

**FEAT LAB**

# **МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ТАРГЕТИНГА, КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ, SMM**

## **методы и инструменты таргетинга:**

### **№1: Аудитории Клиентов в Facebook**

Если у Вас уже есть список клиентов или номера телефонов или имейлы лидов, или же приличный объем трафика, Аудитории Клиентов дают возможность показывать им рекламу во время использования Facebook.

### **#2: Последние покупки**

Сотрудничество Facebook и Twitter с сильными компаниями по работе с данными позволяет предложить невероятно мощные функции таргетирования рекламы, основанные на том, что пользователи действительно недавно купили оффлайн и онлайн.

### **#3: Демографический таргетинг**

Конечно, с каждым из перечисленных инструментов таргетирования рекламы Вы стремитесь быть осторожным, чтобы избежать слишком широкого таргетинга. Поддержание узкого и очень точного рекламного таргетирования поможет Вам продолжать привлекать людей, избегая напрасных показов, кликов и растраты бюджета впустую.

## **методы и инструменты контекстной рекламы:**

### **№1: Инструмент для подбора ключевых слов [Keyword Tool](#)**

Позволяет понять, какие на самом деле поисковые запросы задают пользователи, и в зависимости от этого подобрать ключевые слова, подходящие для рекламной кампании. Данные по запросам берутся из подсказок поиска Google, YouTube, Bing и AppStore.

### **№2: Инструмент для сцепки слов «[Генератор Ключевых Слов](#)»**

Перед стартом рекламной кампании составляется список ключевых слов, по которым объявление увидят пользователи. Если мы говорим об интернет-магазинах, то чаще всего ключевые слова состоят из названия бренда или товара и продающей добавки, например, «купить», «заказать», «онлайн», «магазин», «доставка».

### **№3: В продолжение темы минус-слов — сервис [HTraffic](#)**

Сервис добавляет в Google AdWords минус-слова во всех склонениях. Зачем это нужно? Например, ваш клиент занимается только продажей, а не арендой квартир. В таком случае, к ключевому слову «квартира в Москве» нужно добавить минус-слово «снять».

## **методы и инструменты SMM:**

### **№1: Контент-маркетинг**

С контент-маркетинга в принципе и начинается SMM. Качество контента определяет работу и эффективность остальных инструментов SMM. Чем лучше контент, тем дешевле и лучше будут работать и другие инструменты SMM.

### **№2: Управление сообществом**

Управление сообществом или комьюнити-менеджмент это в первую очередь общение с пользователями. Комьюнити-менеджер должен во время обрабатывать вопросы, возражения и негатив пользователей.

### **№3: Работа с блогерами**

Этот инструмент SMM чаще используется при продвижении в Инстаграме, а также в YouTube, Вконтакте и Facebook. Договаривайтесь с блогерами через биржи и агентства.

**FEAT LAB**