



VK Реклама

Ретаргетинг в VK Рекламе

Эксперт: Валерия Терентьева

30.11 18.00



бизнес

Содержание

01 Аудитория VK

02 Что такое VK Реклама и как она работает

03 Виды ретаргетинга в VK Рекламе

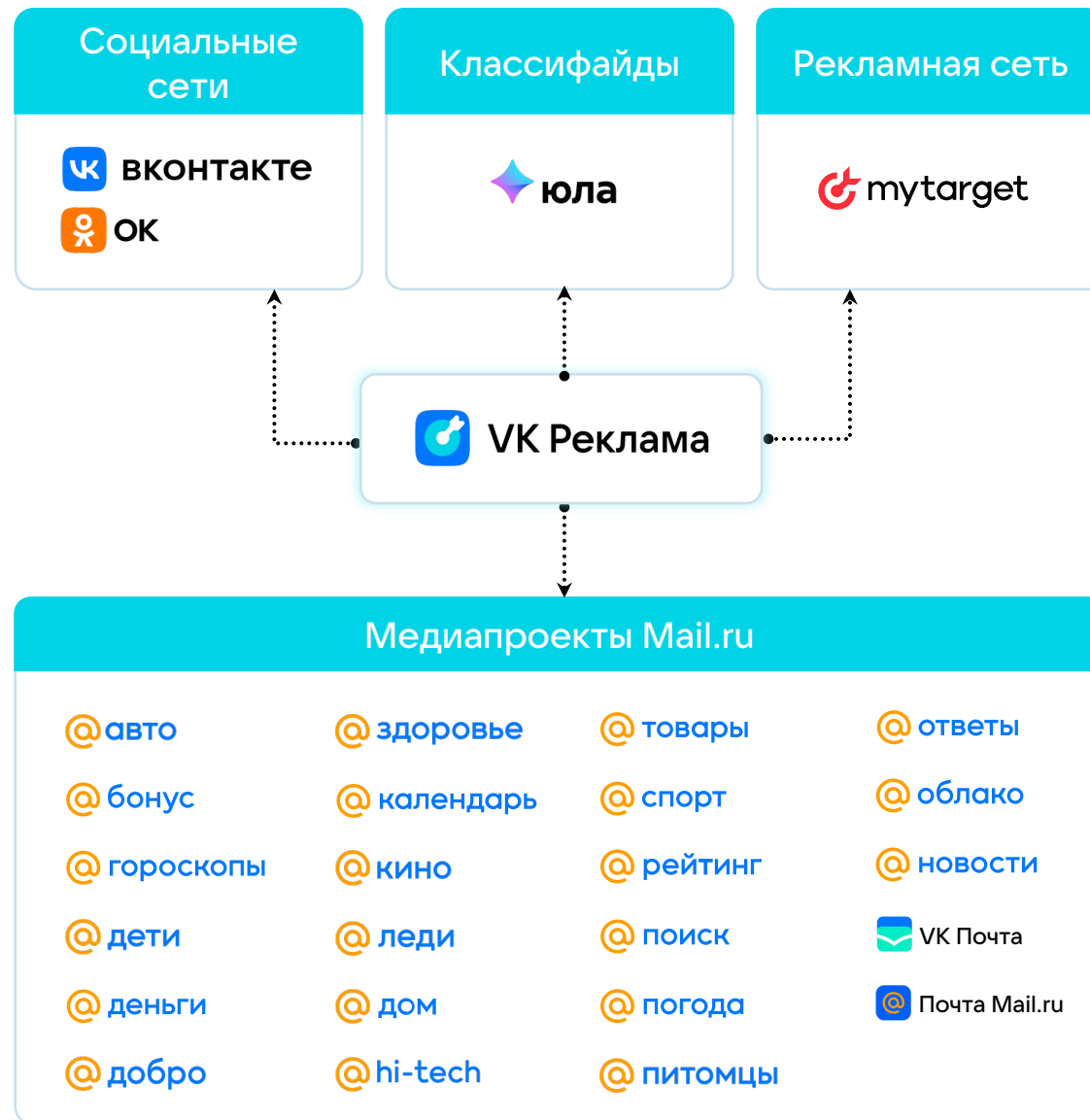
04 Как запустить ретаргетинг

