

Контент для В2В и В2С

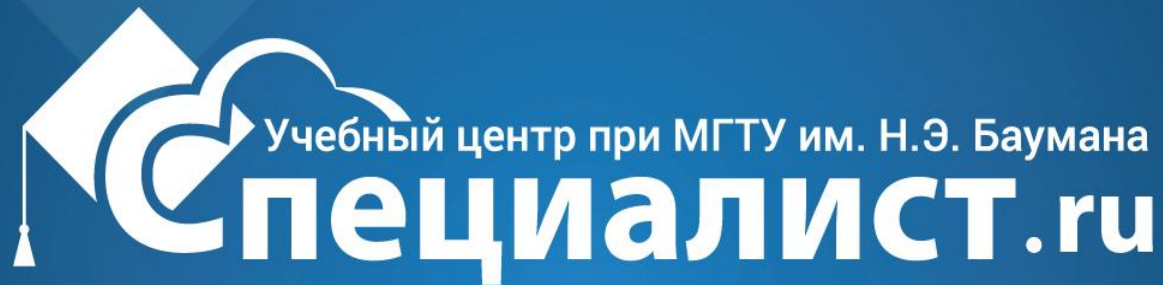
www.specialist.ru

Анализ сообщества

1. Определить тактику, стратегию и идею сообщества
1. Проанализировать контентную стратегию, определить самые популярные темы и вида контента
1. Оценить ее эффективность и реакцию аудитории
1. Оценить качество коммуникации с потребителем



В итоге у вас должен быть сравнительный анализ нескольких конкурентов с выводом и рекомендациями.



Создание и управление сообществом

www.specialist.ru

Личный аккаунт

Наполнение

Основная информация

Статус (текст и музыка)

Место работы

Контакты

Интересы

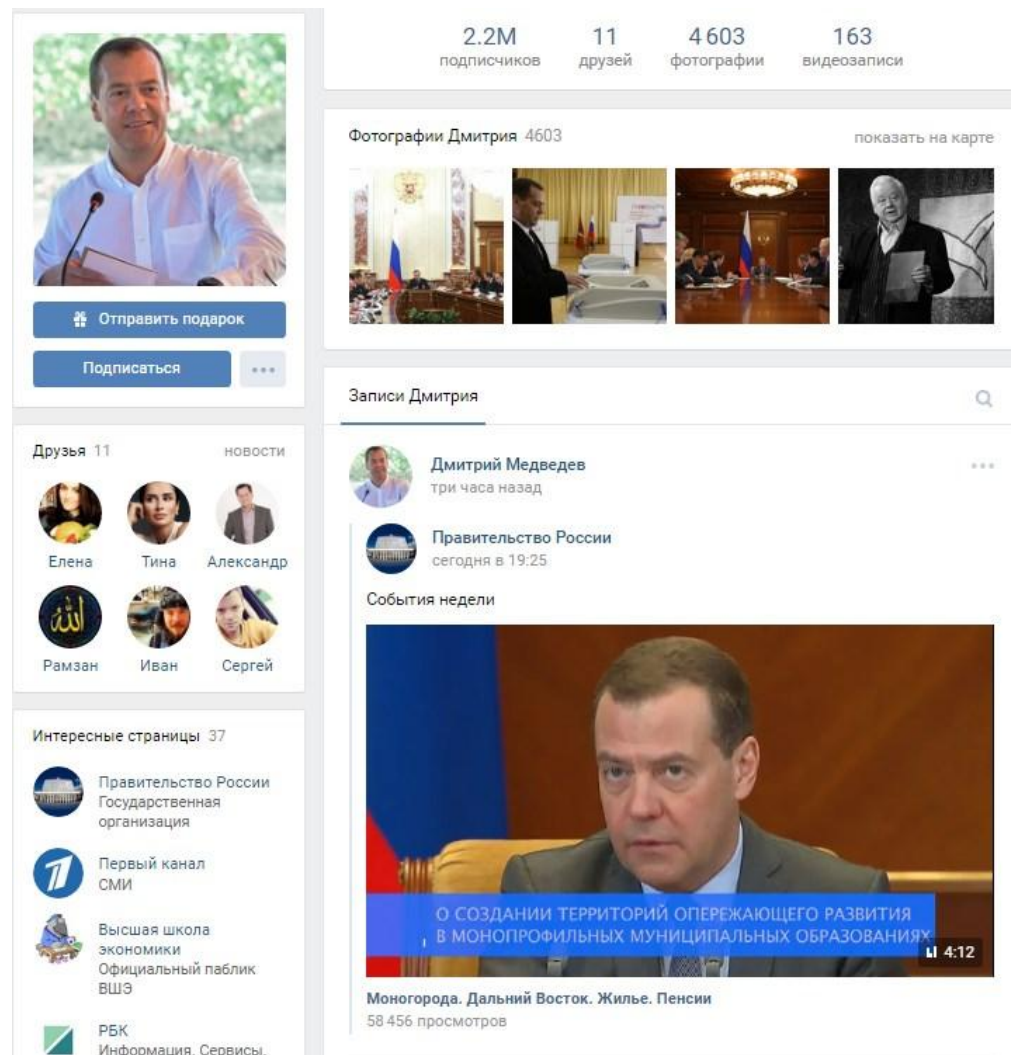
Образование

Видео, Фото, Музыка

Публики, на которые вы подписаны


Ваши друзья


<https://vk.com/dm>



The screenshot shows a VK profile for Dmitry Medvedev. At the top, there is a profile picture of him speaking at a podium. To the right of the picture, statistics are displayed: 2.2M subscribers, 11 friends, 4603 photos, and 163 video recordings. Below the profile picture are buttons for 'Отправить подарок' (Send gift) and 'Подписаться' (Subscribe). The main content area is divided into sections: 'Друзья 11' (Friends 11) with a grid of friend avatars (Елена, Тина, Александр, Рамзан, Иван, Сергей); 'Интересные страницы 37' (Interesting pages 37) listing 'Правительство России' (Government of Russia), 'Первый канал СМИ' (First Channel of Mass Media), 'Высшая школа экономики' (Higher School of Economics), and 'РБК' (RBC); 'Фотографии Дмитрия 4603' (Photos of Dmitry 4603) with a grid of photo thumbnails; and 'Записи Дмитрия' (Posts by Dmitry) featuring a video post from the Russian Government about territorial development, with a video player showing Medvedev speaking and a duration of 4:12.

Мероприятие



 **Поход в Кáмкинские каменоломни или Кисели**
Отправляемся под землю 27 января


Убрать из списка ⋮


Поход в пещеры – это дверь в новый, неизведанный мир, живущий по своим законам и правилам. Под землей вы увидите множество достопримечательностей, как природных, так и сотворенных руками человеческими. Вы познакомитесь с подземными обычаями и местными байками, услышите легенды.


Сможете увидеть подземный быт постоянных посетителей – оборудованные для жилья гроты, роспись на стенах, неожиданные предметы, глиняные мастерские.


Идем на 1 день без ночевки
Можно с детьми.





Подробнее о маршруте: <http://raduga-way.ru/routes/speleopohod-vykhodnogo-dnya/>


 <http://raduga-way.ru>

 Москва




 Событие состоялось 27 января 2018


 [Добавить запись...](#)




Все записи [Новости организаторов](#) 




Участники 4

 Ольга  Илья  Ирина


 Дарья

Возможные участники 8

 Марина  Ольга  Татьяна

 Рита  Анастасия  Екатерина

Организаторы 1 ред.

 Туристический клуб "Ра..."

