

Стратегия таргетированной рекламы

printbase.ua



Глоссарий



Таргетолог — Специалист, который занимается рекламой в социальных сетях.

Плейсмент — Место, где показывается ваша реклама на Facebook: правый блок в веб-интерфейсе, лента новостей в Facebook и Instagram, Audience Network, Messenger.

Пиксель — Код ретаргета, позволяющий собирать пользователей, посетивших ваш сайт.

Ретаргетинг — Это рекламный механизм, посредством которого реклама направляется тем пользователям, которые уже контактировали с брендом: посещали сайт, состоят в базе клиентов.

KPI — Ключевые показатели эффективности. Определяются на старте работы и отвечают потребностям клиента. Если клиент продает бензопилы на сайте, его не должно сильно волновать количество подписчиков. Для него важна цена за клик, конверсия и цена за покупку. Если клиент федеральный бренд, которому нужно работать на узнаваемость, то там за KPI может быть принят охват

LAL — Технология, позволяющая найти похожую аудиторию по исходной базе. Полное название Look-alike, специалисты так и называют этот инструмент — «лук э лайк». Загружаете свою базу в соцсеть, на выходе получаете базу потенциальных клиентов. Особенно этот инструмент полезен в Facebook, где нет сервисов для парсинга аудиторий.

UTM-метка — Инструмент, позволяющий пометить ссылку и передать в систему аналитики информацию об источнике.

Биллинг — Система выставления счетов клиентам за оказываемые компанией услуги и продаваемые товары. Термин встречается в рекламном кабинете Facebook.

Лидогенерация — Вид интернет-маркетинга, концентрирующийся на получении лидов и подразумевающий оплату за результативные контакты пользователей.

Пост — Формат контента в социальных сетях. В зависимости от соцсети может включать в себя текст, фото, видео, аудио, документ, опрос, ссылку, карту.

Промоут/Промоакции — один из способов таргетированной рекламы при котором в рекламу запускается опубликованный пост с аккаунта instagram, благодаря чему весь собранные охваты и показы засчитываются в статистику аккаунта и поднимают органику! Лучший метод для продвижения instagram-магазинов.

Цель рекламы

Повышение кол-во целевых лидов в instagram-магазине.

Гео: Украина

Куда ведем: <https://www.instagram.com/printbase.ua/>

Цель РК: трафик

Рекламный аккаунт: клиент не предоставил

Страница facebook: еще не предоставили



Анализ проекта



Инстаграм магазин: printbase.ua

Товар: футболки с принтами. В дальнейшем рассматривается расширение продукции.

Продажа в инстаграмм: <https://www.instagram.com/printbase.ua/>

Уникальное торговое предложение: хорошее качество ,низкая цена, быстрое выполнение заказа.

Товар-локомотив: футболки / кепки

Средний чек: 350 грн.

Геолокация: Украина

Исследование рынка



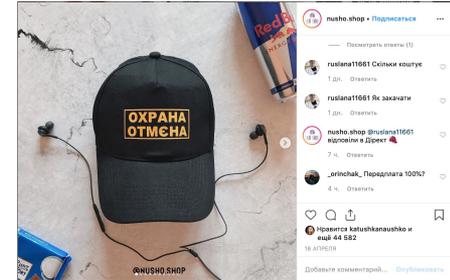
Большинство ваших конкурентов использует фотографии только своего продукта, что повышает в разы лояльность к потенциальным покупателям.

Посты на промоут запускаются только кольцевые галереи, что позволяет показать множество товаров одной и той же аудитории.

Для повышения органики и лояльности ваши крупные конкуренты проводят giveaway, на котором собирают большую базу подписчиков и потенциальных клиентов. Такая акция проходит каждые 3-4 недели.

Для того, чтобы противостоять конкурентом, нам потребуется создать личный контент и визуальную карту, каждый 4-5 пост выставлять кольцевой галереей. И проводить giveaway каждый месяц.

Фотографии продукции лучше использовать не на моделях.



Разработка портрета клиента



Девушки 18 - 34 года

- хотят купить подарок
- хотят выглядеть красиво
- любят нестандартные вещи
- пытаются самовыражаться за счет одежды
-

Страхи:

- заплачу деньги, а посылку не отправят;
- некачественный товар и состав ткани;
- плохого качества будет сам принт

Стратегия запуска рекламы

В первую неделю, мы запустим 2 промоакции с разными аудиториями.

Оценив работу каждого промоута в отдельности определим лучшую аудиторию и будем работать с ней и запускать промоуты на эту аудиторию.



Плейсмент

(место размещения рекламы)

Мы будем использовать такие плейсменты:

- Instagram Лента.
- Instagram Сторис.



