендуем выбрать и подраздел.

ВАЖНО! Часто рекламодатели хотят как можно шире «раскинуть сети». Это ошибка, на которой можно «слить в трубу» львиную долю рекламного бюджета. Чем точнее вы сделаете настройки, тем больше

сконцентрируетесь на целевой аудитории и отсечете неинтересную Вам публику. В противном же случае, именно нецелевые посетители «скликают» Ваш бюджет.

Теперь идем дальше. Когда вы будете менять настройки таргетинга, справа у вас будет отражаться число пользователей, которые ее увидят, а так же рекомендуемая цена за клик.

Настройка таргетинга

▼ **География**
Страна, город, улица

Страна:

Города и регионы:

За исключением:

[Указать район, станцию метро или улицу](#)

▼ **Демография**
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Пол: Любой
 Мужской
 Женский

Возраст:

День рождения: Сегодня Завтра В течение недели

Семейное положение:

▼ **Интересы**
Сообщества, приложения, мировоззрение

Интересы:

Аудитория
80 118 884 человека

Рекомендуемая цена
22.61 – 30.95 рубля

На скриншотах Вы можете видеть все возможности настройки таргетинга: регион, возраст, пол, семейное положение, образование, интересы и ряд других параметров. Кроме того, Вы можете ввести ключевые слова, по которым будет отображаться объявление. Все это поможет Вам максимально точно описать Вашу целевую аудиторию.

Интересы: Начните вводить интересы

Категории интересов: Выберите категорию интересов

[Показать дополнительные настройки](#)

▼ Образование и работа
Учебные заведения, годы обучения, должности

Образование: Любое
 Среднее
 Высшее

Должности: Начните вводить должность

▼ Дополнительные параметры
Устройства, операционные системы, интернет-браузеры

Устройства: Выберите устройство

Операционные системы: Выберите операционную систему

Интернет-браузеры: Выберите интернет-браузер

Ключевые слова:

Аудитория
80 118 884 человека

Рекомендуемая цена
22.61 – 30.95 рубля

Если Вы нажмете ссылку “Показать дополнительные настройки” под полем “Интересы”, Вы сможете увидеть следующее:

▼ **Интересы**
Сообщества, приложения, мировоззрение

Интересы:

Категории интересов:

Сообщества:

Приложения и сайты:

За исключением:

Мировоззрение:

Путешественники

Скрыть дополнительные настройки

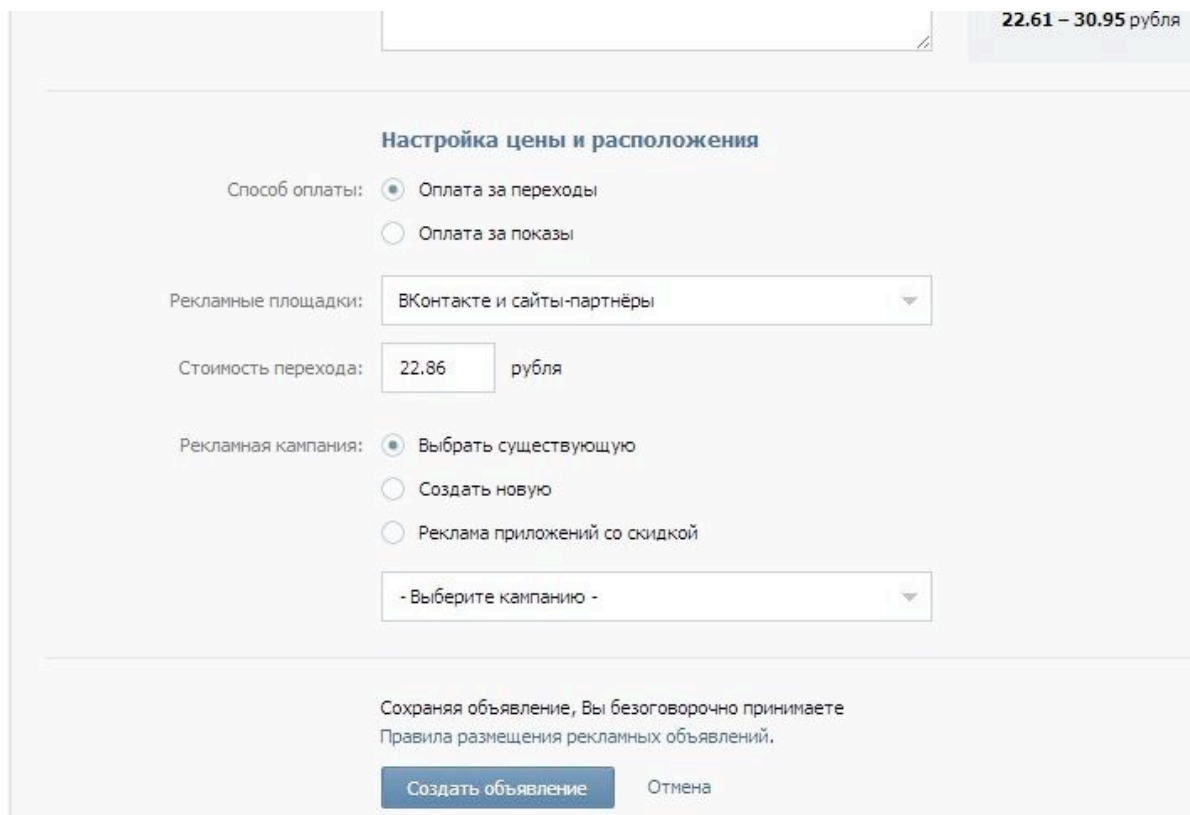
Данные опции открывают для нас новые возможности. Во-первых, вы можете сделать так, что объявления будут показываться только подписчикам определенных сообществ (в том числе и конкурентам), или же, наоборот, - исключить подписчиков какого-то публика или группы из своей целевой аудитории. То же самое касается сайтов и приложений.