Товары

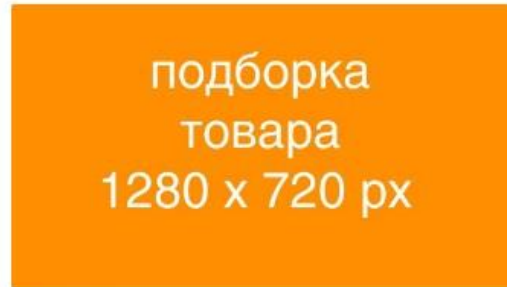
Размещение в
отдельном каталоге
«Магазины»

<https://vk.com/groups?act=catalog&c%5Bcategory%5D=11>

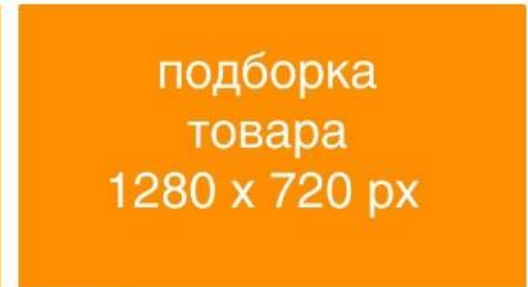
Заявки подаются
администраторам
разделов:

https://vk.com/topic-59800369_32927143

Подборки 2



Подборка 2
2 товара



Подборка 1
2 товара

Все товары 4

Обзор комментариев



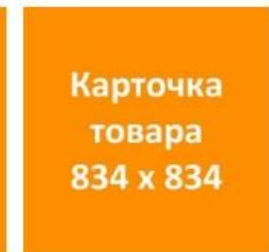
Тестовый товар
1 руб.



Тестовый товар 2
2 руб.



Тестовый товар 3
3 руб.



Тестовый товар 4
4 руб.

7 СПОСОБОВ
О 7 СПОСОБАХ
НАПИСАТЬ...



Как писать заголовки в SMM

Итак, у нас есть **3-5 секунд**, чтобы пользователь закончил скроллить ленту и остановился на нашем посте.

1. **«Секрет»**. Вместо абстрактного «Секрет здорового, ухоженного и красивого тела», дайте конкретику - «Секрет, как сбросить 3 кг за 2 дня не взбираясь на беговую дорожку».
2. **«X способов»**. «5 способов сэкономить, ни в чём себя не ограничивая»
3. **«Малоизвестные»**: «Малоизвестные способы использования iPad»
4. **«Простой», «быстрый», «дешевый»** способ решить проблему
5. **«Создать», «построить» «преуспеть»**: «Привычки, от которых нужно отказаться, чтобы преуспеть на работе», или «Создаем дизайн сада своими руками»
6. **«Разрушить», «испортить», «уничтожить»**. «Типичные ошибки водителя, которые заставят вас раскошелиться в автосервисе.»

EDIT 225

5 причин любить зиму

Если вы еще не определились, за что можно любить зиму, читайте 5 причин от _____ (название магазина/компании).

А за что любите зиму вы?

EDIT 68

Зимняя коллекция

Зима пришла! С ней снег, предпраздничное настроение и новая коллекция в _____ (название магазина/салона)!
Скорее заходи к нам по адресу _____ или смотри новый каталог на сайте _____ (ссылка).

EDIT 209

Топ 7 фильмов о зиме

Топ 7 фильмов о зиме:

1. "Вечное сияние чистого разума" 2004 г.
2. "Вертикальный предел" 2000 г.
3. "Послезавтра" 2004 г.
4. "Замерзшая из Майами" 2008 г.
5. "Ледниковый период" 2002 г.
6. "День сурка" 1993 г.
7. "Пингвины мистера Поппера" 2011 г.

_____ (название магазина) желает уютного вечера и приятного просмотра!

EDIT 137

Скоро весна

Если ты не можешь дождаться, когда же наконец закончится зима - начинай считать дни до весны! И верь, она придет совсем скоро!

EDIT 76

Опрос

Есть два типа людей среди тех, кто любит зиму - лыжники и сноубордисты! А что выберешь ты: лыжи или сноуборд?

EDIT 50

Зимний отдых

Ты из тех, кто весь год ждет зиму, а первый снег вызывает у тебя детский восторг, ведь наступает время лыж и бордов! Мы знаем, куда тебе непременно стоит отправиться этой зимой! Каталог лучших зимних курортов от _____ (название компании/ турагентства) - то, что тебе надо! Не ищи снег, ищи свой горнолыжный тур тут _____ (ссылка).

EDIT 252

Кофе и знаки зодиака

_____ (название кафе/ресторана) составил ваш кофейный гороскоп. Приходите и наслаждайтесь новыми вкусами напитков.

EDIT 134

Гороскоп

Какой ты котик по знаку зодиака? Выбирай своего котенка по гороскопу и характеру! Пожуй! Пиши свое мнение в комментариях.

EDIT 110

Твой стиль по знаку зодиака

Каждая из нас обладает незаурядным характером и неповторимым стилем. _____ (название магазина/салона) составил гороскоп, который поможет узнать свой стиль. А найти все необходимое вы сможете в нашем каталоге _____ (ссылка).

EDIT 58

Твой коктейль по гороскопу

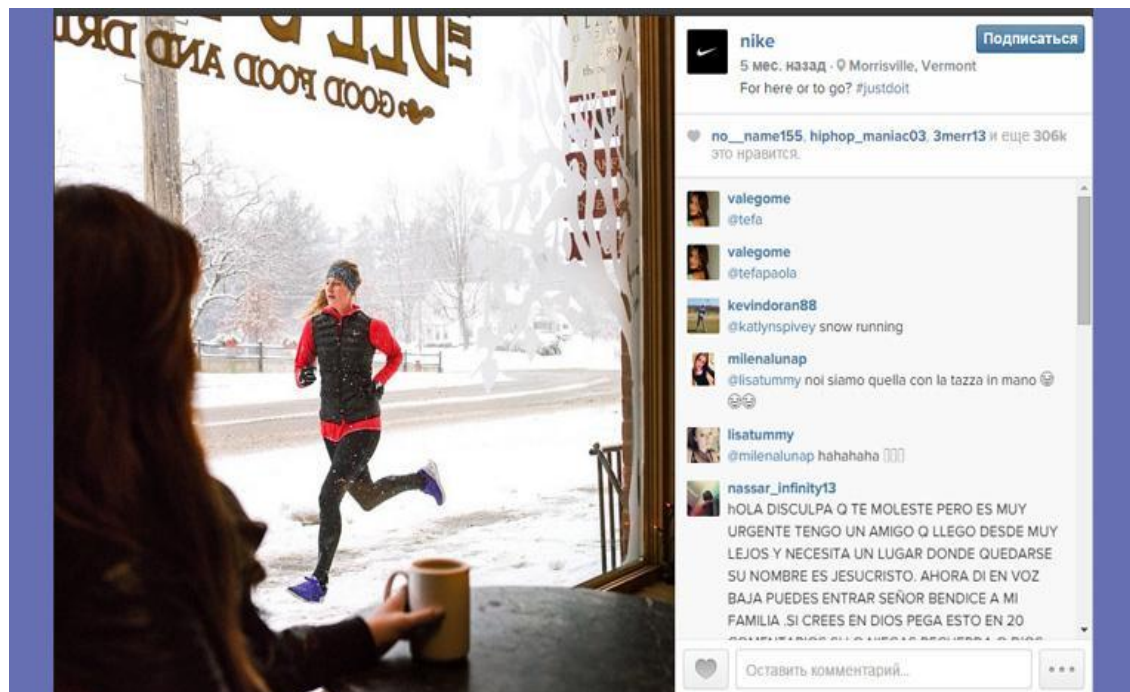
Британские ученые обнаружили, что каждый знак зодиака отдает предпочтение определенному сочетанию вкусов алкогольных напитков! Теперь мы знаем, какой коктейль тебе должен понравиться! Приходи в _____ (название ресторана/бара/кафе) и попробуй свой коктейль!

Как подобрать картинку

Популярность визуального контента в социальных медиа стремительно набирает обороты - согласно Socially Sorted, посты в Facebook с изображениями генерируют на 53% больше лайков, чем посты содержащие лишь текст.

Главной ошибкой является допущение, что только лишь с помощью формата можно сдвинуть дело с мертвой точки. Если контент скучный и неприметный, то он никому не будет интересен, независимо от того, текстовый он, или графический.

В основе контент-стратегии находится образ вашего бренда - набор его ценностей в сочетании с убеждениями, характером и манерой общения.



Несуществующий Креатив.