Аудитория VK

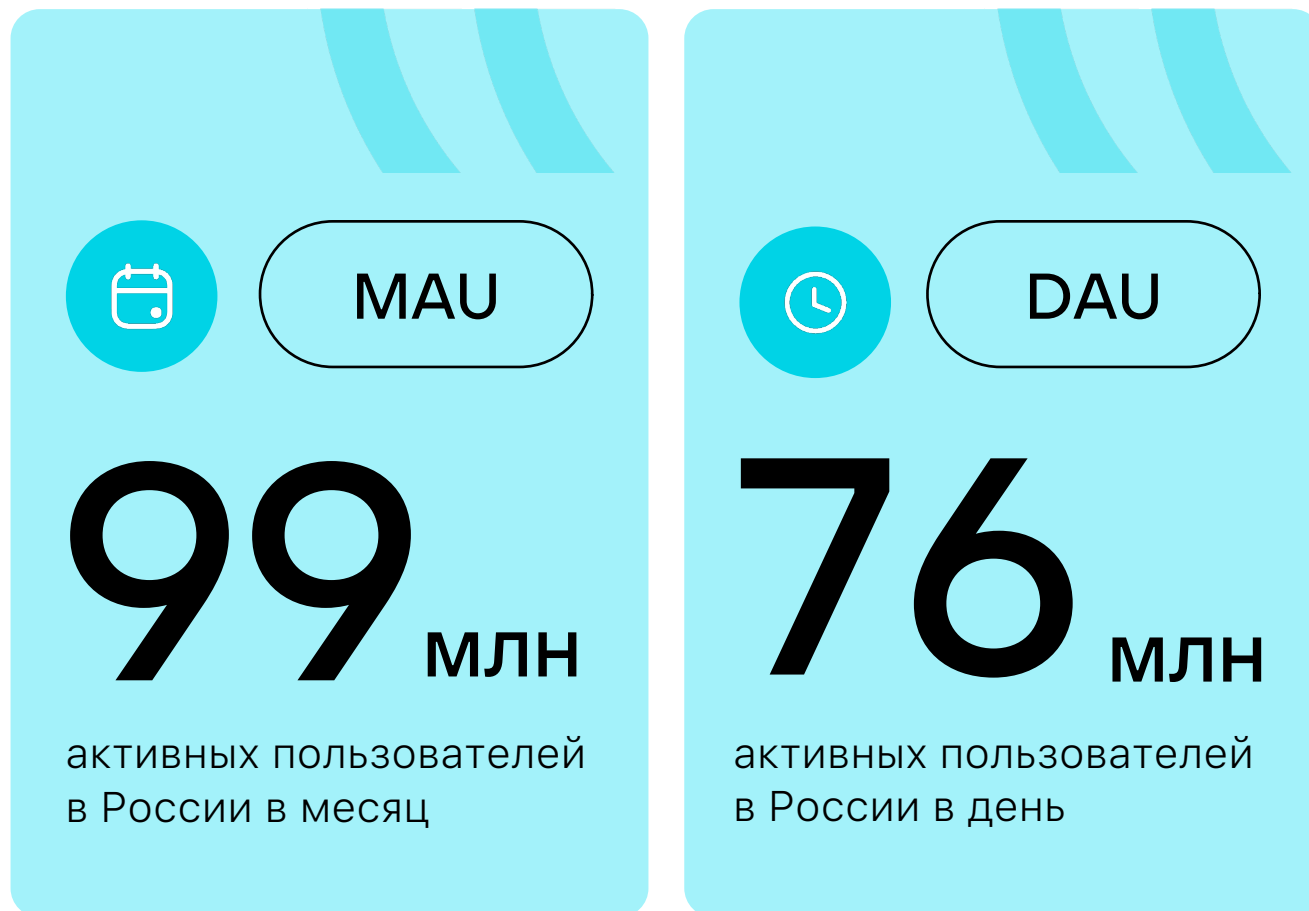


> 95%

аудитории рунета
охватывают ресурсы VK



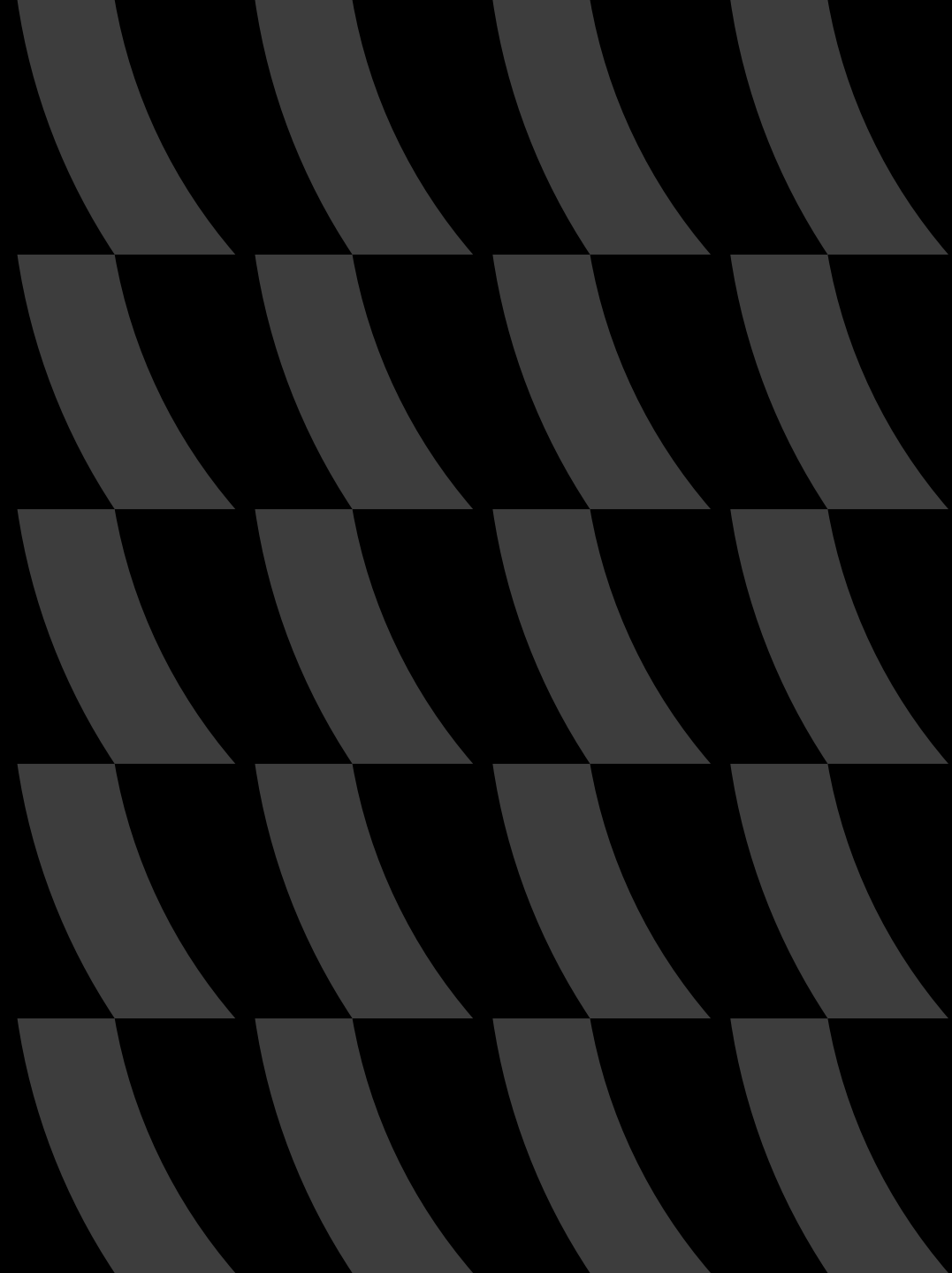
Аудитория VK



Источник: Mediascope, январь-сентябрь 2023 года, Россия 0+, возраст 12+, десктоп и мобильные устройства.



