



Эффективный таргетинг это:

1. Анализ результатов и принятие правильных решений
2. Правильная настройка на целевую аудиторию
3. Объявления, на которые хочется нажать (витрина)
4. Подготовленный сайт или сообщество (магазин)
5. Грамотное управление кампанией

- Цель - чтобы пользователь нажал на объявление и перешел на сайт (группу).

Отличия таргетированной рекламы от рекламы в пабликах

- Постоянный поток трафика
- Контролируется вручную во время проведения
- Меньше привлекает внимания
- Есть потолок по заявкам в день

Куда отправлять пользователя на сайт или в сообщество?

На сайт

- Товары до 2990 рублей
- Проверенный лендинг
- Игры, промо-сайты, там где не требуется оплата

В сообщество

- Интернет-магазины, бренды
- Локальные бизнесы
- Сложные товары и услуги
- Дорогие товары и услуги

- Через таргет-Vk хорошо идут товары до 3000 рублей. Товары, которые не требуют много времени на принятие решения.
 - В сообщество отправляем людей для дальнейшей их проработки и подготовки к покупке. Это товары от 3000р. И выше, сложные товары, дорогие товары, услуги.
-
-
-

Для кого подходит таргетированная реклама:

- Продукты и услуги для широкого круга пользователей;
- Тематические сообщества;
- Интернет-магазины;
- Игры, мобильные приложения;
- Кофе, рестораны, фитнес-центры, клубы;
- Мероприятия, концерты, вечеринки;
- Инфобизнес, семинары, конференции.

Что нужно для эффективной обработки трафика из соц. сетей:

- Яндекс Метрика и (или) Google Analytics - одна из важнейших настроек, она позволит Вам в дальнейшем оптимизировать свои рекламные компании, отключать не эффективные источники трафика, увеличивать профит с эффективных;
- Установка "целей" в метрике/аналитике;
- Данные о компании (ОГРН, Политика Конфиденциальности и т.д.);
- Код ретаргетинга - также важная вещь, так как пользователя иногда можно и нужно догнать рекламой. И зная, какие пользователи заинтересованы в Вашем продукте, это сделать довольно просто;
- UTM - метки.

Особенности таргетинга Vk

- Портрет типичного пользователя: Студент(ка) третьего курса из Казани
 - Средняя зарплата: 28 000 рублей
 - Хорошо идут трендовые товары и услуги для массового рынка
 - Избалованы рекламой и контентом
 - Идеальный источник больших объемов трафика , если речь идет про всю Россию
-
-
-
-
-
-

- Соблюдать правила пунктуации и орфографии русского языка
- Никаких !!!!!, РАСПРОДАЖА! и тп.
- Никакого насилия, рекламы запрещенных веществ, голых женщин и пр.
- Для мед.тематики - нужны сертификаты
- Если продаете реплики - нигде не указывайте, что это копии/реплики
- Если продаете низкокачественные товары, то не удивляйтесь, что вас не пропускают
- Нельзя использовать фотографии известных личностей. В последнее время модерация стала требовать подтверждения даже если Вы используете свою фотографию в тизере.

Что Вы будете рекламировать?



Сообщество

Группы, публичные страницы и встречи



Запись в сообществе

Записи групп, публичных страниц и встреч



Приложение ВКонтакте

IFrame и Flash приложения



Видеозапись

Видеозапись со ссылкой на сайт рекламодателя



Мобильное приложение

Приложение для iOS или Android



Внешний сайт

Любая ссылка на Ваш сайт

Форматы объявлений

- **Изображение и текст:** ключевую роль играет текстовая информация: заголовок и описание. Маленькое изображение - триггер для привлечения внимания. Такой формат подходит для сложных товаров и услуг, акций, новостей. Часто используется данный формат в случаях, когда к фотографии нужно и необходимо дополнительное описание.







Слова - триггеры

- **Материальная выгода:**
скидка, распродажа, акция, дешево, бесплатно, спец. предложение
- **Ценность:**
научим, расскажем как, узнайте
- **Конкурсы:**
получите, заберите, не забудь забрать, твой новый, iPad бесплатно

Немного примеров:

Продажи напрямую

- Короткий и понятный, интересный заголовок
- Убеждающее описание с доп. информацией

<p>Портмоне Baellerry true-goods.ru</p>  <p>Цена: 2990 р. Гарантия 12 месяцев В подарок стильные часы</p>	<p>Портмоне Baellerry true-goods.ru</p>  <p>Цена: 2990 р. Гарантия 12 месяцев В подарок стильные часы</p>	<p>Наручные часы G-Shock g-shocktopshop.ru</p>  <p>Срочная распродажа часов G-Shock. Новинка 2016 года.</p>	<p>Детские часы +телефон! baby.lpdoka-s.ru</p>  <p>Умные детские часы с функцией телефона и маячком слежения!</p>	<p>Baellerry со скидкой 50% baellerry-daytona.com</p>  <p>Акция! Портмоне Baellerry + часы! За 2990 руб.! Жми</p>	<p>Детские часы с GPS! gpsbaby24.ru</p>  <p>Вы никогда не потеряете своего ребёнка, подробности на сайте</p>
--	--	--	--	--	---

- **Большое изображение:** ключевую роль играет изображение. Именно изображение, в первую очередь привлекает внимание и вызывает желание нажать на объявление. Хорошо работает с любыми товарами.

Изображение должно быть:

- Ярким;
- Четким;
- Контрастным по отношению к цветам Vk;
- Крупные объекты на изображениях работают на 60% лучше, чем много мелких;
- Изображение должно быть вкусным;
- ... или удивлять...

Что хорошо работает

- Короткий и понятный, интересный заголовок
- Креатив, яркий фон, текст на изображении

Хочешь часы? Тебе сюда!
watch38.ru



Часы для тебя, танкист!
crearro.ru



Часы для настоящих мужчин
watch38.ru



Акция на мужские часы!
watch38.ru



Детские часы-телефон GPS
Группа



Качественные мужские часы
mrvelgayn.club



Псс..парень Ты искал часы?

Новые часы для Мусульман
zamzamstore.ru



Часы-телефон 2016 года
buzz-lightyear.ru



- Хорошо работают надписи на фотографиях. **Важно:** надпись не должна занимать больше 50% фотографии

Эксклюзивный формат

- Убирает рекламу конкурентов со страницы
- Увеличивает размер изображения
- Увеличивает кликабельность
- Стоит в 2 раза дороже
- Конкурентные тематики, для аудитории ретаргетинга, и для аудитории своего сообщества

Часы для
автолюбителей!
rokipochkii.ru



- **Плюс** - убирает конкурентов из показа, то есть показывается только одно объявление. **Но**, стоит в два раза дороже. Практика показывает, что данный вид объявления не особо эффективен. Но, все нужно применять с умом. Эксклюзивную подачу в основном стоит использовать, когда в Вашей нише очень большая конкуренция. При всем остальном лучше использовать формат большое изображение. Также такой формат полезен для категории ретаргетинга, чтобы потенциально заинтересованные люди видели только Вас.

