



TOTAL WHITE

БЕЛЫЕ МЕХАНИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ В INSTAGRAM

АЛЕКСАНДР ВЕРГА

АЛЕКСАНДР ВЕРГА

- 100+ успешных проектов;
- 7 неуспешных проектов;
- Через рекламные кабинеты заказчиков прошло более 12.000.000;
- Публикации в самых крупных сообществах ВК по маркетингу и СММ;
- В таргет после продажи своей доли партнеру;

Личная страница - vk.com/patronize

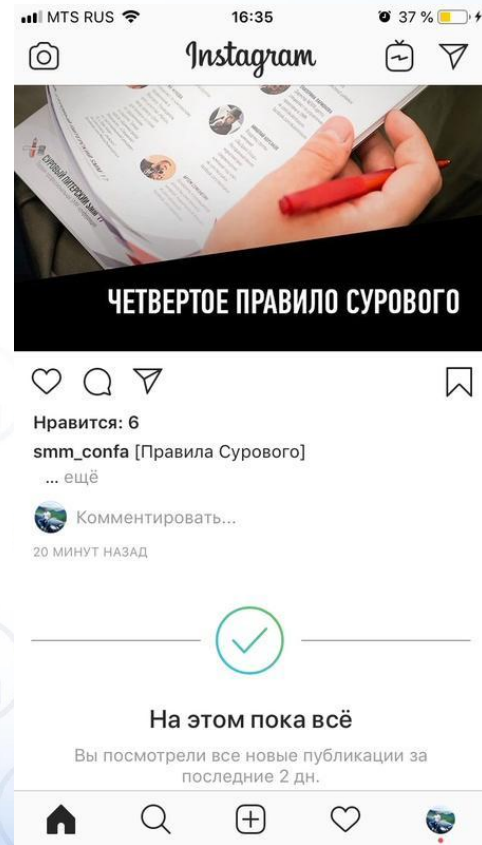
Блог Вконтакте - vk.com/tceh.agency

Мой инст - instagram.com/alexander_verga



ПОЧЕМУ INSTAGRAM

- “Мода” на сеть и “победа” мобильного трафика;
- Объединяет ФБ и ВК аудиторию;
- Основа продаж - визуальный ряд (люди покупают результат через визуал);
- Лояльная “умная лента” не дает оставить без просмотра контент за последние 48 часов;
- Широкие возможности ретаргета;
- Автоматический аукцион ставок экономит время;
- Автоматическая оптимизация рекламных целей



ОФОРМЛЕНИЕ - ВИТРИНА

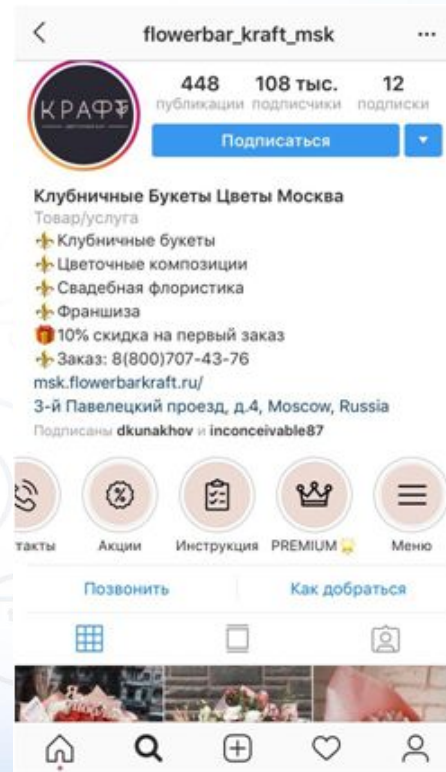
I. Ключевые слова для поиска

II. Описание

III. Блок “Актуальное” можно использовать как навигацию и аналог товаров ВК

IV. Возможности бизнес профиля (звонок и карта)

V. Визуальный ряд - витрина, успешное использование только коммерческого контента



БИЗНЕС АККАУНТ INSTAGRAM

- Активные кнопки в профиле;
- Статистика аккаунта;
- Продвижение публикаций;
- Физический адрес в описании;
- Создание интернет-магазина Shop Tags (ограниченный доступ)

КАК НАСТРОИТЬ?

— Создайте бизнес-страницу на Facebook

Вы должны быть администратором вашей бизнес страницы в FB. Если вы создавали

её сами, то вы - админ. Если для вас её делал другой человек, то он должен добавить вас как администратора;

— В приложении Instagram в телефоне нажмите на кнопку меню и выберите раздел "Переключиться на профиль компании«;

— Нажмите "продолжить" и "выбрать страницу"

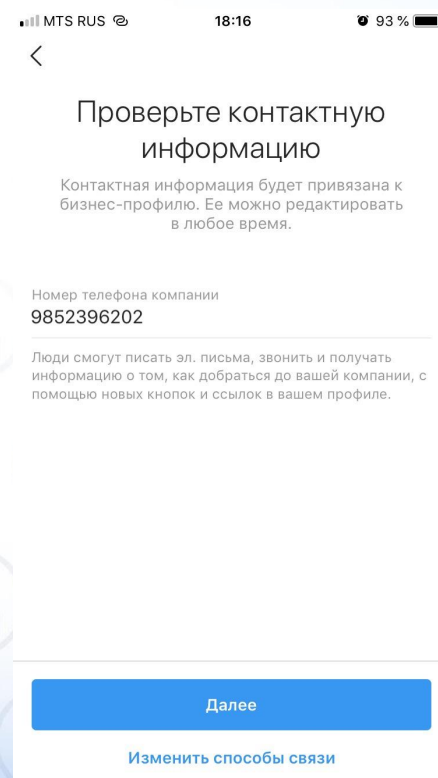
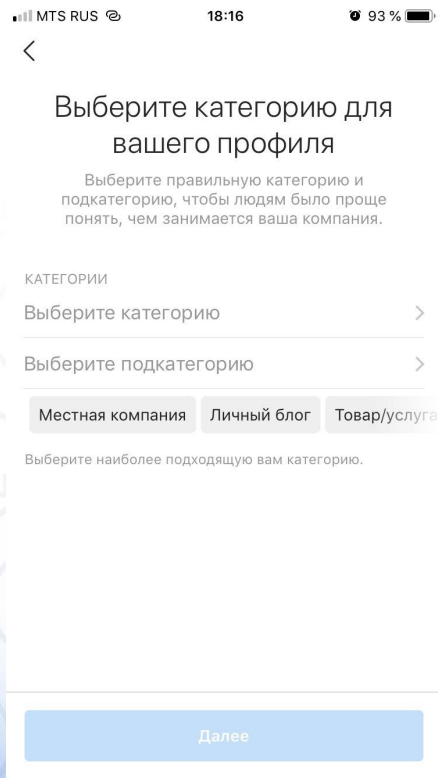
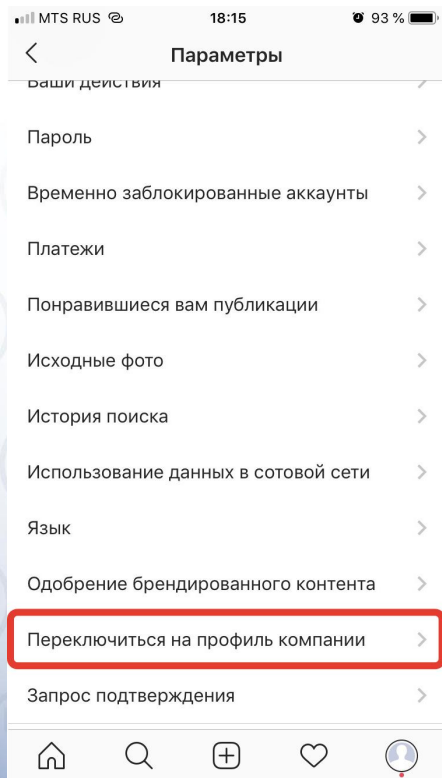
Теперь вам надо ввести свой логин и пароль от аккаунта в Facebook. Если у вас

установлено приложение FB на телефоне, то вы сразу сможете выбрать свой профиль;

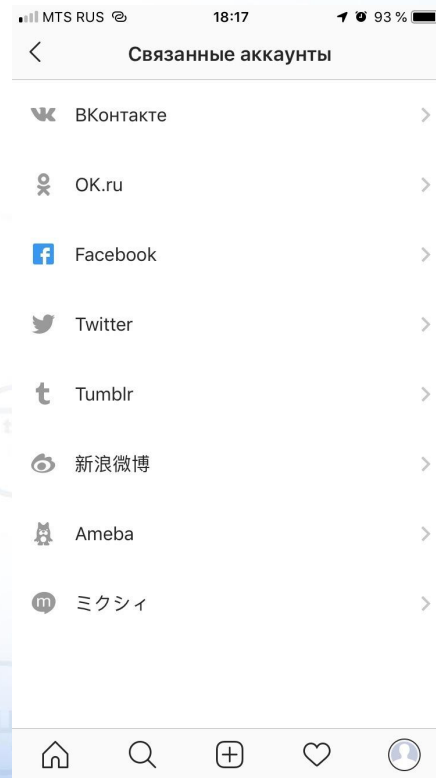
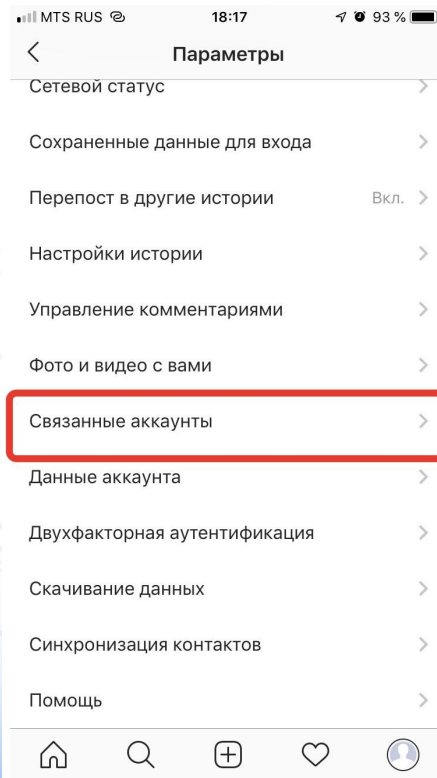
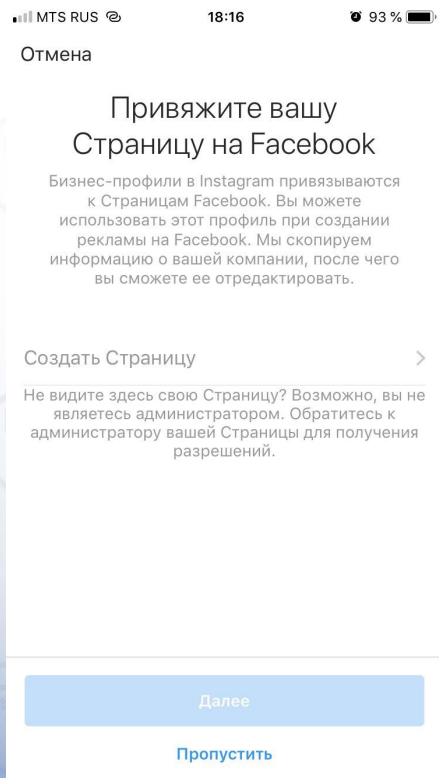
— Настройте бизнес профиль в Instagram.

Задайте телефон, адрес, email

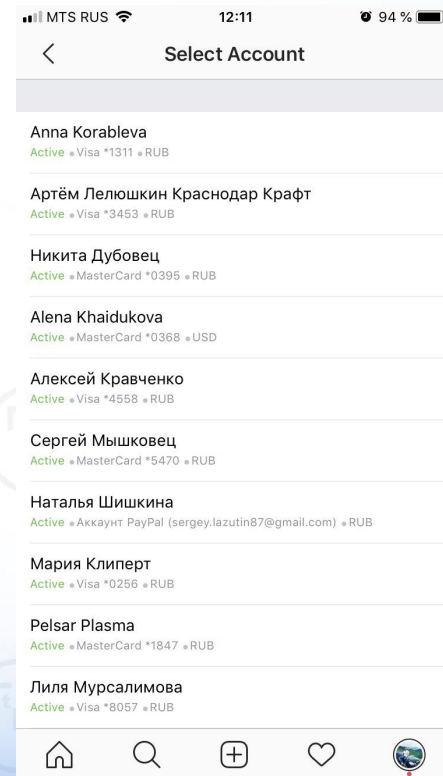
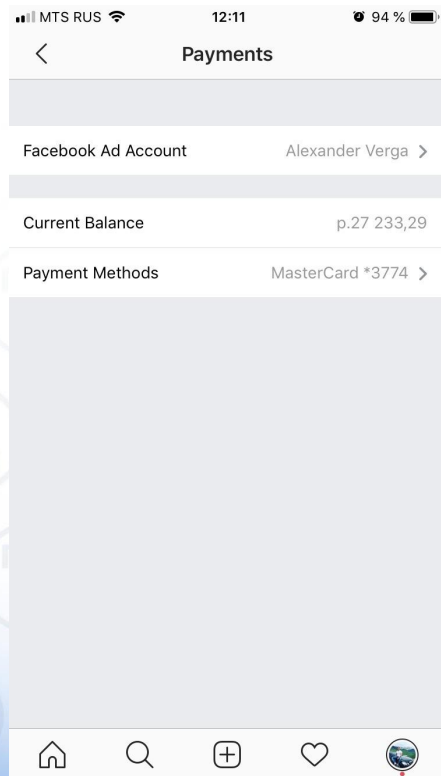
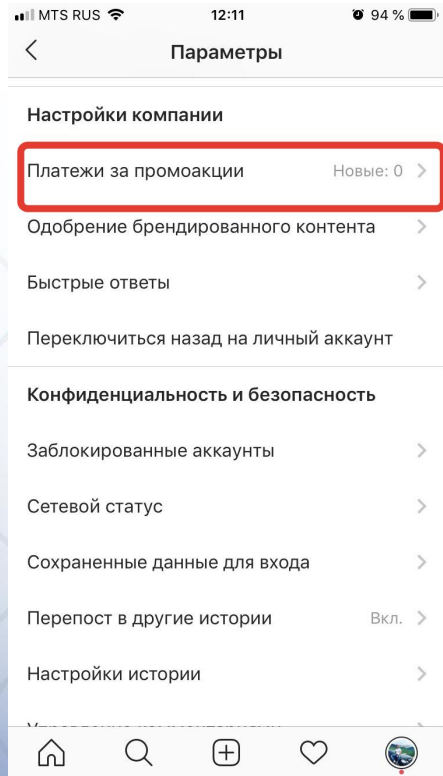
КАК НАСТРОИТЬ?



