

ОСНОВЫ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

— Виды целей таргетированной рекламы

-
- 1 **Трафиковая** — основная цель – привести пользователей на сайт.
 - 2 **Имиджевая** — Основная цель – охватить максимальное количество пользователей, проинформировать аудиторию или создать рынок.
 - 3 **Конверсионная** — Основная цель – продажи или совершение иных целевых действий.

— Ценообразование

АЛГОРИТМ АУКЦИОНА

Чем выше спрос у рекламодателей на конкретную аудиторию, тем больше придется ставить ставку


$$P = CTR * CPC * 1/T$$

Ставка = кликабельность объявления * ставку * 1/единицу времени

— Виды оплат таргетированной рекламы

-
- 1 Оплата за переход/клик по рекламному объявлению - CPC (cost per Click)
 - 2 Оплата за 1000 показов вашего рекламного объявления пользователям - CPM (cost per mille)
 - 3 Оплата только за совершенные действия (покупка на сайте/регистрация/звонок и т.д.) - CPA (cost per action)
 - 4 Оплата только за совершенную установку мобильного приложения (покупка на сайте/регистрация/звонок и т.д.) - CPI (cost per install)

— Управление ставками во
ВКонтакте, Facebook,
MyTarget

УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ОТЛИЧАЕТСЯ

● MyTarget

- Для успешного вхождения в аукцион рекомендуется зависить ставку от рекомендованной на 10-25%
- После выявления успешных гипотез и креативов ставку можно снизить исходя из показателей CPC и CVR

● ВКонтакте

- Рекомендованная ставка ВКонтакте завышена,
- Если потенциальная аудитория составляет от 1000 до 150 000 – ставка должна быть 60-90% от нижней рекомендованной
- Если потенциальная аудитория составляет от 150000 и выше – ставка должна быть 20-60% от нижней рекомендованной

● Facebook

- Если потенциальная аудитория выше 200 000 пользователей можно использовать автоматическую ставку.
- Автоматическая ставка подразумевает под собой оплаты за показы
- Ручное назначение ставок позволит избежать перерасхода, но может повпечь

— Роли в сообществах при создании рекламных объявлений во ВКонтакте, Facebook, MyTarget

БЕЗ СООБЩЕСТВ НЕВОЗМОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВСЕ ФУНКЦИОНАЛ

● MyTarget

- В только в посте сообщества возможен автозапуск видео
- В продвижении записей сообщества возможно дополнительно получить реферальный трафик в группу, который затем может дать заказы или иные целевые действия.

● ВКонтакте

- Без сообщества формат промопостов будет недоступен.
- В продвижении записей сообщества возможно дополнительно получить реферальный трафик в группу, который затем может дать заказы или иные целевые действия.

● Facebook

- Без сообщества будет доступен только 1 формат – правая колонка.
- В продвижении записей сообщества возможно дополнительно получить реферальный трафик в группу, который затем может дать заказы или иные целевые действия.

— Как создавать рекламные объявления во ВКонтакте, Facebook, MyTarget

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Для возможности
создать рекламную
кампанию необходимо
иметь аккаунт ВКонтакте

ВКонтакте

Поиск

регистрация

Телефон или e-mail

Пароль

Войти

Регистрация

Забыли пароль?

ВКонтакте для мобильных устройств

Чтобы всегда оставаться ВКонтакте с друзьями и близкими, теперь не обязательно находиться за компьютером. Установите официальное мобильное приложение ВКонтакте и оставайтесь в курсе новостей Ваших друзей, где бы Вы ни находились.

Установить приложение на телефон

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Нажимаем на вкладку реклама. Изначально она в конце любой страницы ВК. Если не получается найти вкладку переходим по ссылке:
https://vk.com/ads?act=office&union_id=

The image shows a screenshot of a VK profile page for Alexander Ivanov. The left sidebar contains navigation options: 'Моя Страница', 'Новости', 'Сообщения' (5), 'Друзья', 'Группы', 'Фотографии', 'Музыка', 'Видео', 'Игры', 'Товары', 'Документы', and 'Реклама' (highlighted with a red box). The main content area displays the profile name 'Александр Иванов' with 'Online' status and a 'изменить статус' button. Personal details include: 'День рождения: 31 января 1986 г.', 'Город: Москва', 'Семейное положение: женат на Елизавете Дворяшиной', and 'Образование: МИИТ '08'. A button 'Показать подробную информацию' is visible. Statistics are shown as: 276 друзей, 60 подписчиков, 131 фотография, 11 отметок, and 9 видеозаписей. Below are sections for 'Подарки 11' (with gift icons) and 'Друзья 276 обновления' (with friend avatars). The 'Мои фотографии 131' section is also visible with a 'показать на карте' link and a grid of photos.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Выбираем
рекламируемый объект
исходя из стратегии и
целей рекламной
кампании.

The screenshot shows the VK advertising interface. At the top, there is a search bar with the text 'Поиск' and a user profile 'Александр'. The main navigation menu on the left includes 'Таргетинг', 'Реклама в сообществах', 'Рекламные акции', 'Кабинет агентства #2', 'Центр клиентов', 'Экспорт статистики', 'Настройки', 'Рекламные кампании', 'Дольщики - Челябинск', 'Ретаргетинг', 'Справка', 'Правила', and 'Помощь'. The main content area displays the path 'Центр клиентов > Дольщики (#19672) > Новое объявление'. Below this, a section titled 'Что Вы будете рекламировать?' offers four options: 'Сообщество' (Groups, public pages, and events), 'Запись в сообществе' (Posts in groups, public pages, and events), 'Приложение ВКонтакте' (iFrame and Flash applications), and 'Внешний сайт' (Any link to your website). A user count of '21' is visible in the bottom right corner.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Промопост может быть «скрытый», т.е. Он не будет отображен в ленте сообщества. Видеть его будут только те пользователи, которые подходят под выбранные таргетинги

Центр клиентов > Дольщики (#19672) > Новое объявление

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
- Внешний сайт
Любая ссылка на Ваш сайт

Нажав сюда создастся «скрытый» пост

Если хотите продвигать существующую запись, которая уже размещена в сообществе, необходимо указать ссылку на пост вот сюда