Комплект мужских часов редактировать

Посмотреть пример объявления на странице

Название кампании:	Комплект (группы часов)
Лимит объявления:	Не задан
Цена за переход:	6.52 рубля
Статус:	Остановлено (?)
Рекламные площадки:	ВКонтакте и сайты-партнёры
Тематики:	Аксессуары (Техника и аксессуары)
Целевая аудитория:	197 324 человека
Города:	Москва, Санкт-Петербург, Россия
Возраст:	От 16 до 55 лет
Группы:	часы наручные, часы, Часы, Копии часов, ЧАСЫ, Часы наручные, Клуб любителей наручных часов, ✓ ЧАСЫ МИЛЛИОНЕРОВ ✓, Часы, Копии часов, Часы, Наручные часы, ЧАСЫ для МУЖЧИНЫ честь, Часы Москва, Часы наручные, Мужские часы, Часы Россия, Мужские часы, Копии часов, Bestwatch.ru Любим часы!, Копии часов, Наручные часы, наручные часы, AllTime.ru – ювелирные украшения и часы, ЧАСЫ
Ссылка:	http://menhit.ru/komplekt/?utm_source=ars_vk&utm_medium=cpm&... Редактировать

Текущее объявление

Обновлённое объявление [?]



Комплект мужских часов
menhit.ru
по цене одних
4990 руб
+ портмоне в подарок.



Комплект мужских часов
menhit.ru
по цене одних
4990 руб
+ портмоне в подарок.

Редактировать

Копировать

таргет на сообщества часов

- При открутке рекламы по своей базе ретаргетинга обязательно убирайте другие критерии отбора в настройках. В ином случае людей совсем не останется.

Тематика объявления

Тематика объявления:	Выберите тематику ▼
Подраздел:	Сначала выберите тематику ▼
	Указать дополнительную тематику
Возрастная маркировка:	Не указывать ▼

- Выбираем либо тематику, либо сообщества.

География

▼ География	
Страна, город, улица	
Страна:	Россия ▼
Города и регионы:	Введите название города или региона ▼
За исключением:	Введите название города или региона ▼
Районы:	Сначала выберите город ▼
Станции метро:	Сначала выберите город ▼
Улицы:	Сначала выберите город ▼

- Для офлайн бизнесов (при рекламе кофе, фитнес-клубов) можно выбрать район, станцию метро.
- Рекламируясь по всей России желательно исключать большие города миллионники - жрут много денег, а току мало. Тестируйте А-В тестами. Запуская по отдельности на миллионники и на всю Россию за исключением миллионников.
- При таргетинге на город - ставим город+область
- Для городских сообществ очень важна отдельная настройка на близлежащие населенные пункты
- При продаже китайских товаров - исключить города-миллионники
- Районы, станции метро, улицы - только в случае локального бизнеса - кафе, рестораны, фитнес и т.д - отдельные кампании
- В случае локальных бизнесов лучше указывать название города в объявлении
- Люди живущие близко от большого города пишут в анкете название именно этого большого города ;)
- Настройка на школы очень эффективна географически (рассказать про Мытищи)
- Разделение по странам снижает среднюю стоимость перехода, по городам - позволяет полностью обрабатывать эти города, но трудозатрат очень много

Демография

▼ Демография

Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Пол: ☒ Любой
☐ Мужской
☐ Женский

Возраст: Любой Любой

День рождения: ☐ Сегодня ☐ Завтра ☐ В течение недели

Семейное положение: Выберите статусы

Разделять ли аудиторию?

- Однозначного ответа нет. Но, для более эффективного таргетинга, + в стратегических умыслах, стоит разделять и сегментировать аудиторию. Основной плюс в том, что Вы будете знать, какая аудитория лучше конвертируется на какой товар. И зная это, Вы с каждым разом будете настраивать и запускать все эффективнее и качественнее таргетинг и соответственно получать более конверсионные результаты.
 - Да, если есть подозрение, что кто-то может быть больше заинтересован (в таргетинге важно найти наиболее эффективную аудиторию и работать с ней)
 - Женщинам легче продавать мужские товары “в подарок”
 - Мужчинам сложно продавать женские товары “в подарок”
 - У cerebro есть очень функция настройки на “дни рождения второй половинки”
-
-

До 18 лет	18 – 20 лет	21 +
<ul style="list-style-type: none">- Нулевая платежеспособность, зависимость от родителей- Большое количество- Низкая стоимость- Хороши для игр, концертов, фильмов. Тех проектов, где не нужно платить много денег	<ul style="list-style-type: none">- Минимальная платежеспособность- Запланированные и единоразовые недорогие покупки- Средняя стоимость- Хороши для игр, акций, промо сайтов, фильмов, недорогих товаров, одежды, трендовых вещей, баров, кафе	<ul style="list-style-type: none">- Нормальная платежеспособность- Относительно высокая стоимость- Хороши для всего, где нужно что-то покупать 😊

- Основная платежеспособная аудитория - это 21 и выше.
 - Семейное положение не выставляем без надобности. Так как многие не указывают это в своих анкетах.
 - Графа "[Интересы](#)" - не всегда актуальные данные в профилях пользователей - не использовать данную настройку.
 - Графа "[Категории интересов](#)" - одна из Важных настроек:
 - Берет информацию из интересов и тематики сообществ, в которых состоит пользователь
 - Средняя эффективность
 - Подходит для товаров и услуг с широкой целевой аудиторией
 - Больше объявлений, оплата за клики
 - Лучше делать 1 кампания - 1 категория интересов
-
-
-

Графа «Сообщества»

- Основная настройка таргетинга в Вконтакте
- Если человек состоит в сообществе, значит ему интересна тематика, он готов получать информацию
- Подходит для всех товаров, клиентов, услуг и брендов
- Используем всегда, 90% рекламных кампаний настроены на сообщества
- Есть возможность исключать сообщества

Как подбирать сообщества

1. Сообщества конкурентов - потенциально самая горячая аудитория.
2. Сообщества по узким сегментам - "Автомобильные кресла" - тёплая аудитория.
3. Сообщества по главной тематике вообще - например сообщество "AUDI"

Важные моменты

- На этапе тестирования подбираем по 25 сообществ для каждой аудитории (например. Девушки - 25 сообществ, автомобилисты - 25 сообществ);
 - Выбирая паблик смотрите на общую активность аудитории (лайки, репосты, комментарии);
 - Не смешиваем сообщества с разными аудиториями;
 - Популярные сообщества можно найти на: <http://allsocial.ru/communities/> и <http://futuremedia.co/analytics/>
-
-
-
-
-
-
-
-