КАК НАСТРОИТЬ?



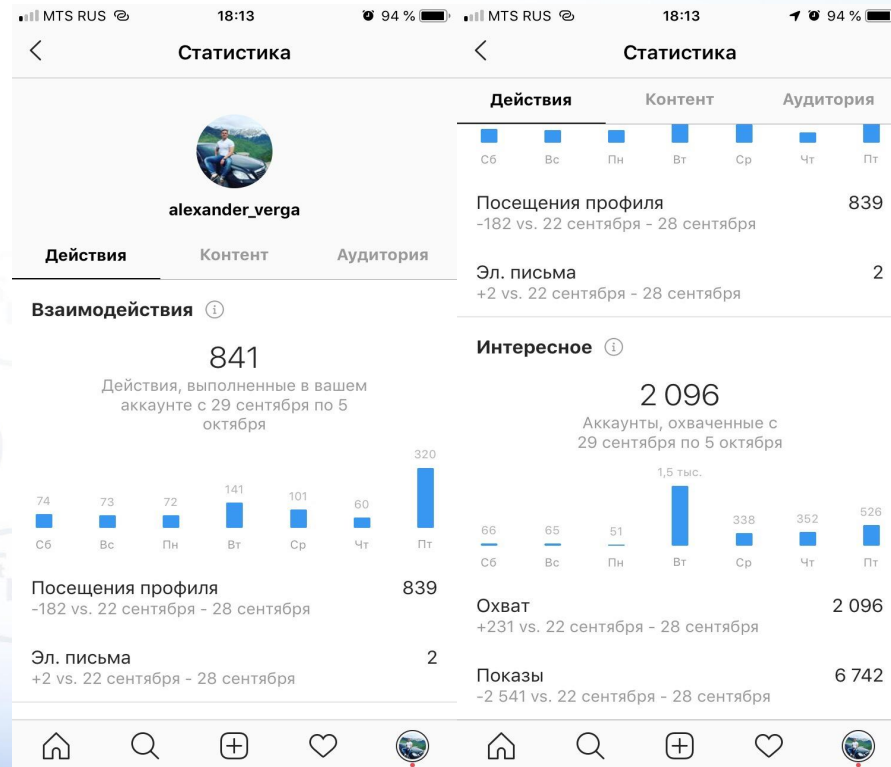
КАК НАСТРОИТЬ?



СТАТИСТИКА ПРОФИЛЯ

Важно: статистика будет доступна только по тем постам, которые вы разместили после перехода на бизнес аккаунт.

— Общая информация об аккаунте
Показывает статистику по аккаунту за неделю: показы, охват, просмотры профиля, клики по ссылке на сайт, клики по кнопкам.

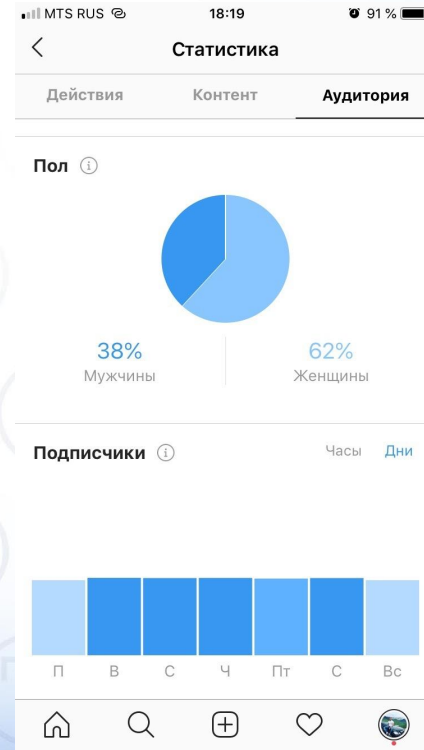
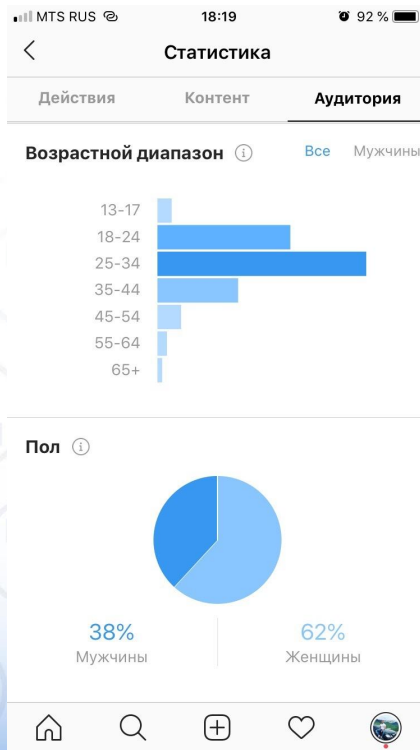
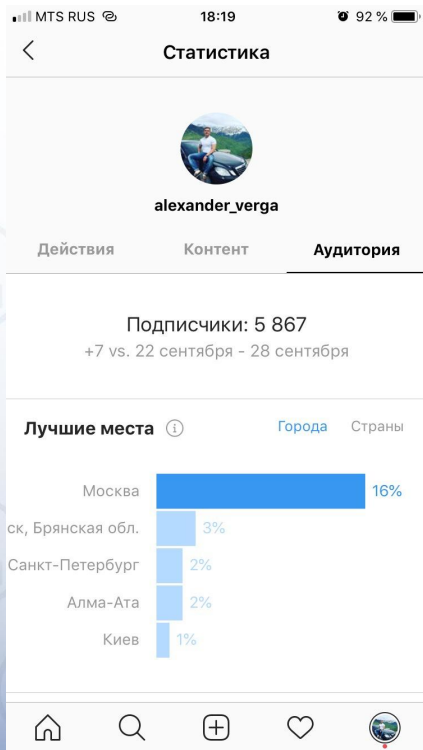


СТАТИСТИКА ПРОФИЛЯ

Информация об аудитории:

- Демографические данные - пол и возрастной диапазон. Эта информация поможет понять, какого возраста мужчины и женщины посещают ваш профиль. И, соответственно, какой контент и под кого надо создавать.
- Лучшие места (Геоданные) - города и страны, откуда заходят на ваш профиль.
- Посещаемость - часы и дни, когда ваши подписчики активны в сети.

СТАТИСТИКА ПРОФИЛЯ



СТАТИСТИКА ПРОФИЛЯ

Контент:

Здесь вы можете посмотреть данные по каждому посту отдельно, а также отсортировать их по различным признакам.

Статистика поста показывает охват, количество лайков, комментариев и сколько раз его сохранили пользователи.

С помощью сортировки вы можете провести "глубокую" аналитику вашего аккаунта и понять, какие посты работают лучше всего.

Для этого вам надо выбрать фильтры:

Что анализируем: Все публикации, фото, видео, кольцевая галерея


Показатель: Показы, охват, вовлеченность, отметки "нравится", комментарии, сохранения, просмотры

Период: 7 дней, 30 дней, 3 месяца, 6 месяцев, 1 год

СТАТИСТИКА ПРОФИЛЯ

MTS RUS 18:13 94%

Статистика

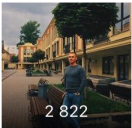


alexander_verga

Действия **Контент** Аудитория

10 публикаций на этой неделе
+2 в сравнении с 22 сентября-28 сентября


Публикации из Ленты Все >



2 822

Публикации из ленты, упорядоченные по количеству просмотров.

[Создать публикацию](#)



MTS RUS 18:23 90%

Отмена Статистика

301 11 4

Взаимодействия

92
Действия, выполненные из этой публикации

Посещения профиля 92

Интересное

1 902
Охваченные аккаунты
34 % не подписанные на вас

Подписки 2

Охват 1 902

Показы 2 823

Из «Главной» 2 043

Из профиля 231

Из «Интересного» 74

Из «Другого» 475

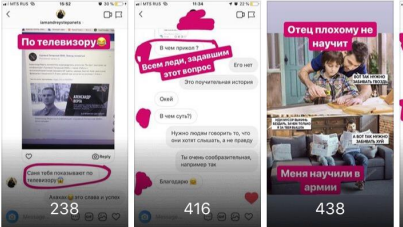


MTS RUS 18:14 94%

Статистика

Действия **Контент** Аудитория

Истории Все >




238 416 438

Фото и видео, упорядоченные по дате и времени публикации.

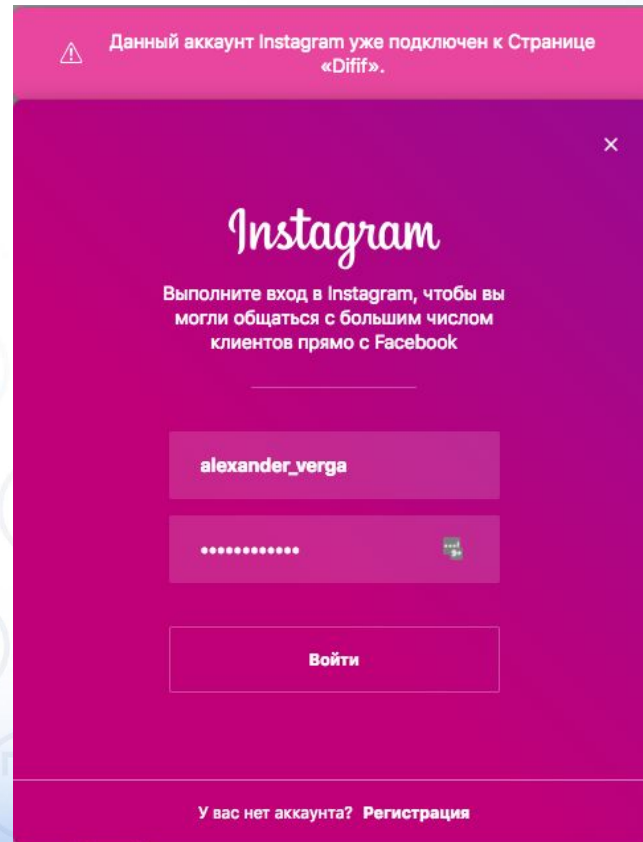
[Создать историю](#)

Промоакции Все >



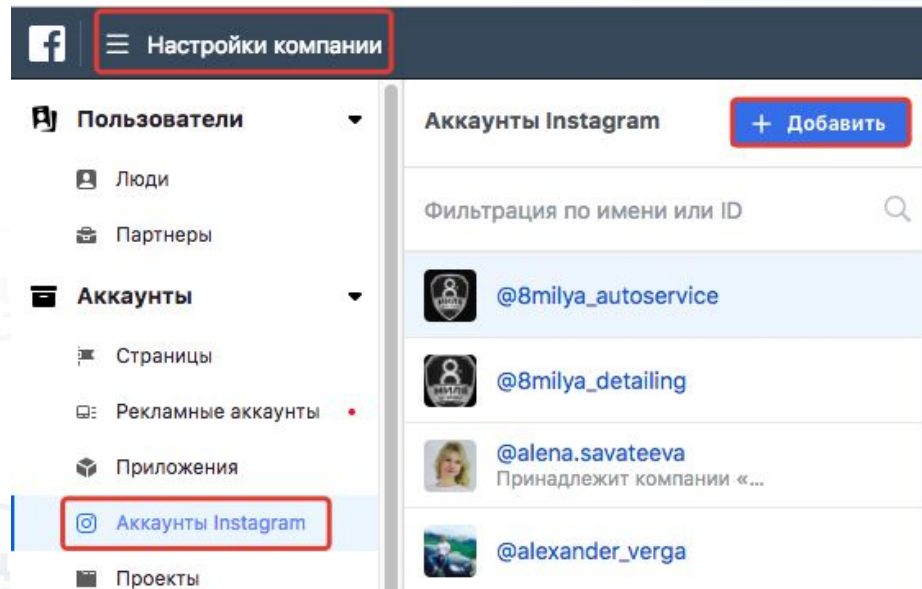
ЗАТЫКИ БИЗНЕС-АККАУНТА

- Отсутствие опции закрытого профиля;
- Снижение охвата аккаунта;
- Неполадки при связке с Фейсбуком



НЕПОЛАДКИ СВЯЗИ С БИЗНЕС СТРАНИЦЕЙ

- Узнать, есть ли доступ к указанной в ошибке БС и сделать отвязку;
- Привязать к Бизнес Менеджеру ФБ (business.facebook.com);
- Написать в ТП facebook.com/business/resources



СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ В INSTAGRAM

- МФ и МЛ;
- Посевы в пабликах;
- Гивэвеи;
- Блогеры;
- Конкурсы/марафоны;
- Таргет