Настройка записи

Создать запись или выбрать существующую

Введите ссылку на рекламируемый объект

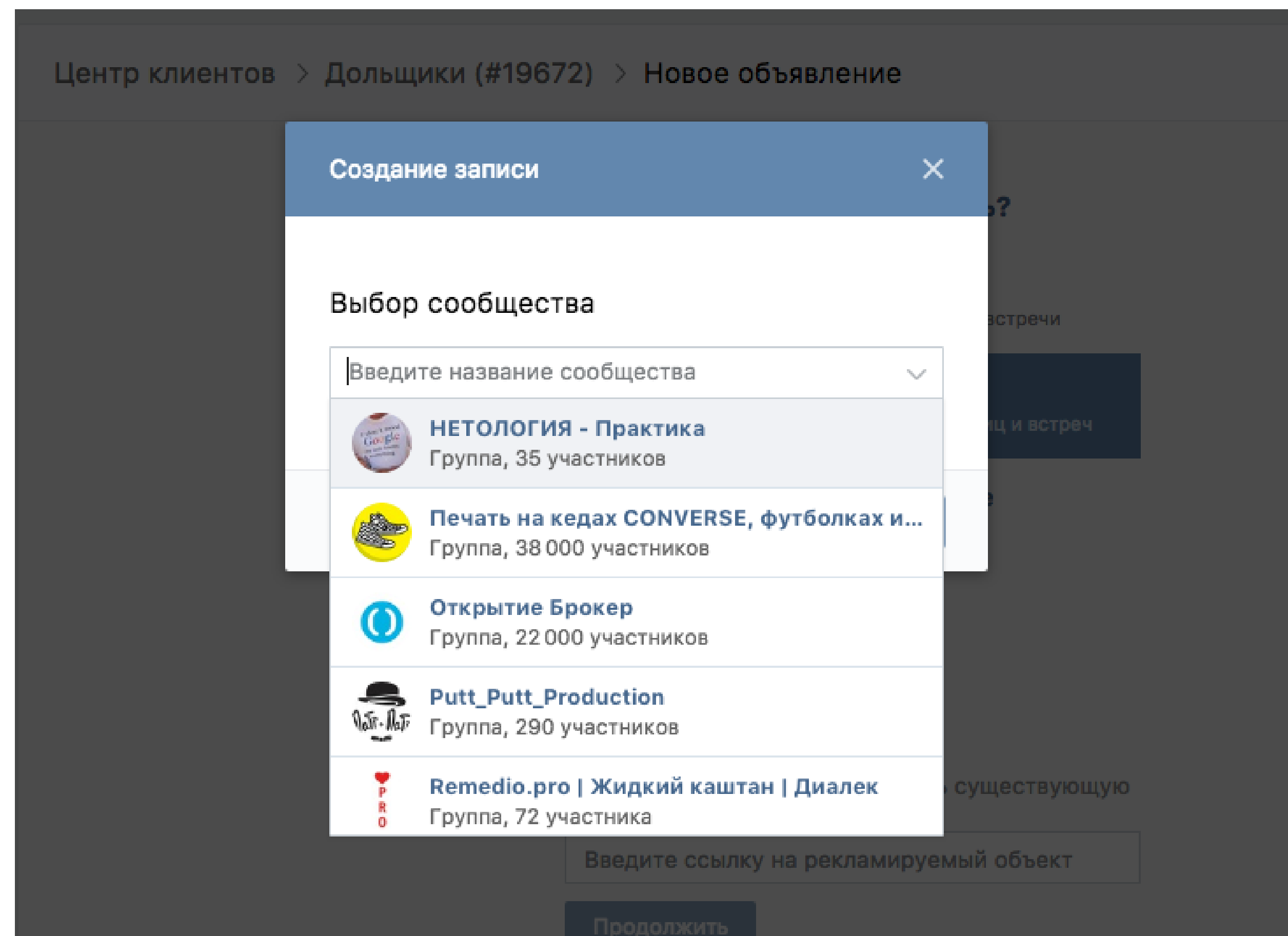
Продолжить

18

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Чтобы размещать рекламу от имени сообщества нужно быть редактором или администратором этого сообщества.

Подробнее:
<https://goo.gl/TbPPNW>




СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

В «скрытый» пост можно
добавить кнопку с
призывом к действию

Цен

Создание записи



НЕТОЛОГИЯ - Практика
Рекламная запись

ТЕСТОВЫЙ ПОСТ ДЛЯ НЕТОЛОГИИ! 😊

Кнопка

📷 📅 📄 Ещё ▾ подпись

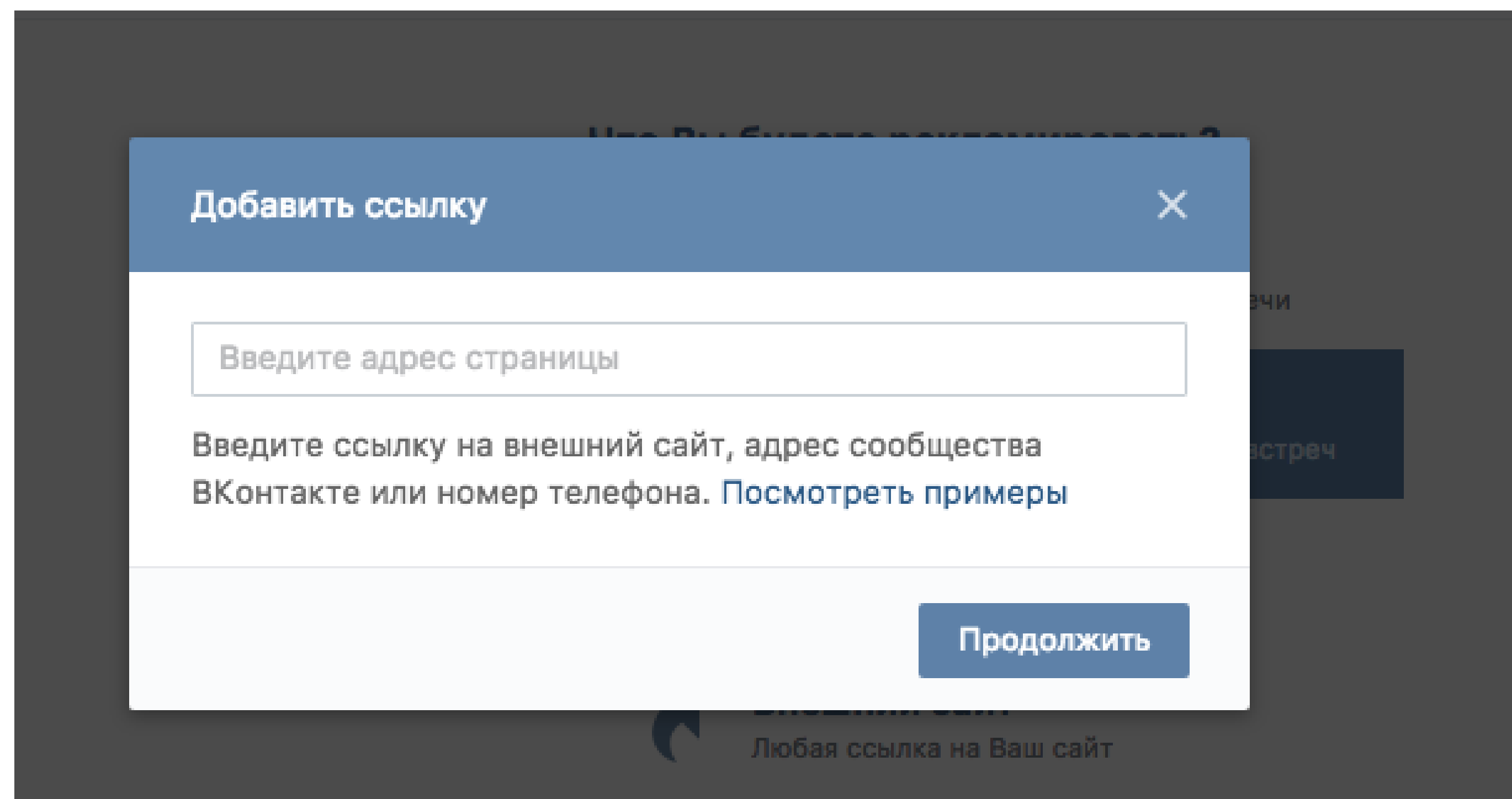
Запись будет отображаться только в рекламном объявлении и не будет видна на стене сообщества или в новостной ленте подписчиков. Также запись станет доступна по прямой ссылке начиная с первого показа объявления.

Отмена **Создать**

Создать запись или выбрать существующую

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

Введя номер телефона можно изменить формат промпоста, тогда при нажатии на рекламное объявление пользователи будут звонить на указанный номер.



СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

После создания поста необходимо выбрать тематику и необходимые таргетинги, которым должна соответствовать целевая аудитория.

Параметры рекламируемого объекта

Тематика объявления: Выберите тематику

Подраздел: Сначала выберите тематику

Указать дополнительную тематику

Ссылка на счётчик показов: <https://yourcounter.com/>

Возрастная маркировка: Не указывать

Настройка целевой аудитории

География

Страна, город, местоположение

География: Города и регионы Выбрать на карте

Страна: Россия

Города и регионы: Введите название города или региона

За исключением: Введите название города или региона

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

Интересы, сообщества, приложения

Категории интересов: Выберите категорию интересов

Сообщества: Введите название сообщества

За исключением: Введите название сообщества

Приложения и сайты: Введите название приложения или сайта

За исключением: Введите название приложения или сайта

Целевая аудитория
148 368 000 человек

Рекомендуемая цена
184.56 – 204.48 рубля

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ВКОНТАКТЕ

После выбора
необходимых
таргетингов, рекламное
объявление
отправляется на
модерацию, после ее
прохождения в
рекламном кабинете
начинается показывать
статистика по
кампаниям.