1) [#УсыГрудинина](#)

Как известно, один из кандидатов в президенты господин Грудинин пообещал сбрить усы в случае, если он наберет менее 15% голосов избирателей. Он не набрал. И тут даже не важны условия. Тут достаточно было зацепиться за само пари УСЫ-ВЫБОРЫ. Любой барбершоп мог публично предложить кандидату свои услуги бесплатно при необходимости в них. Кто-то это сделал? Нет.

Опять же бренд бритв, [Gillette Russia](#) или [Philips Russia](#) сейчас может выпустить пост с картинкой бритвы и текстом "Павел, мы в вашем распоряжении" или еще более смелым текстом "ПАВЕЛ?".

В общем, тему усов можно мусолить еще долго и превратить в мем [#УсыГрудинина](#)

2) Священный выбор

Мои любимые на рынке smm автобрендов банально могли наделать кучу постов про выбор конкретно их марки. Фотка рук на руле с лого бренда и текст "Более 20 лет вместе" или "Когда давно сделал свой выбор" и т.д.

3) Вечный срач

Но еще лучше могли поступить автосалоны, запустив срач на тему выбора BMW vs TOYOTA. Или какой-нить [MediaMarkt Russia](#) мог запустить срач на тему выбора Apple vs Android.

В общем, любой вечный спор, сводящийся к выбору определенного продукта.

4) Бесплатная доставка на участок

Любой бренд мог придумать условия для своих клиентов, на которых он доставил бы их на участок для голосования. Тут вообще просто море для креатива.

[Вячеслав Квирикашвили \(Квирикашвили Вячеслав\)](#) жаловался, что из-за неубранных дорог не смог добраться до участка. Любой автодиллер внедорожников Пензы мог довести его туда и обратно. После чего получил бы пост с упоминанием со 100 лайками и 300 комментариями. Для этого нужно просто мониторить хотелки местных лидеров мнений.

6) Выборы альтернативного президента

Тут вообще все просто. Любой бренд мог предложить выбрать своей аудитории какого-то альтернативного президента. Это мог быть президент любой херни. Можно было вообще замутить с блогерами продолжительный проект по выбору президента, который заканчивался бы тоже 18 марта.

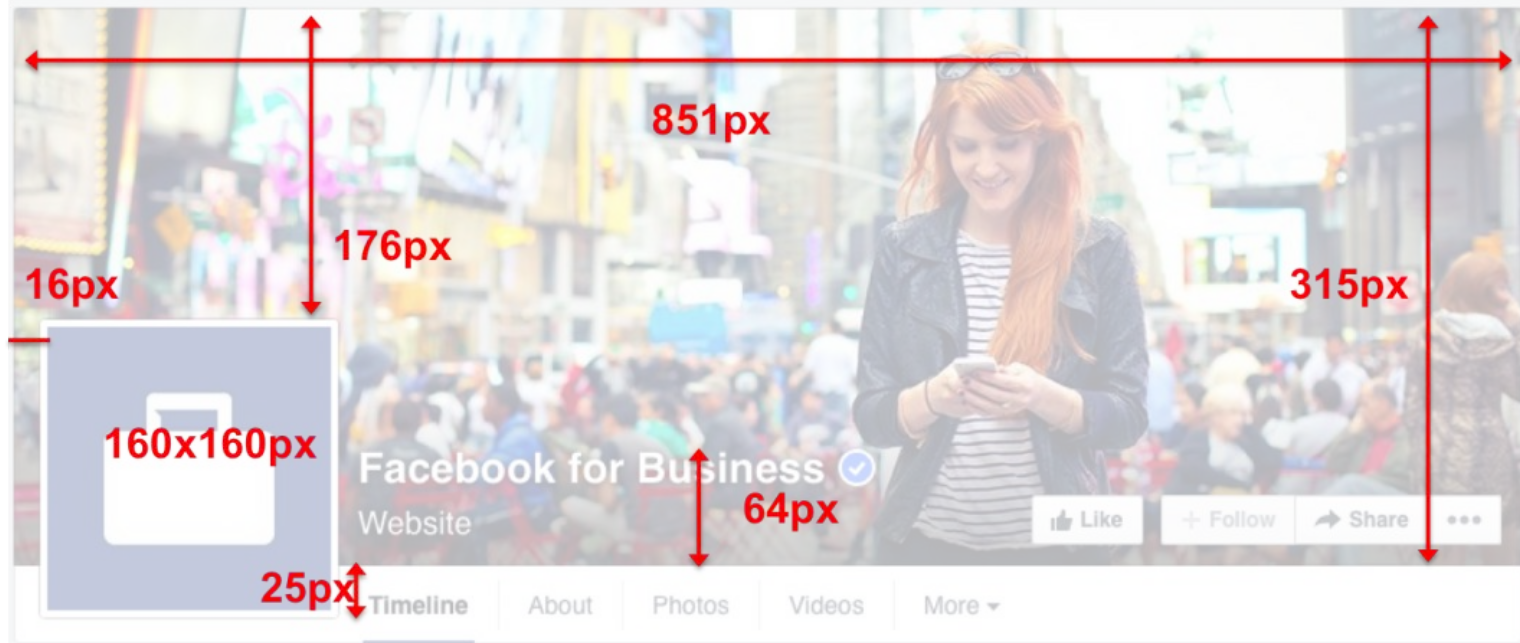
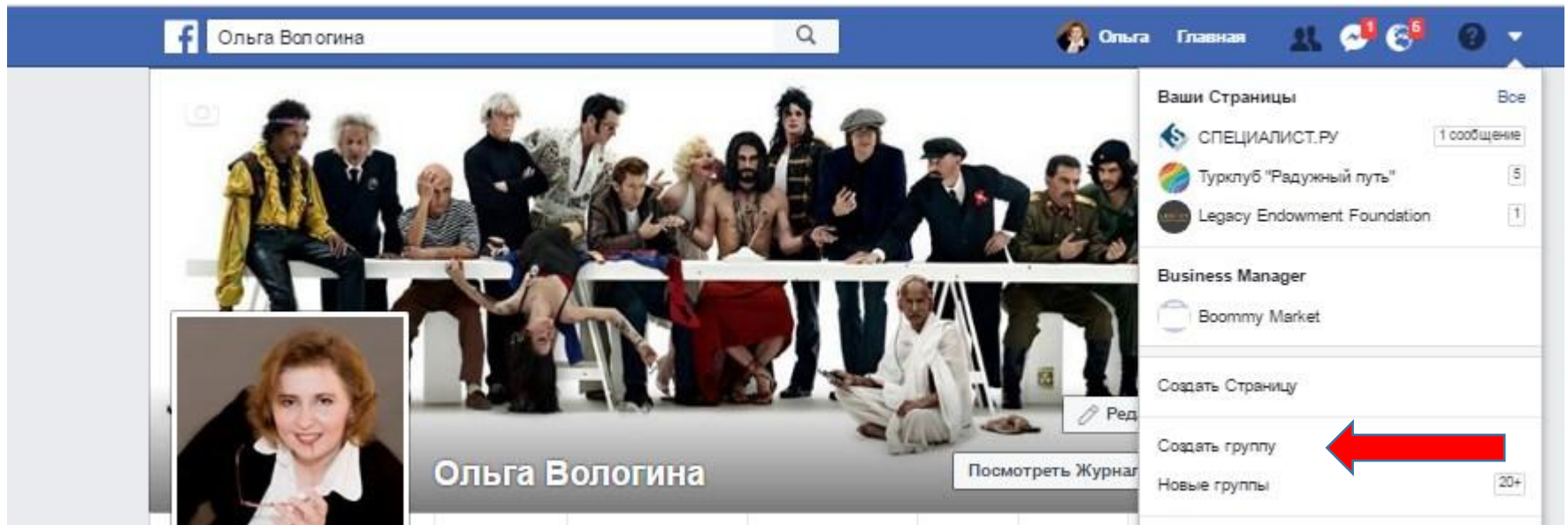
И только [Вася Богданов \(Vasily Bogdanov\)](#), заскакивая на уходящий поезд хайпа выборов, успел запустить выборы президента всея фейсбука.