МФ и МЛ

- Портит репутацию аккаунта для системы;
- Люди воспринимают как спам;
- Есть возможность получить бан, если будут поступать жалобы

ПОСЕВЫ В ПАБЛИКАХ

- Размытые интересы и демография аудитории;
- Низкие охваты у статичных постов

ГИВЭВЕИ

- Приводят “грязную” аудиторию, которая всегда не соответствует интересам вашего аккаунта;
- Большой отток после проведения;
- Не подходит для коммерции;
- Стоимость подписчика около 3р

Чат в Telegram:

t.me/bloggery

Чаты в WhatsApp:

Марафоны и гивы по тематикам

<https://chat.whatsapp.com/1QFRe9DqiUuLidRju9xQTG>

<https://chat.whatsapp.com/80AFFEgzeMe8gfrG24oEbH>

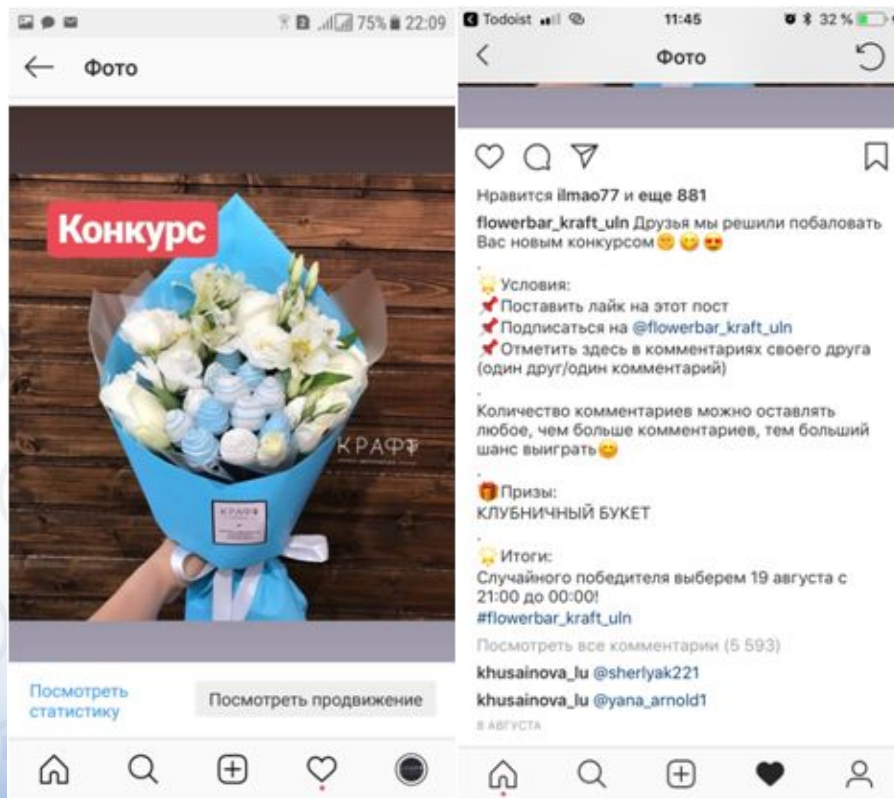
КОНКУРС

Видов много, самый рабочий это конкурс комментариев, который отправляется в таргет через продвижение поста в приложении.

Условия:

- лайк;
- подписка;
- отметка друга;
- дата окончания;
- приз

КОНКУРС



КОНКУРС

Можно создать конкурс в <https://giveaways.ru/> стоимость 590р:

- автоматически проверяет условие подписки на ваш аккаунт;
- количество победителей (до 300);
- проверяет отметил ли победитель других людей;
- можно выставить дату окончания розыгрыша;
- отображает статистику роста подписчиков

БЛОГЕРЫ

- Отслеживаем топ по своему городу, оцениваем посты на лайки и комментарии. (если 5к подписаны, то больше 300-500 лайков уже хм...);
- Отслеживаем рекомендации самого инстаграм;
- Предлагаем бартер;
- Просим скинуть скрин статистики по городам и возрасту аудитории, статистику стори и статистику последних 6 постов;
- Просим, чтобы реклама была интегрирована в обычный ритм постов как бы “между прочим”, не должно быть “вот аккаунт, покупайте у них”;
- Обязательно проверяем текст до публикации;
- По возможности дополнить пост в ленте, сопровождающим стори и договориться о нескольких стори с упоминанием продукта в будущем;
- Отслеживаем фидбек в комментах

БЛОГЕРЫ



karishaguzya • [Подписаться](#)

karishaguzya Задай себе вопрос : Ты шопоголик ? Любишь моду? Стиль? Одежду... мноооого одежды в конце концов !! 😊
Если твой ответ ДА, то этот пост сегодня здесь появился не зря ❤️ (заговорила стихами) 😊

Ну ещё бы... Когда слышишь , что в любимом магазине @skyroom_shop ! -30% ! скидки на всю верхнюю одежду !!!! Можно ещё и станцевать в придачу от радости 😊

Зная , на сколько там и так демократичные цены !!!! 😊 Казалось бы куда ещё ниже 😊 НО НЕТ! Все для вас дорогие ! ВСЯ одежда почти даром 🎁 Бонусом ещё от меня вам будет скидка 10% на всё! Промокод вы знаете 🤗



1 214 отметок "Нравится"

6 ЧАСОВ НАЗАД

Добавьте комментарий...



ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В INSTAGRAM

- Не нужны парсеры;
- Возможности ретаргета;
- Автоматический аукцион ставок;
- Автоматическая оптимизация рекламных целей;
- Автоматическое распределение расхода бюджета;
- Дешевые лиды, но низкая конверсия при неверной подаче

МЕРЫ ЗАЩИТЫ ОТ БЛОКИРОВКИ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА

- <https://www.facebook.com/policies/ads>;
- Несоответствие данных владельца аккаунта и банковской карты (сложности с ТП);
- Несоответствие страны использования аккаунта и места постоянной дислокации (блок);
- Использование виртуальных карт;

Только активные аккаунты могут создавать или редактировать рекламу.

Мы обнаружили в вашем рекламном аккаунте некоторые необычные действия, и решили остановить показ вашей рекламы в целях обеспечения вашей безопасности. Мы возобновим показ вашей рекламы с использованием вашего текущего баланса, как только вы подтвердите ваш аккаунт.

ПРИЧИНЫ ОТКЛОНЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Отклонение рекламы

- До/после;
- Идеальные черты лица/тела;
- Много текста;
- Реплики;
- Чужая музыка в видео;
- Алкоголь;
- Слова «лучше, качественнее, честнее, больше и тп» (запрет, но пробовать стоит);
- На сайте нет ссылки на политику конфиденциальности (запрет). Образец <https://yadi.sk/i/J-AuBdEF3N3wkH>

ДО/ПОСЛЕ



Ваша реклама не одобрена, поскольку в ней акцентируется внимание на изображении физически идеального тела. Изображения, которые показывают тип тела как идеальный или нежелательный (например, делают акцент на области пресса или изображении жира на животе), являются недопустимыми. Подробнее о наших политиках рекламной деятельности.

Как устранить эту проблему Рекомендуем использовать изображение, акцентирующее внимание на продукте или услуге.

ДО/ПОСЛЕ

Ваша реклама не одобрена, поскольку объявления должны четко представлять рекламируемые продукты или услуги, а не делать акцент на определенной части тела (например, на зубах, зоне пресса, прыщах). Изображения частей тела крупным планом обычно вызывают негативную реакцию аудитории. Подробнее о наших [политиках рекламной деятельности](#).

Как устранить эту проблему рекомендуем продвигать продукт или услугу без изображения частей тела крупным планом.

Если вы прочли наши политики и считаете, что мы ошиблись, вы можете отправить нашим специалистам запрос на повторную проверку.

[Запросить проверку](#)

ДО/ПОСЛЕ

Запрос проверки отклоненной рекламы ✕

Расскажите нам, почему ваша реклама должна быть одобрена

Предоставьте все данные, которые, на ваш взгляд, помогут нам в проверке. В случае одобрения вашей рекламы она будет опубликована. Как правило, проверка рекламы занимает не более 24 часов.

Добрый день. Наша реклама была отклонена, но дело в том, что мы не акцентируем внимание на части тела/возрасте/расе и тд. Мы показываем результат нашей услуги, так как это очень важно для наших клиентов. Спасибо!

- Устанавливая эту галочку, я понимаю, что, если моя реклама будет одобрена в результате проверки, она станет активной и ее показ может начаться немедленно.

Отмена

Отправить

ДО/ПОСЛЕ



Наш ответ

19 сен

Здравствуйте Alexander,

Благодарим за сообщение о том, что ваша реклама не получила одобрения.

Мы снова проверили вашу рекламу и приняли решение о том, что она соответствует нашим правилам. Теперь ваша реклама одобрена.

Ваша реклама активирована и вскоре начнет приносить результаты, Свои результаты можно отслеживать в Ads Manager Facebook.

Желаем вам всего наилучшего.

Нашли ли вы нашу поддержку полезной? Пожалуйста, оставьте отзыв

С уважением, Pearl Facebook Ads Team

МНОГО ТЕКСТА

Статус	Доставка
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> Действ.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> Действ.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> Действ. На изображении есть какой-то текст
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/> Не приносит результатов Слишком много текста на изображении

Ссылка на сервис facebook.com/ads/tools/text_overlay

Оценка текста на изображении



Текст на изображении: **ОК**

Ваша реклама будет запущена нормально.



Текст на изображении: **Низкое**

Охват вашей рекламы может быть немного ниже.




Текст на изображении: **Среднее**

Охват вашей рекламы может быть значительно ниже.

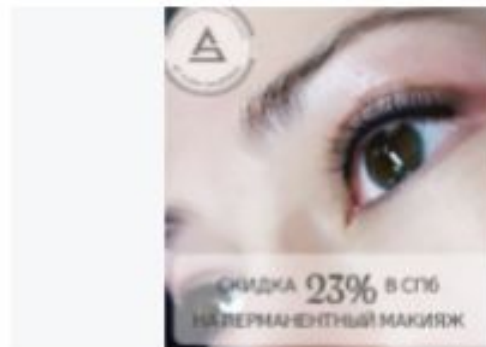


Текст на изображении: **Высокое**

Ваша реклама не будет допущена к показу.

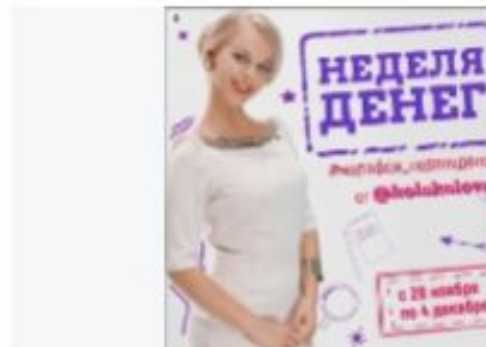

Текст на изображении:: Среднее
 Охват вашей рекламы может быть значительно ниже.

Охват вашей рекламы может быть гораздо меньше, чем обычно, поскольку на рекламном изображении слишком много текста. Facebook предпочитает рекламные изображения с небольшим количеством текста или вообще без него. Перед размещением заказа рекомендуем изменить изображение.




Текст на изображении:: Среднее
 Охват вашей рекламы может быть значительно ниже.

Охват вашей рекламы может быть гораздо меньше, чем обычно, поскольку на рекламном изображении слишком много текста. Facebook предпочитает рекламные изображения с небольшим количеством текста или вообще без него. Перед размещением заказа рекомендуем изменить изображение.



КАК УЛУЧШИТЬ ОЦЕНКУ ИЗОБРАЖЕНИЯ?

- Убираем выделение под текстом;
- Уменьшаем размер лого;
- Раскидываем текст и лого по разным местам тизера



Текст на изображении: ОК
Ваша реклама будет запущена нормально.



АЛКОГОЛЬ

Ваша реклама не одобрена, поскольку противоречит нашим [политикам рекламной деятельности](#). Если вы рекламируете бренд алкогольной продукции, вы должны таргетировать аудиторию с учетом законодательно разрешенного возраста употребления спиртных напитков в вашей стране. Реклама алкогольной продукции регулируется по всему миру.


Как устранить эту проблему [Отредактируйте минимальный возраст](#) в соответствии с законами страны, на которую настроен таргетинг вашей рекламы.

Если вы прочли наши политики и считаете, что мы ошиблись, вы можете отправить нашим специалистам запрос на повторную проверку.

[Запросить проверку](#)



Default name - Трафик - Image 1 

 Посмотреть диаграмм...  Редактиров...  Дублиров...

● Нет показов
Кампания отключена

66

Количество...

6 184

8 886

Default name - Трафик - Image 3

● Нет показов
Не утверждено


—

Клик по сс...


—

—

АЛКОГОЛЬ

 buffetcafe
Реклама

БЕСПЛАТНО СМОТРИМ КИНО В "БУФЕТЕ" ПО ЧЕТВЕРГАМ



ПРИХОДИ? У НАС «APEROL SHPRITZ» СО СКИДКОЙ

[Подробнее](#)

buffetcafe Какие планы на четверг? В "Буфете" @buffetcafe в 20:00 бесплатный показ фильма 😊 Приходи? У нас еще и скидка ... — читать дальше

 buffetcafe
Реклама

**ЛЮБИШЬ СМОТРЕТЬ КИНО?
КАЖДЫЙ ЧЕТВЕРГ В "БУФЕТЕ" БЕСПЛАТНЫЙ ПОКАЗ ФИЛЬМОВ**





МММ...А ЕЩЕ «APEROL SHPRITZ» СО СКИДКОЙ

[Подробнее](#)


buffetcafe Какие планы на четверг? В "Буфете" @buffetcafe в 20:00 бесплатный показ фильма 😊 Приходи? У нас еще и скидка ... — читать дальше

АЛКОГОЛЬ

	Default name - Трафик - Image 4	● Нет показов Кампания отключена	12 Количество...	1 613	1 667
	Default name - Трафик - Image 3 Посмотреть диаграм... ✎ Редактиров... 🔄 Дублиров...	● Нет показов Кампания отключена	24 Количество...	5 316	6 548

buffetcafe
Реклама

УЖЕ ЗНАЕШЬ ПРО АКЦИЮ ПОНЕДЕЛЬНИКА В "БУФЕТЕ"?