Графа «Приложения и сайты»

- Только те сайты, на которых есть виджет Вконтакте
- Можно таргетировать и на приложения, например, по знакомствам
- Подходит для рекламы игр - таргетинг на игры конкуренты, но настройка на паблики круче

Галочка «Путешественники»

- Выходят в ВК из разных стран
 - Платежеспособная аудитория
 - Определяется по ip страны, и по гео-меткам к фотографиям
 - Знают где купить качественные товары, и как попасть за границу
 - Подходят для рекламы туров, товаров для путешественников, сервисов для путешественников
 - Настройка на путешественников через паблики
-
- Путешественники считаются платежеспособной аудиторией - тестировать.
 - *Примечание:* приложение в Vк - "Поиск мертвых" - определяет сколько мертвых подписчиков в паблике.
- https://vk.com/app2732533_212537603
 - Помните, чем больше Вы настроек ставите, тем больше Вы сужаете аудиторию. *Не сужайте без надобности аудиторию.*

Оплата за клики CPC

- Просто и понятно, не нужно следить за CTR
- Нельзя сэкономить денег
- Используем для широких аудиторий, для категорий интересов
- Начальная ставка для взрослой аудитории 4 рубля.

Оплата за показы CPM

- Требуется внимания, отслеживания показателей
 - Позволяет сэкономить денег
 - Можно потратить очень много денег
 - Начальная ставка для взрослой аудитории:
2 руб - долгая рекламная кампания
рекомендованная ставка - быстрая рекламная кампания
 - Ограничение в 100 показов на человека - для привлечения новых пользователей
-
- Все зависит от аудитории и прогнозов.
 - Не используем рекомендованную цену. Первоначально ставим в 2-3 раза дешевле. Потом смотрим за рекламной компанией, если откручивается хорошо, то оставляем. Если плохо, то "играем" со ставкой. При выставлении минимальной ставки, мы затягиваем открутку. Есть стратегия, разгона тизера, можно использовать ее в таргете. Но аккуратно.
 - Если нужен быстрый тест рекламной компании, объявления - то ставим "около рекомендованную" цену. Произойдет быстрая открутка объявления и можно будет судить о эффективности объявления, востребованности товара, правильности выбора целевой аудитории.

- Обязательно ставьте ограничения 100 показов на человека - так как, если человек не зашел на объявление, которое ему было показано около 100р. Значит он точно не наш клиент.
- Выставить ниже 100 показов на человека техническими средствами Vk невозможно, но есть сервис <http://антислив.рф>, с помощью которого можно это сделать. Так как по сути, достаточно показать человеку 10-20 раз, и если он не нажал на объявление, то не стоит тратить деньги на показ рекламы ему. Промокод от нашей команды - *Vga* дает скидку *15%*. Так же с помощью этого сервиса можно проводить быстрые А - В тесты в режиме ротации (когда одно объявление тестируется, а другие останавливаются именно на этот период).

Клики или показы

СРС (клики)

- Широкая аудитория
- Не уверены в аудитории
- Настраиваем 7 объявлений за клики и 3 за показы

СРМ (показы)

- Уверены в аудитории (например в сообществах конкурентов)
- Небольшая аудитория (около 30К)
- Оплата за клики не работает или дорого
- Настраиваем 7 объявлений за показы и 3 за клики

Особенности ретаргетинга

- Позволяет показывать рекламу посетителям вашего сайта
 - Позволяет показывать рекламу по вашей базе пользователей
 - Работа с заинтересованной аудиторией
 - Хорошая стоимость и конверсия в покупку при ретаргетинге с сайта, но небольшое количество аудитории
-
- Ретаргетинг - это очень мощный инструмент. Так как собрав аудиторию через <https://церебро.рф>, можно таргетироваться на **горячую**, заинтересованную, качественную в покупке аудиторию.
 - [Церебро](#) - сервис по сбору баз для ретаргетинга. Промокод в подарок **Platin** дает **+ один месяц в подарок**. Группа Vk - https://new.vk.com/cerebro_vk - для подробного ознакомления.

Как использовать

- Загрузить имеющуюся базу
 - Собрать с помощью Церебро
-
- Наглядная демонстрация настройки в Vk кабинете начинается с 0,55 минуты (вебинар №6-1). Подбор целевой аудитории через Церебро - 1,00 минуты (вебинар №6-1).
-
-
-
-
-
-

Обучающий вебинар для рекламодателей ВКонтакте

Укажите в каких сообществах состоит аудитория для того, чтобы собрать активную аудиторию по интересам, найдите несколько небольших и активных сообществ, в которых состоит Ваша аудитория.

Поиск ЦА

Ссылка на сообщество или через список ID

Количество подписчиков в сообществах: до

Сколько групп показывать:

Отфильтровать список по количеству подписчиков: до

Фильтр по слову:

Минус слова:

Какие сообщества показывать

В контакте ← Приложения люди сообщества игры музыка помощь выйти группе

Страница ред.
Друзья +191
Фотографии
Видеозалки
Аудиозалки
Сообщения +14
Группы
Новости
Ответы
Закладки
Настройки
Комментарии
Приложения +1
Документы
Реклама +2
Церебро 2
Гости +1
Сравнение
Поиск «Мёртвых»
Церебро Таргет
Напоминание
Сегодня отмечается День космонавтики
Подробнее >
Напоминание
Завтра день

ТОП читателей
ТОП комментаторы
Активности
Друзья аудитории
Аудитория постов
Обсуждения
Фотоальбомы
Стена группы
Встречи
Контакты (администраторы)
Товары
Сообщества
Профили пользователей
Фильтр баз
Разное

Ссылки на обсуждения (по одному на строке)

Собираем активных людей

Только темы со словами:

Дата (указывать не обязательно)
начальная с даты
окончательная датой
Данные берутся начиная с 00:01 начальной даты и до 23:59 конечной даты

Каким должно быть минимальное количество сообщений в теме

☐ Пропускать сообщения с ссылками

Церебро Таргет Instagram и т.п. Осталось: 29 д. 17 ч. 5 м. - продлить | Помощь ?

Обучающий вебинар для рекламодателей ВКонтакте

Соберите людей и их аккаунты в других сетях

Список групп (по одной на строке)

http://vk.com/cerebro_vk

или через файл
Выбрать файл...

Антон Белый
Что искать
☒ Instagram ☐ Facebook ☐ Twitter

Если Вы загрузите файл, то в нем должны быть id пользователей ВКонтакте, а не ссылки на аккаунты в других сетях.

Название парсинга
может написать сюда название, чтобы не забыть, что парсите

Поиск пользователей для других соц. сетей

- Возможна выгрузка пользователей других социальных сетей, для дальнейшей рекламы в них.

Церебро Таргет Пересечение аудитории Осталось: 29 д. 17 ч. 5 м. - продлить | Помощь ?