Ну и завершающий этап - настройка способа оплаты и цены клика. Этот момент так же является одним из важнейших.

Для начала выберите оплату за показы или за клики. В первом случае вы платите фиксированную сумму за 1000 показов объявления, во втором, платите только тогда, когда пользователь кликнул по вашему объявлению.

Не смотря на то, что стоимость 1000 показов дешевле цены за клик, именно оплата за клики обычно является более экономным вариантом, т.к. в этом случае вы платите только за целевое действие пользователя.

Следующий шаг: определить будет ли показываться объявление только ВКонтакте, либо же еще и на сайтах-партнерах. Это тоже достаточно важный этап. Показ объявлений на сайтах-партнерах, безусловно, поможет вам расширить аудиторию. Но порой может оказаться, что аудитория на сайтах в меньшей степени соответствует заданным параметрам, чем на самом ВКонтакте. Рекомендуем дать одно и то же объявление сначала в одном варианте, потом в другом и посмотреть отдачу.



22.61 – 30.95 рубля

Настройка цены и расположения

Способ оплаты: Оплата за переходы
 Оплата за показы

Рекламные площадки:

Стоимость перехода: рубля

Рекламная кампания: Выбрать существующую
 Создать новую
 Реклама приложений со скидкой

Сохраняя объявление, Вы безоговорочно принимаете Правила размещения рекламных объявлений.

И в заключение публикуем несколько советов, которые помогут Вам провести по-настоящему эффективную рекламную кампанию и избежать ненужных расходов.

1. Создайте несколько рекламных объявлений (3-5) с разными картинками, заголовками и текстом. Запустите их одновременно и оставьте только наиболее эффективные (по каждому объявлению

ВКонтакте дает достаточно подробную статистику). Это поможет вам сэкономить бюджет и максимально привлечь целевую аудиторию.

2. Ставьте цену на клик (или 1000 переходов) ниже рекомендуемой. Обычно этого вполне достаточно, чтобы Ваше объявление показывалось широкой аудитории. Точную сумму лучше определить опытным путем. Меняйте ставки, смотрите как меняется число показов, переходов и делайте выводы.

3. Если вы положили на рекламную кампанию сразу солидную сумму - не забудьте поставить ограничение бюджета (например суточное), чтобы сразу не слить все деньги.

4. Будьте готовы к тому, что вам придется редактировать объявления после проверки его модераторами. Если ссылка ведет на подписную страницу - с вас потребуют указать правила обработки персональных данных и политику конфиденциальности. Если Вы, например, коуч, тренер или психолог - с вас могут потребовать копию диплома или другого документа, подтверждающего квалификацию. Нюансов много. Главное – не опускать руки и адекватно общаться с модераторами.

