



VK Реклама

Превращайте пользователей VK в ВАШИХ КЛИЕНТОВ



бизнес

Тест станет доступен
4 декабря (в понедельник)
в 18.00 на странице
марафона



Содержание



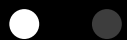
Что такое VK Реклама
и как она работает



Возможности VK
Рекламы



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

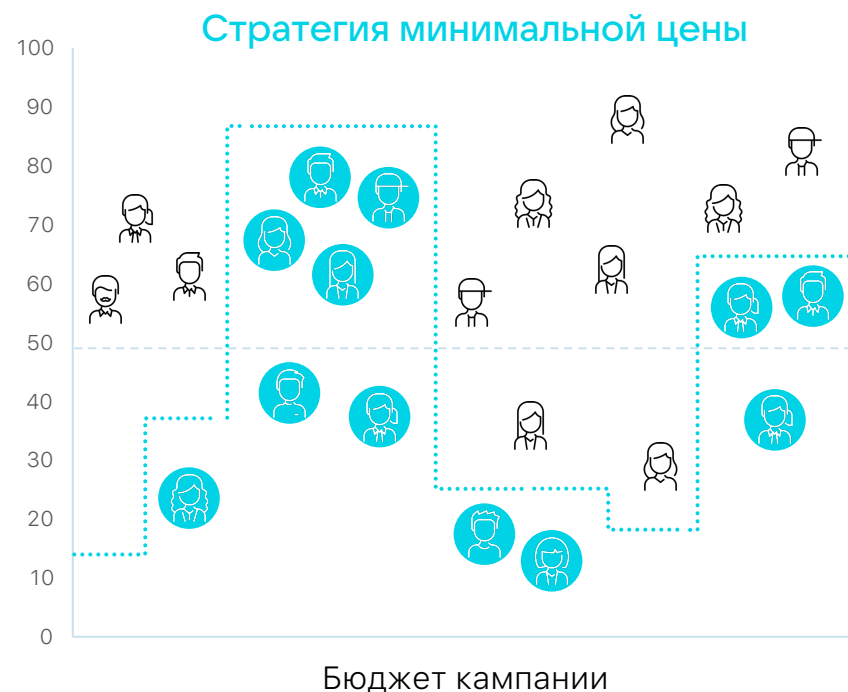
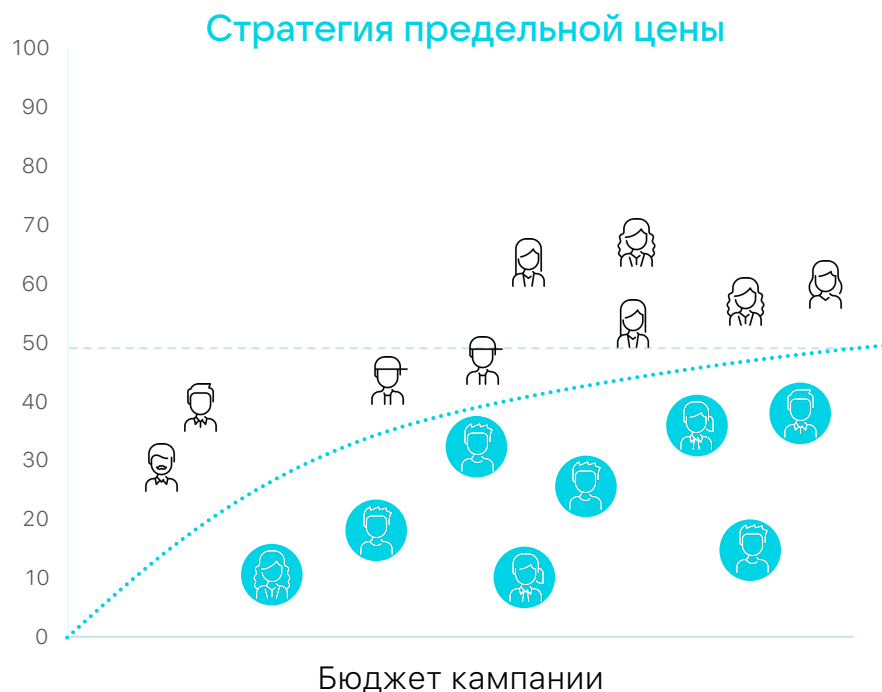
благодаря показу
объявления
в зависимости
от предпочтений
пользователя

