

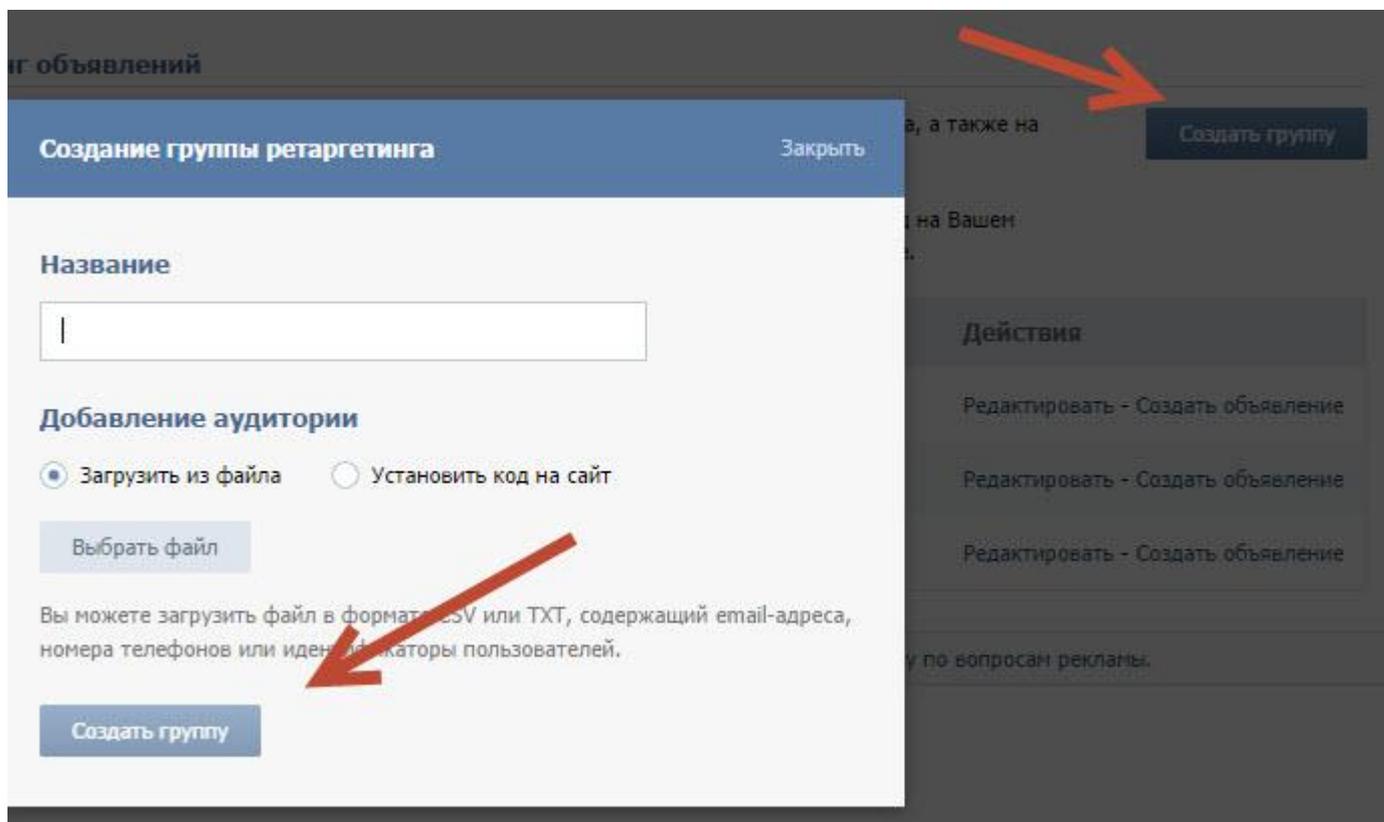
Эффективная и быстрая настройка рекламы в таргетинге Вконтакте