7) Альтернативное 18 марта

Я уже у кого-то видел классный пост от [Samsung](#) на эту тему. Суть очень простая. Тут делается упор на дату. И аудитории тонко предлагается альтернативный вариант проведения этого дня.

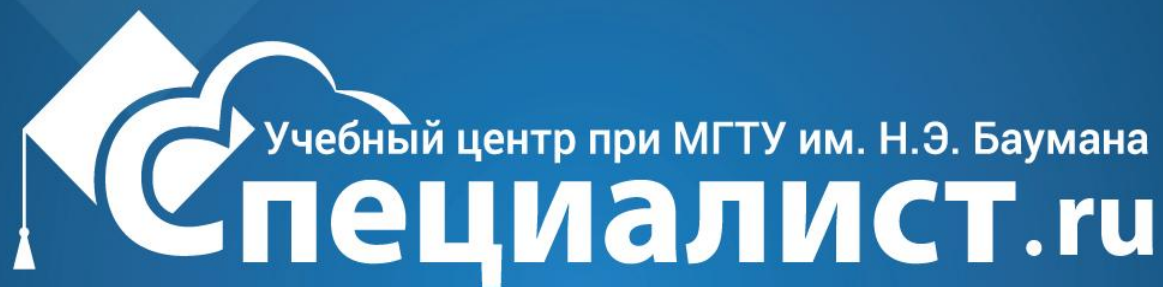
В конце концов любой бренд мог сделать пост с текстом "Это всего лишь 18 марта".

Facebook



Как привлечь подписчиков

1. Приглашение друзей.
2. Розыгрыши и конкурсы (приз за репост)
 - использование биржи
 - профильные сообщества по интересам
 - сообщества по городам или районам
 - сообщества розыгрышей
3. Таргетированная реклама
4. Партнерский маркетинг
5. Другие каналы (емайл-маркетинг, SEO и т.д.)



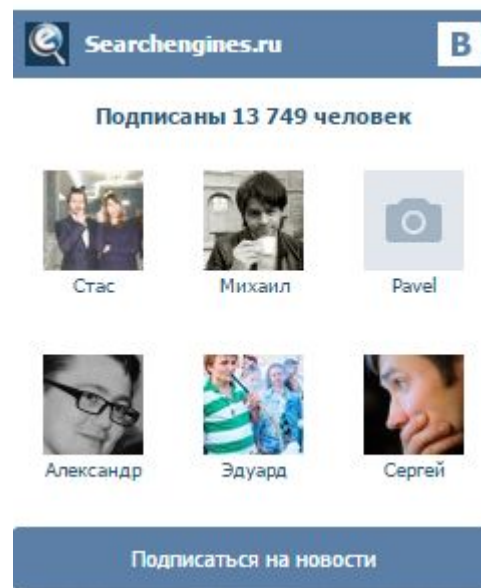
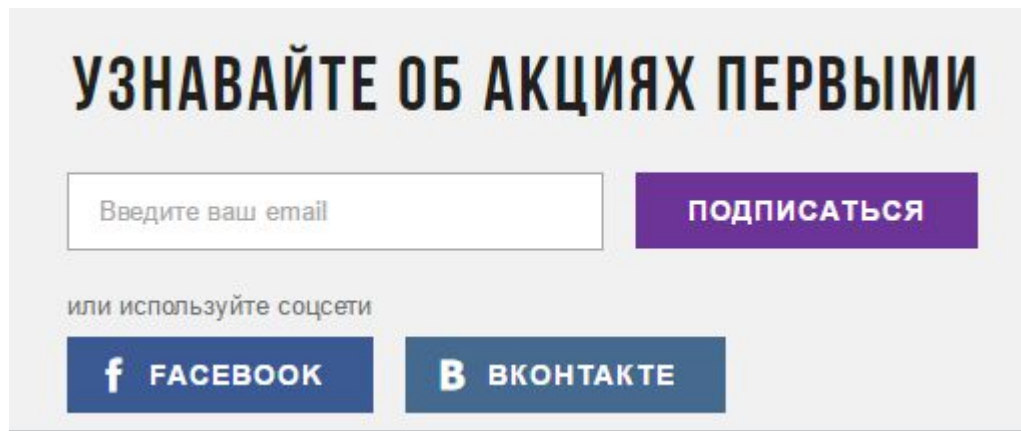
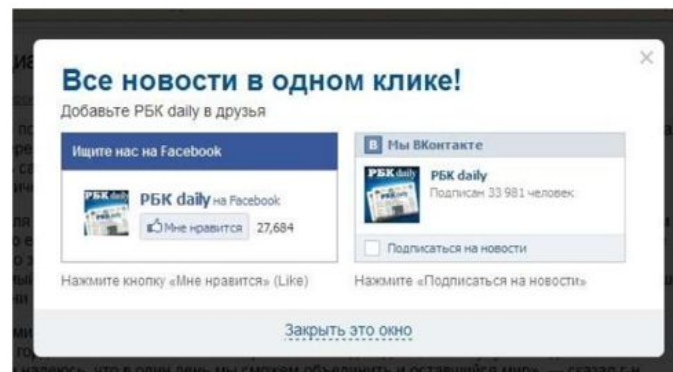
SEO и SMM

www.specialist.ru

SMO для простой авторизации



SMO Агрессивный набор аудитории

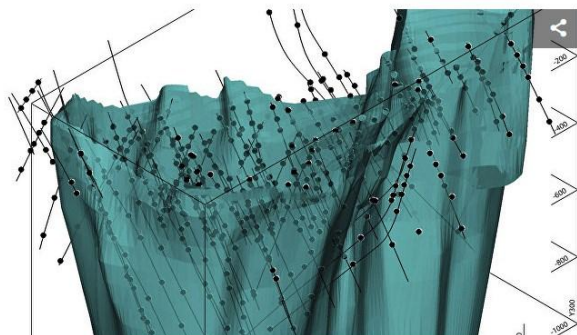


Встроенные комментарии

Возможность комментировать материалы сайта через прикрепленный профиль из соцсетей.

Геологи создали 3D-модель крупнейшего месторождения железа в России

13:07 21.12.2017 (обновлено: 13:22 21.12.2017) 1 1834 11 0



© Пресс-служба РАН

МОСКВА, 21 дек – РИА Новости. Ученые из Кольского научного центра РАН создали трехмерную модель Ковдорского карбонатитового комплекса –

КОММЕНТАРИИ

1 пользователь оставил 1 комментарий

ПОПУЛЯРНЫЕ КОММЕНТАРИИ ВСЕ КОММЕНТАРИИ ↓

<https://ria.ru/science/20171221/1511414520.html>

https://vk.com/dev/widgets_for_sites

<https://tech.yandex.ru/share/>

АВТОРИЗАЦИЯ

E-mail [Регистрация](#)

Пароль [Восстановление пароля](#)
[Политика конфиденциальности](#)

Запомнить меня

Войти через социальные сети

Мотивированный трафик

Мотивированный трафик (мотивационный трафик) — посетители, которые переходят к вам на сайт, замотивированные к получению чего-либо:

- Новой информации
- Нематериального вознаграждения (например, купона на скидку за произведенное действие).
- Совершения действия для получения материальной или нематериальной выгоды (например, подписки на интересующую рассылку).

Издательство МИФ
два часа назад


Как рассказать о себе неформально и интересно

У вас наверняка возникнут ситуации, когда понадобится живой, разговорный текст о себе. Например, в мессенджере или при переписке, когда вас представляют другому человеку на мероприятии или вы сами знакомитесь в очереди на фуршете. Может быть, вы захотите звучать «человеческим голосом» из своего резюме или с персонального сайта.

Выбрали для вас по этому случаю несколько полезных советов из книги «Как стать популярным автором» (<https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/kak-stat-popu..>).

