

Секреты таргетолога

Возможности рекламы в
социальных сетях

Обо мне

Интернет-маркетолог (smmщик, таргетолог, парсеолог и вот это вот все)

веб-интегратора аріца



SMM?

- КОНТЕНТ

- РЕКЛАМ

А

- ОБЩЕНИ

Е



Планирование РК в соцсетях:

1. Определяем цель и KPI
2. Определяем ЦА
3. Подбираем каналы взаимодействия (соцсети) и плейсменты
4. Прописываем сценарий рекламной коммуникации
5. Определяем методики поиска релевантной аудитории и парсим аудиторию
6. Создаем объявления (контент)

Цели рекламы в соцсетях

ЦЕЛЬ	Контроль КРІ
Продажи	ЦД по системам аналитики, коллтрекинг , личные сообщения, CRM-системы, приложения
Лиды	ЦД по системам аналитики, коллтрекинг , личные сообщения, CRM-системы, приложения
Целевое действие на сайте	ЦД по системам аналитики, CRM-системы
Целевое действие в сообществе	Статистика социальных сетей, сторонние сервисы статистики: http://www.jagajam.com/ru https://cleverpub.ru
Повышение узнаваемости/информированности	Охват, коммуникативные критерии эффективности

ПРОБЛЕМЫ



1. Непонимание целей и маркетинговых

→ Несогласованность
действий



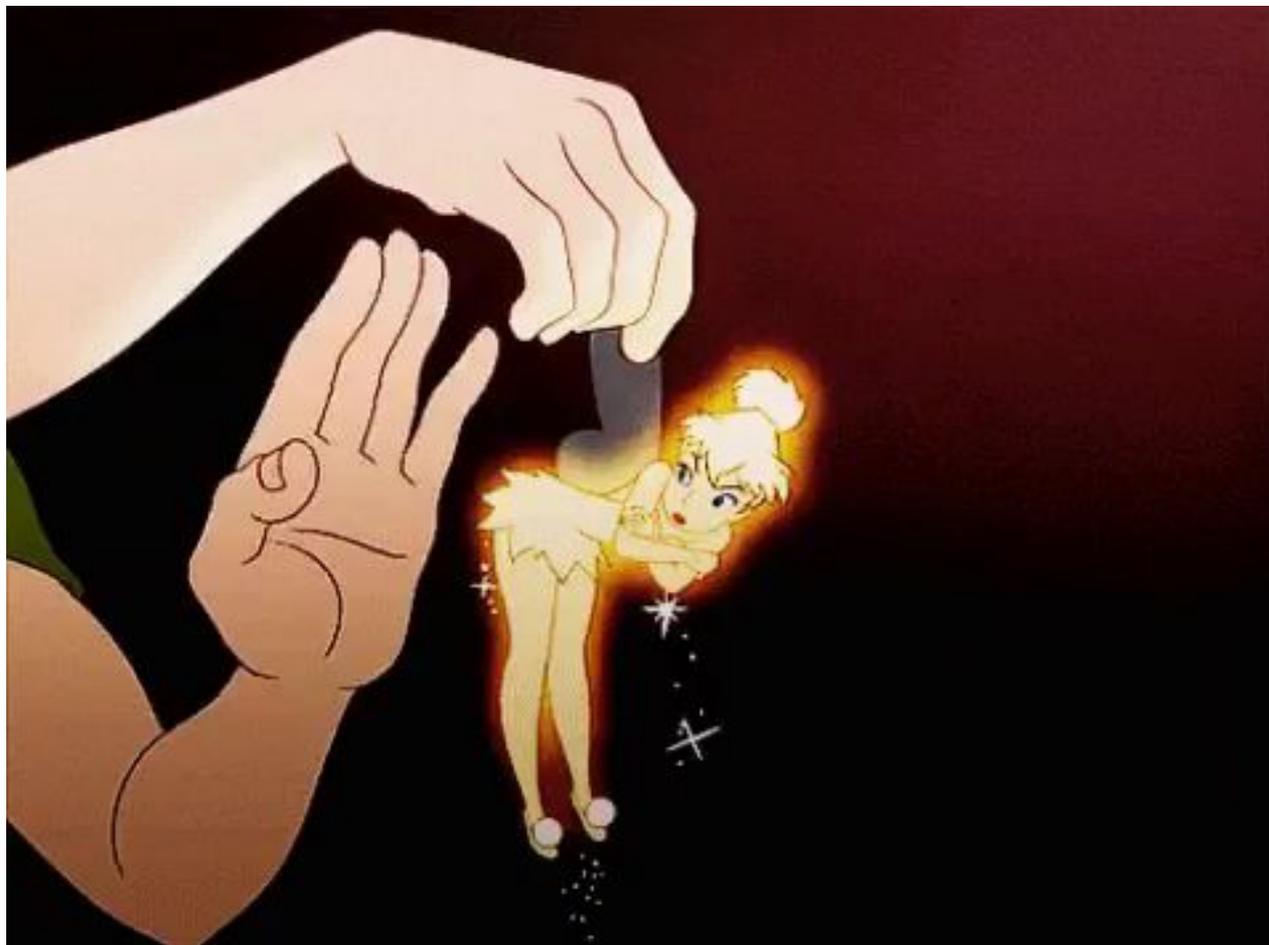
2. Некомпетентность

Типичный отдел маркетинга перед заказчиком



3. Внутренние проблемы бизнеса, влияющие

Заказчик vs маркетолог



4. Обилие гипотез и внутренние противоречия маркетолога



5. «Нам все, но без денег»



Работаем дальше

В чем специфика социалок?

- Холодный трафик
- Формирование потребности
- Многообразии целей и форматов

1.Определение ЦА

- Прописываем сценарии коммуникации с каждым сегментом ЦА -> Определяем возможность достижения цели по поведенческим особенностям данного сегмента (!)
- Учитываем: аудитория холодная, специфика соцсетей, цели сегмента в соцсетях, с каким контентом (в рамках РС) готов взаимодействовать пользователь, сколько времени готов потратить