	Действие		Комментарий
1.	Устанавливаем код ретаргетинга на сайт	<input type="checkbox"/>	
2.	Для целевых страниц отдельный код ретаргетинга	<input type="checkbox"/>	
3.	Добавляем на сайт политику конфиденциальности и контакты	<input type="checkbox"/>	
4.	Исследуем конкурентов	<input type="checkbox"/>	
5.	Выделяем понравившиеся объявления	<input type="checkbox"/>	
6.	Сохраняем список групп конкурентов	<input type="checkbox"/>	
7.	Добавляем объявления	<input type="checkbox"/>	
8.	Вводим ссылку на сайт с utm метками	<input type="checkbox"/>	
9.	Выбираем формат объявления	<input type="checkbox"/>	
10.	Подбираем «сочные» изображения	<input type="checkbox"/>	
11.	Указываем тематику объявления	<input type="checkbox"/>	
12.	Выставляем геотаргетинг и возрастной	<input type="checkbox"/>	
13.	Показать дополнительные настройки	<input type="checkbox"/>	
14.	Таргетируемся на группы конкурентов	<input type="checkbox"/>	
15.	Настраиваем цену за рекламу	<input type="checkbox"/>	
16.	Отправляем на модерацию	<input type="checkbox"/>	
17.	Выставляем лимит объявлению	<input type="checkbox"/>	
18.	Создаем еще объявления в данной кампании	<input type="checkbox"/>	
19.	Проходим модерацию	<input type="checkbox"/>	
20.	Анализируем объявления	<input type="checkbox"/>	
21.	Оставляем эффективные	<input type="checkbox"/>	
22.	Тестируем другие аудитории	<input type="checkbox"/>	
23.	Используем свои списки ретаргетинга	<input type="checkbox"/>	
24.	Когда аудитория «выдохлась», даем ей отдохнуть	<input type="checkbox"/>	
25.	Через 3-5 недель снова запускаем кампании	<input type="checkbox"/>	

Пояснения

Изначально на вашем сайте должна быть установлена любая аналитика. Например, [Яндекс.Метрика](#).

1. Код ретаргетинга нужен для создания списков ретаргетинга, по которым можно будет создавать рекламу в таргетинге Вконтакте (например, посетил наш сайт или посетил страницу с предложением товара и не купил товар (не посетил страницу спасибо за оплату))



2. Политика конфиденциальности и контактные данные (можно ссылку на страницу контактов) необходимы для успешного прохождения модерации

Copyright © 2014. Азамат Ушанов. Все права защищены.
ИП Ушанов Азамат Мирасович. ОГРН 308027803000052
[Служба поддержки](#) | [Соглашение на обработку персональных данных](#)

4. Наличие конкурентов, говорит нам, что в нише есть деньги. И мы можем отметить, какие тексты объявлений и изображения больше всего нам нравятся.



Эффективная настройка рекламы в таргетинге Вконтакте

6. Список групп конкурентов нам понадобится, чтобы по ним настроить таргетинг. Первую рекламную кампанию лучше настраивать на группы конкурентов.

8. UTM метки нужны для отслеживания наиболее эффективных объявлений (например, которые лучше всего продают). Метки необходимо заполнять латинскими буквами.

Пример utm меток для таргетинга Вконтакте. Вконтакте не поддерживает макросы (автоматической подстановки номера объявления)

```
?utm_source = vk&utm_medium = cpm&utm_term = u_vashey_docheri_talant&utm_content = image1text1&utm_campaign = konkurenti
```

9. Если вы таргетируетесь по списку ретаргетинга, то можете использовать эксклюзивный формат объявлений.

Если у вас сложный продукт, то выбирайте изображение и текст. Заголовок привлекает внимание в тексте поясняете, что у вас за товар.

Большое изображение хорошо кликабельное.