Первое, что вы должны сделать — <https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2017/12/12/kak-ras..>

P.S. Праздники совсем близко, а подарки для себя любимых ещё не готовы? Сейчас самое время — выбирайте — <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/tag/sebe/>



Как рассказать о себе неформально и интересно
blog.mann-ivanov-ferber.ru

Критерий классификации – источник посетителей

SEO

- Люди заинтересованы в материалах вашего ресурса и хотят выполнить целевые действия: прочитать новость, купить продукцию, подписаться на рассылку и т.п. Они сами ищут информацию по теме вашего ресурса.

- Ваш сайт по ключевому слову занимает первые позиции, что уже определяет его в положительном свете
Трафик - показателем качества или популярности вашего сайта

МОТИВИРОВАННЫЙ ТРАФИК

-Люди хотят заработать деньги в интернете

- Люди не заинтересованы в материалах вашего ресурса. Ваш сайт купил их целевые действия.

Трафик не является показателем качества или популярности вашего сайта

Виды мотивированного трафика

Пользовательский трафик — наиболее современная разновидность мотивационного трафика, спрос на которую появился в связи с развитием аналитики и методов контроля спама в интернете.

Пользователи интернета, отсортированные по полу, возрасту и геотаргетингу, получают задания, которые затем выполняют под контролем системы раздачи заданий и модераторов. Данный вид трафика является естественным и может использоваться как средство увеличения ROI.

Роботизированный трафик - несёт в себе колоссальные риски обнаружения факта накруток и не рекомендуется как средство увеличения ROI для цифровых ресурсов



Основные области применения

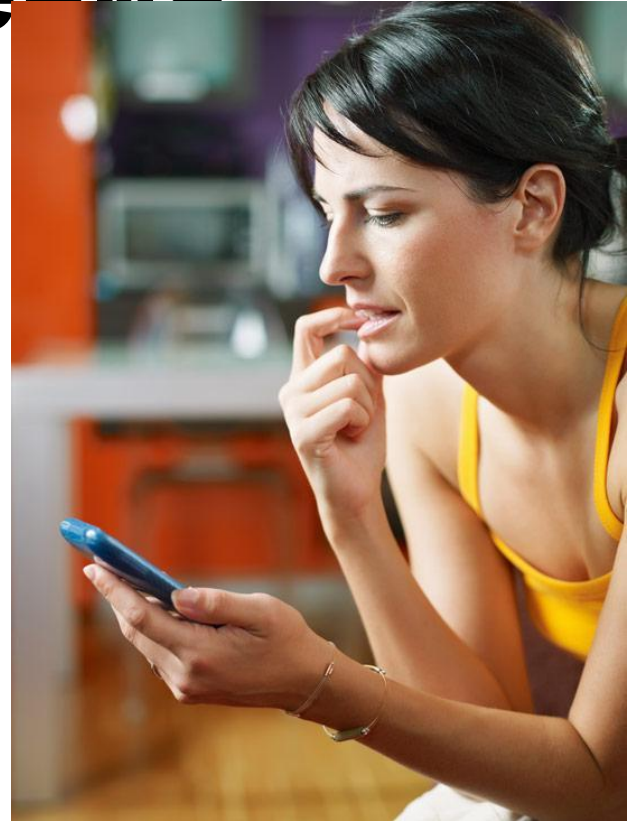
Раскрутка мобильного приложения

Раскрутка видео на YouTube

Раскрутка молодой группы в соцсетях

Успех зачастую зависит от того, удастся ли новому продукту попасть в ТОП самых популярных новинок. Согласно исследованиям, более 60% пользователей ищут новинки, просматривая топы.

Для попадания в топ необходимо, чтобы с приложением/видео за короткий период установило контакт как можно больше людей.



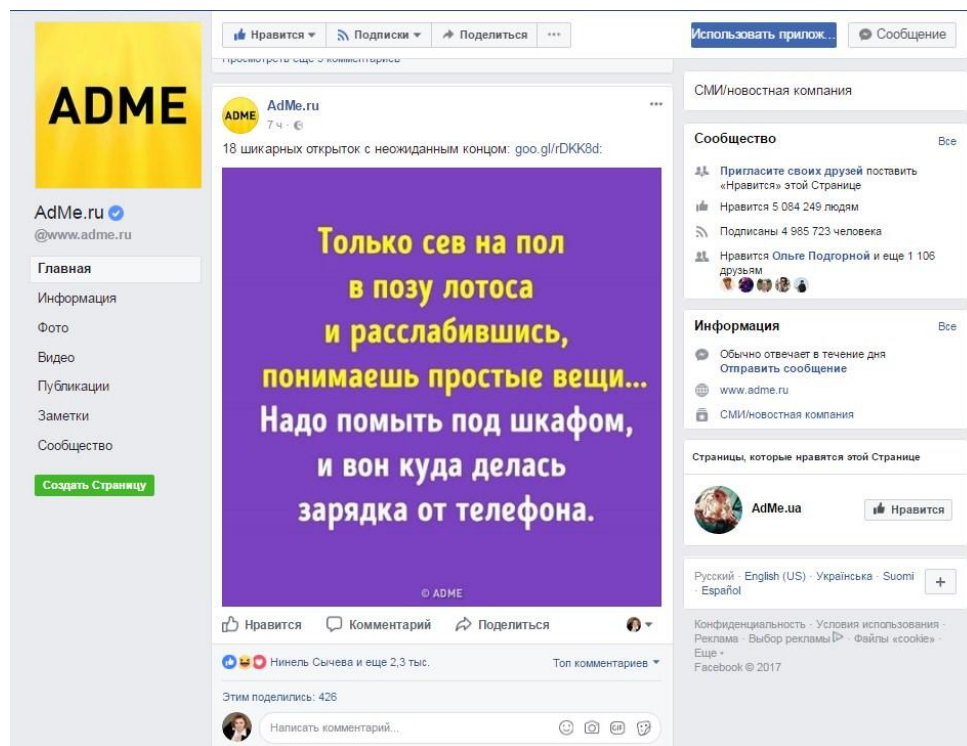
Admitad - крупнейшая сеть партнерских программ, здесь можно найти и те, которые работают с мотивированным трафиком.

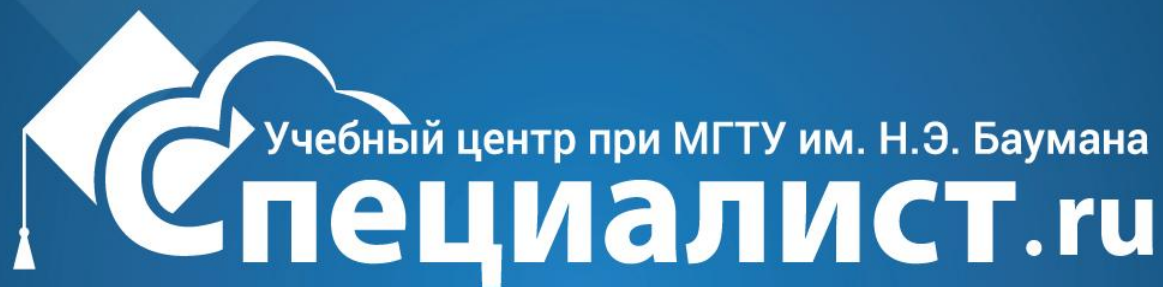
Мотивированный трафик - SMM

- продвижение (скрытая реклама) определённых товаров и услуг. Задачей таких действий, есть привлечение целевых (тематических) посетителей на основной ресурс.

- ненавязчивое размещение прямых ссылок на основной ресурс. Для этого контент должен быть разнообразным (по смыслу и исполнению), качественным и интересным

- поощрение или мотивация участников социальных сетей к размещению естественных ссылок на наш основной ресурс





Партнерский маркетинг

www.specialist.ru

Этапы планирования рекламной кампании

Этапы планирования традиционной рекламной кампании



План рекламной кампании

Какие социальные сети лучше всего подходят вашему бизнесу?

Какие цели вы хотите достичь при помощи социальных сетей?

Как вы будете оценивать эффективность медиаплана?

Какой бюджет вы закладываете в медиаплан?

Кто будет воплощать медиаплан, составленный для вашего бизнеса?