Обучающий вебинар для рекламодателей ВКонтакте

Вы можете по-разному комбинировать собранные базы

Убрать пользователей-2 из пользователей-1

Загрузить базу 1 Загрузить базу 2 Старт

Оставить пересекающихся Антон Белый

Загрузить базу 1 Загрузить базу 2 Старт

Оставить не пересекающихся

Загрузить базу 1 Загрузить базу 2 Старт

Объединить файлы

Загрузить файлы

Вычитка баз

- !Очень хорошо работают мероприятия в таргет VK.

- Важное примечания: рекламные компании всегда следует разделять. Минимум по:
 - Конкурентам
 - Узким интересам
 - Широким интересам
 - Категории интересов
 - Дни рождения
 - Ретаргетинг
- В первую очередь это делается для последующей аналитики и увеличения эффективности данного инструмента -убираем неэффективные объявления и аудитории, оставляем самые лучшие - открываем по полной.

Что нужно для запуска тестовой РК?

- Внешний вид объявления, пол, возраст, география, сообщества
- 10 объявлений - либо 7 за клики 3 за показы, либо наоборот в зависимости от аудитории
- Ограничение в 100 рублей на каждое из объявлений
- **Обязательно:** при тесте ограничение 100р. на каждое объявление. В ином случае рискуете потерять все деньги на балансе. Потом, когда уже уверены в самом объявлении, аудитории уже можете повышать лимиты.

Порядок действий

1. Создаем 10 различных объявлений
2. Выставляем лимит в 100 рублей
3. Запускаем, смотрим на результат

Устраивает

4. Находим объявление-лидер
5. Находим эффективный элемент
6. Создаем больше объявлений
7. Делаем сплит аудитории используя объявление-лидер

Не устраивает

4. Проверяем другие объявления
5. Проверяем другие аудитории
6. Находим лучшую из худших, делаем сплит аудитории с разными объявлениями

- Если нет кликов, то либо это плохое **объявление**, либо не целевая **аудитория**. Если клики есть, а конверсии нет - плохой **лендинг**, требуется анализ и проработка лендинга.

[illegible]

3 варианта хода РК

1. Дешево, не конвертит
 - меняем тизеры, цену не меняем
 - аккуратно повышаем цену
2. Дорого, конвертит
 - смена CPC и CPM, юзаем cerebro
 - тизеры не меняем
3. Дорого, не конвертит
 - меняем тизеры, CPC и CPM, цену, cerebro
 - вероятнее всего придется отключить совсем

Объявления не проходят модерацию

- Выяснение причин
- Проверка на орфографию, и все ли поля правильно заполнены (обратите внимание на «тематикау» и «подраздел»)
- Письмо в поддержку, большое, длинное, с аргументами

Снижаются показатели по РК

- Меняем изображения на объявлениях
- Поднимаем ставку на 0.5 или 1 руб.
- Дробление аудитории
- Настраиваем РК на другую аудиторию

Все аудитории дают плохой результат

- Берем лучшую из худших и делаем сплит аудитории
- Находим эффективные сообщества после дробления и используем их