Рекламные объявления

[Подробная статистика](#) / [К статистике по дням](#)

Период статистики: За всё время ▾

Показаны: Все активные объявления ▾

В кампании 7 активных объявлений

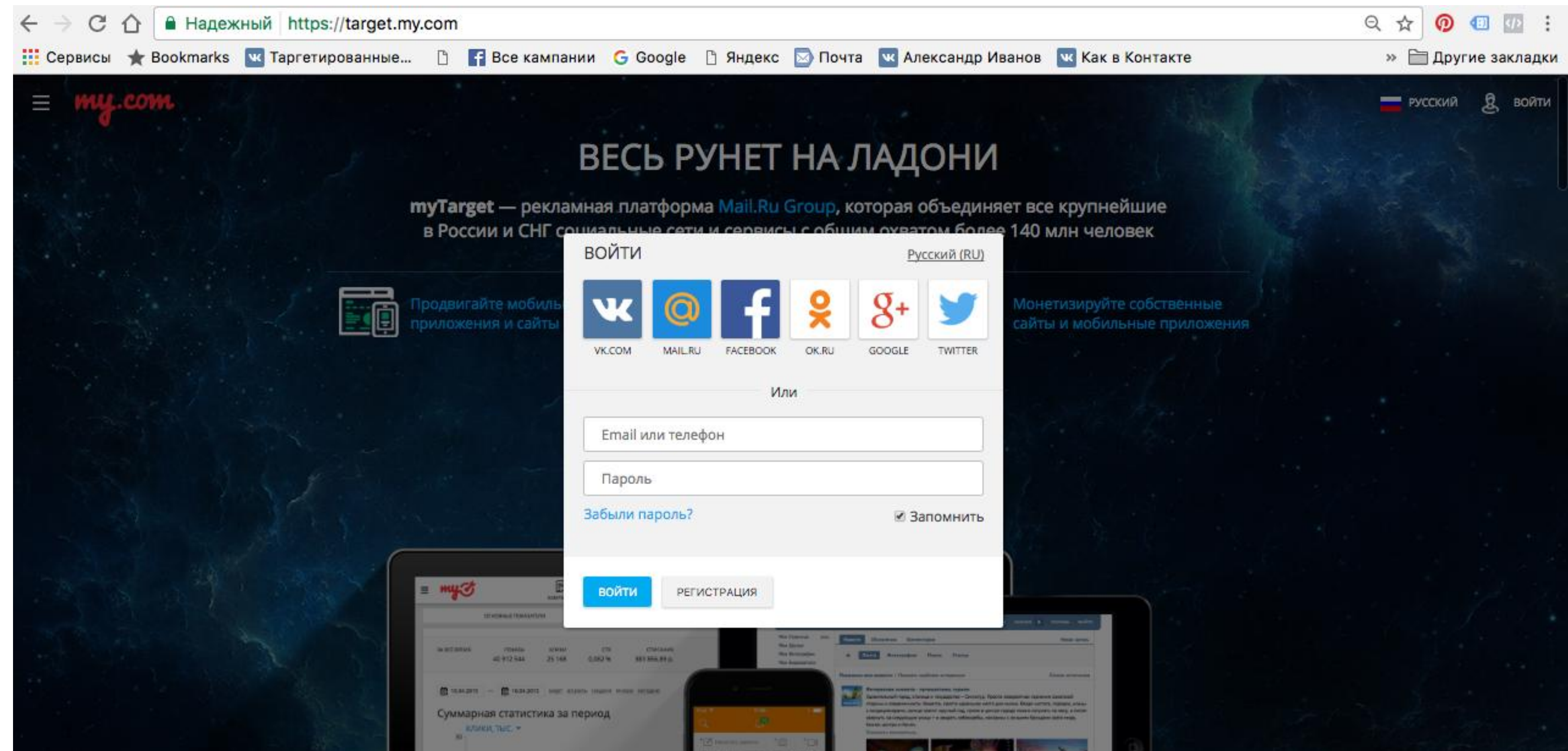
Выделить: все, запущенные, остановленные

[Поиск объявлений](#)

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	CPM (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Хотите новый наряд? Нажмите Купить!	■	101.20 руб.	Не задан	76.91 руб.	1.053 %	8	760
<input type="checkbox"/>	Вступить, чтобы не потерять	■	101.20 руб.	Не задан	79.94 руб.	1.138 %	9	791
<input type="checkbox"/>	Вступить, чтобы подписаться	■	101.20 руб.	Не задан	72.56 руб.	1.469 %	11	749
<input type="checkbox"/>	Написать, чтобы сделать заказ	■	101.20 руб.	Не задан	77.01 руб.	1.181 %	9	762
<input type="checkbox"/>	Женственная одежда Анастасия Архипова	■	101.20 руб.	Не задан	174.37 руб.	1.195 %	19	1 590
<input type="checkbox"/>	Женственная одежда Анастасия Архипова	■	101.20 руб.	Не задан	84.12 руб.	2.422 %	17	702
<input type="checkbox"/>	Женственная одежда Анастасия Архипова	■	101.20 руб.	Не задан	90.36 руб.	0.531 %	4	754
Всего					655.27 руб.	1.261 %	77	6 108

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

Для возможности
создать рекламную
кампанию необходимо
иметь аккаунт
MYTARGET



СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

После регистрации необходимо выбрать тип рекламируемого объекта.
Тип выбирается исходя из цели кампаний.

The screenshot shows the MYTARGET web interface. At the top left is the MYTARGET logo. A navigation bar contains icons for: КАМПАНИИ, БАННЕРЫ, АУДИТОРИИ, БАЛАНС, СТАТИСТИКА, НОВОСТИ, ПРОФИЛЬ, and ПОМОЩЬ. In the top right corner, there is a user profile icon and text: "КОРАБЛИК - МТ (#15486) На счету: 0.11 Р".

The main content area is titled "КАМПАНИИ" and "СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ". Below this, the heading "Что рекламируем?" is followed by a list of advertising targets:

- Сайт
- Игра
- Пост в социальных сетях
- Группа
- Мобильное приложение
- Магазин
- Автосалон

Below the list is the section "Импорт кампании" with two options:

- Скопировать объявления и настройки из другой кампании
- Импортировать объявления из файла

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

У различных типов
размещения разные
форматы

Сайт

<https://www.yandex.ru/>

Рекламные продукты

- Мультиформатное размещение
- Тизер 90x75 в социальных сетях и сервисах
- Мобильная реклама
- Карусель
- Прероллы в видео
- Баннер 1000x120 в видео
- Out-stream видеосеть NativeRoll Premium
- Баннер 240x400 в социальных сетях и сервисах
- Полноэкранное видео

Что рекламируем?

Мобильное приложение

<https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.sberbankmobile&referrer=mat>

Рекламные продукты

- Мобильная реклама
- Мобильная реклама (CPI, сеть)
- Полноэкранное видео (CPI)
- Прероллы в видео (CPI)
- Мобильная карусель
- Ремаркетинг в приложение
- Прероллы в видео
- Полноэкранное видео

Что рекламируем?

Группа

<https://www.ok.ru/group/54640373071872>

Рекламные продукты

- Тизер 90x75 в социальных сетях и сервисах
- Широкоформатный блок 1080x607 в мобильной ленте событий
- Широкоформатный блок 1080x607 в ленте событий

Пост в социальных сетях

<https://www.ok.ru/group/54640373071872/topic/75728090701824>

Рекламные продукты

- Кроссплатформенные видео посты
- Видео в Заметках с автозапуском

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

При выборе модели
оплаты за показы (CPM),
таргетинги более
широкие.

Цена и охват аудитории

За что платим: **показы**

Места размещения: **все**

- Нативные форматы соцсетей
- 240x400
- Тизеры

Частота показа: **не ограничена**

Ограничение бюджета: **бюджет не ограничен**

Аукционная стратегия: **максимальное число показов**

47.64

Р за 1000 показов

ОХВАТ АУДИТОРИИ, %

91

НЕОХВАЧЕННАЯ АУДИТОРИЯ, ЧЕЛ.

4 625 000

Название кампании

Новая кампания 2017-05-26 13:24

СОЗДАТЬ КАМПАНИЮ

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

Возможности таргетингов более широкие нежели в Вконтакте и представляют более широкие возможности выбора целевой аудитории.

Пол: мужчины и женщины ?	▼
Возраст: любой ?	▼
Возрастное ограничение: не установлено ?	▼
День рождения: не учитывать ?	▼
Аудитории: не учитывать ?	▼
Интересы: не учитывать ?	▼
Телезрители: не учитывать ?	▼
Образование: не учитывать ?	▼
Занятость: не учитывать ?	▼
Семейный статус: не учитывать ?	▼
Личный доход: не учитывать ?	▼
География: учитывать	▲

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В MYTARGET

После создания
кампании и прохождения
модерации будет
доступна статистика по
кампаниям.

Одежда родители дошкольников / 25-35_4

СПИСАНО 494,7 ИЗ 500 Р

6989313, [Ж. от 25 до 35 лет, Россия](#)

СТАВКА (CPC), Р	ОХВАТ АУДИТОРИИ	СТАТУС	ТРАНСЛЯЦИЯ	ВСЕГО ▾	ПОКАЗЫ	КЛИКИ	CTR, %	СПИСАНИЯ, Р
9,00	91 %	<input type="checkbox"/>	Удалена		30 427	55	0,181	494,7



Кампания удалена.

На лицевом счёте нет средств. Для продолжения работы пополните счет.

В кампании нет активных объявлений.