План рекламной кампании

- увеличение числа посещений или переходов на сайт
- создание своего языка общения с клиентом
- увеличение продаж
- развитие в качестве эксперта или думающего лидера
- привлечение трафика на веб-сайте или в блог
- разработка новых продуктов или услуг
- обеспечение обслуживания клиентов

План рекламной кампании

№	Этапы и виды мероприятий	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
1	ТВ - прямая реклама						
2	Пресса - имиджевая реклама						
3	Пресса -продуктовая реклама						
4	Радио - прямая реклама						
5	Реклама на транспорте						
6	Реклама в Интернет						
7	Адресная рассылка						
	PR-поддержка						
1	Пресса - статьи						
2	Спонсорство						
№	Этапы и виды мероприятий	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
1	ТВ - прямая реклама						
2	Пресса - имиджевая реклама						
3	Пресса -продуктовая реклама						
4	Радио - прямая реклама						
5	Реклама на транспорте						
6	Реклама в Интернет						
7	Адресная рассылка						
	PR-поддержка						
1	Пресса - статьи						
2	Спонсорство						

Медиапланирование в группах

Вконтакте. Группы по интересам:					
Рукоделие					
Название	Стоимость	Количество подписчиков	Стоимость 1 контакта, руб	Администратор группы	Примечания
1 http://vk.com/sewing_school	260 р. (1 час в топе + 24 часа в	245 140	0,0010	Екатерина Яковенко http://vk.com/id21650780	
2 http://vk.com/vsedsr	350 р. (1 час в топе + 24 часа в	330 765	0,0010	Наталья Санникова http://vk.com/id17070034	
3 http://vk.com/h.made	4 600 р. (1 час в топе + 24 часа	2 622 122	0,0010	Юлия Мелник http://vk.com/melnyk007	
4 http://vk.com/handmade_blog	200 р. (1 час в топе + 24 часа в	200 800	0,0009	Анна Кострова http://vk.com/id26408164	
5 http://vk.com/hands.make	300 р. (1 час в топе + 24 часа в	125 073	0,0023	Валерия Кислякова http://vk.com/id191049196	
6 http://vk.com/world_hm	590 р. (1 час в топе + 24 часа в	259 838	0,0022	Serg Chaika http://vk.com/serg_chaika	
7 https://vk.com/derevnia_rukodelkino	250 р. (1 час в топе + 24 часа в	244 101	0,0010	Макс Мельник http://vk.com/maximka_spb	
8 https://vk.com/clubmycozyhome	350 р. (1 час в топе + 24 часа в	218 737	0,0016	Тина Левицкая http://vk.com/tinalevitskaya	
9 https://vk.com/sxemy	260 р. (1 час в топе + 24 часа в	101 444	0,0025	Ольга Петрова http://vk.com/id185818336	
	900 руб внешние ссылки				
Итого	8060 руб	4 348 020			

Медиапланирование в группах

Д	Е	Ф	Г	Н	І	Ј	К	Л
35 лет сузить								
Название	Охват, чел	Подписчики, чел	Подписчики (ЦА), чел	Подписчики (ЦА) %	Охват (ЦА), чел	Цена, руб	Цена 1 охвата	Примеч
d of Fitness	15160	200000	5203	2,6	394	221,00	0,56	
бойца	15000	31000	13600	43,9	6 581	498,00	0,08	
ess Life	14000	980000	56386	5,8	806	590,00	0,73	
это спорт!	10000	40000	21000	52,5	5 250	295,00	0,06	
BOSS — спорт / Бодибилдинг / фитнес	16000	450000	33800	7,5	1 202	295,00	0,25	
Сделай себя сам	11000	330000	22350	6,8	745	295,00	0,40	
довский клуб, MMA, UFC, Спорт	9700	220000	12300	5,6	542	236,00	0,44	
РТ - Наш стиль жизни	12000	480000	12700	2,6	318	299,00	0,94	
РТ-ВЫБОР СИЛЬНЫХ / Бодибилдинг / Фитнес / ЗОЖ	10000	560000	30500	5,4	545	368,00	0,68	
отхакер	14000	1000000	26795	2,7	375	442,00	1,18	
он Красоты	27000	510000	14162	2,8	750	516,00	0,69	
ety blogЖенский блог	15000	590000	16028	2,7	407	368,00	0,90	
ски о Любви	9100	400000	11500	2,9	262	295,00	1,13	
аз жизни спорт здоровье фитнес	9100	370000	11443	3,1	281	501,00	1,78	
нес Кухня - рецепты / правильное питание	8000	140000	7653	5,5	437	368,00	0,84	
санарша - Спорт, Диеты, Йога	13000	150000	4042	2,7	350	348,00	0,99	

Работа с лидерами мнений

Выделяем лидеров мнений целевой аудитории;

Ангажируем администраторов тематических сообществ;

Работаем с амбассадорами (послами) бренда.

- Взаимодействие в социальных сетях с коммуникационными хабами (популярными пользователями социальных сетей, у которых большое количество друзей);
- Организация офлайн-мероприятий для блогеров;
- Проведение для блогеров акций семплинга (раздачи продукции для тестирования);
- Проведение контролируемой утечки информации в социальные сети и блогосферу;



Мотивированный трафик для соцсетей

1. Приглашение друзей.
2. Розыгрыши и конкурсы (например, приз за репост)
 - профильные сообщества по интересам
 - сообщества по городам или районам
 - сообщества розыгрышей
3. Партнерский маркетинг
4. Другие каналы (емейл-маркетинг, купленный мотивированный трафик и т. д.)



Эффективность рекламной кампании

ROI = return of investment – коэффициент, иллюстрирующий уровень доходности или убыточности бизнеса, учитывая вложенные инвестиции.

Выражается в процентах.

Хорошие показатели ROI : чем больше 100, тем лучше.

(доход - себестоимость) / сумму инвестиций * (количество полученных лидов)

*** 100%**

PK	Расход	Заказы	Себестоимость	Доход	ROI
1	2670	8	600	1000	119,90%
2	4310	9	600	1100	104,40%
3	2810	7	500	950	112,10%



Таргетированная реклама

www.specialist.ru

Таргетированная реклама

Тáргетинг (англ. *target* — *цель*)
— рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (**целевую аудиторию**), и показать рекламу именно ей.

Таргетированная реклама

Тáргетинг (англ. *target* — *цель*)
— рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (**целевую аудиторию**), и показать рекламу именно ей.



CPC - за переходы

CPM - за показы

CPC — стоимость перехода (*англ. cost per click*), назначается для объявлений с оплатой за переходы. Эта сумма вычитается из бюджета рекламного кабинета каждый раз, когда пользователь переходит по объявлению.

CPM — стоимость 1000 показов (*англ. cost per mille*), назначается для объявлений с оплатой за показы. Каждый раз, когда пользователю показывается Ваше объявление с оплатой за показы, из бюджета рекламного кабинета вычитается сумма равная $CPM/1000$.

CTR — эффективность объявления (*англ. click-through rate*). Количество переходов по объявлению, поделённое на количество показов; измеряется в процентах. Если Вы выбрали оплату за переходы, этот параметр будет также влиять на частоту показов объявления: более эффективные объявления имеют больше шансов на то, чтобы появиться на страницах пользователей.

Переходы — количество переходов по Вашему объявлению

Показы — появления объявлений на страницах ВКонтакте, загружаемых пользователями.

Охват — количество уникальных пользователей, которым хотя бы раз было показано рекламное объявление.

Таргетинг в Вконтакте

Настройка целевой аудитории

- ▶ **География**
Страна, город, улица
- ▶ **Демография**
Пол, возраст, день рождения, семейное положение
- ▶ **Интересы**
Сообщества, приложения, мировоззрение
- ▶ **Образование и работа**
Учебные заведения, годы обучения, должности
- ▼ **Дополнительные параметры**
Устройства, операционные системы, интернет-браузеры

Аудитория
91 464 620 человек

Рекомендуемая цена
24.10 – 33.25 рубля

https://vk.com/ads.php?act=office_help&terms

Форматы рекламы в Вконтакте

1. *Изображение и текст*

Доступен для рекламы сообществ, приложений и внешних сайтов.