5. Если вы захотите вывести неизрасходованные средства, вы сможете это сделать, но тогда для вас навсегда будет закрыта возможность пользоваться таргетированной рекламой ВКонтакте с этого аккаунта. Поэтому, если вы еще ни разу ею не пользовались - не спешите вводить туда большие суммы.

На этом все. Будем рады ответить на возникшие у Вас вопросы. Кроме того, мы готовы помочь Вам в правильной настройке таргетированной рекламы. Обращайтесь!

Таргетированная реклама в Одноклассниках.

Таргетированная реклама в Одноклассниках по сути является лишь частью общей системы таргетированной рекламы Таргет@Mail.ru и является весьма эффективным рекламным инструментом при умелом использовании. Сегодня мы решили рассказать о том, как пользоваться этим инструментом, чтобы наши читатели могли, при необходимости, его задействовать.

Мы также рекомендуем вам сначала ознакомиться с нашей статьей о таргетированной рекламе ВКонтакте - многие нюансы здесь будут совпадать.

Сначала поясним: таргетированная реклама в Одноклассниках - это те объявления, которые Вы видите с левой стороны(см. рисунок) своей ленты новостей.

Чтобы разместить рекламное объявление, вам нужно кликнуть на строку "Реклама здесь" под рекламным блоком. Далее Вы перейдете на страницу составления объявления. Если Вы впервые проделываете размещаете объявление - вам предстоит пройти несложную процедуру регистрации в системе Таргет@Mail.ru. После этого можно перейти непосредственно к составлению объявления.

Реклама: Москва

Получите кредит 100%

ПОЛУЧИТЕ КРЕДИТ

9 из 10 одобрение. Выдача 1 день. Одобрение по телефону. Без кредит истории.

Оформите прямо сейчас!

КРЕДИТ за 1 день

Кредит до 1.000.000 руб. под выгодный %. Справки о доходах не нужны. Деньги - уже сегодня.

А тебе дадут кредит?

Кредит Одобрен

Проверь, вступишь ли ты в число счастливых, которые могут получить кредит сегодня!


Знакомства 30+

Сейчас на сайте 65% женщин, не уппусти свои шансы!

Реклама здесь >


Ксения Шмидт (Хохлова) добавила фотографию в альбом Словоед

Помогите разгадать по картинке слово из 8 букв, возмож И,Г,Ы,Й,А,О,Е,Ф,Д,Р,Л,Н,Я,М Ответ пишите в комментар Словоед - <http://www.odnoklassniki.ru/game/slovoed>



1 Комментировать Клас!

Анастасия Александрова добавила 5 фотографий



Как вы можете видеть ниже, таргет на Мэйл.Ру автоматически будет показывать вашу рекламу сразу на нескольких площадках: МойМир, Одноклассники, Леди@Mail.ru и ряде других.

Добро пожаловать в Target@Mail.Ru!

Таргет — сервис размещения таргетированной рекламы на проектах Mail Group: Одноклассниках.Ру, Моем Мире и других.

Начать рекламную кампанию крайне просто: вы создаете рекламное объявление, определяете географический регион его распространения, выбираете кому и когда вы хотите его показать, оплачиваете и начинаете получать целевых посетителей на свой сайт.

Вся процедура от составления объявления до оплаты занимает всего пару минут!

Итак, для начала нужно выбрать рекламный объект: внешний сайт, группу, игру или мобильное приложение. Таргет Одноклассников дает возможность показывать объявления не только по всем своим площадкам сразу, но и выбирать тематические. правда на данный момент из тематически предлагаются лишь Путешествия@Mail.ru.

Теперь переходим к составлению самого объявления: заголовок, текст, фото.

Не забывайте, что от того, насколько привлекательным будет ваше объявление, зависит количество переходов по нему. Подойдите к составлению объявления крайне ответственно!

Новая кампания 2013-09-30

Что рекламируем?

- Внешний ресурс
- Группа или событие
- Игра
- Мобильные сайты и приложения

Добавлять к ссылкам utm-метки ?