Кампания достигла ограничения на общий бюджет (500 Р), и была приостановлена 2016-11-03 08:27:59. Поменять настройки кампании вы можете [на странице редактирования](#).

АКТИВНЫЕ 0

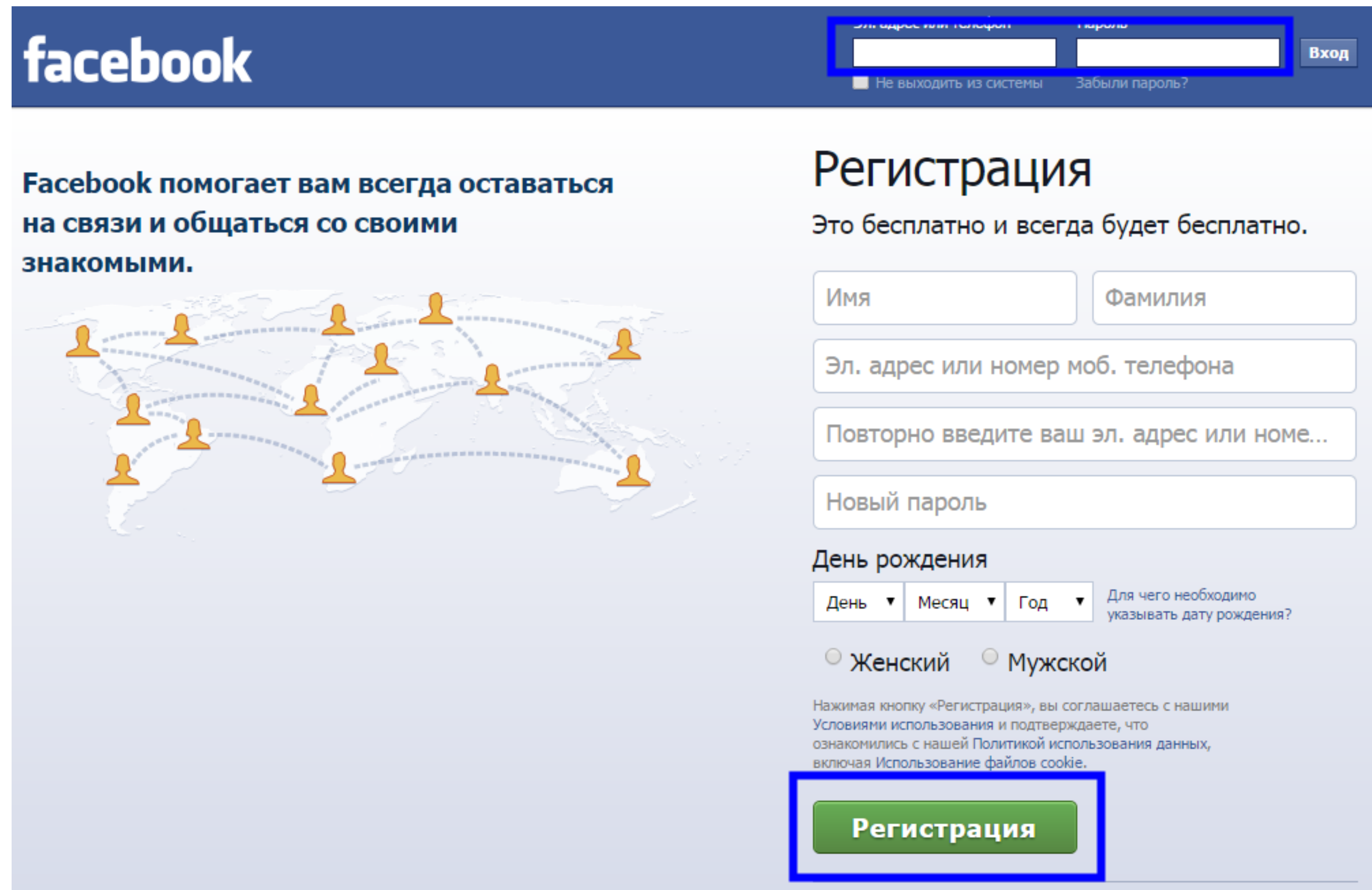
НЕ РАБОТАЮЩИЕ 0

ОСТАНОВЛЕННЫЕ 0

УДАЛЕННЫЕ 2

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Для возможности
создать рекламную
кампанию необходимо
иметь аккаунт
FACEBOOK.
Для показа рекламы в
Instagram, желательно
иметь аккаунт Instagram,
но не обязательно.



facebook

Эл. адрес или номер телефона | Пароль

Вход

Не выходить из системы [Забыли пароль?](#)

Регистрация

Это бесплатно и всегда будет бесплатно.

Имя Фамилия

Эл. адрес или номер моб. телефона

Повторно введите ваш эл. адрес или номе...

Новый пароль

День рождения

День Месяц Год Для чего необходимо указывать дату рождения?

Женский Мужской

Нажимая кнопку «Регистрация», вы соглашаетесь с нашими Условиями использования и подтверждаете, что ознакомились с нашей Политикой использования данных, включая Использование файлов cookie.

Регистрация

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Для возможности использовать все форматы рекламы, необходимо иметь страницу сообщества, от имени которой будет показываться реклама.

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar includes the Facebook logo, 'Ads Manager', a search bar, and user information. The main content area is divided into several sections:

- Кампания:** Includes a 'Цель' (Objective) dropdown with a checkmark.
- Группа объявлений:** A tree view with options: 'Трафик', 'Предложение', 'Страница' (highlighted), 'Аудитория', 'Виды плейсмента', and 'Бюджет и график'.
- Реклама:** A tree view with options: 'Страницы', 'Формат', 'Полноэкранный режим', 'Медиа', and 'Ссылки'.

The central workspace shows the 'Предложение' (Offer) section with a toggle for 'откл.' (off). Below it is the 'Страница' (Page) section, where a dropdown menu 'Выбор Страницы Facebook' is open. The dropdown lists several pages under 'личные (6)':

- ФК Zenit
- De Bode. Бутик белья и аксессуаров
- IDC/Games
- Remedio.pro
- Sebbin-lab
- Tehnikum_Test

At the bottom of the dropdown is a location pin icon and 'США'. To the right of the main workspace, there are two informational cards:

- Размер аудитории:** A gauge chart showing 'Узкая' (narrow) and 'Широкая' (broad) audience. Text indicates 'Выбрана достаточно широкая аудитория.' and 'Потенциальный охват (пользователи): 03 000 000'.
- Приблизительные результаты за день:** A card stating 'Прогноз результатов временно недоступен'.

A tooltip 'Создать новую Страницу Facebook' is visible near the dropdown menu. The bottom right corner contains a 'Сообщить о проблеме' (Report a problem) link.










СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM


В Facebook есть разные типы продвижения, которые разделы на 3 составляющие:

- 1- Повышение узнаваемости
- 2- Получение лидов (целевых действий)
- 3 – Оптимизация конверсий

Кампания: выберите цель. [Помощь: выбор цели](#) | [Использовать существующую кампанию](#)

Какова цель вашего продвижения?

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
 Узнаваемость бренда	 Трафик	 Конверсии
 Охват	 Вовлеченность	 Продажи по каталогу продуктов
	 Установки приложения	 Посещения точек
	 Просмотры видео	
	<input checked="" type="checkbox"/> Генерация лидов	



СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

После выбора типа рекламы необходимо указать таргетинги, которым должна соответствовать целевая аудитория. Если ввести название аудитории, то появится подсказка.