Объявление состоит из:

- заголовка жирным шрифтом (до 25 символов), в котором можно сделать один принудительный перенос строки;
- картинки размером 90×65 px. Минимальный размер загружаемого изображения 180×130 px.
- текста описания (до 60 символов), в котором можно сделать три принудительных переноса строки.

Школа живописи
Страница



Взрослые и детские
группы.
3 мес. обучения!

Форматы рекламы в Вконтакте

1. *Изображение и текст*
2. *Большое изображение*

Доступен для всех рекламируемых объектов.

Объявление состоит из:

- заголовка жирным шрифтом (до 25 символов), в котором можно сделать один принудительный перенос строки;
- при рекламе внешнего сайта указывается его домен;
- картинки большого размера 90×120 px, минимальный размер загружаемого изображения - 180×240 px.

Автомобили с
пробегом
autosprobegom.ua



Форматы рекламы в Вконтакте

1. *Изображение и текст*
2. *Большое изображение*
3. *Эксклюзивный формат*

Доступен для всех рекламируемых объектов.

Объявление состоит из:

- заголовка жирным шрифтом (до 25 символов),
в котором можно сделать один принудительный перенос строки;
- при рекламе внешнего сайта указывается его домен;
- картинки большого размера 90×120 px, минимальный размер загружаемого изображения - 180x240 px.

Эксклюзивная
одежда
fabulousdress.ru



Форматы рекламы в Вконтакте

4. Продвижение сообществ

Объявление состоит из:

- названия сообщества жирным шрифтом. Выбираются первые 25 символов названия;
- числа участников сообщества либо друзей в сообществе, если они там есть;
- картинка размером 90×90 px;
- кнопки «Вступить», «Подписаться» или «Я пойду» (для групп, публичных страниц и мероприятий соответственно).

Простые рецепты!
720 000 подписчиков



Подписаться

По нажатию на такую кнопку пользователь сразу вступает в сообщество, а оно открывается в новой вкладке.

Форматы рекламы в Вконтакте

5. Квадратное изображение

Объявление состоит из:

- названия приложения жирным шрифтом. Выбираются первые 25 символов названия;
- числа пользователей либо друзей (если такие есть), установивших приложение;
- картинка размером 90×90 px;
- кнопки «Играть» (для игр) или «Запустить» (для приложений), стимулирующей пользователя к действию.



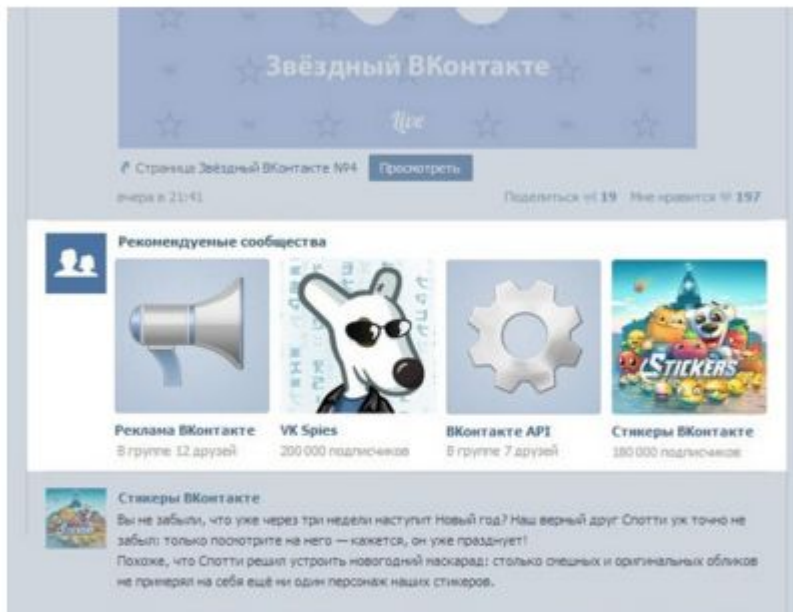
Форматы рекламы в

ВКонтакте

в. Специальный формат для рекламы сообществ и приложений

Объявление состоит из:

- картинка размером 128×128 px;
изображение должно иметь **контрастный фон**.
- названия сообщества жирным шрифтом.
- числа участников сообщества либо друзей в сообществе, если они там есть.



Форматы рекламы в

ВКонтакте

2. Продвижение сообществ в ленте новостей

- Вы можете продвигать только записи, опубликованные **от имени сообщества**.
- Вы можете рекламировать записи только тех сообществ, в которых Вы имеете права **администратора**.
- К продвижению допускаются только записи сообществ с более чем **300 подписчиков**.



Интересные таргеты

1. День рождения

▼ Демография
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Пол: Любой
 Мужской
 Женский

Возраст: Любой Любой

День рождения: Сегодня Завтра В течение недели

Семейное положение: Выберите статус

1. Авторизация через сайт

▼ Интересы
Сообщества, приложения, мировоззрение

Интересы: Начните вводить интересы

Категории интересов: Выберите категорию интересов

Сообщества: Введите название сообщества

Приложения и сайты: Введите название приложения или сайта

За исключением: Введите название приложения или сайта

Мировоззрение: Выберите предпочтения

Путешественники

Оценка объявлений

Объявления ТГБ

Тест

Бюджет

Экспорт статистики

Настройки

Ретаргетинг

Справка

Правила

Целевая аудитория: 1289 000 человек

Города: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Новосибирск, Россия

Возраст: От 20 до 40 лет

Категории интересов: Бизнес

Исключить группы: ВКонтакте для бизнеса

Ссылка: http://vk.com/wall-19542789_55792

Редактировать

ВКонтакте для бизнеса

vk.com

Подписаться

Редактировать

Копировать вместе с записью

Копировать только настройки

Статистика записи ?

123K 20 4 0

Охват записи, количество «Мне нравится», репостов и комментариев.

2 601 переход по карточкам	120K охват не подписчиков
2 601 переход по ссылке	2 518 охват подписчиков
393 перехода в группу	119 бесплатный охват
51 вступление в группу	
218 скрытий	
28 жалоб	
50 скрытий всех записей	

Оценка рекламной записи ? за вчера **средний**

7.6 / 10

Позитивная реакция
Средняя
Негативная реакция
Низкая

Советы по созданию рекламной записи >

Статистика

Период статистики: За текущий год ▾

Дата ▾	Потрачено	Показы	Переходы	CTR (?)	еCPC (?)	Охват (?)
Ноябрь 2017	88 469.32 Р	272 474	2 853	1.047 %	31.00 Р	123 474
	88 472.92 Р	272 474	2 853	1.047 %	31.01 Р	

Настройка ретаргетинга

The screenshot shows the VKontakte advertising interface. The main heading is "Ретаргетинг объявлений". Below it, there is a description: "Ретаргетинг – инструмент для таргетирования рекламных объявлений на посетителей Вашего сайта, а также на других пользователей, контактные данные которых Вы заранее знаете." A "Создать группу" button is visible. Below the text is a table with columns: "Название группы", "Аудитория", "Обновлено", and "Действия".