РАССЛАБЛЯЮЩИЙ СЕТ ВСЕГО ЗА 400 РУБЛЕЙ

[Подробнее](#)

buffetcafe Понедельник - день тяжелый? 🍷
Приходи в "Буфет" @buffetcafe расслабиться после рабочего дня 😊 У нас ... — читать дальше

buffetcafe
Реклама

ПОНЕДЕЛЬНИК - ДЕНЬ ТЯЖЕЛЫЙ?



РАССЛАБЛЯЮЩИЙ СЕТ В "БУФЕТЕ" ЗА 400 РУБЛЕЙ

[Подробнее](#)

buffetcafe Понедельник - день тяжелый? 🍷
Приходи в "Буфет" @buffetcafe расслабиться после рабочего дня 😊 У нас ... — читать дальше

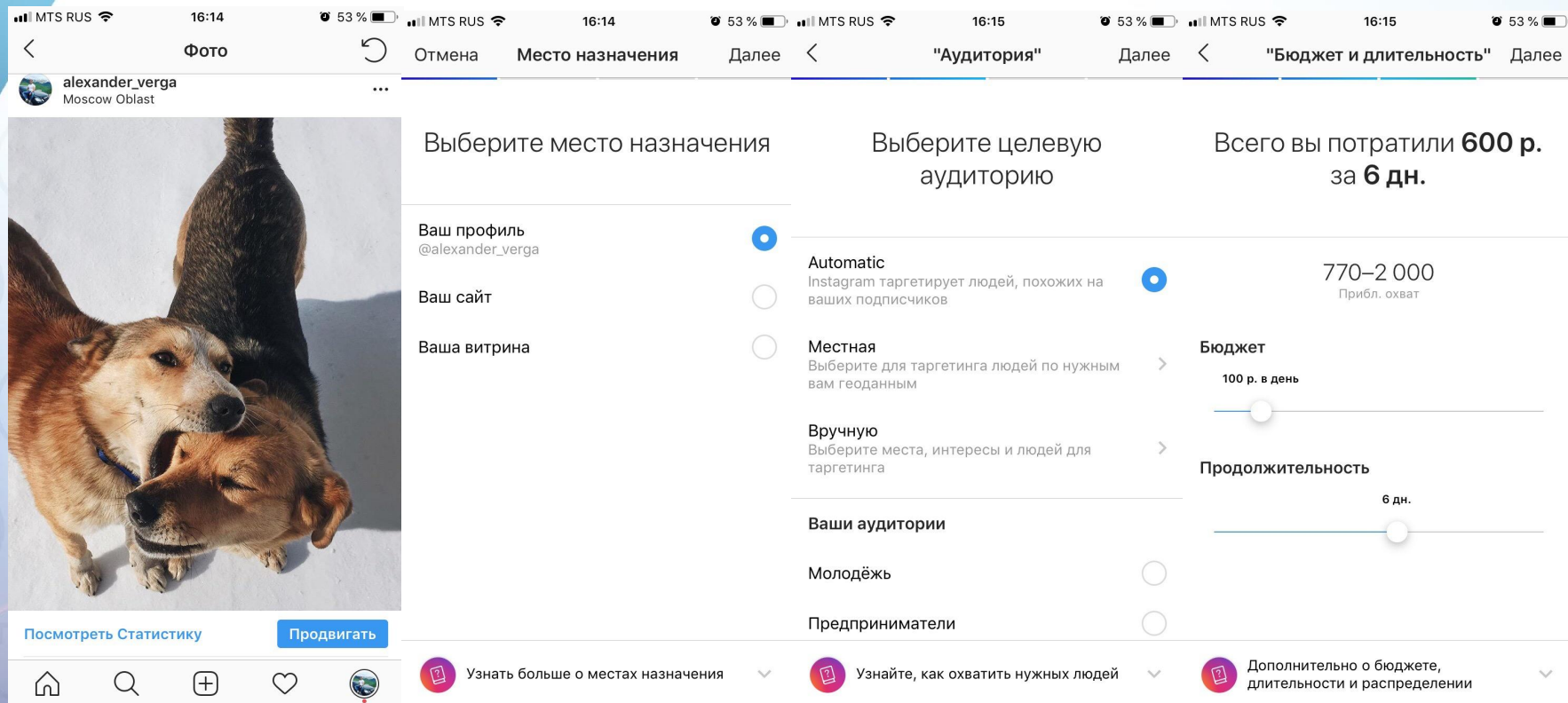
ЗАПУСК ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

- Запуск таргета через приложение;
- Выбор рекламной цели;
- Подбор аудитории;
- Выбор плейсмента;
- Работа с бюджетом и графиком показов;
- Выбор оптимизации и ставок;
- Выбор рекламных форматов;
- Виды креативов и их создание

ЗАПУСК РК ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM

- Используем, если основная цель посещение аккаунта;
- Для продвижения конкурсов;
- Для продвижения ниш со слабовыраженным спросом (HoReCa, быюти, одежда, цветы);
- Для продвижения инфобизнеса

ЗАПУСК РК ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM



The screenshot shows the Instagram advertising setup process. It is divided into three main sections: location selection, audience targeting, and budget/duration settings.

Section 1: Выберите место назначения (Select location)

- Ваш профиль** @alexander_verga (Selected)
- Ваш сайт**
- Ваша витрина**

Section 2: Выберите целевую аудиторию (Select target audience)

- Automatic** (Selected): Instagram таргетирует людей, похожих на ваших подписчиков
- Местная**: Выберите для таргетинга людей по нужным вам геоданным
- Вручную**: Выберите места, интересы и людей для таргетинга

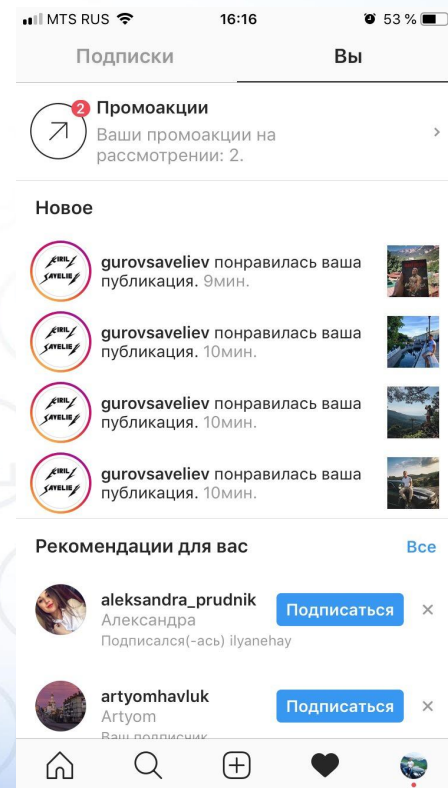
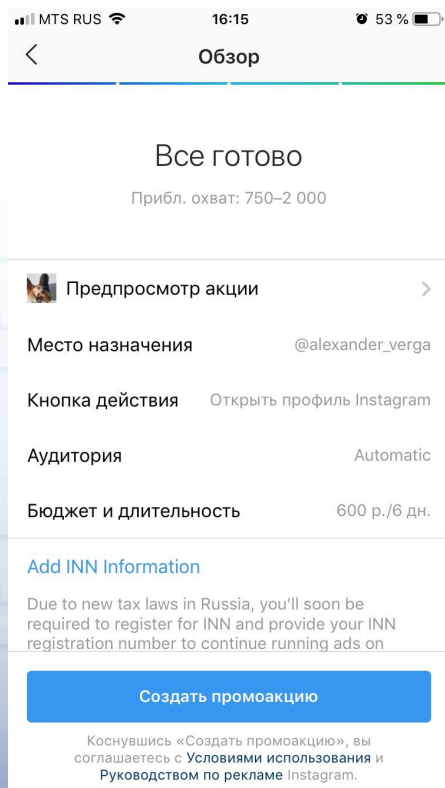
Section 3: Бюджет и продолжительность (Budget and duration)

- Всего вы потратили 600 р. за 6 дн.**
- Бюджет**: 770–2 000 (Прибл. охват). Slider set to 100 р. в день.
- Продолжительность**: 6 дн.

Bottom navigation and tips:

- Buttons: [Посмотреть Статистику](#), [Продвигать](#)
- Home, Search, Post, Like, Profile icons
- Tips:
 - Узнать больше о местах назначения
 - Узнайте, как охватить нужных людей
 - Дополнительно о бюджете, длительности и распределении

ЗАПУСК РК ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM













ЗАПУСК РК ЧЕРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM

- Далее промоакция отображается в Вашем Ads Manager с пометкой “Instagram Post: и здесь будут первые слова поста”;
- Переходим в редактирование и работаем с аудиторией;
- Чтобы применить аудиторию, сохраняем ее

ADS MANAGER. ВЫБОР РЕКЛАМНОЙ ЦЕЛИ

Укажите цель продвижения [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
 Узнаваемость бренда	 Трафик	 Конверсии
 Охват	 Вовлеченность	 Продажи товаров из каталога
	 Установки приложения	 Посещения точек
	 Просмотры видео	
	<input checked="" type="checkbox"/> Генерация лидов	
	 Сообщения	

ADS MANAGER. ВЫБОР РЕКЛАМНОЙ ЦЕЛИ

- Маркетинговые (Охват, Видео)

Для ретаргета и увеличения касаний ЦА с рекламой;

- Конверсионные (Трафик, Формы лидогенерации, Конверсии)

Для оптимизации по конкретному целевому действию (покупка, заявка)

ВЫБОР ПЛОЩАДКИ ПРИЕМА ТРАФИКА

Лендинг

- Дешевый понятным товар (один, конкретный);
- Лид-магнит на лендинге

Аккаунт

- Уникальный полезный контент по интересу;
- Понятный товар с неопределенным моментом спроса

Лид-форма

Аналог лендинга, но не покидая приложение

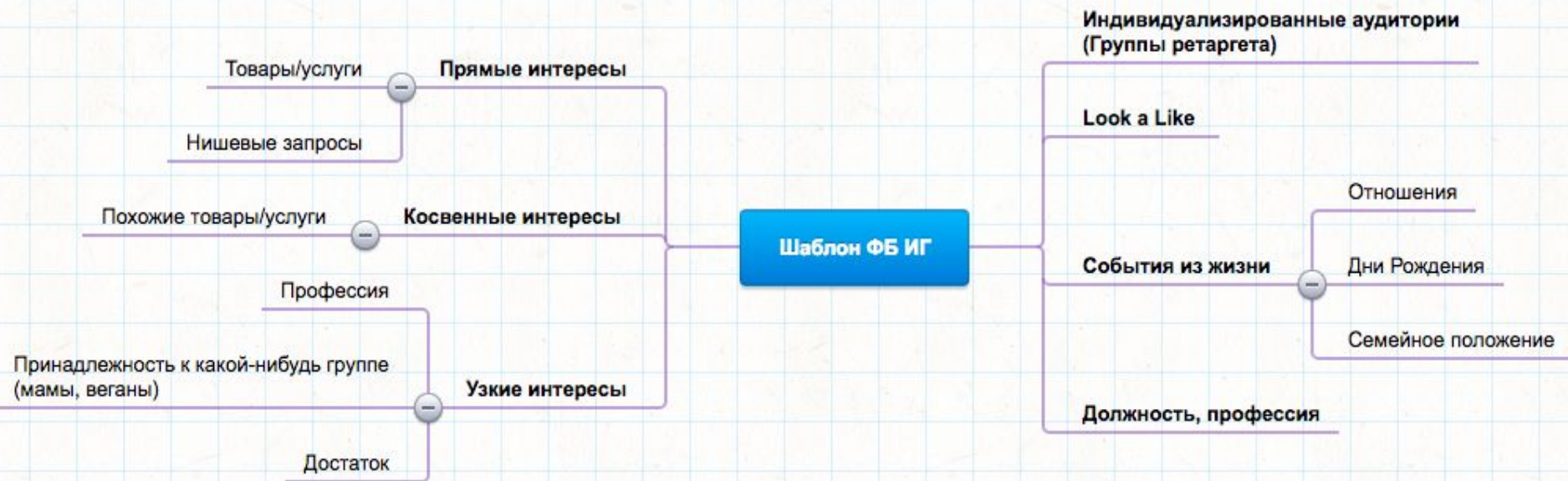
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ

- На основании БРИФа (Пример vk.cc/8AooS6);
- Опыт Кейсов (сто раз проверь, один раз в год сады цветут)