Площадка

- Социальные сети и сервисы (Одноклассники.Ру, МойМир@Mail.Ru, Почта@Mail.ru и др.)
- Тематические
 - Путешествия@Mail.Ru

Создание объявления

Заголовок ?	<input type="text"/>	Заголовок объявления
	Не более 25 символов. Осталось: 25	90 × 75
Текст ?	<input type="text"/>	Текст объявления длиной до 90 символов
	Не более 90 символов. Осталось: 90	

После создания объявления переходим к настройкам таргетинга. Эти настройки - не менее важный этап, чем создание рекламного объявления. Чем точнее вы их сделаете, тем меньше денег “скликают” нецелевые посетители. Т.е. точность настроек поможет вам сэкономить бюджет, при этом, не уменьшая охват целевой аудитории (ЦА).

Выберите пол, возраст, интересы вашей ЦА. Большой плюс таргетинга в Одноклассниках - возможность настроить ремаркетинг. Суть этого действия в том, что система будет отслеживать посетителей вашего сайта (если вы рекламируете сайт) и в дальнейшем показывать им ваше объявление снова и снова. Это способствует росту процента вернувшихся посетителей и увеличению конверсии (что особенно актуально для интернет-магазинов).

Кому

- Пол ? ▶ Мужчины и женщины
- Возраст ? ▶ Любой
- День рождения ? ▶ Не учитывать
- Ремаркетинг аудитории ? ▶ Не учитывать
- Интересы ? ▶ Не учитывать

27 702 000 человек

Всего

максимально доступная аудитория за 7 дней

Пол: любой
Возраст: любой
Регион: Россия

часть выбранных вами настроек может не учитываться ?

Где

[Россия](#) [Москва и МО](#) [Санкт-Петербург и ЛО](#) [Украина](#) [СНГ](#) [Весь мир](#)

- ▶ Россия
- ▶ Бывший СССР
- ▶ Европа
- ▶ Азия

Выбрано
Россия x

Также, настройте как можно точнее географию показов. При изменении каждого параметра, справа вам будет показано число пользователей, которые увидят ваше объявление. Еще раз - не гонитесь за количеством! Точность настроек важнее!

После выберите стратегию показа. Здесь все зависит от ваших целей. Всплывающие подсказки помогут вам сориентироваться. Но суть проста: хотите больше переходов – это обойдется вам дороже. Хотите экономно расходовать бюджет - ставьте “Минимальный расход”. В целом же, рекомендуем экспериментировать: менять стратегию, цену клика, т.к. по разным продуктам нюансы рекламной кампании могут отличаться. А стоимость клика может меняться, например, в зависимости от времени суток.

Используя ползунок внизу, вы сами можете менять стоимость клика. По умолчанию система предложит Вам некое усредненное значение. Не рекомендуем сразу увеличивать стоимость, даже целесообразно ее несколько уменьшить. А вот если увидите, что количество переходов невелико - смело повышайте ставки. __

И еще один нюанс: не забывайте на начальном этапе ставить ограничение бюджета, чтобы у вас была возможность экспериментировать с настройками компании.

Аукционная стратегия ?

Максимальное число переходов

- Максимальное число переходов
указывается средняя ставка, сервис обеспечит максимальное число переходов
- Фиксированная ставка
переходы будут оплачиваться по указанной ставке, независимо от конкурентной ситуации
- Минимальный расход
указывается максимальная ставка, если позволяет конкуренция, сервис автоматически её понижает

Распределение бюджета ?

Рекомендуемое

- Рекомендуемое
- Быстрое

часть выбранных вами настроек может не учитываться ?

Оптимальный режим
Максимальный охват. Чем выше ставка, тем выше интенсивность воздействия на аудиторию.

4,00 за клик

После того, как все настройки завершены, вам нужно будет пополнить бюджет. Здесь некоторых из вас ждет разочарование: минимальная сумма пополнения - 3540 руб. Поэтому если у вас малобюджетный проект - вряд ли вы рискнете воспользоваться этим инструментом.

Реклама в Facebook.

Итак, мы уже рассмотрели с вами особенности настройки таргетированных объявлений ВКонтакте и Одноклассниках, теперь поговорим о Фэйсбук.

В целом, рекламные возможности ФБ гораздо шире, чем у наших отечественных соцсетей, хотя по тонкости настроек таргетинга он все же несколько уступает таргетингу ВКонтакте. Сейчас мы рассмотрим

только самые простые инструменты работы с Фэйсбук, однако если вы никогда раньше с ним не работали - этого будет вполне достаточно для старта.