2. Подбор каналов взаимодействия и плейсментов

- **Вконтакте** (сегодня практически универсален, сложные ниши: премиум товары, продукты не соответствующие правилам ВК, специфичные продукты)
- **Facebook** (меньший охват, чем в вк, специфичная аудитория, широкие возможности для таргета на премиум-сегмент)
- **Instagram таргетинг** (широкие возможности для продвижения массовых, простых товаров)
- **Instagram работа с блогерами** (возможности для коллабораций, имиджевой рекламы, продаж)
- **YouTube работа с блогерами** (возможности для коллабораций, имиджевой рекламы, продаж, но высокие издержки и сложность оценки результатов)

Плейсменты Вконтакте

Рекламные записи в новостной ленте



Карусель

Продвижение товаров и услуг — несколько ссылок в объявлении



Универсальная запись

Увеличение охвата — записи с любыми вложениями



Запись с кнопкой

Призыв к действию — вступить, купить, перейти и другие

Рекламные объявления на страницах сайта



Приложение

Установки iFrame и Flash приложений



Сообщество

Подписка на группы, страницы и встречи



Внешний сайт

Продвижение внешних сайтов

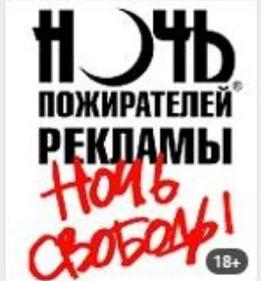
Нравится 2 237 98

58K

ТГБ(тизер)



Убойный курс по маркетингу в ЕКБ
imkot96.ru



Билеты по 2000 руб.
Успейте!

mobius Mobius 2017: Конференция по мобильной разработке
Рекламная запись 18+

Вы еще не купили билет на Mobius 2017 Moscow? С 1 ноября цены вырастут, поэтому самое время определиться.

Подробности программы и регистрация – на сайте.



Йонатан Левин

Подробнее



Lisa Wray

Подробнее



Александр Зим

Подробнее

Нравится 1

ПРОМОПОСТ
«КАРУСЕЛ
Ь»

Сначала интересные



Бесплатный тренинг «Профессия: копирайтер»

Рекламная запись 18+

итак... 7 дневный тренинг! Бесплатный))

По освоению интернет-профессии КОПИРАЙТЕР!!! 😊

Копирайтеры зарабатывают на написании текстов в интернете.