Оформление

Формат объявления: Изображение и текст
 Большое изображение
 Эксклюзивный формат

Заголовок:
Осталось символов: 25

Описание:
Осталось символов: 60

Тематика объявления:

Подраздел:

Указать дополнительную тематику

Реклама ВКонтakte
lifehapromo.ru
90x65
Образец описания

10. «Сочные» изображения можно найти

- [Flickr.com](https://www.flickr.com)
- [Tumblr.com](https://www.tumblr.com)
- [Pinterest.com](https://www.pinterest.com)
- Обои для рабочего стола
- В крайнем случае [Google картинки](https://www.google.com/search?q=картинки) и [Яндекс картинки](https://www.yandex.ru/images)

11. Тематика объявлений необходима для показа объявлений на сайтах партнерах Вконтакте. Если вы укажете неправильную тематику, объявление не пройдет модерацию.

13. Список групп, который мы получили, когда исследовали конкурентов можно использовать для таргетирования, Чтобы выставить таргетинг по группам нажмите «Показать дополнительные настройки»

Эффективная настройка рекламы в таргетинге Вконтакте

Наверх

Страна: **Россия**

Города и регионы: Введите название города или региона

За исключением: Введите название города или региона

Указать район, станцию метро или улицу

Аудитория
99 365 812 человек

Рекомендуемая цена
22.12 – 30.95 рубля

▼ 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

▼ Интересы
Сообщества, приложения, мировоззрение

Интересы: Начните вводить интересы

Категории интересов: Выберите категорию интересов

Показать дополнительные настройки

► Образование и работа
Учебные заведения, годы обучения, должности

▼ Дополнительные параметры
Устройства, операционные системы, интернет-браузеры

15. Если мы выставим оплату за показы и правильно подберем целевую аудиторию, то можем получать переходы по значительно низкой цене, чем при оплате за клики. При этом есть и существенный риск переплатить.

Поэтому в первой кампании при таргетинге на группы конкурентов сделайте несколько объявлений – одни с оплатой за показы, другие с оплатой за клики.

Настройка цены и расположения

Способ оплаты: Оплата за переходы
 Оплата за показы

Рекламные площадки: Вконтакте и сайты-партнёры

Стоимость перехода: 22.22 рубля

Рекламная кампания: Выбрать существующую
 Создать новую

- Выберите кампанию -

Сохраняя объявление, Вы безоговорочно принимаете
Правила размещения рекламных объявлений.

Создать объявление Отмена

16. Чтобы отправить на модерацию необходимо пополнить бюджет.

17. Обязательно выставляйте лимит на объявление. Таким образом, вы предостережете себя от слива всего рекламного бюджета. Минимальный лимит на объявление 100 руб. Пополняйте бюджет, чтобы вам хватило выставить лимит на все ваши объявления. Например, если у вас 30 объявлений, значит сумма пополнения 3000 руб.

Эффективная настройка рекламы в таргетинге Вконтакте

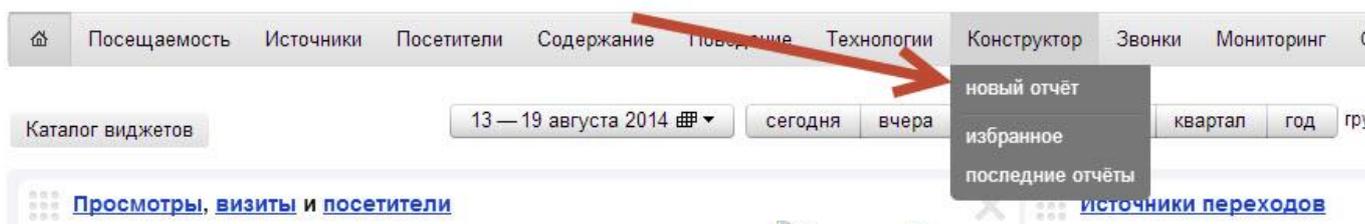
Название кампании:	Тест
Лимит объявления:	100 рублей
Цена за 1000 показов:	5.85 рубля
Статус:	Остановлено (?)
Ограничение показов:	Ограничивать до 100 показов на человека
Тематики:	Образовательные курсы (Образование и работа)
Целевая аудитория:	1 418 человек
Страна:	Россия
Возраст:	От 21 года

18. После того, как вы составили объявление, его можно копировать в ту же кампанию, скопируйте измените изображение и/или заголовок. При этом обязательно поменяйте одну из utm меток,

Например, ... utm_content = image2text2 ...