Перейдите по этой ссылке <http://www.facebook.com/advertising/> на рекламную платформу Facebook и нажмите вверху справа кнопку «Создать рекламное объявление».

фейсбук Павел Бесситров Главная

Публикуйте рекламу на Facebook

Более 1 миллиарда человек. Мы поможем привлечь нужную аудиторию.

Создайте рекламное объявление

или обратитесь к нашим специалистам по продажам

- Обзор
- Как это работает
- Истории успеха
 - State Bicycle Co.
 - Luxury Link
- Популярные вопросы

Шаг 1. Создание Вашей страницы на Facebook

Все на Facebook начинается с Вашей Страницы. Создайте страницу. Это простой, бесплатный способ общения с покупателями.

Шаг 2. Привлекайте людей

Содействуйте увеличению числа поклонников Вашей Страницы. Создайте несколько рекламных объявлений, направленных на целевую аудиторию по местонахождению, демографическим показателям и интересам.

Шаг 3. Вовлекайте людей качественными материалами

Публикуйте обновления и продвигайте Ваши публикации, создавая рекламные объявления, чтобы привлечь клиентов и их друзей. Начните прямо сейчас.









Чат (8)

Перед вами появятся пошаговые настройки рекламного объявления. При этом, пока вы не сделаете один шаг, следующий у вас сделать не получится. Так что не бойтесь, что упустите какой-то нюанс. После нажатия кнопки у вас появится табличка. Наведя курсор на каждый из пунктов, вы увидите рекламную подсказку. Если же пояснить вкратце, то “Вовлеченность для публикации” подразумевает, что вы будете продвигать не саму фан-страницу, а отдельную запись на ней. Это уникальный инструмент, которого пока нет в других соцсетях. К тому

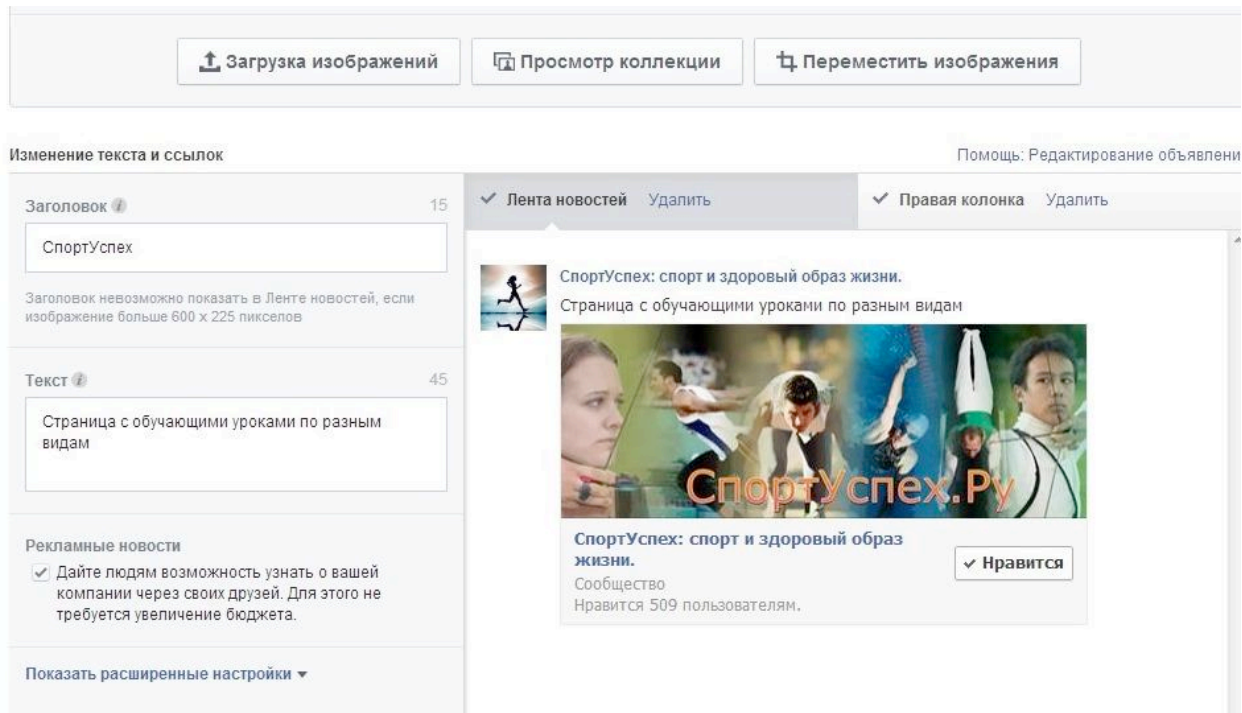
же, чаще всего, именно он используется для продвижения страниц, т.к. можно выбрать наиболее популярные записи (а Фэйсбук вам еще и подскажет, что запись популярна и порекомендует ее продвигать - об этом ниже) и целенаправленно продвигать именно их.