▶ Вы можете освоить искусство письма и основы этой профессии на бесплатном 7-дневном тренинге: <https://vk.cc/7dP42r>

Показать полностью...

БЕСПЛАТНЫЙ ONLINE ТРЕНИНГ

**ИНТЕРНЕТ
ПРОФЕССИЯ
КОПИРАЙТЕР**

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ ОТ 30 000 РУБЛЕЙ
НА НАПИСАНИИ СТАТЕЙ И ТЕКСТОВ

30 ОКТЯБРЯ - 5 НОЯБРЯ

**ПРИНЯТЬ
УЧАСТИЕ** >

Зарегистрироваться на бесплатный тренинг
Приложение

Обычный промопост

ПРОМОПОСТ С КНОПКОЙ



Арбитраж трафика и товарка #Тарас Левчик
Рекламная запись 18+

Авторский блог по трафику и товарке
Одна годнота и ничего лишнего 👍 Обучение, полезности, инсайты, кейсы. ✓
Подписывайся



Арбитраж трафика и товарка #Тарас Левчик
vk.com

Вступить

♥ Нравится 48 🔊 3

Интернет+ТВ - РОСТЕЛЕКОМ
rt.ru

Интернет до 100 Мбит.
Wi-Fi. TV. Фильмы.
Подключитесь на сайте РОСТЕЛЕКОМ!



Инвестируй как Уоррен Баффет!
mfc-dividend.ru

Ожидаемая доходность более 20%. Срок инвестирования 1,5 месяца. Скачай портфель!

Содействие в подборе финансовых услуг/организаций



скачай портфель

Плейсменты Facebook



РЕКЛАМА В ПРАВОМ БЛОКЕ

The image shows a screenshot of a Facebook profile page. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text "Поиск", and the user's name "Ирина" with options for "Главная" and "Найти друзей". Below the navigation bar, the left sidebar contains "Быстрые ссылки" (Quick links) such as "Radius Central Ho...", "Курсы дизайна ин...", "Arīqā", and "Sevencom". The main content area shows a post by "Оксана Корсун" who has added a new photo to her album "Instagram Photos" in the city of Gubkinskiy, Yamalo-Nenetskiy AO. The photo shows a woman wearing a large, colorful floral crown. To the right of the main content is a sidebar with advertisements. The top ad is a video advertisement for "Начни питаться правильно" (Start eating right) from velleoats.ru, featuring a woman in a red jacket eating a pizza. Below it is a text advertisement for "ФАКТ веб-интегратор" (FACT web-integrator), which promotes "ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ" (Effective Internet Stores) and describes the company as a reliable web-integrator. An orange arrow points from the floral crown photo to the FACT advertisement. At the bottom of the sidebar, there are language options: "Русский", "English (US)", and "Українська".

РЕКЛАМА В ЛЕНТЕ

The image shows a screenshot of a Facebook news feed. The top navigation bar includes the search bar with the text "Поиск", the user's name "Ирина", and navigation links for "Главная" and "Найти друзей".

On the left side, there is a sidebar menu with the following items: Messenger, Быстрые ссылки (with sub-items: Radius Central Ho..., Курсы дизайна ин..., Аріqа, Sevensom), Интересное (with sub-items: Ads Manager, Страницы, Группы, Мероприятия, Сохраненное), and В этот день (with sub-items: Игры, Друзья, and a dropdown menu).

The main content area features a "Рекомендуемая публикация" (Recommended post) for Google AdWords. The ad text reads: "Пошаговый план развития твоего дела. Бесплатные уроки от бизнес-экспертов! Стань участником бесплатного бизнес-курса от Google и Сбербанка". Below the text is an image of macarons and a line graph. The ad is titled "Бизнес класс" and "Развивай свой бизнес с нами!". It mentions a "Бесплатный курс «Бизнес класс» стартует в твоем регионе" and lists "Google" and "СБЕРБАНК" as partners. The URL "BUSINESS-CLASS.PRO" is visible at the bottom of the ad. A "Подробнее" button is located at the bottom right of the ad.