Объявления не крутятся и дают мало показов

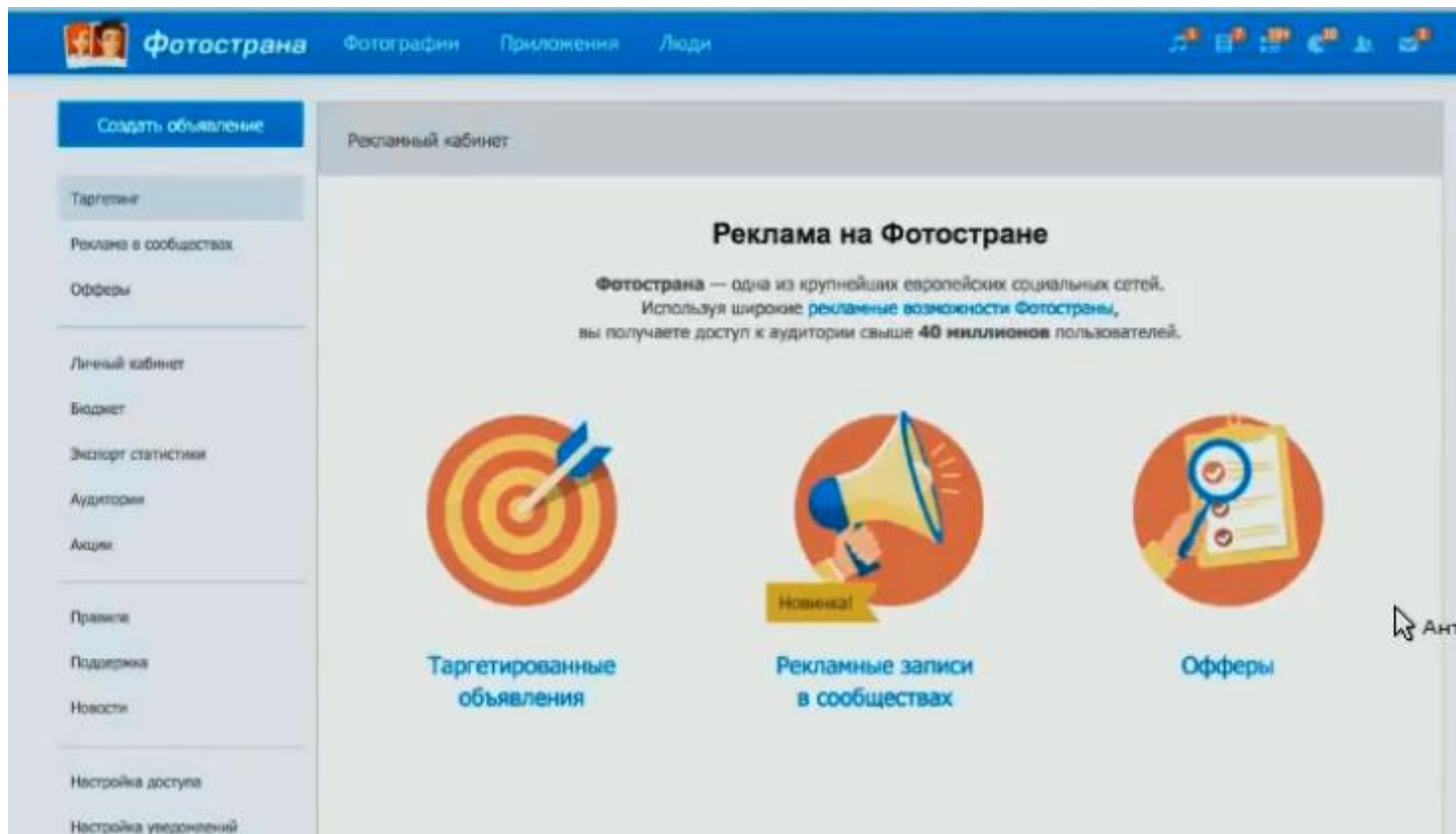
- Увеличиваем ставку

Плохая конверсия в покупателей

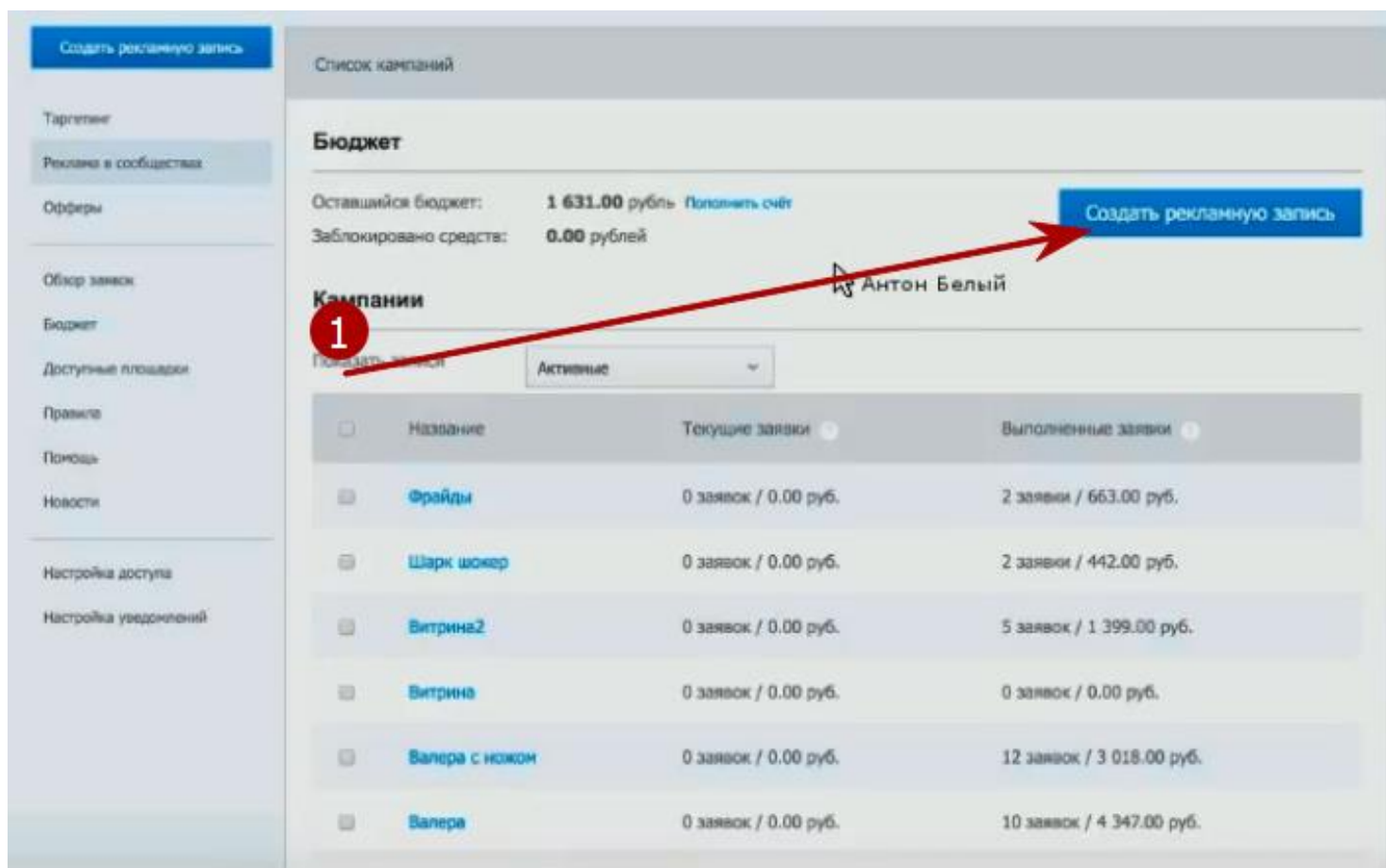
- Либо неправильная аудитория (мало кликов, маленькая конверсия)
- Либо плохой лендинг (много кликов, маленькая конверсия)

[Фотострана](#)

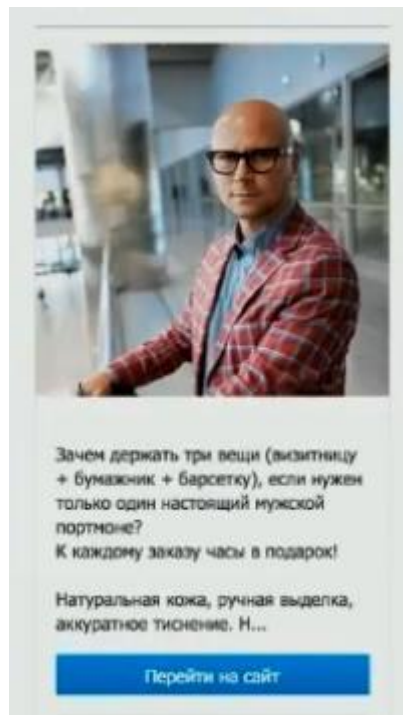




- Офферы не используем - это просто вы платите людям, за то, чтобы они заходили на Ваш сайт.



- Видеоописание - 2,35 мин.



- Так выглядит объявление для сообщества.
- Выбираем возраст, пол - но тут лучше не сужать аудиторию, т.к. участников итак мало. Смотрим по обстоятельствам.

Поиск по названию:

Тематика:

Возраст: ☐ Не указан ☐ До 18 ☒ 18-24 ☒ 25-34 ☒ 35-43 ☐ 44+

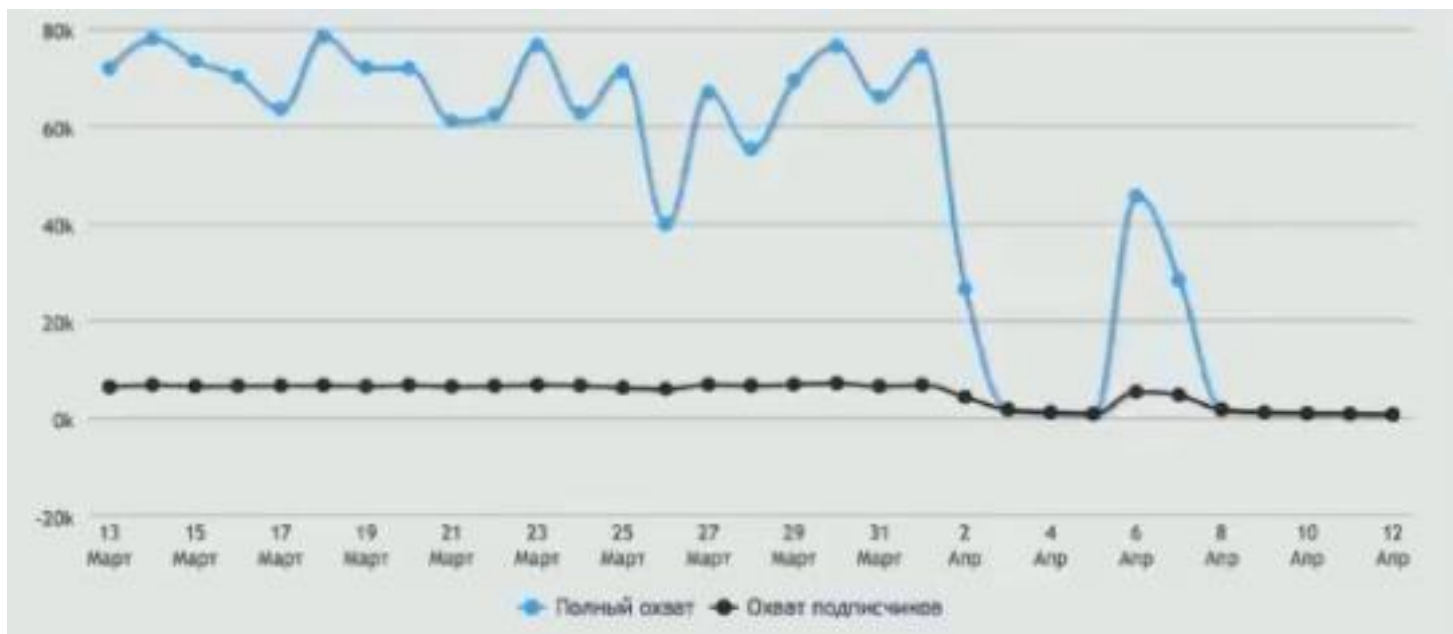
Пол: ☒ Мужской ☐ Женский ☐ Другое

Цена, до: Дневной охват, от: Участников, от:

Выбрано 0 сообществ. Общая стоимость размещения 0 руб.

Сообщество 219	Аудитория	Охват	Стоимость	
Смейся до слёз :D Юмор	43 263 участника	53 000 человек	442 руб.	<input type="checkbox"/> Подать заявку
Чёрный юмор Юмор	29 755 участников	49 000 человек	147 руб.	<input type="checkbox"/> Подать заявку

- Аудитория в фотостране достаточно взрослая, адекватная, хорошо конвертится.
- Сообщества выбираем по охвату и количеству.
- Есть возможность просмотра статистики.



- Выбираем время размещения и отправляем заявку. Далее администраторы (примечательно быстро) подтверждают заявку.

Отправка заявки

Смейся до слёз :D

Юмор

Аудитория 43 263 участника

Охват 53 000 человек

Стоимость **442** руб.

Удобное время размещения записи (?)

09 : 00 — 21 : 00

Удобные даты размещения записи (?)

12 Апрель 2016 — 19 Апрель 2016

Антон Белый

Комментарий (?)

Ваш комментарий

Отправляя заявку, Вы безоговорочно принимаете Правила размещения рекламных записей

Отправить

- В фотостране пропускают все. Самое главное не делать в тексте ссылку. Ссылка идет отдельно.
- UTM не забывает прописать.

Создать объявление

Рекламные кампании / Шарк Мобайл / Новое объявление

Новое объявление

Формат объявления: Изображение и текст

Целевая страница: <http://youjira.com>

Домен: Введите домен

Заголовок: 30

Текст объявления: 43

Загрузить изображение

Реклама: Образец описания

1080x657

<http://fobestrans.ru/>

Подробнее

Площадка (?): Мобильная версия

Аудитория: 2 841 976 человек

Демография и география

- По таргету лучше себя показал мобильный трафик - поэтому предусмотрительно делайте мобильный лендинг. Опять же нужно тестировать и веб версию.
- В основном настройка по таргету такая же, как и в Vk.
- Мобаил трафик тарифицируется только за переходы.
- Основной плюс фотостраны - мало конкуренции, но много не выжать. Но дешево. Пробуйте тестируйте.
- Есть еще и другие источники трафика - нужно искать, и тестировать.

Вторая часть

- Как найти эксклюзивные товары, которые массово не продают, но которые хорошо продаются.

Поиск товара - неочевидные способы

1. Лидвертекс - с ним работает множество людей.
2. А значит можно найти их лэндинги...
3. И посмотреть что продают, и как продают.
4. Это не всегда можно сделать через сервисы аналитики

- С помощью сервиса <http://statonline.ru/> смотрим какие домены расположены на определенных ДНС серверах.

статонлайн.ru

https://statonline.ru/dns?tid=ru

Whois КОНТАКТЫ WWW.REG.RU

REG.RU Статистика доменов .RU / .РФ / .SU

Получить Пароль

КАК ВОССТАНОВИТЬСЯ?

СТАТИСТИКА ЗОНЫ .RU СТАТИСТИКА ЗОНЫ .РФ СТАТИСТИКА ЗОНЫ .SU УСЛУГИ

Сводная статистика зоны .RU
 Список доменов зоны .RU
 TOP по имени администратора
 Регистраторы зоны .RU
 DNS серверы зоны .RU
 История Whois по доменам
 Освобождающиеся домены
 Освобождающиеся домены
 Смена администратора
 Смена регистраторов
 Скачать список доменов
 Динамика по регистраторам
 Динамика в зоне .RU

Статистика зоны .RU
DNS серверы зоны .RU
☒ Объединять NS серверы на одном домене
☐ Искать слово полностью

Позиций: 95809 1 2 3 4 5 1317

Позиция на странице: 23 | 50 | 100 | 200

№	DNS провайдер	Количество доменов ▼	Прирост за сутки	Процент от общего числа доменов
1	nic.ru	951 010	-3781	18.45

Данные действительны на 24.03.2016 23:59:59

- Зная ДНС-сервер, мы можем найти сайты, которые на них расположены. А, следовательно, можем проанализировать, что продают и какими методами продвижения пользуются.

https://statonline.ru/dns?order=DESC&rows_per_page=50&sort.field=domains_count&tid=ru&search=leadvertex.ru

Whois КОНТАКТЫ WWW.REG.RU

REG.RU Статистика доменов .RU / .РФ / .SU

Получить Пароль

КАК ВОССТАНОВИТЬСЯ?