Отметки “Нравится” на страницу подразумевают, что вы будете продвигать страницу целиком, “клики на вебсайт” - что будете рекламировать внешний сайт. А вот “конверсии на сайте” разумно использовать только тогда, когда у вас соответствующим образом настроены на сайте Яндекс Метрика или Гугл Аналитикс. Остальные механизмы используются достаточно редко, поэтому заострять на них внимание не будем. Но работа с ними строится по аналогии с другими пунктами.

Чего вы хотите достичь с помощью ваших объявлений

	Вовлеченность для публикации
	Отметки "Нравится" Страницы
	Клики на веб-сайт
	Конверсии на веб-сайте
	Установки приложения
	Вовлеченность для приложения
	Ответы на приглашение
	Использованные предложения

Давайте рассмотрим работу рекламы на Фэйсбук на примере “Отметки «Нравится» страницы”. Когда вы нажмете эту кнопку, то увидите вот такую картину:



В центре показано как будет выглядеть ваша реклама в новостной ленте целевой аудитории. Слева находится заголовок, который вы можете изменить и текст объявления. Сначала они показаны автоматически, но вы легко можете их откорректировать. Если прокрутите страницу вниз, то увидите непосредственно настройки таргетинга. Здесь все очень похоже на то, что мы рассматривали, когда говорили о Вконтакте и Одноклассниках.

После того, как настройки завершены, нажмите внизу кнопку “Разместить заказ” и перейдите к форме оплаты. Здесь, правда, вам придется столкнуться с одним из самых больших, на мой взгляд, минусов Фэйсбук: оплату сеть принимает только банковскими картами.

Соответственно, надо сначала привязать карту и только потом проводить оплату. Причем лично у меня карту Альфа-Банка, например, Фэйсбук не принимает. Насколько мне известно, такая же история и с рядом других банков. Но у большинства, все же, проблем не возникает.

После того, как рекламная кампания стартовала, следите за ней, измеряйте конверсию и считайте эффективность.

Я же хочу рассказать о том, как легко и быстро запустить продвижение отдельного поста в Фэйсбук. Если у вас уже есть фан-страница, то наверняка вы видели в административной панели слева статистику ваших постов.

Панель администратора Редактировать страницу Соз

Публикации · Уведомления

Публикация	Общий охват?	Оплаченный охват?	Продвижение
 Йога :)	8	--	 Усилить публикацию
 Мини-тренировка для ног: Бежим на ...	10	--	 Усилить публикацию
 Фитнес-упражнения: дополнения к т...	22	--	 Усилить публикацию
 Делаем красивую ГРУДЬ!	16	--	 Усилить публикацию

Получите больше отметок "Нравит" Статистика Все

Напротив каждого из них есть кнопка “Усилить публикацию”. Это хорошо - Фэйсбук автоматически отслеживает наиболее популярные записи (по просмотрам, количеству лайков и комментариев) и

предлагает эту запись продвигать. В этом случае слева напротив названия поста появляется звездочка.

Если вы нажмете “Усилить публикацию”, то увидите примерно то же самое, что мы рассматривали выше, только настройки вы будете

выбирать для отдельного поста.

Такую же кнопку вы можете увидеть под каждым отдельным постом и быстро перейти к его продвижению.

На этом мы заканчиваем наш обзор. Если у Вас есть какие-то вопросы по настройке рекламной кампании - обращайтесь к нам за консультацией.

Наши контакты:

Адрес: г. Москва ул. Новокузнецкая 6

E-mail: job@4satellite.ru

Тел: + 7 495 951 98 64

4satellite.ru/