Что такое VK Реклама и как она работает



VK Реклама – платформа для быстрого запуска эффективной рекламы на проектах VK



Высокие результаты

за счет
автоматизации



Удобство управления

благодаря
трехуровневой
структуре кампаний



Быстрый запуск

за счет адаптации
объявлений под все
площадки



Умное таргетирование

благодаря показу
объявления
в зависимости
от предпочтений
пользователя

В VK Рекламе уже можно продвигать

Сайты



- Трафик на сайт
- Конверсии на сайте

Мобильные приложения



- Установки мобильных приложений
- Конверсии в мобильных приложениях
- Ретаргетинг

Каталоги товаров



Для сайтов и приложений:

- Привлечение потенциальных клиентов
- Динамический ретаргетинг
- Продвижение товаров и услуг в сообществе
- Продвижение товаров из маркетплейсов (beta)

Лид-формы



Сбор контактных данных пользователей, заинтересованных в товаре или услуге - заявки, заказы, регистрации

Сообщества и профиль



- Увеличение подписчиков
- Диалоги с сообществом
- Повышение вовлеченности

Медиаконтент



- Просмотры видеозаписей
- Просмотры трансляций
- Прослушивание и добавление музыки
- Запуск и действия в мини-приложениях VK Mini Apps

Дзен



- Повышение узнаваемости
- Привлечение потенциальных клиентов

Брендинг



- Построение охвата
- Увеличение знания о продукте
- Видеореклама
- Brand-lift

Как настроить ретаргетинг в VK Рекламе



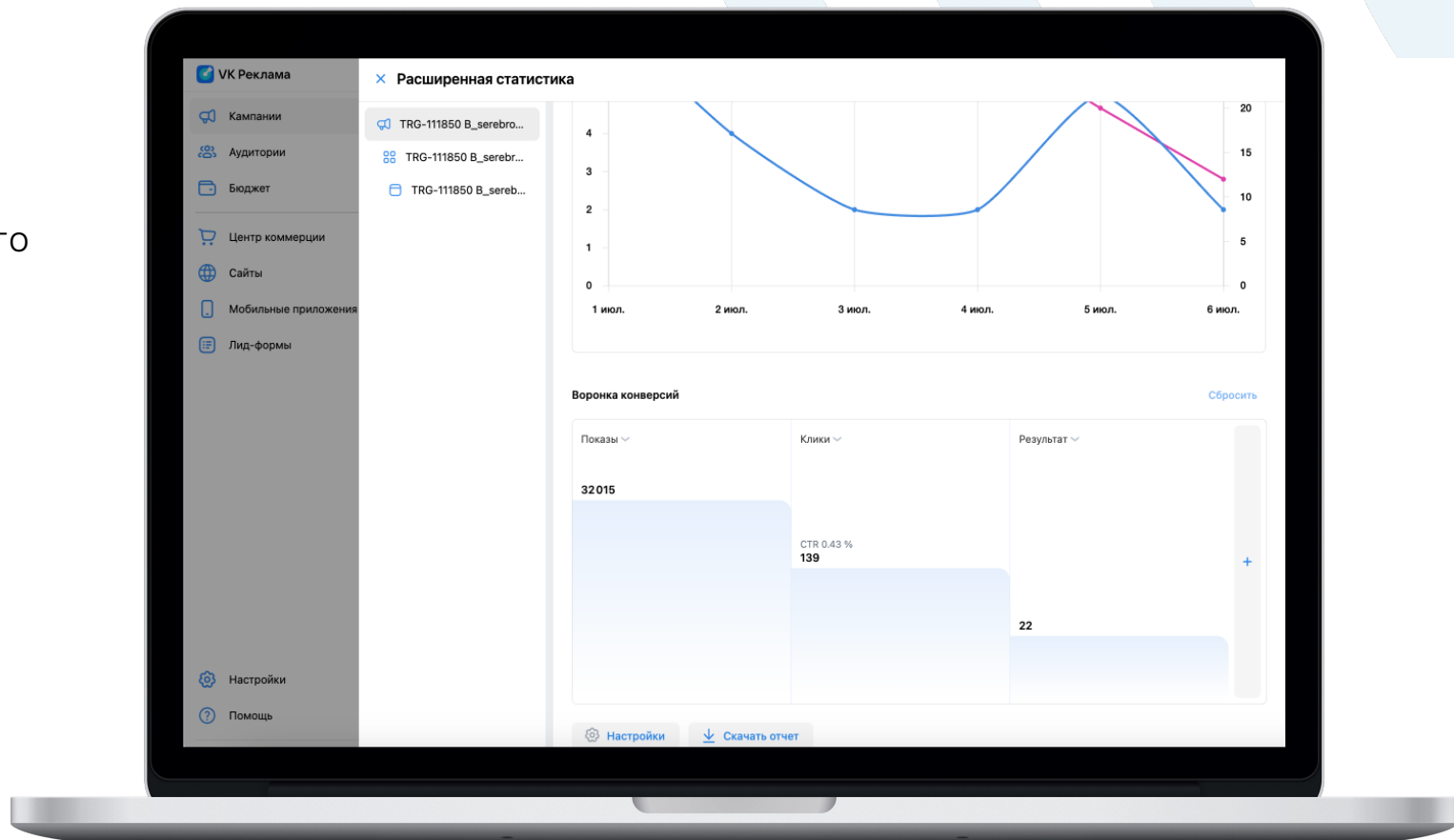
Что такое ретаргетинг

Ретаргетинг позволяет привлекать пользователей, которые ранее взаимодействовали с вашим бизнесом

- ✓ Чтобы вернуть тех, кто пропал на одном из этапов воронки, не совершив целевого действия
- ✓ Чтобы напомнить о себе: рассказать о новом ассортименте или распродаже



Может стать важной частью маркетинговой стратегии, но лучше всего показывает себя вместе с привлечением новой аудитории