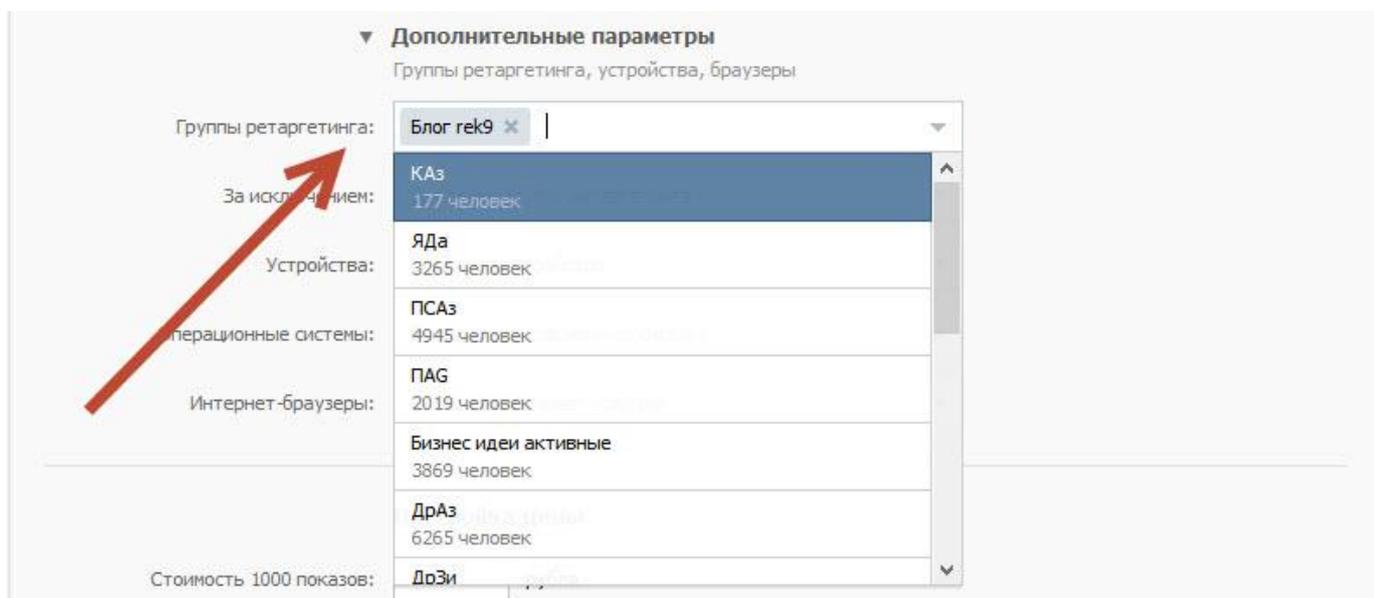
19. Обязательно прочитайте причину отклонения, внесите изменения в текст объявления или на страницу приземления и снова отправляйте на модерацию.

20. Анализировать объявления можно, как и по кликабельности – которые приносят нам больше кликов при меньших затратах внутри аккаунта таргетинга Вконтакте, так и по выставленным целям внутри Яндекс.Метрики. (Естественно должны быть выставлены цели в аккаунте Яндекс.Метрики) с помощью конструктора отчетов.



