

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
География				
Социальный статус				
Интересы				
Увлечения				

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.
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/ADSCREEEN](https://vk.com/adscreeen).

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.