To the right of the ad, there are several other posts and ads:

- A post from "HUMOR - просто ржачка." with 333 075 participants, featuring a cartoon image of a dog.
- A post titled "Счастье иметь кота" with 114 875 participants, featuring a close-up image of a cat's face.
- An advertisement for "websarafan" titled "Стиль. Имидж. Харизма" for an event on October 30 and November 1 in Moscow. It includes the text "ONLINE участие - БЕСПЛАТНО" and "WEB SARAFAN клуб для предпринимателей" with 4 friends and 66 998 participants. A red arrow points to this ad.
- A language selection bar at the bottom right with options: Русский, English (US), Українська, Suomi, and Español.

+

- Реклама в Audience Network
- Реклама в Messenger
- Реклама в моментальных статьях
- Реклама в видео

Плейсменты Инстаграм

Instagram Ad Formats



Image Ads



Video Ads



Carousel Ads

3. Сценарий рекламной

КОММУНИКАЦИИ: ОТВЕЧАЕМ НА ВОПРОСЫ

- Куда ведем трафик?
- Какой это будет трафик?
- Какие возможны мотивы у аудитории?
- С какими внутренними возражениями столкнется представитель ЦА?
- На каких этапах произойдет отсев аудитории?
- Что произойдет после данной коммуникации?

4. Поиск ЦА

- Берем ядро аудитории
- Анализируем через парсеры
- Анализируем через Data Fuel
- Составляем гипотезы поиска
- Анализируем количество и прирост аудитории
- Тестим или расширяем аудитории, дополняем гипотезы

По соцдем, психологическим и психографическим характеристикам

- <https://vk.datafuel.ru/login>

☰ Data Fuel

ваша лицензия закончилась

Ирина Корсун

Результат

9x12 изменить имя
количество пользователей: 1977

экспортировать

Анализ

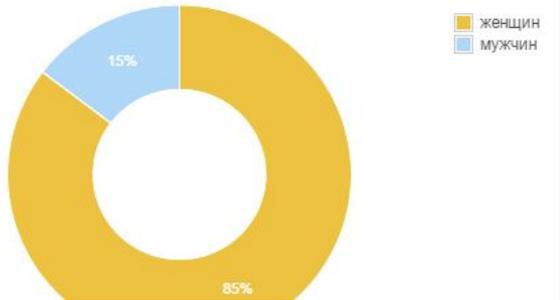
Поиск похожих не подключено для вашего тарифа

Результаты

профайл пользователя

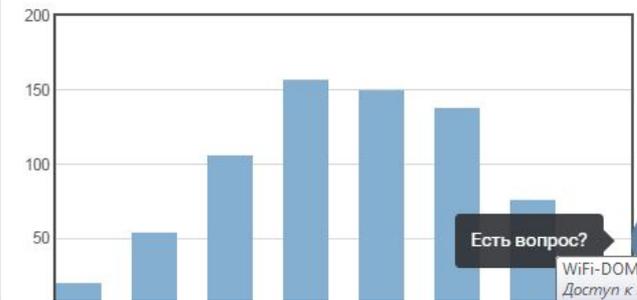
Демография

Пол



Пол	Процент
женщин	85%
мужчин	15%

Возраст



Возраст (диапазон)	Число пользователей
13-17	10
18-24	55
25-34	105
35-44	155
45-54	150
55-64	140
65+	75

Есть вопрос?

WiFi-DOM.ru-9553
Доступ к Интернету

Психотипы

(нажмите на сегмент для перехода к описанию)