Аудитории

“Девушки”

Гео: Украина

Интересы: Streetwear или Одежда

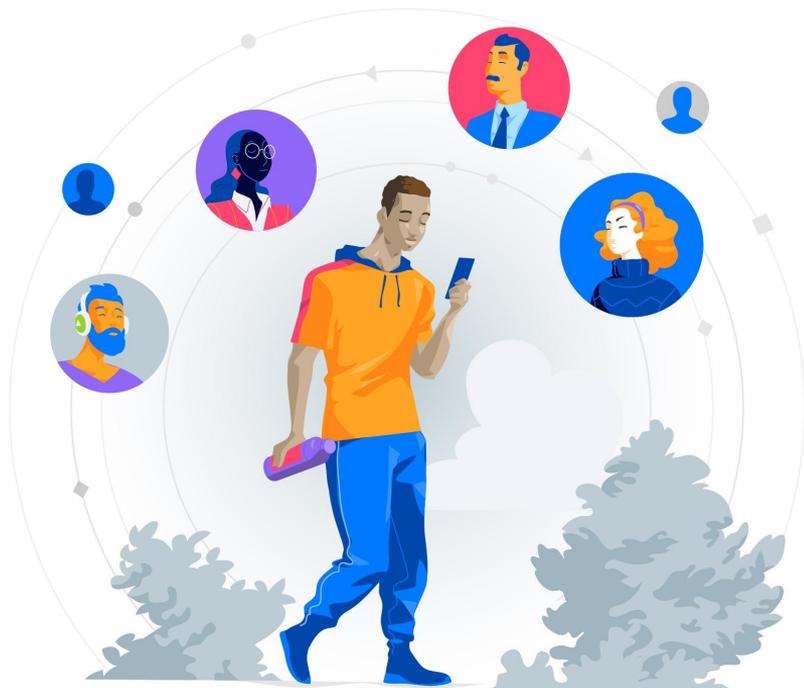
Сужаем по: Уличная мода

Второе сужение по: Часто путешествующие или
Регулярно путешествующие за границу

Пол: Женщины.

Возраст: 18 - 34.

Размер аудитории: ~ 1 400 000 .



Аудитории

“Look a Like // direct BrandU!”

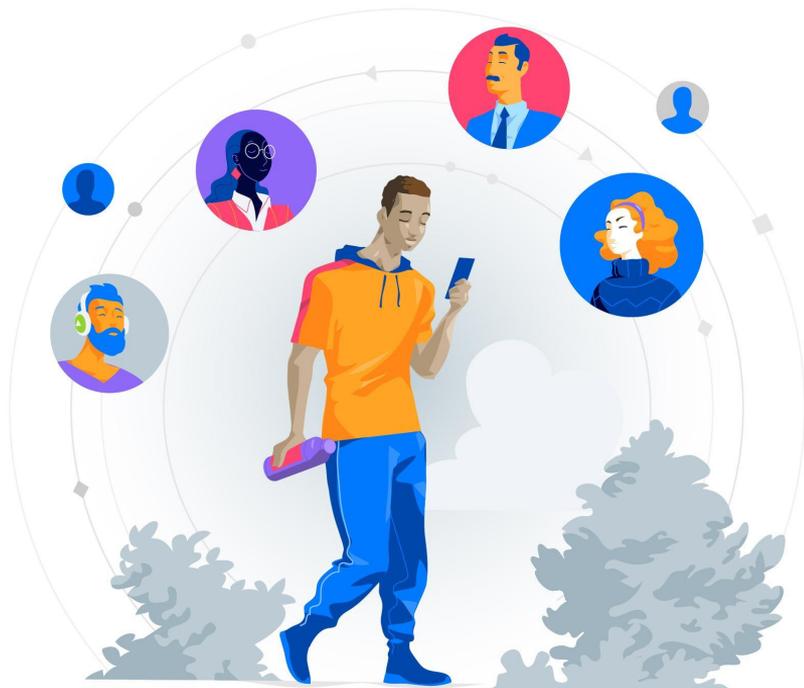
Гео: Украина

Интересы: -/-

Возраст: 18-34.

Потенциальный охват: ~

Возьмём уже собранную аудиторию с наших лучших кейсов в вашей сфере, чтобы мы смогли привести еще более целевую аудиторию.



Рекламный бюджет

Оптимальный бюджет в день - от **7-10\$** на один промоут.

Исходя из вашего ответа в брифе мы видим, что максимально допустимый бюджет составляет **150\$**, но в данной сфере мы *рекомендуем бюджет ~ 300\$*

Мы предлагаем вам потратить **150\$** в первые 15 дней, по **10\$** в день. Таким образом мы сможешь сразу показать какой результат может быть при среднем бюджете.



КРІ. Оценка эффективности рекламы



Оценивать рекламную кампанию
будем в показателях:

- цена за заявку в профиле
- цена за заявку в директе
- цена за клик
- цена за охват 1000 пользователей