СТАТИСТИКА ЗОНЫ .RU СТАТИСТИКА ЗОНЫ .РФ СТАТИСТИКА ЗОНЫ .SU УСЛУГИ

Сводная статистика зоны .RU
 Список доменов зоны .RU
 TOP по имени администратора
 Регистраторы зоны .RU
 DNS серверы зоны .RU
 История Whois по доменам
 Освобождающиеся домены
 Освобождающиеся домены
 Смена администратора
 Смена регистраторов
 Скачать список доменов
 Динамика по регистраторам
 Динамика в зоне .RU

Статистика зоны .RU
DNS серверы зоны .RU
☐ Объединять NS серверы на одном домене
☐ Искать слово полностью

leadvertex.ru

Позиций: 5

№	DNS сервер	Количество доменов ▼	Прирост за сутки	Процент от общего числа доменов
1	ns2.leadvertex.ru	507	+1	0.01
2	ns1.leadvertex.ru	507	+1	0.01
3	ns2.leadvertex.ru.ru	1	0	0.00
4	ns1.leadvertex.ru.ru	1	0	0.00
5	ns.leadvertex.ru	1	0	0.00

Данные действительны на 24.03.2016 23:59:59

Метрики
 Использование доменов .RU
 Хостинг доменов .RU
 Почтовые провайдеры .RU
 IP-адреса зоны .RU
 Статистика веб-серверов .RU

- Смотрите внимательно, в большинстве своем, тут продают как у всех. Но есть и интересные товары.

- Узнаем востребованность товара через номер заказа. Если при повторном заказе через сутки, номер разительно отличается - делайте выводы.
- Смотришь на товар, думаешь, ну как он может продаваться. А путем повторного заказа выясняется, что этот товар очень востребован.
- Тут же можно найти [партнерки закрытого типа](#), которые особо не афишируются. И запартнериться с ними.
- На заметку: Vk-таргет не для ширпотребных китайских товаров, у которых огромная конкуренция и большой демпинг.

Создание правильных объявлений.

1. Создаем в начале 10 объявлений с одинаковой картинкой, но с разными заголовками!
(пусть в начале первое объявление пройдет модерацию)
2. Запускаем все 10, смотрим какие объявления наберут наибольший CTR
(CTR = Количество кликов/количество показов x 100%).
3. Выбираем 3 лучших, остальные убираем.
4. На эти 3 лучших создаем по 5 новых объявлений, но уже добавляем новые картинки...

- Не додумывайте за покупателя. Протестируйте и Вы увидите какое объявление работает лучше.

Алгоритм:

- Сначала 10 одинаковых, но с разными заголовками. Выбираем три лучших. Далее, на основе каждого из трех лучших, создаем 15 (по пять на каждое) с теми же заголовками, но с разными картинками. И снова запускаем. В итоге может быть останется 3-5-7 рабочих объявлений.
- Если работает не трогайте!
- Если модераторы не пропускают, то можно задать конкретный вопрос: "Что мне нужно изменить, чтобы меня пропустили?" - тогда они уже конкретно могут ответить. *Не имейте страха перед модераторами.*

**Если что - пишите в службу поддержки.
Либо сразу изменяйте то, что они просили.**

- Сегментируйте аудиторию. Сокращайте, сужайте аудиторию, используя Церебро (промокод вверху).
- Для тестирования - вместо лендинга объявление на Авито.

Модерация

- Пишем в службу поддержки и спрашиваем чего не нравится!?
- Заменяем на сайте вещи, которые могут вызывать неприязнь.
- Пробуем пройти модерацию позднее.
- Иногда можно копировать объявления «до результата».

- Фишка, которая может сработать: не пропускает модерация - не заморачиваемся, копируем объявление и отправляем снова на модерацию. Суть построена на том, что модераторов много и новое объявление может попасть на другого модератора, который пропустит. Важно учитывать: не подавайте сразу, выждите какое-нибудь время. Снова не пропустили, значит снова копируем. Это полезно, когда изначально Вы знаете, что объявление хорошее CTR-истое, и нужно, чтобы оно работало. В ином случае, просто создайте другое объявление.

[illegible]

Сужение ЦА...

← Список групп люди сообщества игры музыка ► помощь выйти

Открытая группа

ЖК Суворовский Ростов-на-Дону, Кубанская марка Active!


Описание: общение, обмен новостями о строящихся домах, уже заселенных, инфраструктуре и прочее, в общем, сообщество жителей данного микрорайона! ПОЖАЛУЙСТА, ЧИТАЙТЕ И СОБЛЮДАЙТЕ НЕБОЛЬШИЕ ПРАВИЛА, ВО ИЗБЕЖАНИЕ НЕДОРАЗУМЕНИЙ. БЕСПЛАТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ И ЧАСТНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ПРОДАЖЕ И УСЛУГАХ ТОЛЬКО В СПЕЦИАЛЬНОМ РАЗДЕЛЕ ОБСУЖДЕНИЙ.

Веб-сайт: http://kubmarka.ru/index.php?option=com_content&v..

Местоположение: ЖК Суворовский Ростов-на-Дону, Кубанская марка, Вавилова ул., Ростов-на-Дону

Свежие новости

Обсуждения
93 темы



Добавить в закладки

Вступить в группу

Это открытая группа.

Участники
4 869 человек

Таргет ВК. Оплата за показы.

1. Изначально предлагаемую сумму от ВК делим на 1.5 - 2 для начала.
 2. Боремся за CTR!
 3. Не забываем ставить лимиты.
 4. 100 показов...
- ВАЖНО**

Советы:

- Смотрим кто у вас покупает.
- Либо смотрим на аватар клиента, ЦА (если нет много готовой статистики).
- Смотрим кто не покупает!
- Делаем ЦА кто не покупает.
- В рекламе позиционируемся на тех, кто покупает.
- На лендинге аналогично.
- На лендинге в тексте отсекаем тех, кто не выкупает.
- Для «длинных» денег лучше...

- Работайте с клиентом после. Просто задумайте сколько денег Вы потратили на его привлечение (даже на получение его почты или телефона). Не купил сейчас, купит потом. Не оставляем клиента в покое **НИКОГДА**.
- База ретаргетинга - горячая база с заведомо интересующейся вашим товаром или услугой аудитория. Это мощный актив.
- Можно код ретаргетинга разместить в подписи картинки на форуме где обитает Ваша аудитория. Далее думайте сами...
- Купить базы телефонов продавцов Авито с разбивкой по категориям. Залить в группу ретаргетинга в Vk.

ВК РЕТАРГЕТ

- Загружаем базы тех кто выкупает
- И кто не выкупает
- Телефоны или почты!