Какие виды ретаргетинга есть в VK Рекламе

1

Ретаргетинг
по пикселю
VK Рекламы

Сайты

2

Ретаргетинг
по событиям
из трекера
мобильной
атрибуции

Мобильные
приложения

3

Ретаргетинг
по спискам CRM-
пользователей

Большая
CRM-база

4

Ретаргетинг
по реакциям

Пользователи,
позитивно
отреагировавшие
на вашу рекламу

5

Ретаргетинг
по подписчикам
сообществ

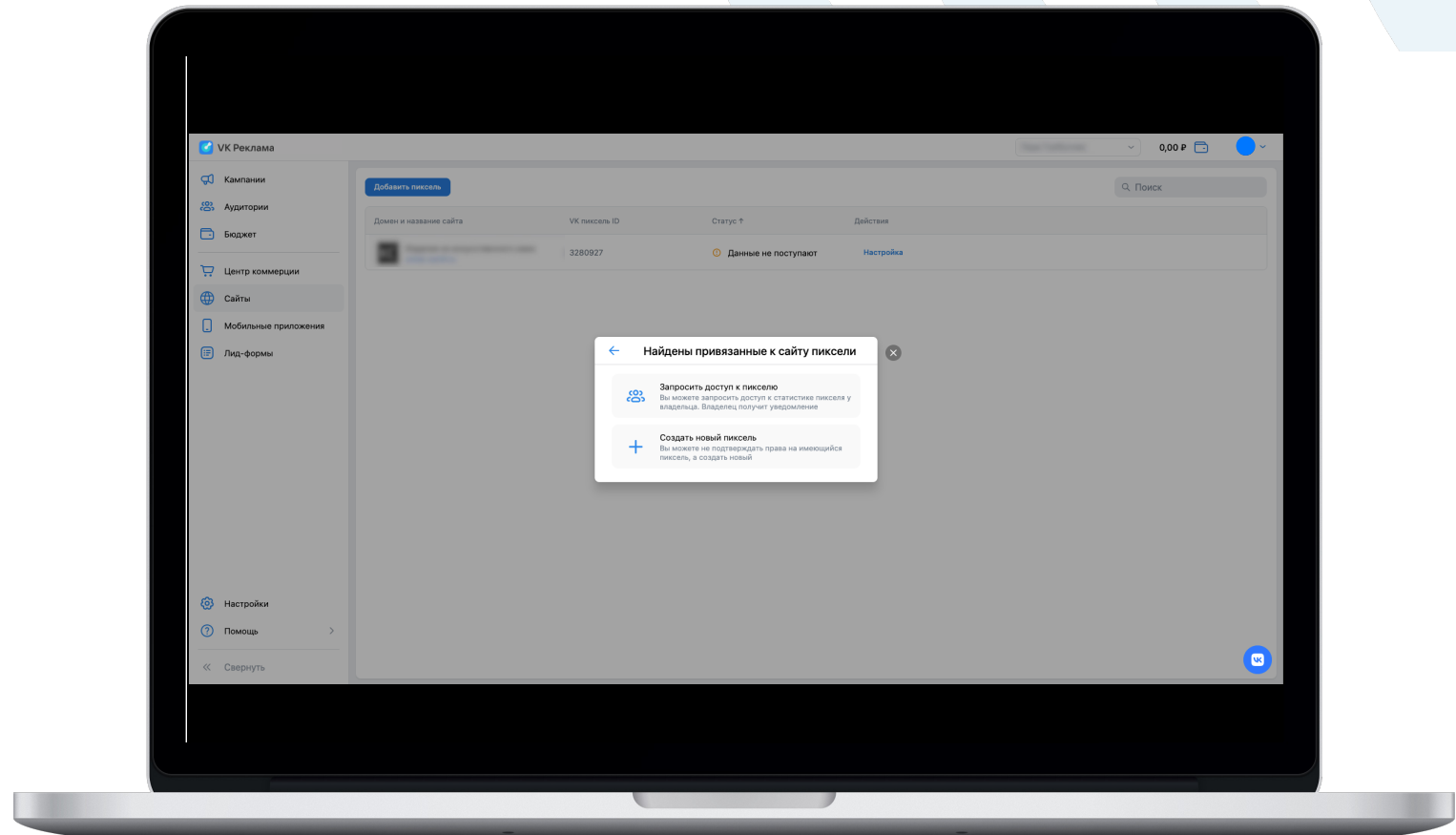
Подписчики
в сообществах
VK и OK

Ретаргетинг для сайтов: настройка пикселя VK Рекламы

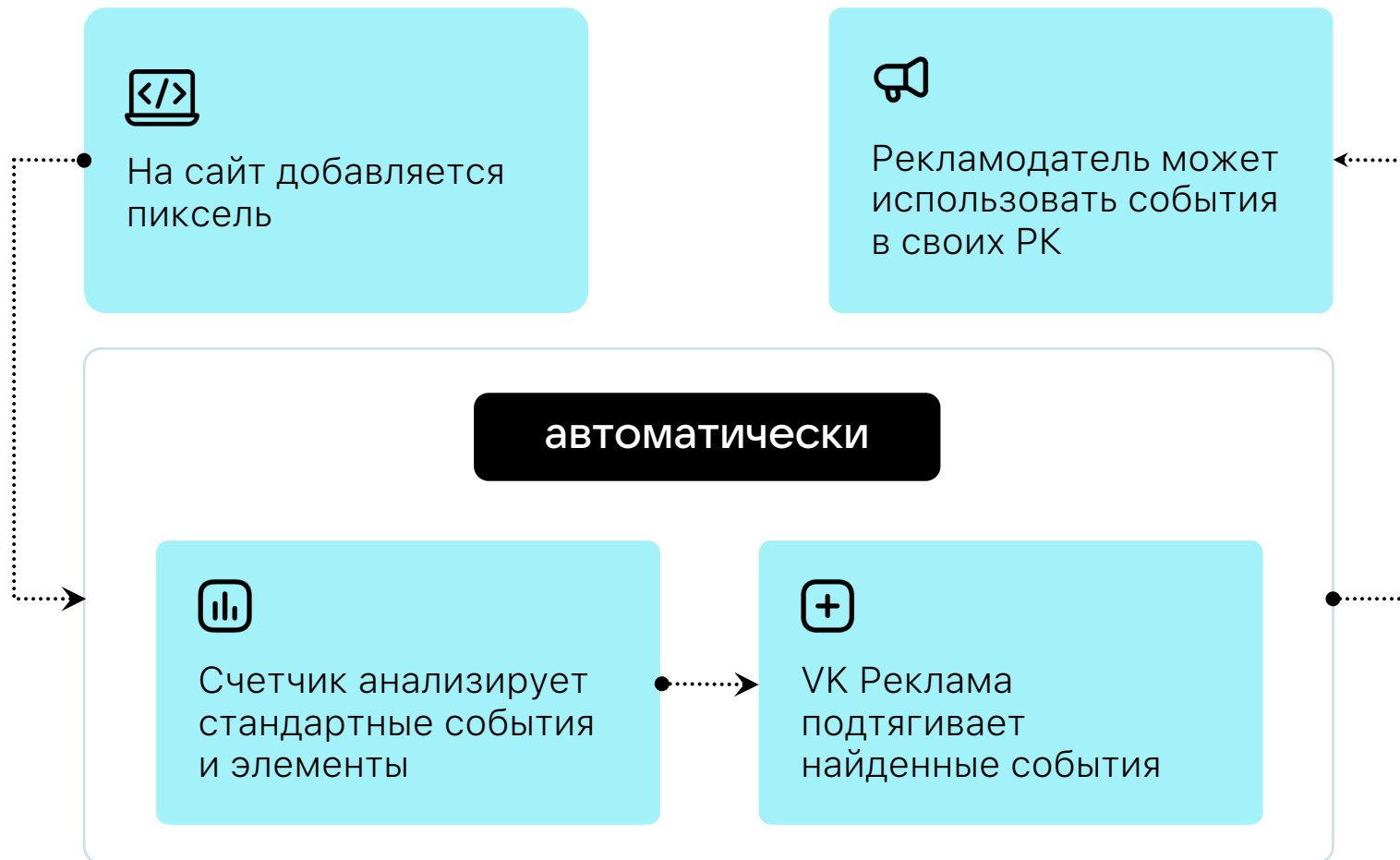


Для запуска рекламы сайтов
и оптимизации рекламы
необходимо привязать пиксель

Можно использовать существующий
счетчик, установленный на сайте
(top.mail.ru), или создать новый
пиксель VK Рекламы в кабинете