Направленность



Восприятие



Мышление

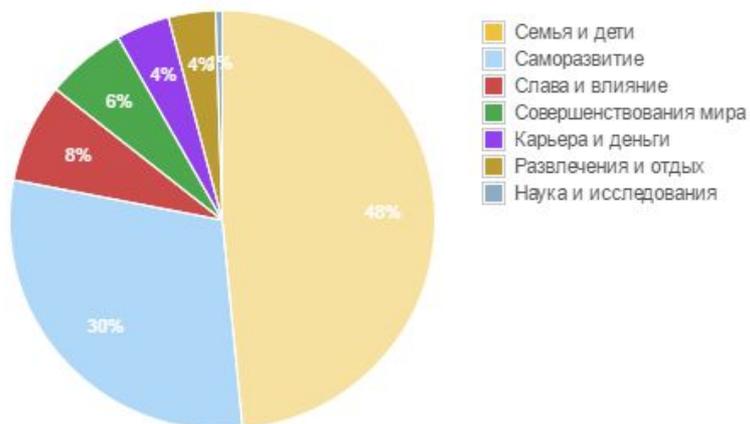


Тактика

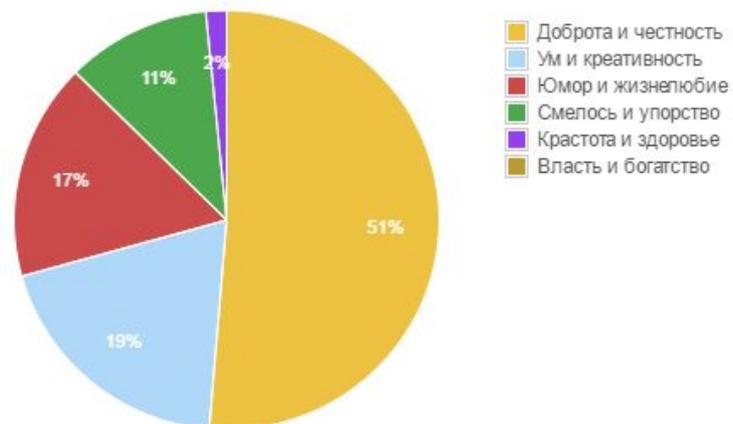


Взгляды

Жизненные цели



В людях главное



Таргет Хантер

vk.targethunter.net/take/post

Входные данные

Для работы инструмента, необходимо, что бы вы написали **сообщества и ключевые слова** для поиска постов.

Я напишу вручную У меня есть файл Списки из облака

Ключевые фразы

Здесь вы можете указать ключевые фразы, по которым будет осуществляться поиск.

Пример фразы:
Торты на заказ

По одной ключевой фразе в строке

Параметры подбора

Только точное вхождение поисковых фраз

Период, за который искать посты

15.05.2017 - 14.06.2017 За все время

Название запроса

Вы можете задать свое название запроса, для удобной навигации в истории.

Новый запрос

История запросов

Обновить

Вся история Текущий инструмент Автоматические задачи

Выполнено	инвесторы 5 Создан 18:45 31.05.2017	 
Выполнено	инвесторых5 фаза 2 Создан 17:56 31.05.2017, количество: 3283777	 
Выполнено	инвесторых3 фаза 2 Создан 17:55 31.05.2017, количество: 6979943	 
Выполнено	инвесторы фаза 1 Создан 17:45 31.05.2017, количество: 222565	 
Выполнено	дизайн разбив Создан 11:20 31.05.2017	 
Не найдено	дизайн х7 фаза 2 Создан 10:41 31.05.2017	 

Удалить всю историю История запросов хранится 30 дней.

Справка

Посты сообществ — инструмент сбора в сообществах постов, содержащих ключевые фразы.

 — Просмотр результатов

Есть вопрос? 

WiFi-DOM.ru-9553
Доступ к Интернету

Главная

Поиск

Сбор

Активности

Анализ

Инструменты

Рекламный кабинет

Списки в облаке

Оповещения

Обратная связь

Главная

Поиск

Сообщества

Люди

Родители

Меломаны

Новости

Видеозаписи

Дни рождения пары

Дни рождения

По телефону и почте

Активности

Вступления

Сообщества

Обсуждения

Посты

Фотографии

Видеозаписи

Опросы

Профили

Инструменты

Пересечение баз

Пересечение сегментов

Фильтр сообществ

Фильтр профилей

Преобразование ID

Ретаргет-пиксель

Деление данных

Экспорт в CSV

Очистка от ботов

Выделяем критерии существующей аудитории (потенциальной, аудитории конкурентов)

- Гео и Семейное положение
- Популярные сообщества с концентрацией ЦА
- Рейтинг интересов
- Психотипы
- Взгляды и стимулы
- И выгружаем нужные сегменты в ретаргет (рекламный кабинет ВКОНТАКТЕ)

Парсим аудиторию (это только контакт)

- ТаргетХантер
- ПепперНиндзя
- ЦереброТаргет

Весь этот софт позволяет:

- Собирать пересекающуюся аудиторию сообществ
- Чистить аудиторию от ботов
- Искать именинников, друзей именинников, родителей детей определенных возрастов
- Искать аудиторию по конкретным активностям
- Собирать новых участников
- Собирать сообщества по ключам