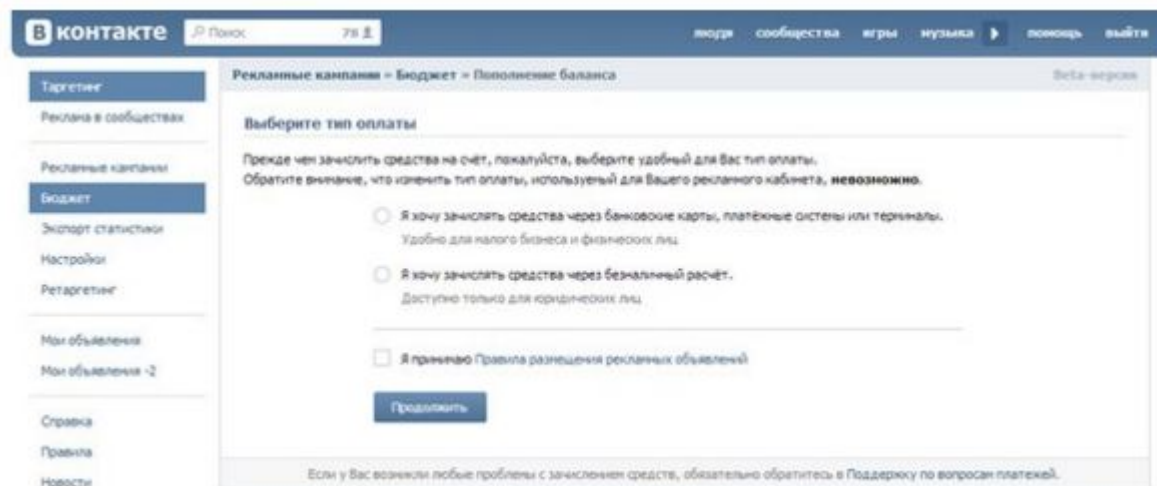
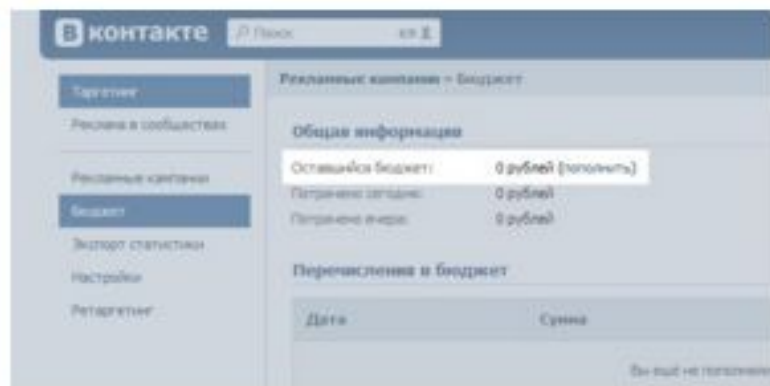
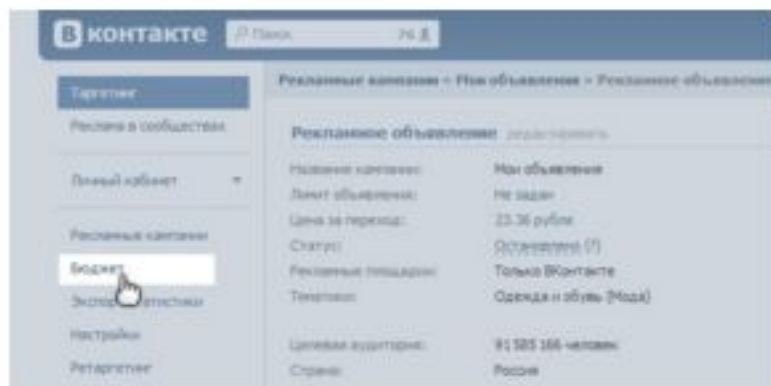
Название группы	Аудитория	Обновлено	Действия
Интересуются костюмами на Хэллоуин	167	сегодня в 18:16	Редактировать Изменить название Добавить аудиторию Исключить аудиторию Удалить группу Получить код

The dialog box is titled "Добавить аудиторию" and has a "Закрыть" button. It contains a section "Загрузка файла" with a "Выбрать файл" button. Below this, there is explanatory text: "Вы можете загрузить файл в формате CSV или TXT, содержащий email-адреса, номера телефонов или идентификаторы пользователей." At the bottom, there is a "Добавить аудиторию" button.

CSV или TXT

Пример: 3420;+71234567890;name@gmail.com

Пополнение бюджета



Таргетинг в Facebook

Аудитория

Определите аудиторию для своей рекламы. Подробнее.

НОВАЯ АУДИТОРИЯ ▾



Показывайте рекламу людям, которые знают вашу компанию

Вы можете создать индивидуально настроенную аудиторию, чтобы показывать рекламу своим контактам, посетителям веб-сайта или пользователям приложения. [Создать индивидуальную настроенную аудиторию.](#)

Места ⓘ

Все в этой местности ▾

Украина

📍 Украина

Россия

📍 Москва, Москва +40 км ▾

📍 Включить ▾ | Укажите места



Местоположение вашей аудитории изменено с Россия на Москва. [Отменить изменения](#)



Клинский район
Солнечногорский район
Сергиево-Посадский район

Таргетинг в Facebook

Возраст ⓘ 24 ▾ - 45 ▾

Пол ⓘ Все Мужчины Женщины

Языки ⓘ Укажите язык...

Детальный таргетинг ⓘ ВКЛЮЧИТЬ людей, которые соответствуют как минимум ОДНОМУ из следующих условий ⓘ

Добавьте демографические данные, интересы | Рекомендации | Просмотр

▶ Демографические интересы ⓘ

▶ Интересы ⓘ

Связи ⓘ ▶ Поведение ⓘ

▶ Другие категории ⓘ

Сохранить данную аудиторию

Таргетинг в Facebook

Бюджет ⓘ



Дневной бюджет ▾

400,00 р.

400,00 р. RUB

Расписание ⓘ

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

Начало	9.4.2016		14:32
Окончание	9.5.2016		14:32

(Время в Москве)

Ваше объявление будет показано до 9 мая 2016 г.

В сумме вы потратите максимум 12 000,00 р..

Таргетированная реклама

функция, позволяющая обращаться к пользователям, которые раньше уже заходили на ваш сайт. Ваши объявления могут показываться при посещении ими других сайтов.

Можно выделить несколько типов настройки ремаркетинга (на всех посетителей, на посетителей определенных разделов сайта, на уже достигших какой-либо цели и т. д.)



Чтобы создать аудиторию ретаргетинга из файла

сформируйте базу пользователей, состоящую из их адресов электронной почты, номеров телефонов и/или идентификаторов личных страниц ВКонтакте (ID), или из списка рекламных ID Apple (IDFA) и Android (GAID) в произвольном порядке, в формате CSV или TXT: :* данные должны разделяться при помощи точки с запятой (;), запятой (,) или переноса строки; в одном файле могут быть указаны адреса электронной почты, номера телефона и ID страницы ВКонтакте в любом порядке; номера телефона следует указывать в международном формате (пример: 71234567890); допустимо наличие знаков «+» и «-», а также использование «восьмёрки» для российских номеров (примеры: 8-123-456-78-90, +71234567890);

ID пользователей следует указывать простым числовым номером: например, чтобы добавить пользователя [Александр Круглов \(id623275\)](#), следует указать просто число «623275» в файле базы.

Адреса, номера и идентификаторы устройств могут быть записаны в файл в виде md5-хэша (32 символа). При этом хэш должен браться от представления адреса электронной почты в нижнем регистре (test@example.com, а не TEST@example.com) и от представления номера телефона без каких-либо символов, кроме цифр (79215554433, а не +7(921)555-44-33).

Создать аудиторию ретаргетинга. Пиксель

Рекламные кампании > Ретаргетинг [Создать пиксель](#)

Аудитории Похожие аудитории Пиксели

🔍 Поиск по названию

Название	Разрешённый домен [?]	Обновлено [?]	Статус [?]	Ошибок за час [?]
1 ▾	ya.ru	—	не работает	ошибок нет
Одежда ▾	ozon.ru	—	не работает	ошибок нет

Если у Вас возникли проблемы, обратитесь в Рекламную поддержку.

Выбор подрядчика

1. Понимание вашего бизнеса и целевой аудитории
2. Профессиональная речь. Задавайте вопросы!!!
3. Портфолио
4. Правильное медиапланирование/бюджетирование

Сообщество и поддержка

Вконтакте для бизнеса: <https://vk.com/business>

Персональная сертификация Вконтакте: https://vk.com/target_certification

<https://www.facebook.com/groups/smmrussia/>

<https://www.facebook.com/groups/smpoint/>

https://vk.com/nastroika_reklamy

https://blog.ingate.ru/books/prodvizheniye-vkontakte/?utm_source=redaktor&utm_medium=book&utm_campaign=VK_book

СПАСИБО!