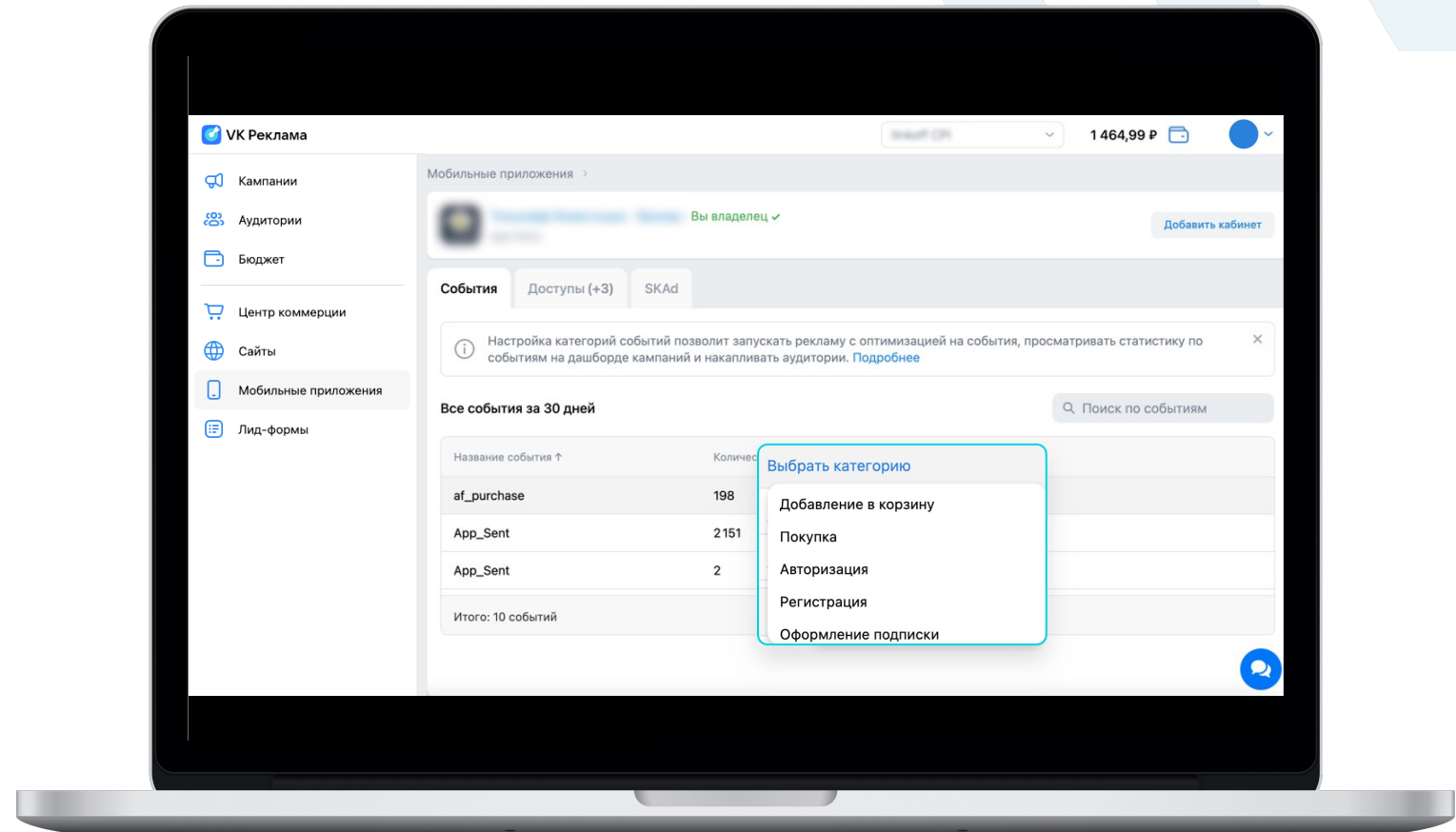
Настройка автособытий



Ретаргетинг для мобильных приложений: настройка постбеков

- 🛒 покупка
- ✅ авторизация
- 👤 регистрация
- ⊕ добавление в корзину
- ✅ оформление подписки
- 🎯 достижение уровня

И другие категории, используемые для сбора статистики и аудиторий ретаргетинга, которые вы сможете использовать при создании новых кампаний. Полный список категорий смотрите здесь: <https://ads.vk.com/help/articles/apps>



Повышайте эффективность ретаргетинговых кампаний с технологией Deerlink

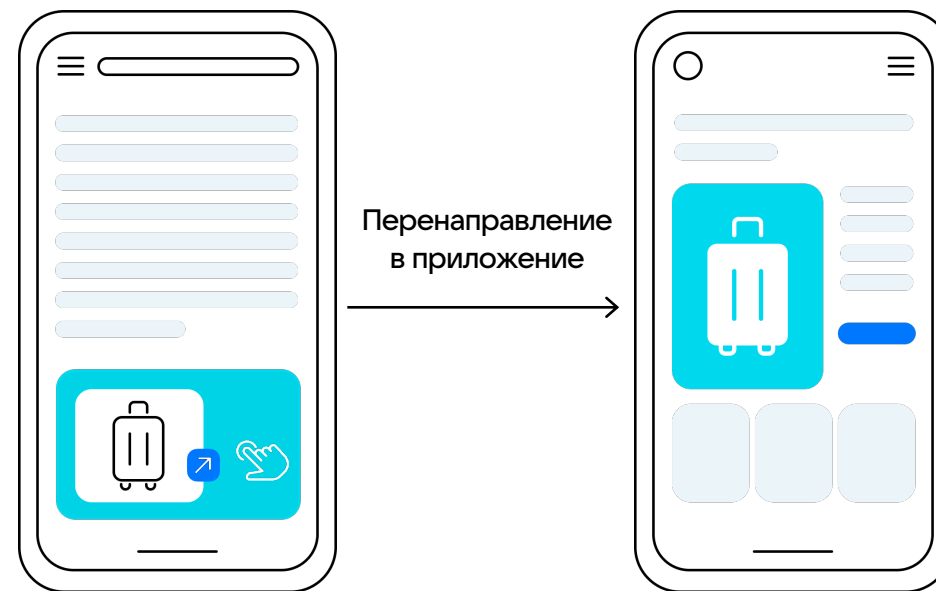


Диплинк (deeplink) – гиперссылка, перенаправляющая пользователя на конкретный раздел в приложении