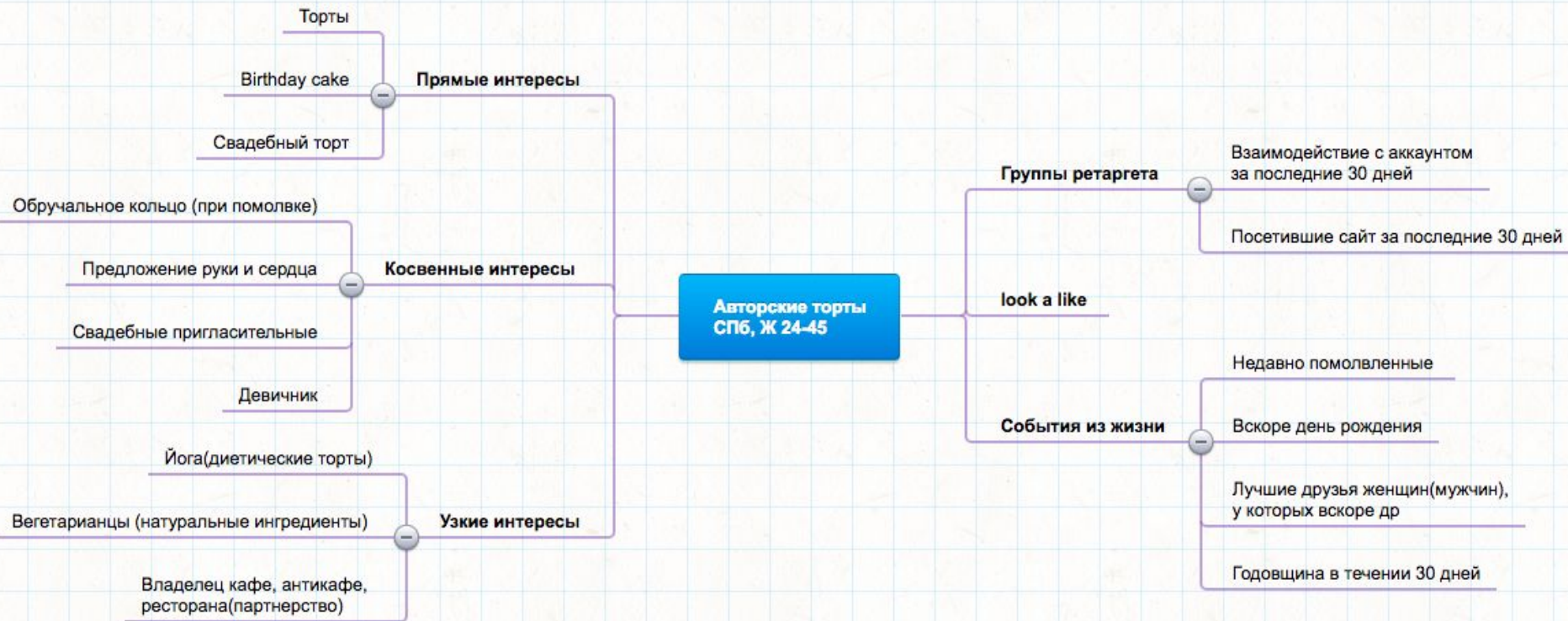
Сборники кейсов:

- Церебро vk.cc/5s8fYX;
- vk.com/topic-42939868_36011642

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ



Сегментирование аудитории. Для чего и как?

- Защита от выгорания аудитории;
- Эффективное распределение бюджета;
- Более точная аналитика

У всех покупателей даже одного товара разные причины.

Сегментирование:

- по теплоте трафика;
- по мотиву покупки;
- персонализация

Сегментирование: “Теплота” трафика

Вопрос: Каков уровень нужды в вашем продукте и уровень ознакомленности с ним у конкретного человека?

Трафик:

- холодный;
- теплый;
- горячий

Не можешь решиться на шугаринг? 🙄 Тогда ответь на вопросы 🙋

- ✓ Бреешься каждый день, но волос не становится меньше?
- ✓ Кожа раздражена, и ты испытываешь дискомфорт?
- ✓ Постоянно покупаешь станки, крема и гели?

На все вопросы ответила "Да"? Хватит это терпеть ! Шугаринг решит все эти проблемы! Записывайся ➡ @shicshic_tlt

Если вы уже пробовали шугаринг, но вернулись к бритве, значит вы ходили не в SHIC SHIC @shicshic_tlt ! Все клиенты, которые приходят к нам однажды, возвращаются вновь! 🙋 Мы создали все условия, чтобы вы почувствовали себя максимально комфортно во время столь интимной процедуры! 🌸
Запишитесь и убедитесь 🙋 @shicshic_tlt

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ: МОТИВ ПОКУПКИ

Вопрос: для чего конкретно этому человеку конкретно ваш продукт?

Продукт - обучение английскому:

- чтобы сдать ЕГЭ;
- чтобы сдать Eilts;
- для карьеры;
- для переезда;
- родителям «билингва» (я не знаю, но мой ребенок будет вундеркиндом)

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ: ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

ВЛАДЕЛЕЦ BMW?
ПРИЕЗЖАЙ НА БЕСПЛАТНУЮ ДИАГНОСТИКУ АВТО!
АКЦИЯ ДО 12.11.2017



МОСКВА, РУБЦОВСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, 11

ЕЗДИШЬ НА INFINITI?
ПРИЕЗЖАЙ НА БЕСПЛАТНУЮ ДИАГНОСТИКУ АВТО!
АКЦИЯ ДО 12.11.2017



МОСКВА, РУБЦОВСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, 11

АКЦИЯ ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МЕРСЕДЕСА!



БЕСПЛАТНАЯ ДИАГНОСТИКА ВАШЕГО АВТО
ДО 12.11.2017

МОСКВА, РУБЦОВСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, 11

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK A LIKE АУДИТОРИИ

Facebook Business Manager navigation menu. The "Галерея ресурсов" (Resources Gallery) menu item is highlighted with a red box. The "Аудитории" (Audiences) menu item under the "Ресурсы" (Resources) section is also highlighted with a red box.

Facebook Business Manager Audiences page. The "Аудитории" (Audiences) tab is selected. The "Создать аудиторию" (Create Audience) button is highlighted with a red box. Below it, a table shows the details of a custom audience.

Тип	Размер	Доступность	Дата	Аудитория
Индивидуализированная аудитория				
Похожая аудитория	170 000	Готово	05.10.2018	--

НАСТРОЙКА БЮДЖЕТА И ГРАФИКА ПОКАЗОВ

Бюджет и график

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

Бюджет ⓘ

Дневной бюджет ▼

400,00 р.

400,00 р. RUB

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

Расписание ⓘ

- Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня
- Установить даты начала и окончания

Вы будете тратить не больше 2 800,00 р. в неделю.

Оптимизация для показа рекламы ⓘ

Клики по ссылке ▼

Стратегия ставок ⓘ

Самая низкая цена - Получайте больше результатов (клики по ссылке) за свой бюджет ⓘ

Установите предельную ставку

Когда вы платите ⓘ

- Показ
- Клик по ссылке (CPC)

Планирование графика рекламы ⓘ

- Показывать рекламу постоянно
- Показывать рекламу по графику

НАСТРОЙКА БЮДЖЕТА И ГРАФИКА ПОКАЗОВ

Бюджет и график

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

Бюджет ⓘ

Бюджет на весь срок действия ▼

7 000,00 р.

7 000,00 р. RUB

Расписание ⓘ

Начало 📅 7.10.2018

🕒 18:10

Окончание 📅 7.11.2018

🕒 18:10

(Время в Москве)

Реклама будет показываться до **Среда, 7 ноября 2018 г.**

В сумме вы потратите максимум **7 000,00 р.**

НАСТРОЙКА БЮДЖЕТА И ГРАФИКА ПОКАЗОВ

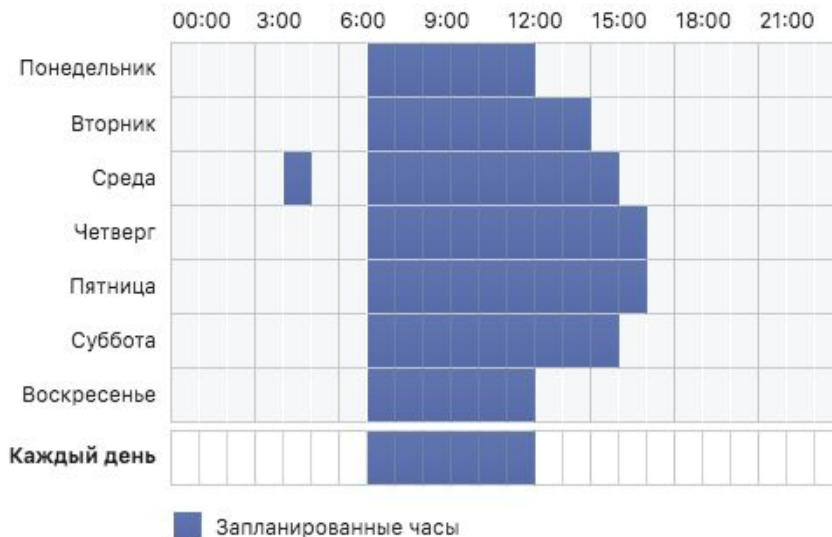
Планирование графика
рекламы ⓘ

- Показывать рекламу постоянно
 Показывать рекламу по графику

Использовать часовой пояс места просмотра ▼

Показ вашей рекламы будет планироваться на основании часового пояса целевой аудитории.

К примеру, если выбрать «с 8 до 17», люди будут видеть вашу рекламу только с 8 до 17 часов по местному времени.



ОПТИМИЗАЦИЯ

- Неявный спрос на продукт, нет ярковыраженного основного интереса – показы;
- Нам хорошо известны мотивы аудитории – целевое действие

Рекламная цель “Трафик” позволяет оптимизироваться по кликам и охвату
Оптимизация по охвату, увеличила число кликов на 13% , при тех же затратах.

Оптимизация для показа
рекламы ⓘ

Клики по ссылке ▼

Оптимизация для показа
рекламы ⓘ

Дневной охват среди уникальных пользователей ▼



РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ. СТОРИ.

Рекомендуемый размер изображения:

- 1080 x 1920 пикселей;
- формат изображения: 9:16

Рекомендованные параметры видео:

- формат файла: .MOV, .MP4 или .GIF;
- разрешение: не менее 600 пикселей в ширину;
- размер файла: не более 4 ГБ;
- рекомендуемое соотношение сторон 9:16;
- Instagram Stories: не более 15 с

Вы также можете загружать файлы GIF.

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ. СТОРИ.

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 или преобразуйте изображения в видео

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ. ЛЕНТА.

Рекомендуемый размер
изображения:

- 1 200 x 628 пикселей
- формат изображения 1,91:1;
- по факту можно брать любое
нужно отталкиваться от целей:
 - важен ли текст на изображении
(тогда изображение можно взять
больше в длину);
 - важен текст под изображением
(тогда лучше взять рекомендуемый)
 - обоюдоважны (квадрат
1024x1024)

**Вы также можете загружать файлы
GIF.**

Рекомендованные параметры
видео:

- формат файла: .MOV, .MP4 или
.GIF;
- разрешение: не менее 600
пикселей в ширину;
- размер файла: не более 4 ГБ;
- Рекомендуемое соотношение
сторон 4:5;
- Instagram Лента: не более 60 с

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ. ЛЕНТА.

Формат

Выберите формат для вашей рекламы.



Кольцевая галерея

Создайте объявление с 2 или более прокручиваемыми изображениями или видео



Одно изображение

Создать объявление с одним изображением



Одно видео

Создайте объявление с одним видео или преобразуйте изображения в видео



Слайд-шоу

Создайте циклическую видеорекламу из 10 изображений



Подборка

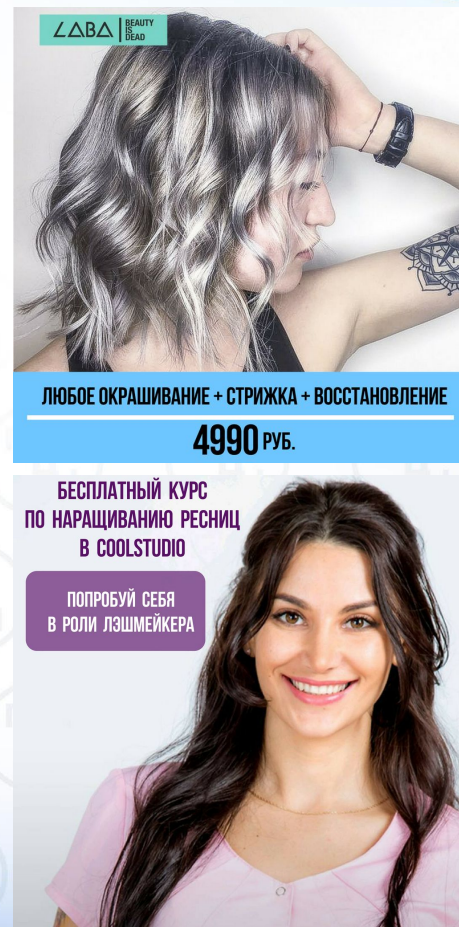
Продемонстрируйте подборку объектов в полноэкранном режиме на мобильных устройствах. Подробнее.

РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТИЗЕРЫ

Можно тестировать следующие форматы:

- без плашек, если товар понятен (бьюти, одежда);
- с плашками, чтобы указать на выгоду, усилить боль или обозначить принадлежность к узкому сегменту (мама, йога);
- любые цифры, даты отображаем на тизере (в отличие от ВК можно писать «тебе 25?» прямо на тизере)

РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТИЗЕРЫ



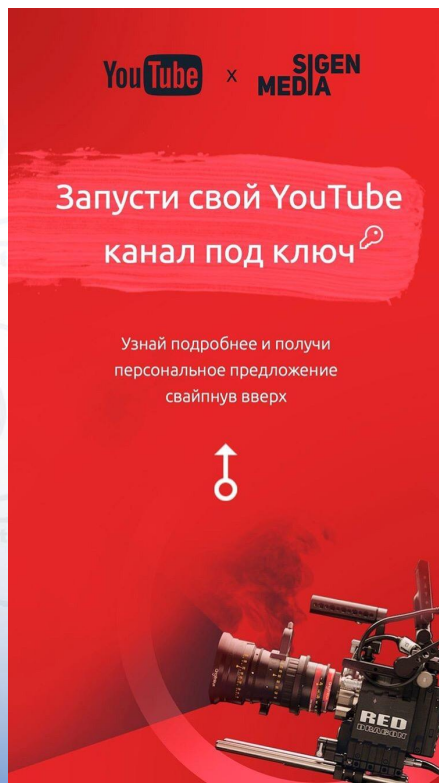
РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТИЗЕРЫ СТОРИ

Упор на мотивы и выгоды через текст:



РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТИЗЕРЫ СТОРИ

Упор на мотивы и выгоды через текст:



ШАБЛОНЫ ДЛЯ ПОСТОВ

[Бесплатные psd-шаблоны для соцсетей](#)

[Бесплатные PSD-шаблоны для постов и промо](#)

[Бесплатные PSD шаблоны для социальных сетей](#)

[Бесплатные PSD шаблоны](#)

РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТЕКСТЫ

- Если ниша и товар понятны (цветы, еда, одежда) то делаем текст не сильно длинным и выделяем основные преимущества;
- Если товар или услуга сложнее для понимания (аудитории важен навык специалиста, аудитории важно техническое устройство товара и так далее), то делаем текст более раскрытым закрывая основные вопросы и возражения;
- Тексты для мужчин более логичные и конструктивные;
- Тексты для женщин более эмоциональные

РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТЕКСТЫ

- Тестировать длинный и тестировать короткий;
- В ИГ обязательно должен быть меншн и выгода до разворота:
выгода- @- пояснение
боль - решение - @
- Эмодзи – ИГ жаргон, усиливающий фразу vk.cc/793XIC;
- Не указывать стоимость, если это не преимущество;
- Шаблоны призыва к действию (около 170) yadi.sk/i/F005hmhe3NNku8

ТЕКСТ. РЕЦЕПТ НАПИСАНИЯ

- Используем положительные конструкции:

Негативная: Не знаешь, что подарить на ДР/Это не отнимет много времени!

Позитивная: Удиви подарком/На это уйдет всего 15 минут

**Но, если сразу же после первого предложения идет убедительное решение проблемы, отрицательная конструкция приемлема.*

- Эмоциональное влияние через образ (люди говорят на разных языках, но мыслят образами)

Нейтрально: Не знаешь, что подарить на ДР?

Образ: Хватит дарить конверт с купюрой!

- Используем местоимения первого лица множественного числа (социальная идентификация)

Плохо: Все сталкиваются с проблемой мотивации

ТЕКСТ. РЕЦЕПТ НАПИСАНИЯ

- Свобода выбора:
диапазон цен (букеты от 1000 рублей)
- Позвольте сделать вывод, вместо прямого посыла:
Прямой: У нас лучшие премиальные букеты!
Вывод: На эти премиальные букеты почему-то шквал заказов
- Риторические вопросы для зацепки
Посыл: В нашем спортзале вы достигнете хорошей формы!
Вопрос: Вы когда-нибудь пропускали тренировки?
- Влияние через социум
Посыл: Удаленная работа освободит ваше время !
Через окружение: Проводите больше времени с близкими!

ТЕКСТ. АБСТРАКЦИЯ В ВЫГОДАХ

Абстрактные преимущества нужно заменять конкретикой!

Многолетний опыт, множество довольных клиентов, индивидуальный подход, гибкая система скидок, вкусные цены, уникальное предложение, богатый ассортимент, высокое качество

Многолетний опыт = пятилетний опыт

Множество довольных клиентов = более 800 положительных отзывов от клиентов


ПАМЯТКА ВОЗРАЖЕНИЙ-РЕШЕНИЙ

Тип риска	Описание	Тактика
Финансовый	Потеря денег	Гарантии
Социальный	Одобрение других	Отзывы
Эго	Потеря престижа	Подтверждение
Функциональный	Не работает	Бесплатный триал
Физический	Вопрос безопасности	Сертификация
Психологический	Нет удовлетворения	Эмоциональный текст
Время	Узнать как использовать	Круглосуточная поддержка
Усилия	Напряжение	Понятные инструкции
Устаревание	Обновление	Дешевое улучшение

РАБОТА С КРЕАТИВАМИ. ТЕКСТЫ

Grand Clinic-клиника совр...
Реклама

РЕГУЛЯРНО ЗАНИМАЕТЕСЬ В СПОРТЗАЛЕ?



КРИОТЕРАПИЯ - ЛЕГКОСТЬ И ПРИЛИВ СИЛ УЖЕ ПОСЛЕ ПЕРВОГО СЕАНСА

Подробнее >

Занимаетесь спортом и стремитесь к идеальному телу? 🙌 Добавьте к тренировкам криотерапию в @grand.clinic и... — читать дальше

heliportmoscow
Реклама

В НЕБЕ ПРОБОК НЕТ!




200 КМ/Ч НОВАЯ МОСКВА, МКАД, МО ОТ 39 ТЫС. РУБЛЕЙ

Подробнее >

heliportmoscow Экономьте ваше время в деловых поездках с Heliport Moscow. Вертолетное такси бизнес-класса, собственный... — читать дальше

max max4u.ru
Реклама

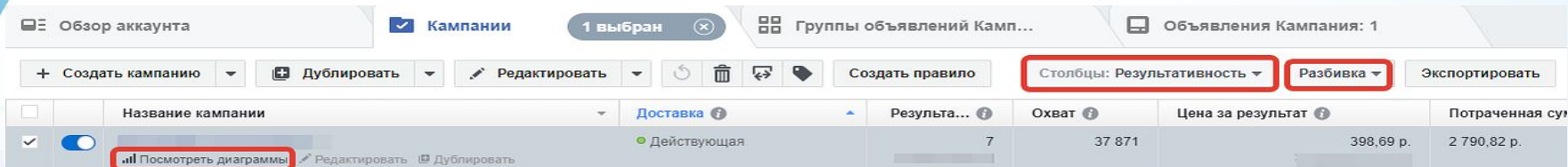


Подробнее >

max4u.ru Неил мастер? Работай без маски, больше никакой пыли! Сотни положительных отзывов от профи @max4u.ru

Аналитика и Масштабирование

АНАЛИТИКА



Обзор аккаунта | Кампании | 1 выбран | Группы объявлений Камп... | Объявления Кампания: 1

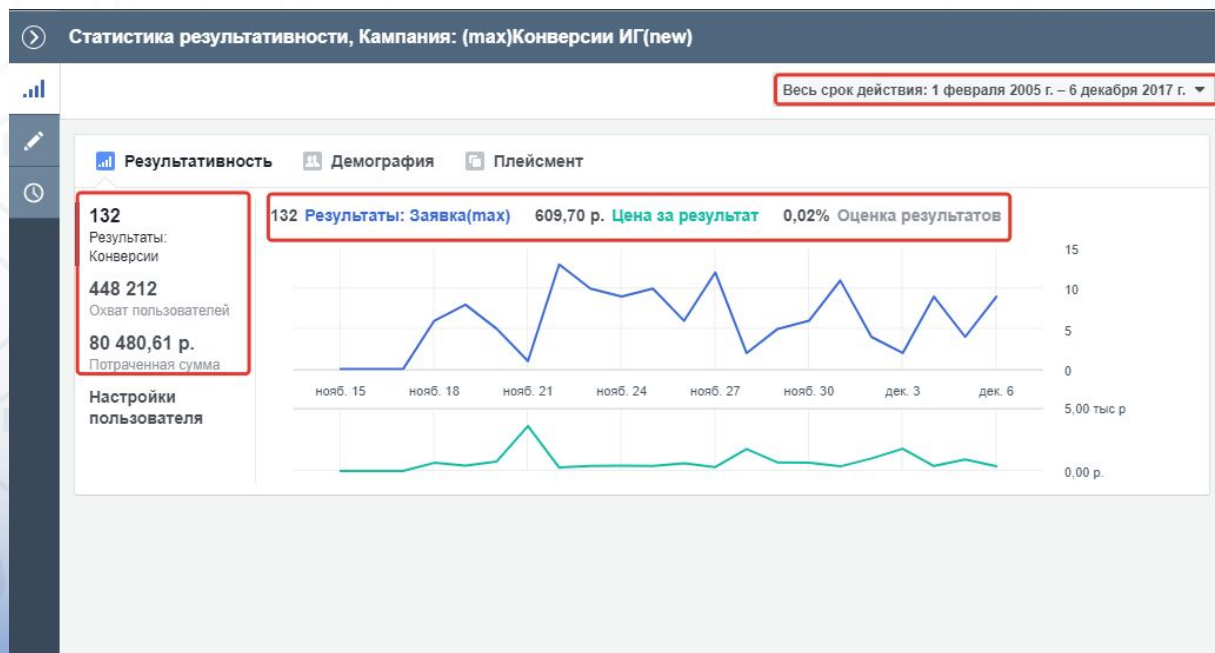
Создать кампанию | Дублировать | Редактировать | Создать правило | Столбцы: Результативность | Разбивка | Экспортировать

	Название кампании	Доставка	Результативность	Охват	Цена за результат	Потраченная сумма
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Посмотреть диаграммы Редактировать Дублировать	Действующая	7	37 871	398,69 р.	2 790,82 р.

- Какие интересы;
- Какой пол;
- Какие устройства;
- Какое гео;
- Какой креатив;
- Какой текст;
- Какой возраст

СТАТИСТИКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ/ГРУППЫ/ОБЪЯВЛЕНИЯ

<input type="checkbox"/>	Название кампании	Доставка	Результаты	Цена за результат	Клики (все)
<input checked="" type="checkbox"/>	(max)Конверсии ИГ(new) Посмотреть диаграммы Редактировать Дублировать	Действующая	132 Заявка(max)	609,70 р. За Заявка(max)	6 338



Статистика результативности, Кампания: (max)Конверсии ИГ(new)

Весь срок действия: 1 февраля 2005 г. – 6 декабря 2017 г.

Результативность **Демография** Плейсмент

132 Результаты: Заявка(max) 448 163 Охват

Все женщины

97% (128)
100% (448 212)

628,75 р.
Цена за результат



Все мужчины

2% (2)
0% (0)

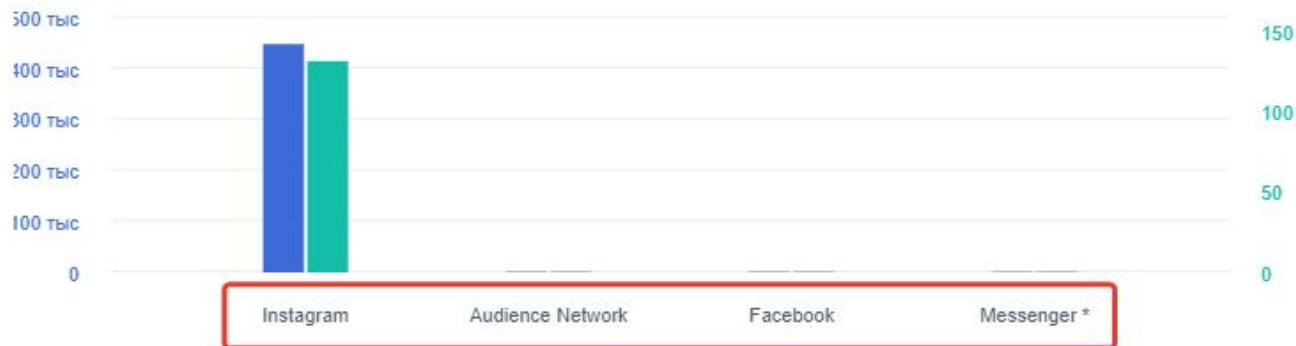
0,00 р.
Цена за результат

Статистика результативности, Кампания: (max)Конверсии ИГ(new)