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, there are navigation tabs: 'Кампания' (Campaign), 'Группа объявлений' (Ad Set), and 'Реклама' (Ad). The 'Группа объявлений' tab is active, showing options like 'Трафик', 'Предложение', 'Аудитория', 'Виды плеיסмента', and 'Бюджет и график'. The 'Аудитория' option is selected. The main area shows the targeting settings for a campaign named 'Деликатный переезд - Евген...'. The audience is set to 'US - 18+'. The age range is '18 - 65+', gender is 'Все' (All), and language is 'Укажите язык...'. The 'Детальный таргетинг' (Detailed targeting) section is expanded, showing a dropdown menu for 'Хирург'. The dropdown menu lists various interests related to 'Хирург' (Surgeon), such as 'Хирург', 'Хирургия', 'Ветеринарная оперативная хирургия', and 'Военно-полевая хирургия'. The 'Интересы' (Interests) section is also visible, showing 'Хирург' and 'Хирургия'. On the right, there are two summary cards: 'Размер аудитории' (Audience Size) and 'Приблизительные результаты за день' (Approximate results for the day). The 'Размер аудитории' card shows a gauge chart and indicates that a broad audience has been selected, with a potential reach of 224,000,000 users. The 'Приблизительные результаты за день' card shows an estimated reach of 5,261,650 people and provides a description of the audience: 'Пользователи, которые выразили интерес, или которым понравились Страницы, связанные с Хирург' (Users who expressed interest, or who liked Pages related to Surgeon). A 'Пожаловаться' (Report) button is visible below the description.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Для каждого формата
есть возможность
выбора плейсментов
(мест показа рекламы)

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for a campaign named "Деликатный переезд - Евгений...". The main focus is on the "Виды плейсмента" (Placement types) section, which is highlighted with a red box. Below this, the "Платформы" (Platforms) section is also highlighted with a red box, showing a list of placement options for Facebook and Instagram. The "Facebook" section includes "Ленты" (Feeds), "Моментальные статьи" (Instant Articles), "Вставки в видео" (Video Inserts), and "Правый столбец" (Right Column). The "Instagram" section includes "Лента" (Feed) and "Истории" (Stories). The "Audience Network" section includes "Рекламные сообщения" (Ad Messages). The "Все устройства" (All devices) option is selected under "Типы устройств".

Виды плейсмента
Показывайте свою рекламу нужным людям в нужных местах.

- Автоматические плейсмента (рекомендуется)
Ваша реклама будет автоматически демонстрироваться вашей аудитории там, где она может быть максимально эффективной. При выборе этой цели в качестве плейсмента может быть выбрано: Facebook, Instagram и Audience Network. [Подробнее](#)
- Редактировать плейсмента
Если вы удалите какой-то плейсмент, это может сократить охват и понизить вероятность достижения вашего желаемого результата. [Подробнее](#)

Платформы

Платформа	Плейсмент	Выбор
Facebook	Ленты	<input checked="" type="checkbox"/>
	Моментальные статьи	<input checked="" type="checkbox"/>
	Вставки в видео	Не разрешается
	Правый столбец	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	Лента	<input checked="" type="checkbox"/>
	Истории	<input type="checkbox"/>
Audience Network	Рекламные сообщения	<input checked="" type="checkbox"/>

Размер аудитории
Выбрана достаточно широкая аудитория.
Потенциальный охват (пользователи): 224 000 000

Приблизительные результаты за день
Охват: 2 100 – 13 000 (из 160 000 000)
Клики по ссылке: 38 – 240 (из 5 000 000)

Точность прогнозов зависит от таких факторов, как данные прошедших кампаний, введенный бюджет и рыночные данные. Показанные цифры позволяют получить примерное представление о результативности, достигаемой за счет вашего бюджета, однако они являются лишь приблизительными и не гарантируют результатов.

Были ли эти прогнозы полезны?

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Для каждого формата
есть возможность
выбора плейсментов
(мест показа рекламы)

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar includes the Facebook logo, 'Ads Manager', a search bar, and user information. The main content area is titled 'Деликатный переезд - Евгений...' and shows the 'Виды плейсмента' (Placement types) section. A red box highlights the 'Редактировать плейсмента' (Edit placements) option. Below this, a table lists placement types for Facebook and Instagram, with checkboxes for selection. A second red box highlights the checkboxes for 'Ленты' (Feeds) and 'Правый столбец' (Right column) under Facebook, and 'Лента' (Feed) under Instagram. The right sidebar shows 'Размер аудитории' (Audience size) with a gauge and 'Приблизительные результаты за день' (Approximate results for the day) with metrics for reach and clicks.

Facebook Ads Manager interface showing the 'Виды плейсмента' (Placement types) section. The interface includes a search bar, navigation menu, and a sidebar with options like 'Кампания', 'Группа объявлений', and 'Реклама'. The main content area displays the 'Виды плейсмента' section, which is highlighted with a red box. Below this, there is a table of placement types for Facebook and Instagram, with checkboxes for selection. A second red box highlights the checkboxes for 'Ленты' (Feeds) and 'Правый столбец' (Right column) under Facebook, and 'Лента' (Feed) under Instagram. The right sidebar shows 'Размер аудитории' (Audience size) and 'Приблизительные результаты за день' (Approximate results for the day).

Платформы	Типы устройств	Выбор
Facebook	Ленты	<input checked="" type="checkbox"/>
	Моментальные статьи	<input checked="" type="checkbox"/>
	Вставки в видео	Не разрешается
	Правый столбец	<input checked="" type="checkbox"/>
	Instagram	
Instagram	Лента	<input checked="" type="checkbox"/>
	Истории	<input type="checkbox"/>
	Audience Network	<input checked="" type="checkbox"/>
	Рекламные сообщения	<input type="checkbox"/>

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

После выбора типа кампании, плэйсментов и настройки таргетингов будет предложено выбрать 1 из 6-ти форматов показа рекламы

Формат
Выберите формат для вашей рекламы.

Кольцевая галерея
Создайте объявление с 2 или более прокручиваемыми изображениями или видео

Одно изображение
Создайте несколько объявлений (не больше 6) с одним изображением в каждом без доплат

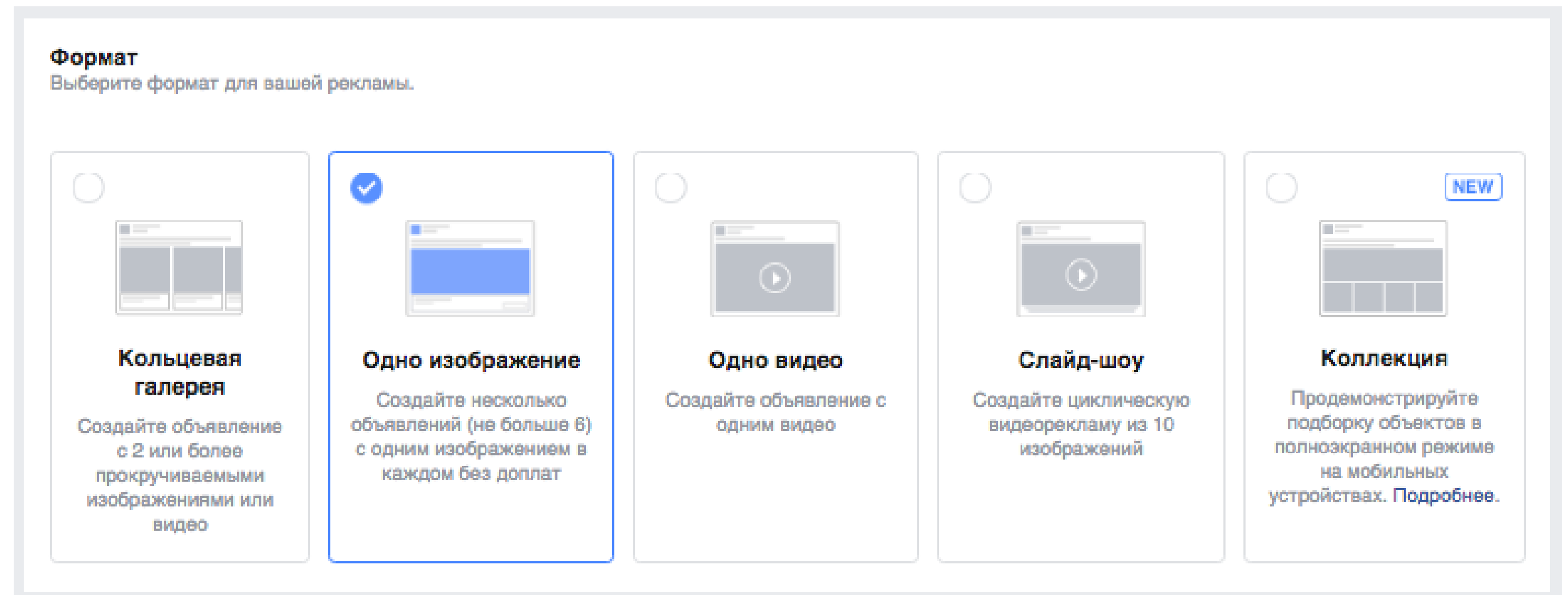
Одно видео
Создайте объявление с одним видео

Слайд-шоу
Создайте циклическую видеорекламу из 10 изображений

Коллекция NEW
Продемонстрируйте подборку объектов в полноэкранном режиме на мобильных устройствах. [Подробнее.](#)

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

После выбора типа кампании, плэйсментов и настройки таргетингов будет предложено выбрать 1 из 6-ти форматов показа рекламы



СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Описание рекламной сообщения можно редактировать. Также можно добавлять кнопку с призывом к действию

Ссылки

Введите текст для вашей рекламы. Подробнее.