Когда пользователь переходит по такой ссылке, его устройство **определяет приложение**, в которое она ведет, и **открывает нужный раздел** – например, с распродажей или эксклюзивным предложением

Диплинки применяются, когда у пользователя уже установлено приложение



Пользователь переходит по рекламному баннеру

У пользователя открывается страница с товаром из рекламы

И другие категории, используемые для сбора статистики и аудиторий ретаргетинга, которые вы сможете использовать при создании новых кампаний. Полный список категорий смотрите здесь: <https://ads.vk.com/help/articles/apps>

Ретаргетинг по спискам пользователей

Чтобы показывать рекламу пользователям из списка:

-  Загрузите файл со списком пользователей
-  Создайте аудиторию и добавьте в неё загруженный список
-  Во время создания кампании выберите эту аудиторию в блоке «Интересы и аудитория»

Содержание файла

- ✓ ID ВКонтакте
- ✓ email
- ✓ ID Одноклассники
- ✓ телефонные номера
- ✓ Google advertising ID
- ✓ IDFA устройств
- ✓ идентификаторы платформ управления данными (DMP)

Переносите сегменты аудитории и источники данных из ВКонтакте и myTarget



Простой импорт аудиторий поможет быстрее адаптироваться к новой платформе, сохранив все накопленные данные



Кабинет ВКонтакте

- Зайдите на вкладку «Аудитории» и нажмите на три точки слева от кнопки «Создать аудиторию»
- Выберите пункт «Перенести аудитории из кабинета ВКонтакте»
- Выберите из выпадающего списка кабинет, из которого нужно импортировать аудитории
- Нажмите кнопку «Начать копирование»

Перенос доступен для аудиторий от 2000 пользователей
Процесс переноса может занять от одной минуты до нескольких часов



myTarget

- Зайдите на вкладку «Аудитории» → «Общие сегменты» и нажмите «Поделиться сегментами»
- Выберите нужные сегменты, которые хотите скопировать и нажмите «Сгенерировать ключ доступа»*
- В кабинете VK Рекламы перейдите на вкладку «Аудитории» и нажмите на три точки слева от кнопки «Создать аудиторию»
- Выберите пункт «Активировать внешнюю аудиторию»
- Введите ключ доступа, который вы получили в кабинете myTarget

* Можно копировать только списки пользователей (тип списка user_list) или сегмент (тип списка segment)

Ретаргетинг по подписчикам сообществ ВКонтакте и Одноклассники



Таргетинг на сообщества позволяет привлекать аудиторию, заинтересованную в продукте или услуге, **из сообществ выбранной тематики**



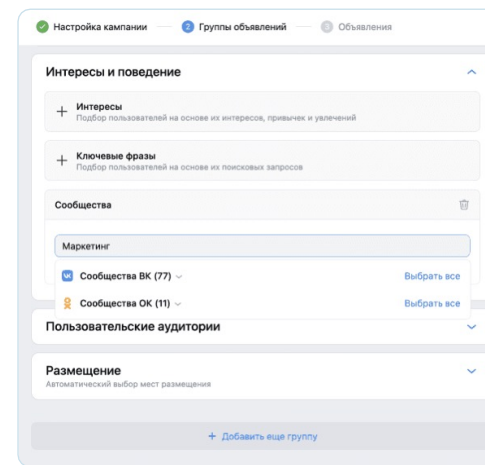
Алгоритмы и **ML-модели** анализируют интересы, особенности поведения аудитории, контент сообщества и учитывают вероятность совершения целевого действия пользователями



Система запоминает пользователей и показывает им рекламу не только в выбранной соцсети, но и на других проектах VK, куда они заходят впоследствии

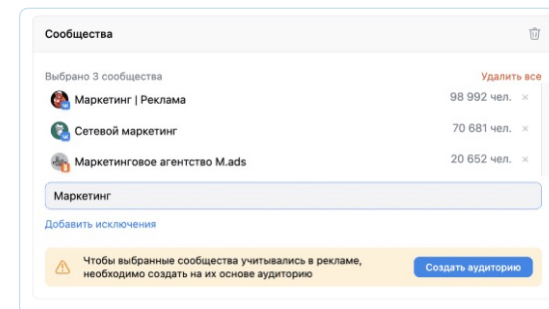


Технология доступна для всех объектов рекламирования VK Рекламы

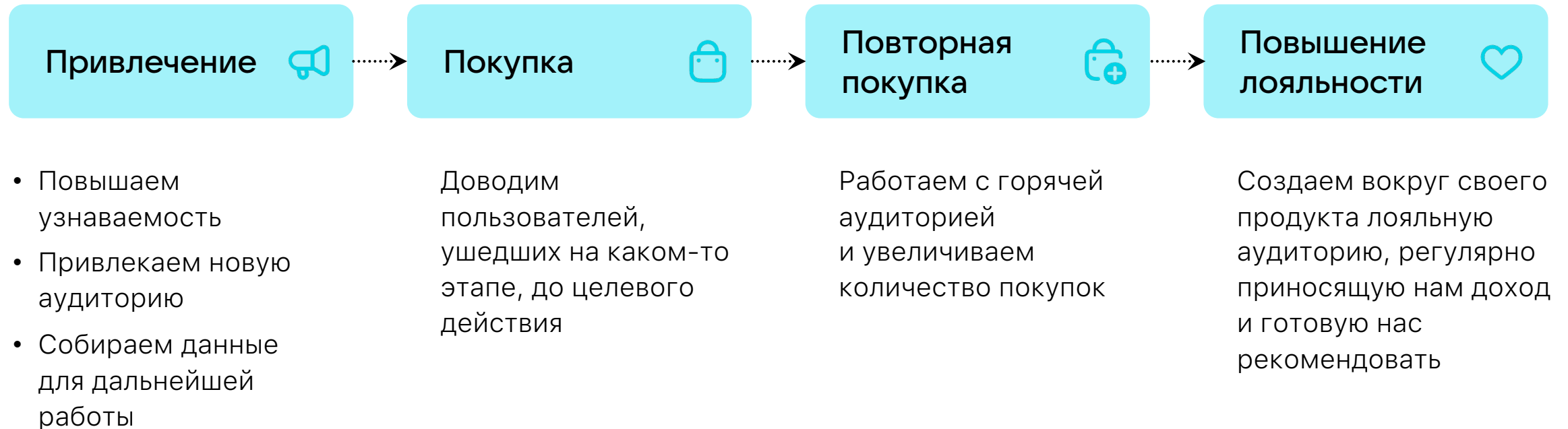


Настройка доступна на этапе создания группы объявлений в блоке «Интересы и поведение»

