

# Всё о таргетинге: создать, настроить, заработать



<https://navika.pro/prakticheskij-marketing/courses/vsyo-o-targetinge-sozdat-nastroit-zarabotat>

## Содержание

1. Сегментация целевой аудитории для таргетирования.....	3
2. Выбор целей и каналов таргетирования .....	4
3. Настройка таргетированной рекламы в Facebook и Instagram .....	5
4. Таргетированная реклама «ВКонтакте» .....	6
5. Создание рекламных объявлений и тестирование .....	7
6. Финальный запуск.....	9
7. Ремаркетинг и ретаргетинг .....	9

## 1. Сегментация целевой аудитории для таргетирования

**1.1. ЗАПИШИТЕ ПАРАМЕТРЫ СЕГМЕНТОВ СВОЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, НА КОГО БУДУТ ОРИЕНТИРОВАНЫ ВАШИ ОБЪЯВЛЕНИЯ.**

	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4
<b>География</b>				
<b>Социальный статус</b>				
<b>Интересы</b>				
<b>Увлечения</b>				

## 2. Выбор целей и каналов таргетирования

### 2.1. ВЫБЕРИТЕ ЦЕЛИ ДЛЯ КАЖДОГО СЕГМЕНТА.

	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4
Цель 1				
Цель 2				
Канал 1				
Канал 2				
Канал 3				

## 3. Настройка таргетированной рекламы в Facebook и Instagram

### 3.1. Создайте в сети Facebook бизнес-страницу:

1. Перейдите по адресу [facebook.com/pages/create](https://facebook.com/pages/create).
2. Выберите тип страницы.
3. Заполните все необходимые поля.
4. Нажмите кнопку «Продолжить» и следуйте инструкциям-подсказкам.

Перейдите в раздел Facebook Ads Manager: <https://www.facebook.com/ads/manager>.

### 3.2. Выберите цель рекламной кампании:

1. Осознание. Цели этой категории создают интерес к вашему продукту или услуге.
2. Обдумывание. Тут человек начинает думать о вашем продукте, о том, чтобы зайти на ваш сайт, подписаться на рассылку.
3. Конверсия. В этой категории цели, которые побуждают людей, заинтересованных вашим бизнесом, купить что-то у вас, подать заявку на услугу.

Сегмент	Цель

## 4. Таргетированная реклама «ВКонтакте»

**4.1. ПЕРЕЙДИТЕ ПО ССЫЛКЕ [VK.COM/ADSCREATE](https://vk.com/adscreate).**

**4.2. НАСТРОЙТЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ, ИСПОЛЬЗУЯ ПОДСКАЗКИ СИСТЕМЫ.**

**4.3. ВЫБЕРИТЕ ПОДХОДЯЩИЙ ВАМ ФОРМАТ РАЗМЕЩЕНИЯ.**

**4.4. ВЫБЕРИТЕ ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСИ (ТЕКСТОВЫЙ БЛОК, КАРТИНКА ИЛИ ВИДЕО, ССЫЛКА НА САЙТ ИЛИ СООБЩЕСТВО).**

**4.5. ВЫБЕРИТЕ ТЕМАТИКУ ОБЪЯВЛЕНИЯ.**

**4.6. ОПРЕДЕЛИТЕ ПАРАМЕТРЫ ТАРГЕТИРОВАНИЯ ПО ПОДСКАЗКАМ.**

**4.7. СОХРАНИТЕ НАСТРОЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ДЛЯ БЫСТРОГО ЗАПОЛНЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ БЛОКОВ В БУДУЩЕМ.**

**4.8. УСТАНОВИТЕ ВРЕМЯ ПОКАЗА.**

**4.9. ВЫБЕРИТЕ МЕСТА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСИ.**

**4.10. ОПРЕДЕЛИТЕ ФОРМАТ ОПЛАТЫ.**

**4.11. ВЫБЕРИТЕ ЧАСТОТУ ПОКАЗА ОБЪЯВЛЕНИЯ ДЛЯ ОДНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ.**

**4.12. СОХРАНИТЕ НАСТРОЙКИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.**

## 5. Создание рекламных объявлений и тестирование

### 5.1. Создайте несколько рекламных сообщений и проведите сплит-тестирование.

Запишите, какие объявления дали наибольшую эффективность на разные группы с одинаковыми параметрами. Скорректируйте настройки параметров целевой аудитории по результатам анализа.

	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4
Объявление 1				
Объявление 2				
Объявление 3				
Объявление 4				

### Результаты тестирования

1-й канал:

	Объявление 1	Объявление 2	Объявление 3	Объявление 4
Сегмент 1				
Сегмент 2				
Сегмент 3				
Сегмент 4				

2-й канал:

	Объявление 1	Объявление 2	Объявление 3	Объявление 4
Сегмент 1				
Сегмент 2				
Сегмент 3				
Сегмент 4				

### 5.2. ПОСЛЕ ТЕСТИРОВАНИЯ ОЦЕНИТЕ:

- Было ли взаимодействие целевой аудитории с вашей рекламой?
- Была ли взаимодействующая аудитория действительно целевой или необходимо изменить параметры таргетинга?
- Сколько денег было потрачено на взаимодействие пользователей с рекламой?
- Расходуется ли запланированный бюджет, то есть включается ли ваша реклама в аукцион или постоянно проигрывает другим кампаниям?
- Оцените конверсию в заданные ключевые действия, то есть соотношение кликов по объявлению и подписок/продаж.

	Взаимодействие	ЦА	Расходы	Конверсия
Сегмент 1				
Сегмент 2				
Сегмент 3				
Сегмент 4				

## 6. Финальный запуск

**6.1. НА ОСНОВАНИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ ВЫБЕРИТЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ КАНАЛЫ И СООБЩЕНИЯ С МАКСИМАЛЬНОЙ КОНВЕРСИЕЙ В ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ (подписка/покупка).**

## 7. Ремаркетинг и ретаргетинг

### ***Ретаргетинг «ВКонтакте»***

1. Откройте рекламный кабинет.
2. Зайдите в меню «Ретаргетинг».
3. Откройте вкладку «Пиксели», создайте и интегрируйте в код сайта.
4. Перейдите в раздел «Аудитории».
5. Создайте новую аудиторию для базы, собранной с помощью пикселя.
6. Обозначьте условия и критерии попадания в базу ретаргетинга.

### ***Ретаргетинг Facebook и Instagram***

1. Зайдите в рекламный кабинет Facebook.
2. Перейдите в раздел «Измерения и отчетность», подраздел Events Manager, меню «Пиксели».
3. Добавьте источник данных и выберите вариант «Пиксель Facebook».
4. Создайте пиксель по инструкции.
5. Интегрируйте код в сайт.
6. В рекламном кабинете выберите раздел «Ресурсы», подраздел «Аудитории».
7. Создайте аудиторию и правила для ретаргетинга.