Весь срок действия: 1 февраля 2005 г. – 6 декабря 2017 г. ▼

 Результативность
  Демография
  Плейсмент

448 212 Охват ▼ 132 Результаты: Заявка(max) ▼ 80 480,61 р. Потраченная сумма



Тип устройства

Мобильные устройства и ПК ▼

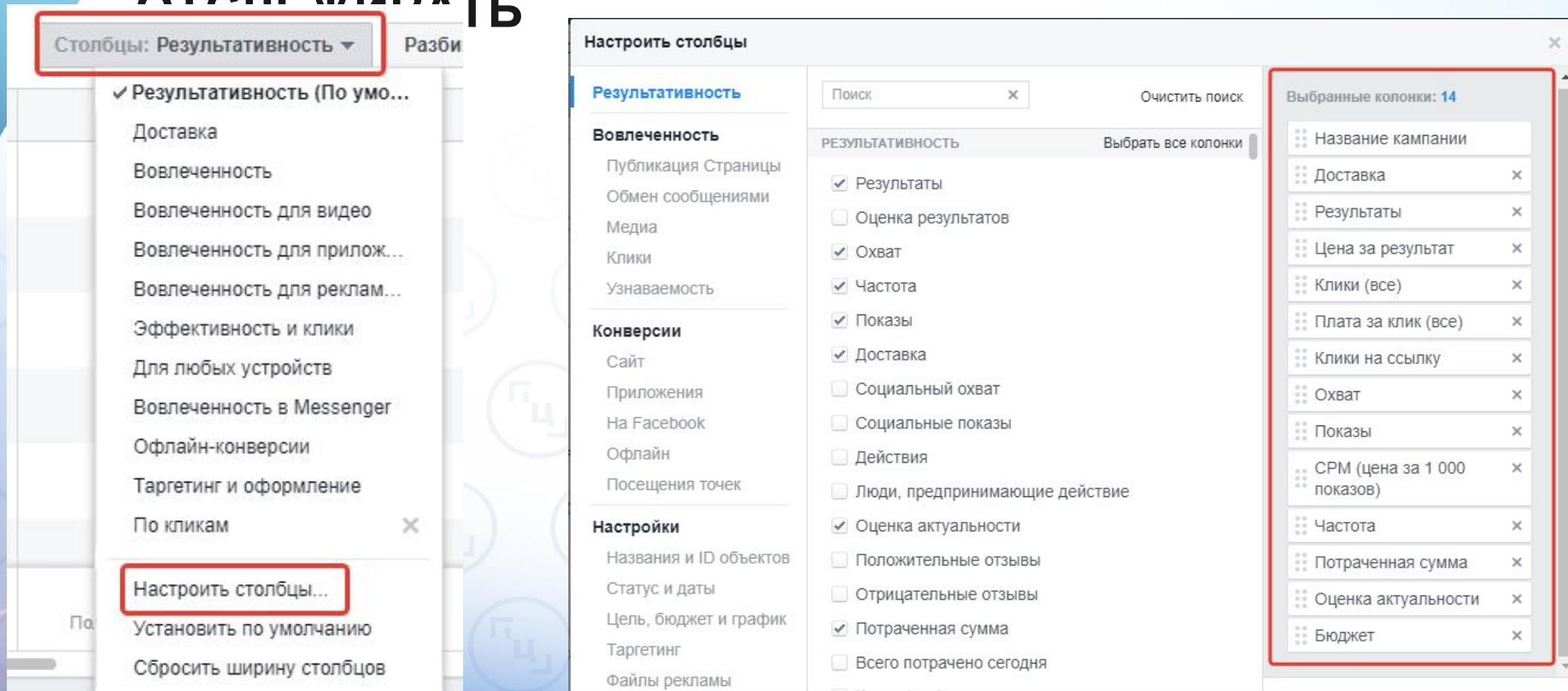
О результатах плейсмента

Показ рекламы оптимизируется таким образом, чтобы ваш бюджет расходовался для плейсментов, с которыми лучше всего взаимодействует ваша аудитория, с учетом ваших настроек таргетинга размера ставки.

[Подробнее](#)

* Реклама может приносить меньше результатов, пока не станет доступна всем пользователям Messenger. Более точная метрика результативности — цена за результат.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ, КОТОРЫЕ НУЖНО ОТДЕЖИВАТЬ



Столбцы: Результативность ▾ Разби

- ✓ Результативность (По умо...
- Доставка
- Вовлеченность
- Вовлеченность для видео
- Вовлеченность для прилож...
- Вовлеченность для реклам...
- Эффективность и клики
- Для любых устройств
- Вовлеченность в Messenger
- Офлайн-конверсии
- Таргетинг и оформление
- По кликам ✕
- Настроить столбцы...**
- Установить по умолчанию
- Сбросить ширину столбцов

Настроить столбцы

Результативность

Поиск ✕ Очистить поиск

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ Выбрать все колонки

- Результаты
- Оценка результатов
- Охват
- Частота
- Показы
- Доставка
- Социальный охват
- Социальные показы
- Действия
- Люди, предпринимая действие
- Оценка актуальности
- Положительные отзывы
- Отрицательные отзывы
- Потраченная сумма
- Всего потрачено сегодня

Выбранные колонки: 14

- Название кампании
- Доставка ✕
- Результаты ✕
- Цена за результат ✕
- Клики (все) ✕
- Плата за клик (все) ✕
- Клики на ссылку ✕
- Охват ✕
- Показы ✕
- CPM (цена за 1 000 показов) ✕
- Частота ✕
- Потраченная сумма ✕
- Оценка актуальности ✕
- Бюджет ✕

МАСШТАБИРОВАНИЕ

Условно поделим масштабирование на три вида:

1. Масштабирование через бюджет — вертикальное;
2. Масштабирование через аудитории — горизонтальное;
3. Комбинированный

Отдельно выделю: перенос рабочих связок в другие рекламные кабинеты

МАСШТАБИРОВАНИЕ. БЮДЖЕТ

Алгоритм работы:

1. Выбираем группы объявлений, в которых стоимость целевого действия нас устраивает;
2. Увеличиваем дневной бюджет на 10-20% каждые 2–3 дня. Лучше всего это делать вечером, так как бюджет системой закладывается с лагом;
3. Первое время стоимость действия может расти до 30%. В этом случае нужно перестать увеличивать лимит на пару дней. Причина этого — в стоимости целевого действия тоже есть лаг, так как с каждым изменением бюджета алгоритм перестраивает оптимизацию;
4. Если после 2–3 дней стоимость действия не приходит в норму, сделайте откат по бюджету на предыдущую ступень и работайте с другой группой объявлений;

По опыту: такая схема живет неделю, далее идет удорожание. Решается это дублем группы рекламных объявлений и дальнейшей работой с ней.

МАСШТАБИРОВАНИЕ. АУДИТОРИИ

- Сегментирование аудиторий;
- Look a Like;
- Индивидуализированные аудитории

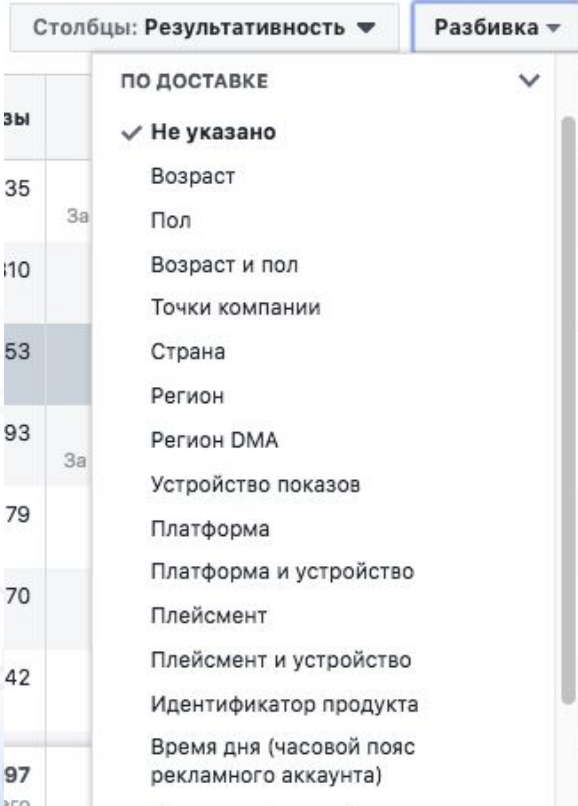
МАСШТАБИРОВАНИЕ. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ АУДИТОРИЙ

Facebook дает нам возможность отследить все соцдем комбинации, плейсменты, устройства, платформы и другие артибуты нашей аудитории.

Например, берем разбивку по возрасту и смотрим, какой возраст у нас дает самые дешевые конверсии. Далее можем взять аудиторию с самым большим охватом и разбить ее на регионы (если это РФ) или по устройствам.

Если в каких-то сегментах стоимость конверсий совпадает с разницей в пределах 10-20% и охват этих сегментов невелик, то их можно совмещать.

Важно: не нужно искусственно заужать аудитории, это плохо скажется на оптимизации.



Столбцы: Результативность ▾ Разбивка ▾

по ДОСТАВКЕ ▾

- Не указано
- Возраст
- Пол
- Возраст и пол
- Точки компании
- Страна
- Регион
- Регион DMA
- Устройство показов
- Платформа
- Платформа и устройство
- Плейсмент
- Плейсмент и устройство
- Идентификатор продукта
- Время дня (часовой пояс рекламного аккаунта)

МАСШТАБИРОВАНИЕ. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ АУДИТОРИЙ

Название кампании	Статус показа	Результаты	Цена за результат	Охват
(max) Конверсии ИГ(new)	● Действующая <small>Слишком много текста</small>	2 033 Заявка(max)	455,69 р. За Заявка(max)	1 336 659
13-17		—	—	—
18-24		214	431,63 р.	238 864
25-34		1 087	424,03 р.	722 225
35-44		611	490,17 р.	303 637
45-54		93	712,91 р.	60 676
55-64		2	1 841,08 р.	5 376
65+		26	139,61 р.	5 888

Очистить все данные по разбивкам

ПО ВРЕМЕНИ >

ПО ДОСТАВКЕ ▾

Не указано

✓ **Возраст**

Пол

Возраст и пол

Точки компании

Страна

Регион

Регион DMA

Устройство показов

Платформа






Платформа и устройство

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK-ALIKE АУДИТОРИИ

Создать пользовательскую аудиторию ✕

Как вы хотите создать эту аудиторию?

Охватывайте людей, которые связаны с вашей компанией, будь то уже имеющиеся клиенты или люди, которые взаимодействовали с вашей компанией на Facebook или других платформах.

-  **Файл с данными о клиентах**
Используйте файл с данными ваших клиентов, чтобы найти похожих людей на Facebook и создать аудиторию. Перед загрузкой осуществляется хеширование данных.
-  **Трафик сайта**
Используйте пиксель Facebook, чтобы создать список людей, посещавших ваш сайт или выполнявших определенные действия.
-  **Действия в приложениях**
Создайте список людей, которые запустили ваше приложение или игру или предприняли определенные действия.
-  **Действия офлайн** ОБНОВЛЕНО
Создайте список людей, которые взаимодействовали с вашей компанией — в магазине, по телефону или через другие офлайн-каналы.
-  **Вовлеченность** ОБНОВЛЕНО
Создать список людей, взаимодействовавших с вашим контентом на Facebook или в Instagram.

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK-ALIKE АУДИТОРИИ

Количество вариаций создания индивидуализированных и похожих аудиторий зашкаливает. Пройдусь по основным, которые дают лучшие результаты.

1. При использовании файла с данными о клиентах лучше использовать мобильные номера, чем email-адреса.

Для составления look-alike аудитории Facebook требуется 100 исходных контактов.

Лучше, чтобы эти контакты были не старше трех месяцев, потому что поведенческие факторы и интересы пользователей довольно быстро меняются.

2. При использовании трафика с сайта лучше всего создавать look-alike на основе тех, кто совершил покупку. Если таких мало, то берите людей, которые провели

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK-ALIKE АУДИТОРИИ

Создание пользовательской аудитории ✕

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

- Пиксель компании «Хелипорт Москва»**

Посетители с сортировкой по проведенному времени **Топ (25 %)**
за посл. д. ⓘ

[+ Выбрать определенные веб-страницы](#)

3. При использовании вовлеченности лучше всего брать наиболее свежие взаимодействия. Для видео — тех, кто посмотрел более 75%

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK-ALIKE АУДИТОРИИ

4. При создании look-alike советуют задействовать 1% от населения страны, так как эта самая близкая к источнику аудитория. Но на крупных проектах мы делаем 1%, 2% и 3%, далее при настройке сужаем детальными таргетингами по интересам.

Так аудитории получаются с небольшим пересечением, но из-за их большого размера аукцион групп объявлений не пересекается.

Создание пользовательской аудитории

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

● Пиксель компании «Хелипорт Москва»

Посетители с сортировкой по проведенному времени ▼ **Топ (25%)** ▼

за посл. д. ⓘ

[+ Выбрать определенные веб-страницы](#)

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ И LOOK-ALIKE АУДИТОРИИ

Источник ⓘ (Мах) Карточка товара за 90дн

Создать ▾

Место ⓘ Страны > Европа


Россия

Найдите страны и регионы для настройки таргетинга | [Просмотр](#)

Количество аудиторий ⓘ 3 ▾

Размер аудитории ⓘ

165.6K 165.6K 496.9K



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % стран

Итоговые аудитории	Предполагаемый охват
Похожая аудитория (RU, 1%) — (Мах) Карточка товара за 90дн	166 000 человек
Похожая аудитория (RU, 1%–2%) — (Мах) Карточка товара за 90дн	166 000 человек
Похожая аудитория (RU, 2%–5%) — (Мах) Карточка товара за 90дн	497 000 человек

РЕМАРКЕТИНГ

Воронка “подогревающего” контента

Создать серию точек касания, напомнить о себе. Хорошо для этой цели подходит цель рекламной кампании “Охват” и “Вовлеченность”.

Работа с возражениями

Формат может быть разный: 1 объявление - возражение, 1 объявление сразу несколько возражений.

Дедлайн:

- повышение цен;
- ограничение по времени;
- ограничение предложения на растущий спрос

РЕМАРКЕТИНГ

Цепочка выгод

Брать из карты преимуществ. 1 объявление - 1выгода. Эффект остатка и запоминания той информации, которая важна именно для этого конкретного человека.

Либо выгода “в лоб”: “Вернитесь у нас подарок для Вас” “Получите бесплатную консультацию”.

Отзывы

Пост с отзывом и ссылкой на ваш профиль и профиль довольного клиента. Лучше всего делать постом в самом аккаунте и делать настройку через приложение Instagram (разобрано во втором дне).