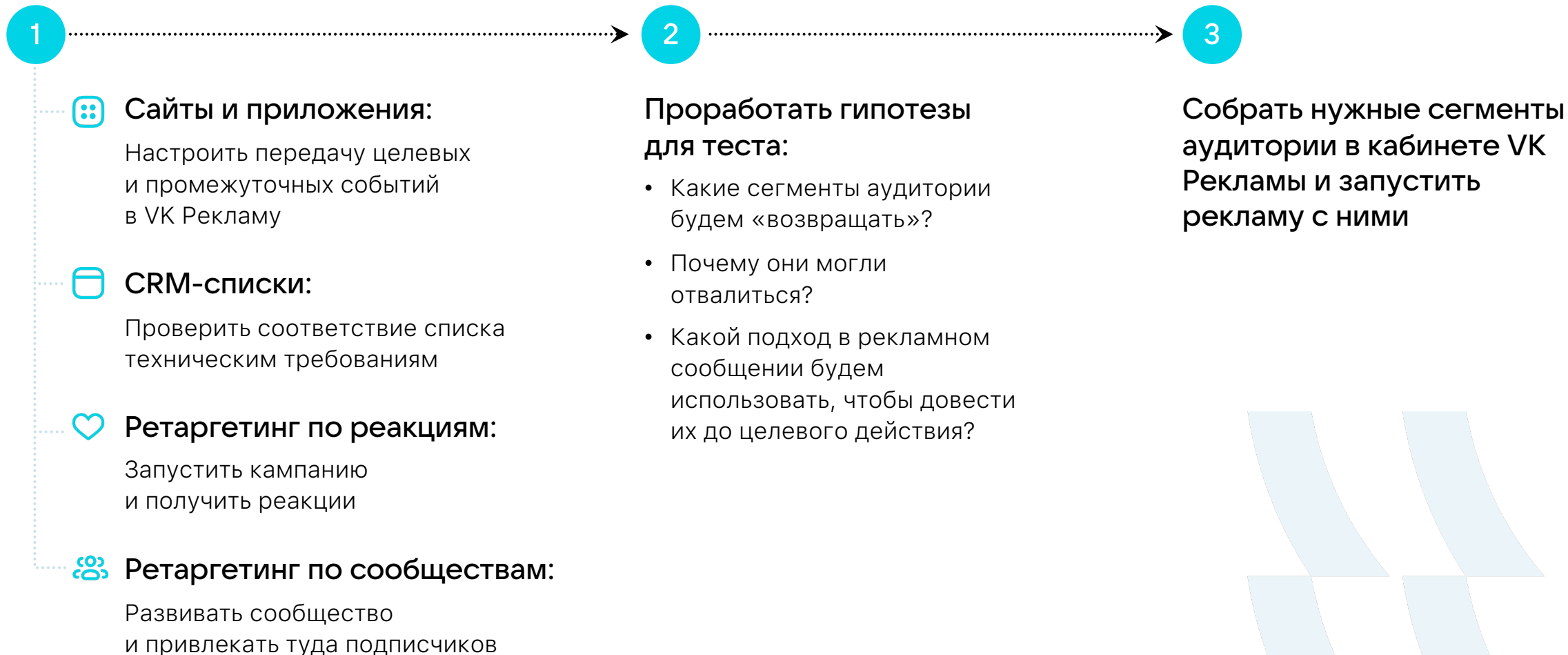
После выбора сообществ нажмите «Создать аудиторию», и она автоматически добавится в блок «Пользовательские аудитории» в редактируемой кампании



Взаимодействуйте с аудиторией на всех этапах воронки с помощью рекламных форматов