Приложение:

Эффективные заголовки для моделирования:

1. ____ причин воспользоваться ____
2. Почему ____ пользуется популярностью у десятков тысяч покупателей?
3. ____ ответов на вопрос ____
4. НОВИНКА! ____
5. СЕНСАЦИЯ! ____
6. СЛУЧИЛОСЬ НЕВЕРОЯТНОЕ! ____
7. БЕСПЛАТНО! ____
8. ВНИМАНИЕ! ____
9. ОСТОРОЖНО! ____
10. ЭТО НЕВЕРОЯТНО! ____
11. ТАКОГО ЕЩЕ НЕ БЫЛО! ____
12. А Вы ____?
13. Как я ____
14. Найдены секреты ____
15. Кто еще хочет ____?
16. Узнай, как я ____
17. Дайте мне ____, и я ____
18. Как сделать ____ собственными руками?
19. Как увеличить ____ в несколько раз?
20. Раньше я тоже думал, что ____
21. Специальное предложение для ____
22. Специальное предложение по ____
23. Что такое ____?
24. Если Вы ____, Вы можете ____
25. Кто сказал, что ____?
26. ____ мифов о ____
27. ____ советов о ____
28. Требуется ____
29. Вы точно уверены, что ____?
30. ____ главных преимуществ ____
31. ____ главных недостатков ____
32. Достаточно ли Вы знаете о ____?
33. Наконец-то свершилось: ____
34. Вы узнаете ____?
35. Как понять, что Вы ____?
36. Революционное новшество в ____
37. Чем отличается ____ от ____?
38. Мы доказали, что ____
39. В конце концов, Вы ____
40. Все, что Вам нужно, это – ____
41. Как сэкономить на ____?
42. Новый способ ____
43. Посмотрите, насколько просто ____
44. Как заработать ____ благодаря ____?
45. Что делать, если ____?
46. Вся правда о ____
47. Сокрушающий эффект ____
48. Шокирующая правда о ____
49. Как ____ без какого-либо риска?
50. ЭТО поможет Вам ____
51. Делаете ли Вы ____
52. Теперь Вам не нужно ____
53. Защитите свои ____ с помощью ____

54. Вы приглашаетесь на _____
55. Последняя новость о _____
56. Однажды _____
57. Вы готовы к _____?
58. Что Вы не знаете о _____
59. Как опередить конкурентов с помощью _____?
60. Коротко о главном _____
61. Вы совершаете эти ошибки в _____?
62. Простая рекомендация для _____
63. Последний шанс для _____
64. Предупреждение для _____
65. Кто еще хочет _____?
66. _____ с любого компьютера
67. Гарантированный источник _____
68. _____ только сейчас и больше никогда
69. Открой секреты о _____
70. Я говорю: «НЕТ» _____
71. Я говорю: «ДА» _____
72. Важное усовершенствование в _____
73. Как заставить себя _____?
74. Вылечи себя от _____
75. История о том, как _____
76. Вас обманывают, когда _____
77. Существующие особенности _____
78. Наш лучший продукт: _____
79. Волнующий факт о _____
80. Сколько стоит _____?
81. Целительная сила _____
82. Как преодолеть страх перед _____?
83. Сколько стоит _____ на самом деле?
84. Вы ЭТО должны увидеть _____
85. Ищите _____?
86. _____ мешает Вам _____
87. _____ креативных идей по _____
88. Экономьте время с помощью _____
89. Почему у Вас не получается _____?
90. Если Вы беспокоитесь о _____
91. _____ опасных симптомов _____
92. Каждый из этих _____
93. Как сохранить _____?
94. _____ секретов, которые могут _____
95. Вы не знаете о _____?
96. Улучшенный вариант _____
97. Получите скидку на _____
98. Малоизвестные способы _____
99. Только для тех, кто _____
100. Новый взгляд на _____
101. Как добиться успеха в _____?
102. Фантастическая история о _____
103. Как _____ в несколько раз быстрее?
104. Спланируйте идеальный _____
105. Как избавиться от _____?
106. Сегодня я _____
107. Сегодня Вы _____
108. Как рационально использовать _____?
109. _____ проверенных шагов к _____
110. Заставьте _____ работать на Вас

111. Представьте, Вы _____
112. Что бы Вы сделали, если _____?
113. Что я ненавижу в _____?
114. Улучшите свои показатели в _____
115. _____ уже рядом
116. Вы до сих пор не можете _____?
117. Единственная важная вещь о _____
118. Почему люди _____
119. Как правильно начать _____?
120. Непростительная ошибка _____
121. Как избежать _____?
122. Прекрасный способ _____
123. Что нам ожидать от _____?
124. Расслабляющий способ _____
125. _____ абсолютно легко!
126. Феноменальный прорыв в _____
127. Неожданная новость о _____
128. Если Вы _____, то _____
129. Удивительная возможность для _____
130. Как победить _____?
131. Ограниченное издание _____
132. Профессионалы раскрывают карты: _____
133. Не знаете, что делать с _____?
134. Как переманить _____ на свою сторону?
135. Революционная формула _____
136. Испытайте острые ощущения _____
137. Идеальное решение для _____
138. Только что появился _____
139. Достоинства и недостатки _____
140. Быстрый путь _____
141. Неожданный поворот в _____
142. В чем заключается успех _____?
143. Получи преимущество благодаря _____
144. Сколько еще раз Вам нужно _____?
145. _____ дельных советов для _____
146. Как получить максимальную отдачу от _____?
147. Нулевой риск в _____
148. ТОП-10 причин, почему _____?
149. Нет ничего лучше, чем _____
150. _____ Вашей мечты
151. Сенсационное сообщение от _____
152. Проверено временем: _____
153. Совершен прорыв в _____
154. Живи, как _____
155. «Три кита» _____
156. _____ способов _____ и заработать деньги
157. Как улучшить Ваши _____?
158. Как _____ сделало меня _____
159. Громко заяви о _____ с помощью _____
160. Нестандартные решения для _____
161. Закулисные тайны _____
162. Потрясающий способ _____
163. Когда уместно _____?
164. Свершилось чудо: _____
165. О чем умалчивают _____?
166. Наконец-то Вы сможете _____
167. Срочное сообщение о _____

168. Вы устали от _____?
169. _____, которые действительно работают
170. Как не допустить ошибку в _____?
171. _____ будущего
172. Как развить в себе _____?
173. Вы всегда хотели _____
174. Как правильно выбрать _____?
175. Этот метод поможет Вам _____
176. Как насладиться _____?
177. Это нужно знать при _____
178. _____ вопросов, которые нужно задать _____
179. Все «за» и «против» _____
180. Самые необычные _____
181. Сколько раз можно _____?
182. 100 % гарантии _____
183. Приумножь заработки на _____
184. Сохрани деньги с помощью _____
185. Чему Вас может научить _____?
186. Вам еще не надоело _____?
187. Наверное, самый _____
188. Как научиться _____?
189. _____ примеров _____
190. Один из лучших _____
191. Читать только тем, кто _____
192. Самый быстрый способ _____
193. _____ истинных причин _____
194. Что на самом деле означает _____?
195. Получи доступ к _____
196. Экономь _____ % на _____
197. В это сложно поверить, но _____
198. В плену у _____
199. Получи максимум от _____
200. Что скрывается за _____?

Для заметок

[illegible]

[illegible]