Сервисы для работы

ОБРАБОТКА ФОТО: VSCO, ADOBE SKETCH И OVER

- VSCO фильтр HB2;
- Adobe Sketch и Over текст и надписи на тизерах

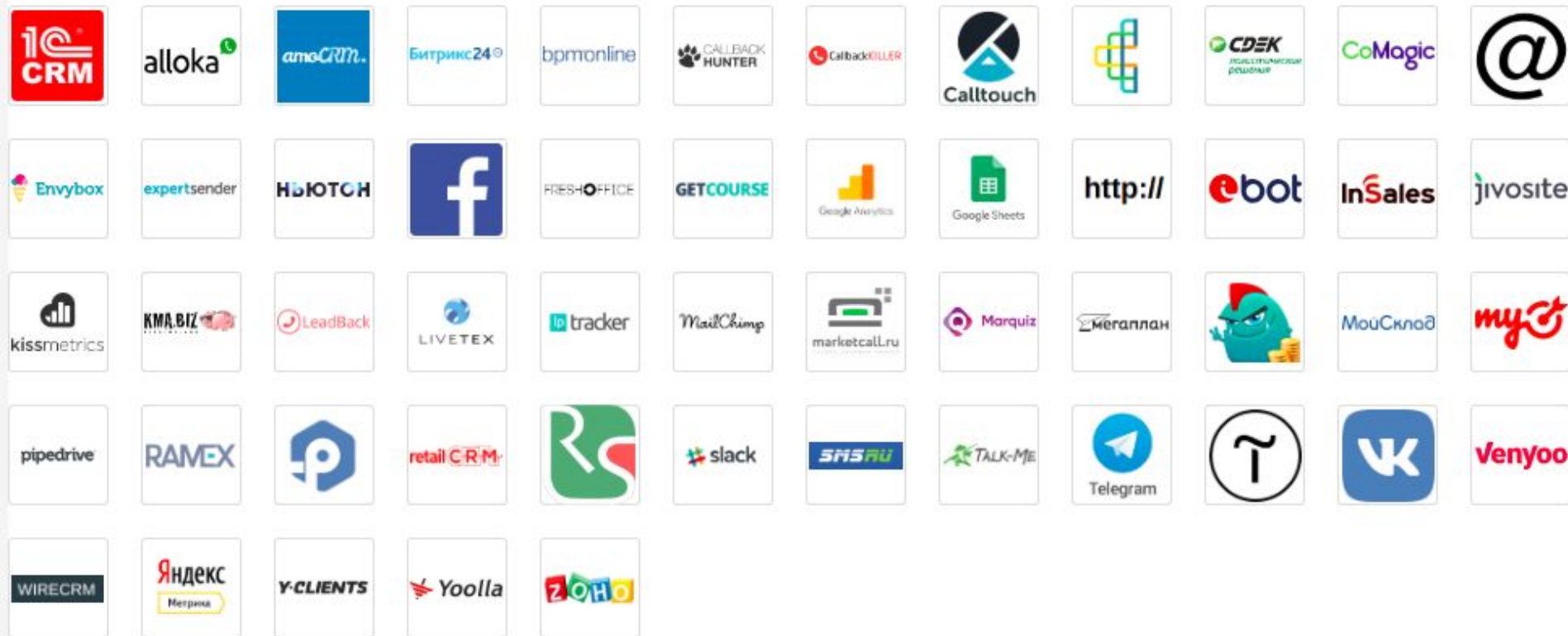


ВЫГРУЗКА ЛИД-ФОРМ: ALVATO.RU

- Бесплатный аналог Zapier;
- Инструкция связи Гугл таблиц для выгрузки форм лидогенерации [здесь](#).

	A	B	C
1	Имя	Номер	Дата заявки:
299	Kristina	79104918104	2018-09-10 12:0
300	Любовь	79173741777	2018-09-10 13:2
301	Байыш кызы	79266707635	2018-09-10 18:0
302	Акматова	79258785907	2018-09-10 20:2
303	Элнура Исмаи	996773166476	2018-09-10 23:5
304	Varno	79099944378	2018-09-11 14:3
305	Анастасия	79252257630	2018-09-11 18:1
306	SAMOYLOVA	79260608464	2018-09-11 18:1
307	Александра	79689255050	2018-09-12 9:27
308	Анушка	79032531347	2018-09-12 16:3
309	Julia	79670254848	2018-09-12 17:3
310	Екатерина	89039645445	2018-09-13 12:3
311	Юленька)))	79777284663	2018-09-13 17:5
312	одежда по зак	89999725939	2018-09-13 23:1
313	Анна	79170902363	2018-09-14 7:44
314	Юлия	79060504356	2018-09-14 9:50
315	Алина	79165251502	2018-09-14 12:1
316	Нафиса	79999785104	2018-09-14 13:3
317	lilya840529	79259978942	2018-09-14 17:4
318	Кулакова	79269803810	2018-09-15 0:59
319	Косимова диан	79963474405	2018-09-15 5:46
320	Talipova	89856602790	2018-09-15 11:2

ВЫГРУЗКА ЛИД-ФОРМ: ALBATO.RU



РАССЫЛКИ И УДОБНЫЙ ЧАТ: LEEDFEED.RU

- Письма вновь вступившим;
- Письма вновь вступившим конкурентов, по спискам и по хештегу (ЭТТЕНШН, НЕ НУЖНО);
- Рассылка по уже имеющимся диалогам;
- Лимиты уже забиты в саму систему;
- Фильтры;
- Удобный чат, который снимает комменты с рекламных объяв и директ;
- Интеграция с телеграм;
- Промо-код verga 5 дней бесплатно

АЛЬТЕРНАТИВА ССЫЛКЕ: MSSG.ME И TAPLINK.RU

- Довольно широкий функционал (ненужный);
- Ссылки на мессенджеры;
- Пиксель ФБ;
- Можно делать подобие лендинга

Примеры:

- http://taplink.cc/fl_kzn
- <http://taplink.cc/anastassiakhosissova/m/>
- http://taplink.cc/krosshop_com
- <http://taplink.cc/MOSOBLBUR>

Добро пожаловать

Нажмите на удобный вам канал связи



Александр Верга



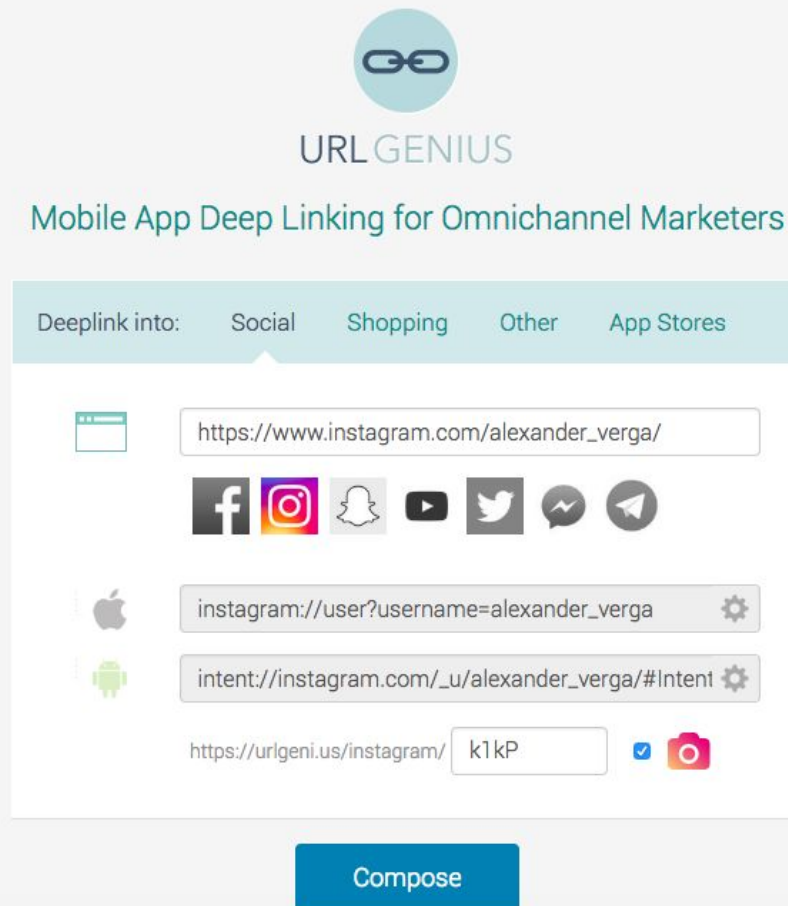
Здесь новая статья



Мы используем mssg.me

ДИПЛИНК: APP.URLGENI.US

При переходе по ссылке не будет выбрасывать в браузер, в появившемся окне можно будет взаимодействовать с акком (подписка, комментинг, лайкинг)



The screenshot displays the URLGENIUS mobile app interface. At the top, there is a logo consisting of a blue circle with a white infinity symbol, followed by the text "URLGENIUS". Below the logo is the tagline "Mobile App Deep Linking for Omnichannel Marketers". A navigation bar contains four tabs: "Deeplink into:", "Social", "Shopping", "Other", and "App Stores". The "Social" tab is selected. Below the navigation bar, there is a search bar containing the URL "https://www.instagram.com/alexander_verga/". Below the search bar, there are icons for various social media platforms: Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, Twitter, Messenger, and Telegram. Below the social media icons, there are two rows of platform-specific deep links. The first row shows an Apple icon followed by a text field containing "instagram://user?username=alexander_verga" and a gear icon. The second row shows an Android icon followed by a text field containing "intent://instagram.com/_u/alexander_verga/#Intent" and a gear icon. At the bottom, there is a text field containing "https://urlgeni.us/instagram/" followed by a text field containing "k1kP" and a camera icon. A blue "Compose" button is located at the bottom right.

ПОВЫШЕНИЕ ТРАСТА ДОМЕНА-НОВОРЕГА WOT

Использовать, если ведем трафик на сайт, но объявления долго висят на рассмотрении.

Накрутка WOT до зеленой отметки помогает добиться быстрой модерации, так как домен имеет уровень траста и ФБ этому доверяет.

Алгоритм такой:

Проверяем домен на бан - developers.facebook.com/tools/debug/;

Смотрим рейтинг WOT - www.mywot.com/ru/;

Обращаемся сюда за помощью по рейтингу - [vk.com/nakrutka web of trust wot](https://vk.com/nakrutka_web_of_trust_wot)

МОНИТОРИНГ ТИЗЕРОВ СТОРИ: ADLOVER.RU

— 80к ру тизеров и постоянные обновления.

Есть 2 режима:

- бесплатный - вполне хватит, чтобы подсмотреть идейку (7 результатов в поиске , 7 попыток поиска в день);
- 1500 р в месяц - здесь и безлимитный мониторинг и скачивание тизеров

Список возможностей дублировать не буду, можете сами почитать вот здесь vk.com/@adlover_ru-faq-po-servisu

МОНИТОРИНГ РЕКЛАМЫ В ЛЕНТЕ: PUBLER.PRO

— 2кк объявлений.

Есть 2 режима:

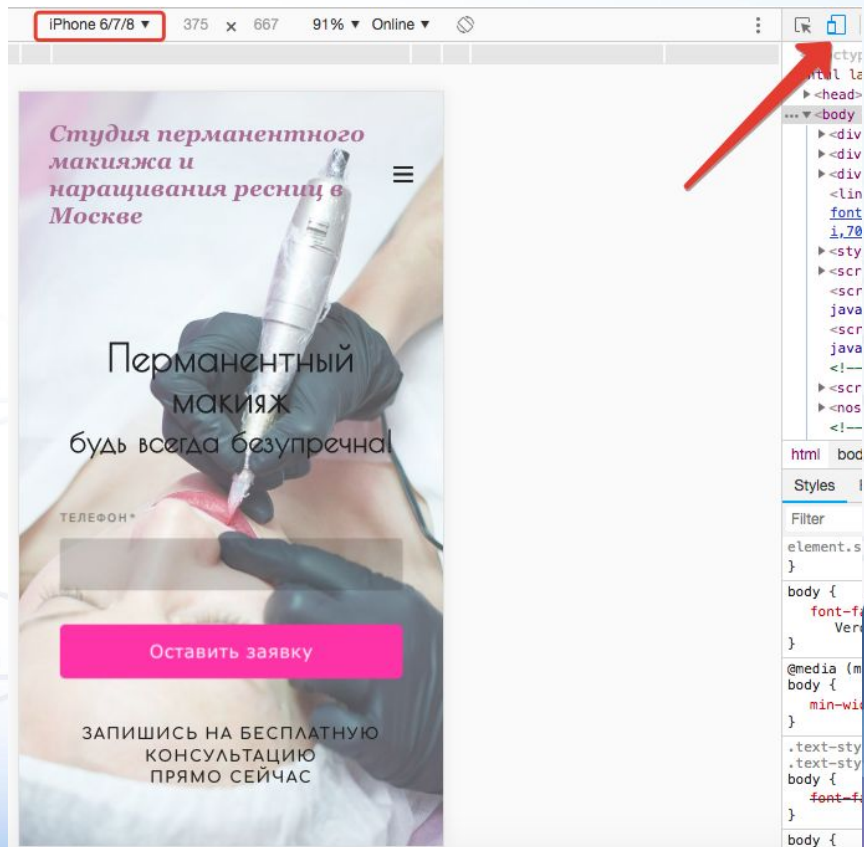
- бесплатный - вполне хватит, чтобы подсмотреть идейку (20 результатов в поиске , 10 попыток поиска в день);
- 3000р в месяц - здесь и безлимитный мониторинг, и скачивание тизеров

Мой совет: дешевле и проще посмотреть кейсы и лендинги конкурентов

ПРОВЕРКА АДАПТИВНОЙ ВЕРСТКИ: ГУГЛ ИНСПЕКТОР

Алгоритм:

- на сайте нажмите F12;
- жмем на иконку телефона с планшетом или `ctrl+shift+m`;
- выбираем устройство



КАК ПИСАТЬ ТЕКСТ С ПРОБЕЛАМИ

В телеграмме добавляем @text4instabot
Пишем ему текст с пробелами, он в эти пробелы вставляет спецсимвол



С ВАМИ БЫЛ АЛЕКСАНДР ВЕРГА

- Паблик «the Цех» vk.com/tceh.agency
- Я Вконтакте vk.com/patronize
- Я в Instagram instagram.com/alexander_verga

БЛАГОДАРИЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