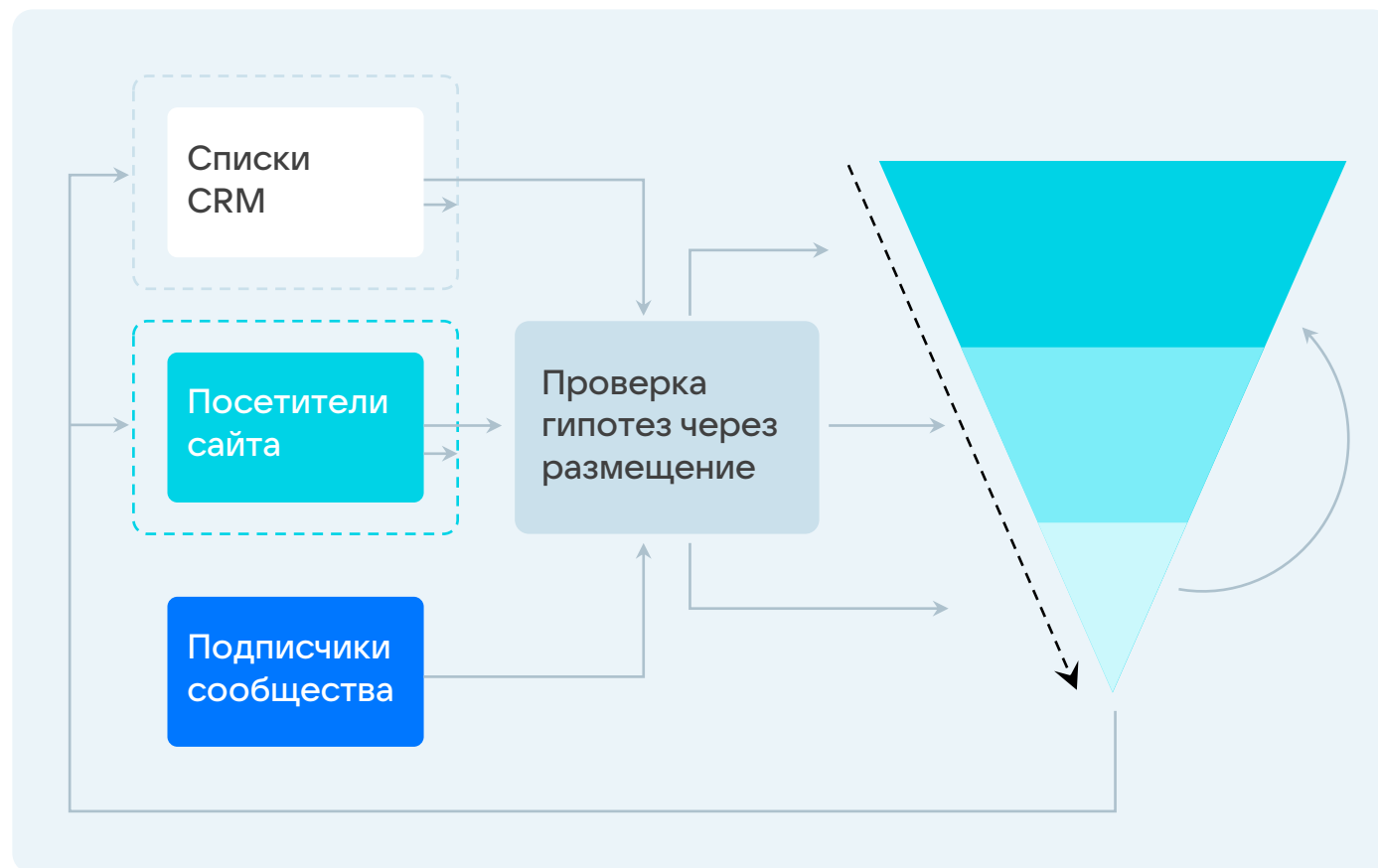


Как запустить ретаргетинг



Советы по использованию ретаргетинга

- 1 Чем больше у вас клиентов и данных о них – тем больше необходимо работать с текущей аудиторией
- 2 Если у вас совсем небольшая аудитория – то в первую очередь стоит поработать над привлечением, а не ретаргетингом
- 3 Разрабатывая рекламное сообщение учитывайте, что пользователь уже знаком с вами
- 4 Старайтесь не заужать аудиторию дополнительными таргетингами



Как это выглядит в рекламном кабинете



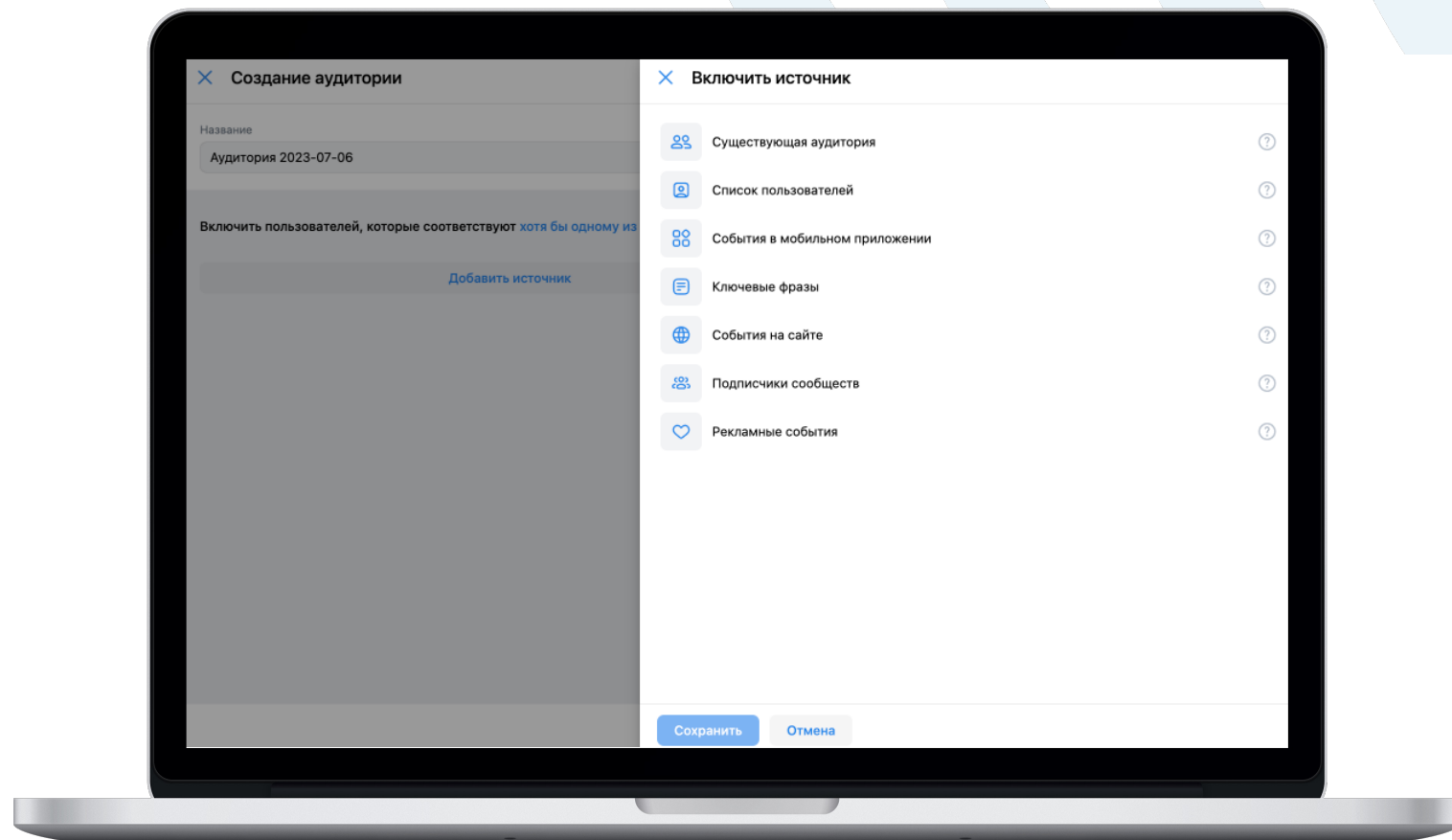
Раздел «Аудитории»

- Создание и редактирование внешних сегментов аудитории
- Создание аудитории для ретаргетинга
- Настройка правил для сегментов ретаргетинга



Раздел «Кампании»

Выбор «Пользовательской аудитории» при заведении рекламной кампании



4 декабря в 18.00

Анатолий Шерстюк,
таргетолог, проведёт
вебинар «Как создавать
креативы и проходить
модерацию»

На примере рассмотрим:

- лайфхаки создания креативов
- некоторые правила модерации



Спасибо
за внимание!