Facebook, instagram:

По интересам, находим

- Страницы, которые нравятся подписчикам определенных страниц
- Интересы подписчиков определенных страниц
- Любимую музыку/фильмы/спортивные команды подписчиков определенных страниц
- Группы, в которых состоят подписчики определенных страниц
- Тип бизнеса в определенной локации, посещаемый подписчиками определенной страницы

Поиск интересов аудитории

- Pages liked by people who like <Page Name> — Страницы, которые нравятся людям, подписанным на <Название Страницы>
- Pages liked by people who like <Page Name1> and <Page Name2> — Страницы, которые нравятся людям, подписанным на <Название Страницы1> и <Название Страницы2>
- Favorite interests of people who like <Page Name> — Популярные увлечения людей, которые подписаны на <Название Страницы>
- Favorite interests of people who like <Page Name1> and <Page Name2> — Самые популярные увлечения подписчиков из <Название Страницы1> и <Название Страницы2>
- Movies liked by people who like <Page Name> — Фильмы, которые любят те, кому нравится <Название Страницы>
- Favorite music of people who like <Page Name> — Любимая музыка тех, кому нравится <Название Страницы>
- Groups joined by people who like <Page Name> — Группы, в которых состоят подписчики <Название Страницы>
- <Type of business> in <Location> visited by people who like <Page Name> — <Тип бизнеса> в <Расположение>, посещаемое людьми, которым нравится <Название Страницы>

Создание рекламных объявлений

Никаких волшебных таблеток нет: все
исходит от цели РК



Покупка рекламы в сообществах

- При составлении медиаобсчета необходимо просчитать CPM, при $CPM < 100$ руб. реклама в пабликах имеет смысл.
- Реклама через биржу избавляет от рисков и проблем с админами, но добавляет проблемы с биржей – объявление должно соответствовать правилам соцсети.

Когда нужно покупать рекламу в сообществах:

- Когда ваша реклама не может (и не сможет) пройти модерацию
- Когда у вас хайповый массовый продукт
- Когда вам нужно получить максимальный охват в кратчайшие сроки
- Когда вам нужна псевдонативная история и Вы надеетесь договорится с пабликами на отсутствие отметки «реклама»
- Когда вы хотите использовать спецформат, репост или вам необходима поддержка паблика как некого лидера мнений в нише.

Что делать, если реклама не работает?



Что делать, если реклама не работает?

- Проверьте посадку.
- Подумайте над частотой показов.
- Проанализируйте метрику.
- Проверьте колтрекинг.
- Протестите еще пару креативов.
- Перепроверьте свой выбор ЦА.
- Подумайте. Лишним не будет.
- Обвините во всем босса. Или заказчика.
- Идите посмотреть клевые гифки в телеграмчике.

Вот такие



Важные нюансы при продвижении паблика:

- Продвигая паблик – забудьте о продажах и заявках
- Главный стимул для вступления – качественный контент
- Дополнительные бонусы для вступивших – всегда приветствуются (за примерами всегда к Coca-Cola)
- Все подключенные разделы должны быть заполнены и налажена навигация по материалам сообщества.
- Не забываем про:
приложения+товары+wiki+сообщения
сообщества

Когда вообще не надо трогать рекламу в социалках?

- Когда нам надо всех охватить, но у нас 2500 рублей
- Когда «Не ну а че, там легко же»
- Когда «Какая аналитика? Ну мы же итак поймем если работает»
- Когда транзакция возможна только на сформированную потребность, а точек ее выявления нет



НО ЭТО НЕ ТОЧНО

Что делать, если облажались?



Что читать

рекламщику/маркетологу/digital-богу/сммщику/таргетологу и даже простому смертному

- Cossa
- Хабрхабр
- Сммщики
- Д. Румянцева
- LIVE
- Все контактовые паблы
- Target Hunter
- Волкова, Коварскую, Тыщенко, Постановича
- И еще много-много всего...





Интернет-маркетолог веб-

интегратора **аріца**

ИРИНА КОРСУН

vk.com/korsunirina

fb.com/irina.korsun.927

insta: [@i.korsun](https://i.korsun)

Telegram: [+7-922-120-81-40](https://t.me/+7-922-120-81-40)