Место назначения

URL сайта

https://yandex.ru

Messenger

Отправляйте текст, изображения, видео и ссылки со своей Страницы или с помощью бота в Messenger.

Настроить материалы в Messenger

Заголовок

ЗАГОЛОВОК СООБЩЕНИЯ

Текст

ТУТ УКАЗЫВАЕТСЯ ТЕКСТ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ

Призыв к действию (необязательно)

Подробнее

Скрыть расширенные параметры

Описание ссылки в Ленте новостей

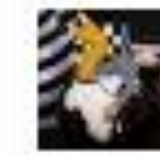
ОПИСАНИЕ МОЖНО РЕДАКТИРОВАТЬ!

Предпросмотр объявления

1 из 1 объявления

Лента новостей на ПК

1 из 9



Barcelona Design

Реклама · €

Нравится Страница

ТУТ УКАЗЫВАЕТСЯ ТЕКСТ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ



ЗАГОЛОВОК СООБЩЕНИЯ

ОПИСАНИЕ МОЖНО РЕДАКТИРОВАТЬ!

YANDEX.RU

Подробнее

Нравится

Комментарий

Поделиться


СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

Если аккаунт Instagram не подключен к вашей компании, то реклама будет показываться от имени страницы Facebook.

Страницы

Присоединить Страницу Facebook

В рекламе вашу компанию представляет ее Страница Facebook.

 Barcelona Design ▾ +

Аккаунт Instagram


Эта Страница Facebook будет представлять вашу компанию в рекламе для Instagram. Вы также можете добавить аккаунт Instagram. ⓘ

 Barcelona Design (Страница) ✓


Страницы

Присоединить Страницу Facebook

В рекламе вашу компанию представляет ее Страница Facebook.

 Barcelona Design ▾ +

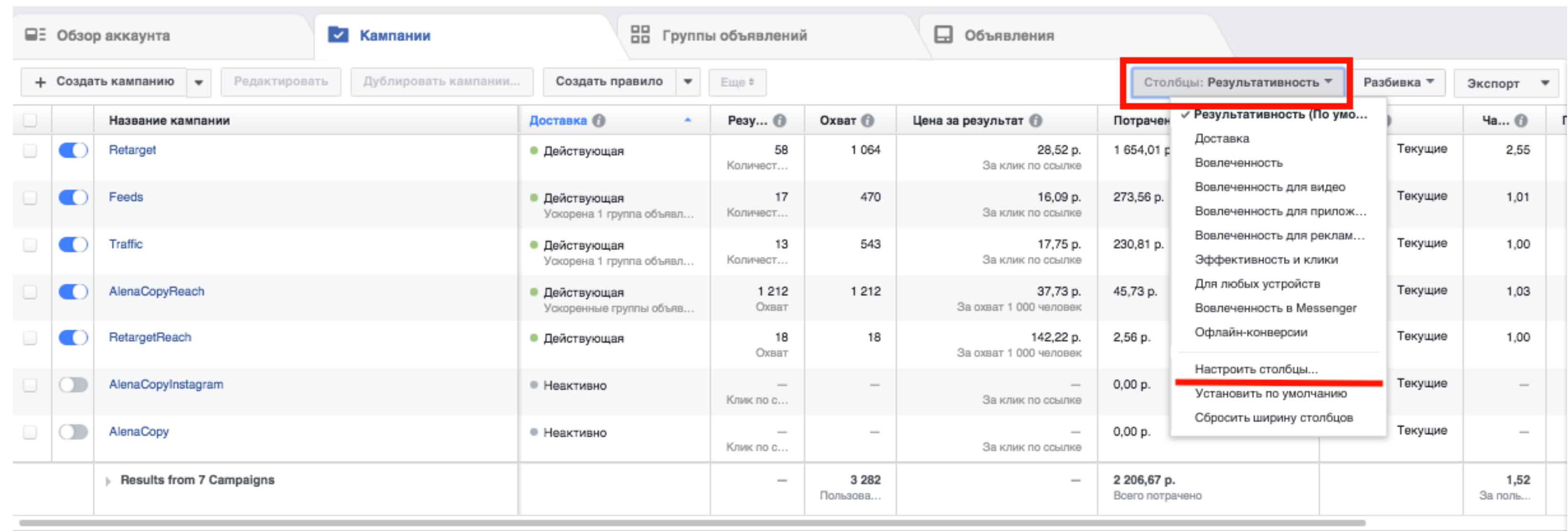
Аккаунт Instagram

 asterra.ru ⇄

Подключите свои аккаунты Instagram к Бизнес-менеджеру.

СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В FACEBOOK & INSTAGRAM

После прохождения модерации в рекламном кабинете будет видна статистика, причем настроить столбцы можно по своему вкусу.



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there are navigation tabs: "Обзор аккаунта", "Кампании" (selected), "Группы объявлений", and "Объявления". Below the tabs, there are buttons for "Создать кампанию", "Редактировать", "Дублировать кампанию...", "Создать правило", and "Еще". A red box highlights the "Столбцы: Результативность" dropdown menu, which is open, showing a list of metrics to be displayed in the table. The table itself has columns for "Название кампании", "Доставка", "Резу...", "Охват", "Цена за результат", "Потрачен", "Результативность (По умо...", and "Ча...". The table contains 7 rows of campaign data and a summary row for "Results from 7 Campaigns".

	Название кампании	Доставка	Резу...	Охват	Цена за результат	Потрачен	Результативность (По умо...	Ча...
<input type="checkbox"/>	Retarget	● Действующая	58 Количес...	1 064	28,52 р. За клик по ссылке	1 654,01 р.	Текущие	2,55
<input type="checkbox"/>	Feeds	● Действующая Ускорена 1 группа объявл...	17 Количес...	470	16,09 р. За клик по ссылке	273,56 р.	Текущие	1,01
<input type="checkbox"/>	Traffic	● Действующая Ускорена 1 группа объявл...	13 Количес...	543	17,75 р. За клик по ссылке	230,81 р.	Текущие	1,00
<input type="checkbox"/>	AlenaCopyReach	● Действующая Ускоренные группы объявл...	1 212 Охват	1 212	37,73 р. За охват 1 000 человек	45,73 р.	Текущие	1,03
<input type="checkbox"/>	RetargetReach	● Действующая	18 Охват	18	142,22 р. За охват 1 000 человек	2,56 р.	Текущие	1,00
<input type="checkbox"/>	AlenaCopyInstagram	● Неактивно	— Клик по с...	—	— За клик по ссылке	0,00 р.	Текущие	—
<input type="checkbox"/>	AlenaCopy	● Неактивно	— Клик по с...	—	— За клик по ссылке	0,00 р.	Текущие	—
▶ Results from 7 Campaigns			—	3 282 Пользова...	—	2 206,67 р. Всего потрачено		1,52 За поль...

— Способы пополнения рекламного бюджета

ПОПОЛНЕНИЯ БАЛАНСА В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ - РАЗЛИЧНО

● MyTarget

- Кредитные и дебетовые карты от Visa и Master Card (при платежах до 10 000 рублей)
- Платёжные системы — «QIWI Кошелёк», «Яндекс.Деньги» (до 14 999 рублей за раз)
- Оплата с помощью SMS от «МегаФон» и «МТС»
- Для юридических лиц: банковским переводом
- Минимальный платеж — 3000 рублей без НДС