22. Вторую кампанию можно старгетировать на другой регион или другую страну (другой возраст и т.д.), или на крупного конкурента (большую группу)

23. Коды ретаргетинга, которые мы внесли на сайт можно использовать для ретаргетинга (например, показывать объявления тем, кто посетил нашу страницу с предложением товара, но при этом не купил товар (не посетил страницу спасибо за оплату))

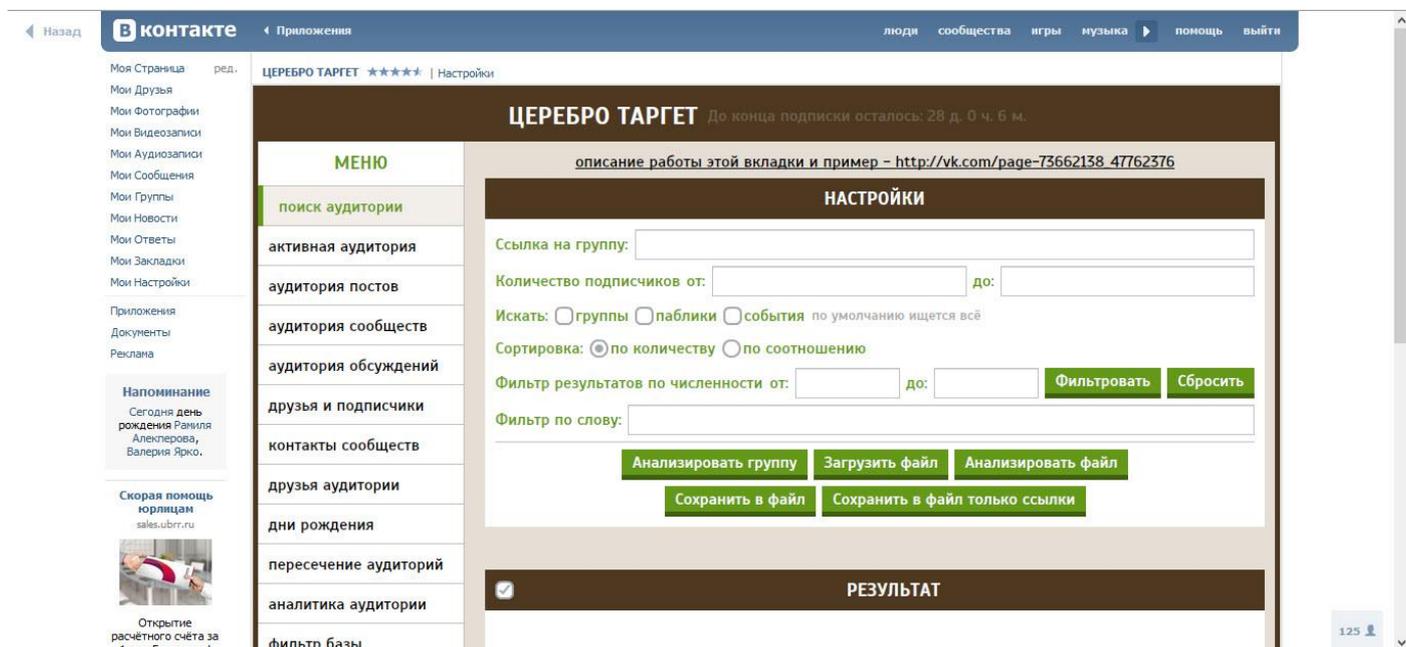


Эффективная настройка рекламы в таргетинге Вконтакте

Также можно использовать свои списки ретаргетинга. Например, список ваших подписчиков.

Или можно поступить, как я, для создания собственных списков ретаргетинга использовать платное приложение для контакта [«Церебро таргет»](#). Внутри группы есть инструкция по оплате, кейсы по сбору списков.

Интерфейс приложения выглядит вот так.



24. Даже если ваши объявления очень хорошо работают, со временем та аудитория, по которой вы таргетировались перестает по ним кликать, поэтому вы объявления остановите. Дайте ей отдохнуть несколько недель и снова запускайте кампанию.

Для дополнительного бонуса в 20% вы можете [зарегистрироваться в CPA сети](#) и через их агентский кабинет создать себе аккаунт рекламодателя. В результате пополнения этого кабинета CPA сеть будет начислять вам дополнительно 20%.

И еще приятный бонус, модерация более лояльна к таким аккаунтам, например, вы можете пройти модерацию с редиректом, что запрещено в обычном рекламном кабинете.