● ВКонтакте

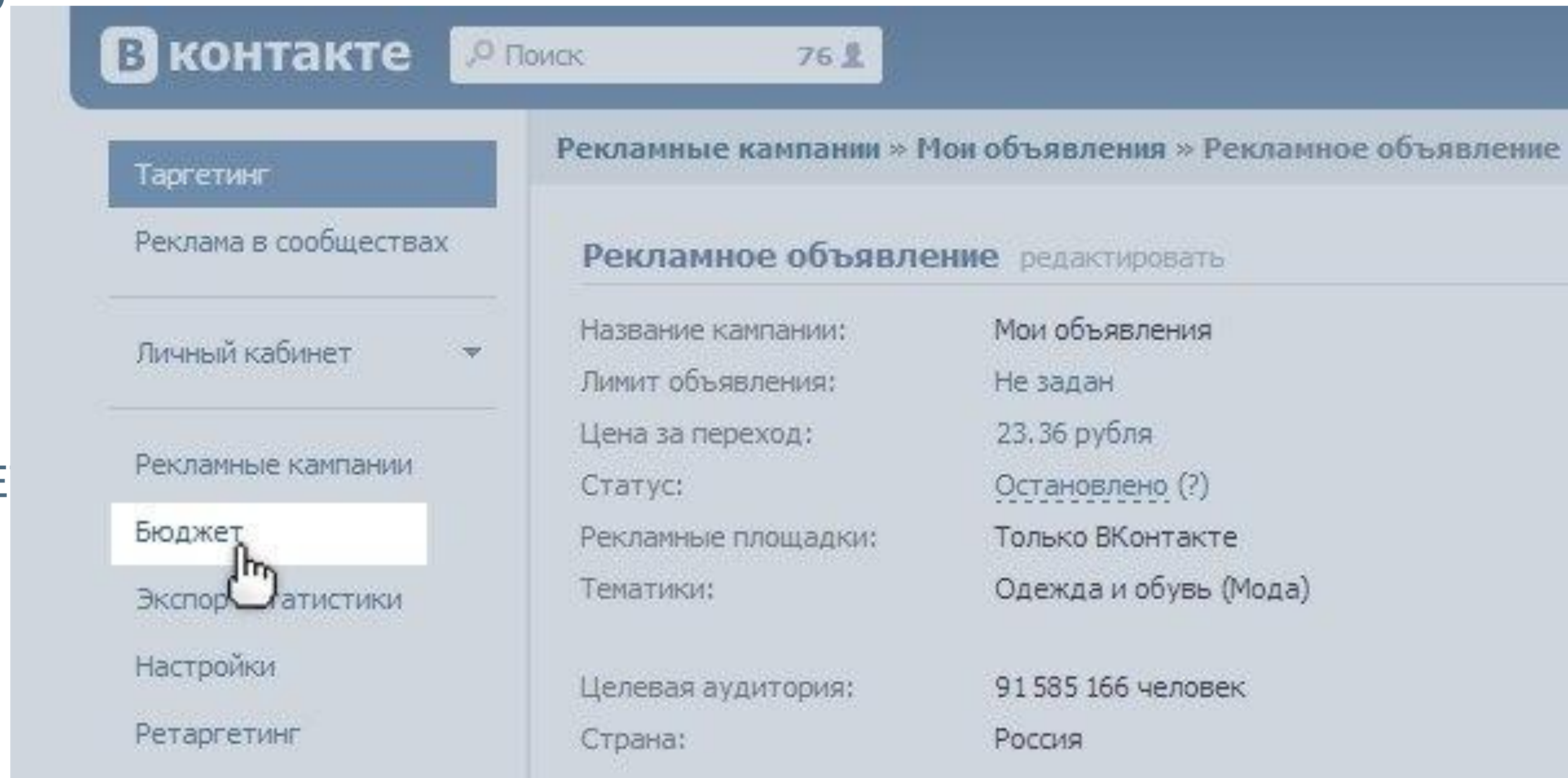
- Кредитные и дебетовые карты
- Платёжные системы
- Терминалы оплаты
- Для юридических лиц: банковским переводом
- Минимальный платеж 500 рублей с НДС.
- Изменить вариант оплаты невозможно

● Facebook

- Кредитные и дебетовые карты
- Платёжная система PayPal

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В ВКОНТАКТЕ

Пополнение
производится в
разделе - БЮДЖЕ



The screenshot shows the VKontakte advertising interface. At the top, there is a search bar with the text 'Поиск' and a user count '76'. Below the search bar, there is a navigation menu with several items: 'Таргетинг', 'Реклама в сообществах', 'Личный кабинет', 'Рекламные кампании', 'Бюджет', 'Экспорт статистики', 'Настройки', and 'Ретаргетинг'. The 'Бюджет' item is highlighted with a white background and a mouse cursor pointing to it. To the right of the navigation menu, there is a breadcrumb trail: 'Рекламные кампании > Мои объявления > Рекламное объявление'. Below the breadcrumb trail, there is a section titled 'Рекламное объявление' with a 'редактировать' link. This section contains a table of advertising details:

Название кампании:	Мои объявления
Лимит объявления:	Не задан
Цена за переход:	23.36 рубля
Статус:	Остановлено (?)
Рекламные площадки:	Только ВКонтакте
Тематики:	Одежда и обувь (Мода)
Целевая аудитория:	91 585 166 человек
Страна:	Россия

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В ВКОНТАКТЕ

Пополнение
производится в
разделе - БЮДЖЕ

The screenshot shows the 'ВКонтакте' advertising interface. The top navigation bar includes the logo, a search bar, and a user profile icon. The left sidebar contains menu items: 'Таргетинг', 'Реклама в сообществах', 'Рекламные кампании', 'Бюджет' (highlighted), 'Экспорт статистики', 'Настройки', and 'Ретаргетинг'. The main content area is titled 'Рекламные кампании > Бюджет' and features a section for 'Общая информация' with the following data:

Оставшийся бюджет:	0 рублей (пополнить)
Потрачено сегодня:	0 рублей
Потрачено вчера:	0 рублей

Below this is a section for 'Перечисления в бюджет' with a table structure:

Дата	Сумма
Вы ещё не пополняли р	

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В ВКОНТАКТЕ

Пополнить баланс можно несколькими способами, но изменить выбранный невозможно.

The screenshot shows the VKontakte advertising interface. At the top, there is a navigation bar with the VK logo, the word 'контакте', a search bar with 'Поиск' and '78' people, and links for 'люди', 'сообщества', 'игры', 'музыка', 'помощь', and 'выйти'. Below the navigation bar is a sidebar menu with options: 'Таргетинг', 'Реклама в сообществах', 'Рекламные кампании', 'Бюджет' (highlighted), 'Экспорт статистики', 'Настройки', 'Ретаргетинг', 'Мои объявления', 'Мои объявления -2', 'Справка', 'Правила', and 'Новости'. The main content area is titled 'Рекламные кампании » Бюджет » Пополнение баланса' and includes a 'Beta-версия' label. The main heading is 'Выберите тип оплаты'. Below it, there is a warning: 'Прежде чем зачислить средства на счёт, пожалуйста, выберите удобный для Вас тип оплаты. Обратите внимание, что изменить тип оплаты, используемый для Вашего рекламного кабинета, **невозможно**.' There are two radio button options: 'Я хочу зачислять средства через банковские карты, платёжные системы или терминалы. Удобно для малого бизнеса и физических лиц' and 'Я хочу зачислять средства через безналичный расчёт. Доступно только для юридических лиц'. There is also a checkbox option: 'Я принимаю Правила размещения рекламных объявлений'. A 'Продолжить' button is at the bottom. A footer note states: 'Если у Вас возникли любые проблемы с зачислением средств, обязательно обратитесь в Поддержку по вопросам платежей.'

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В MYTARGET

Пополнение
производится в разделе
- БАЛАНС

The screenshot shows the 'БАЛАНС' (Balance) section of the MyTarget account interface. The top navigation bar includes icons for 'КАМПАНИИ', 'БАННЕРЫ', 'АУДИТОРИИ', 'БАЛАНС', 'СТАТИСТИКА', 'НОВОСТИ', 'ПРОФИЛЬ', and 'ПОМОЩЬ'. The user's email 'IVANOV.HOT@BK.RU' and account balance 'На счету: 0,02 Р' are displayed in the top right. The main content area is titled 'ПОПОЛНЕНИЕ СЧЁТА' and shows the payer 'ПЛАТЕЛЬЩИК' as 'ivanov.hot@bk.ru'. A warning message states: 'Цены в интерфейсе указаны без НДС. Минимальная сумма платежа — 3000 Р'. Below this, there are two input fields: 'Сумма к оплате' with the value '3540' and 'Сумма, поступающая на ваш счет (НДС — 18%)' with the value '3000'. A blue button labeled 'ПОПОЛНИТЬ СЧЁТ' is positioned at the bottom of the form.

КАМПАНИИ БАННЕРЫ АУДИТОРИИ **БАЛАНС** СТАТИСТИКА НОВОСТИ ПРОФИЛЬ ПОМОЩЬ

IVANOV.HOT@BK.RU
На счету: 0,02 Р

ПОПОЛНЕНИЕ СЧЁТА ПОСТУПЛЕНИЯ И СПИСАНИЯ

ПЛАТЕЛЬЩИК
ivanov.hot@bk.ru

Цены в интерфейсе указаны без НДС.
Минимальная сумма платежа — 3000 Р

Сумма к оплате
3540

Сумма, поступающая на ваш счет (НДС — 18%)
3000

ПОПОЛНИТЬ СЧЁТ

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В MYTARGET

Пополнить баланс
можно несколькими
способами.
Минимальный платеж
3000 рублей без НДС.

The screenshot shows the MYTARGET website interface. At the top, there is a navigation bar with the MYTARGET logo and several icons. The user's email address, IVANOV.HOT@BK.RU, and account balance, На счету: 0,02 P, are visible in the top right corner.

The main content area displays the following information:

- ПЛАТЕЛЬЩИК:** ivanov.hot@bk.ru
- Цены в Минимал**
- Сумма к оплате:** 3540
- Сумма, поступающ**: 3000

The modal window titled "Пополнение рекламного счета" (Recharge advertising account) is open, showing the following options and form:

- Банковская карта:** 3540.00 рублей (highlighted in blue)
- Через телефон:** от 3656.82 рублей
- Электронные деньги:** от 3540.00 рублей

The "Enter the bank card details" form includes the following fields:

- CARD NUMBER:** Input field with Maestro and VISA МИР logos.
- EXPIRATION DATE:** Input field with MONTH / YEAR label.
- CVV / CVC:** Input field with a note: "Last 3 digits on a signature strip".

There is a checked checkbox for "remember this card" and a red button labeled "PAY 3540.00 RUB". A disclaimer states: "By clicking the «Pay» button, you accept the [terms of service](#)."

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В FACEBOOK

В Facebook действует система постоплаты. Добавление способов оплаты, контроль общего бюджета и лимита аккаунта осуществляется в рекламном кабинете - раздел - БИЛЛИНГ

The screenshot displays the Facebook Billing interface. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a hamburger menu, the word "Биллинг", a search bar, and user information for "Александр Иванов". A green button "Создать объявление" is visible in the top right corner.

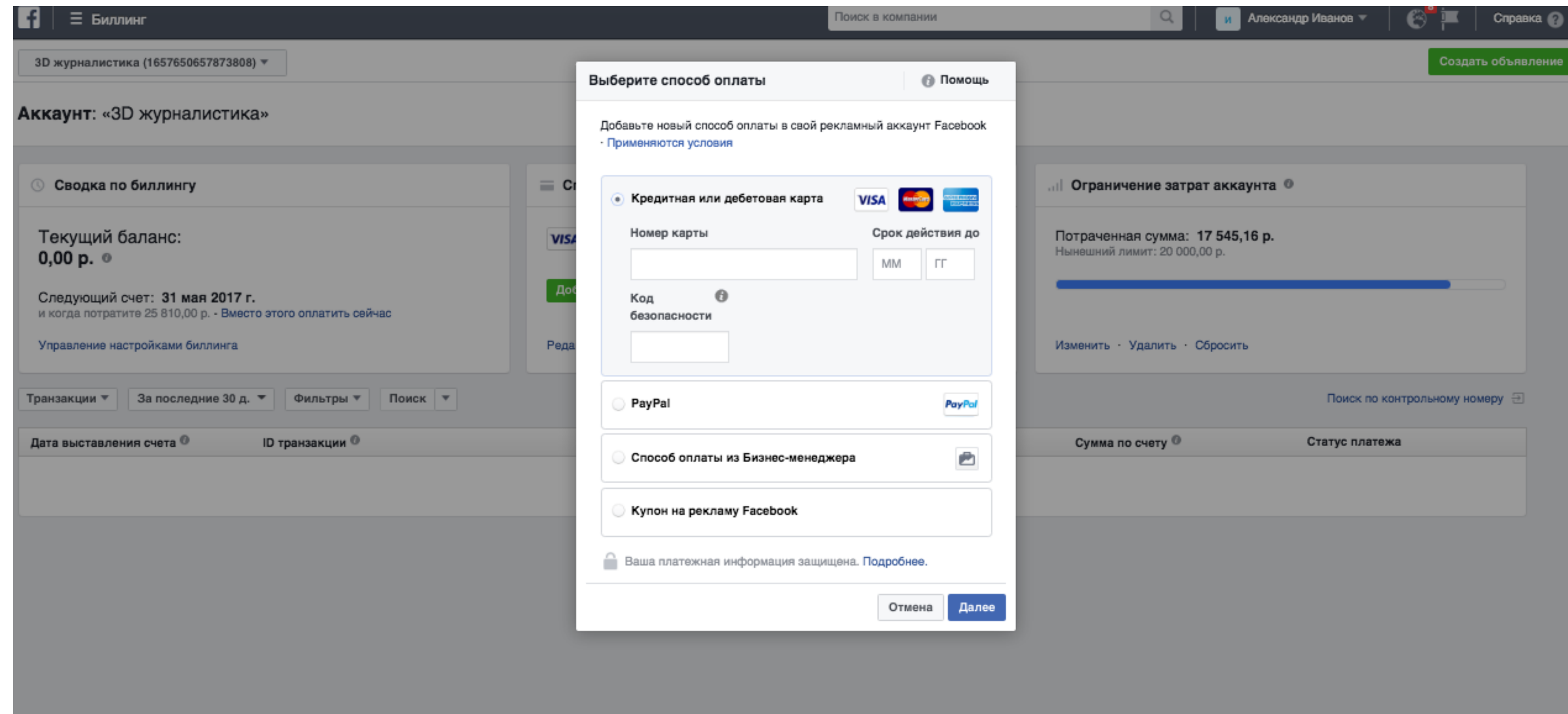
The main content area is divided into several sections:

- Часто используемое:** A dropdown menu is open, showing options like "Ads Manager", "Настройки компании", "Биллинг и способы оплаты" (highlighted), and "Пиксели".
- Способы оплаты:** A section showing a VISA card ending in *2305, expiring 10/19. It includes a green button "Добавьте метод оплаты" and a link "Редактировать способы оплаты".
- Ограничение затрат аккаунта:** A section showing a progress bar for account spending. It indicates a spent amount of 17 545,16 p. and a current limit of 20 000,00 p. with options to "Изменить", "Удалить", or "Сбросить".

At the bottom, there is a table header for transactions with columns: "Дата выставления счета", "ID транзакции", "Тип продукта", "Способ оплаты", "Сумма по счету", and "Статус платежа". Below the header, a message states: "У вас нет счетов для этого периода."

ПОПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В FACEBOOK

Можно добавить несколько способов оплаты. Оплата будет производиться только того способа, который выбран основным.



— Основные правила прохождения модерации в социальных сетях

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА МОДЕРАЦИИ

- Не рекламировать товары/услуги противоречащие законодательству вашей страны
- Реклама не должна содержать негатива
- Не допускается написание текста капслоком (если только сам бренд так не пишется)
- В изображении текст должен составлять менее определенного % (20% для FB, 50% для VK)
- Текст и изображение рекламного объявления не должны содержать личную контактную информацию
- Изображение не должно содержать призывы к действию (например имитация кнопки «заказать»)
- Объявления должны соответствовать правилам русского языка (не допускается: «==++распродажа!!!!!!++==»)

— Как провести анализ эффективности в таргетированной рекламе

ОСНОВНЫЕ МЕТРИКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- 1 Стоимость целевого действия (CPA)
- 2 Стоимость перехода/клика по рекламному объявлению (CPC)
- 3 Стоимость 1000 показов рекламного объявления (CPM)
- 4 Охват

ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Инструмент

UTM-метки

Метки лучше прописывать на английском языке, можно даже транслитом, поскольку русский язык будет некорректно отображаться в системах

Описание

Имя: UTM (UrchinTrackingModule) метки – это идентификаторы добавляемые в конец ссылки, с помощью которых системы интернет-аналитики определяют такие параметры как источник перехода, тип рекламного канала, название кампании (рекламной), ключевое слово и т.д.

Для каких систем аналитики подходят

Яндекс. Метрика

Google Analytics

ROISTAT

И т.д.

Примеры

Utm_source - источник кампании (указываем vk или fb или mytarget)

Utm_medium - средства кампании (указываем CPC или CPM)

Utm_campaign - название кампании (желательно указать № рк и через нижнее подчеркивание название на латинице. Пример utm_campaign=11759_test_ramarketing)

Utm_content(желательно указать № объявления и через нижнее подчеркивание название на латинице. Пример utm_content=11111111_kupite_seichas)

Utm_term (укажите таргетинг объявления. Пример utm_term=gender_famale_age_18_21)

Пример ссылки с меткой для рекламного объявления в социальных сетях:

```
http://www.vashsait.ru/catalog/gel_fx_orly/?utm_campaign=retargeting_po_saytu_1004341396&utm_content=gel-laki_orly_v_podarok_24759445&utm_medium=cpc&utm_source=vk
```