Автоматическая система управления ставкой

Расходуйте свой рекламный бюджет еще эффективнее — получайте больше конверсий, исходя из вашей цели

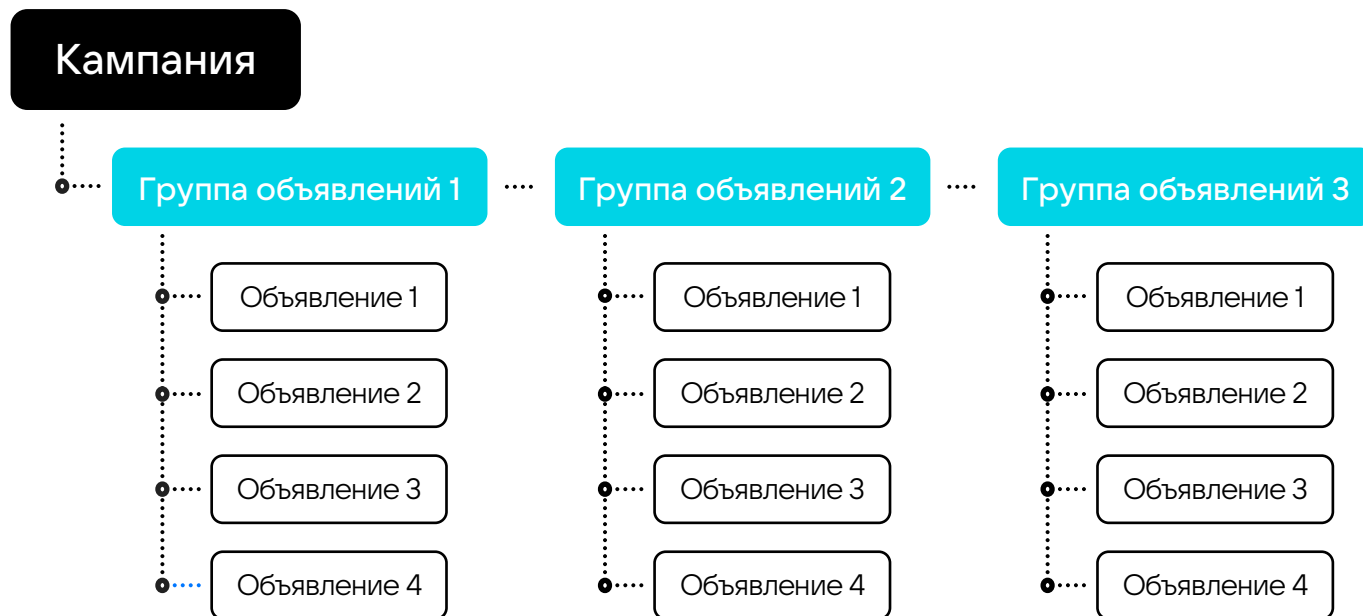
Цель «Максимальное количество событий с ограничением по стоимости»

Цель «Максимальное количество событий за ваш бюджет»



Трехуровневая структура рекламных кампаний

С новой структурой рекламных кампаний стало удобно тестировать гипотезы и таргетинги, а создавать новые кампании и управлять ими стало еще проще и быстрее



Удобное распределение бюджета рекламной кампании между группами объявлений



Удобная сегментация при работе с большим количеством рекламируемых товаров или услуг



Удобная сегментация при работе с различными рекламными инструментами и настройками

Оптимизация бюджета на уровне рекламной кампании

Автоматическое распределение бюджета кампании в сторону более эффективных групп объявлений

↗️ сделает вашу рекламу эффективнее, чем раньше

🕒 высвободит время

* Для обучения алгоритму оптимизации бюджета может потребоваться до 100 целевых действий

Новая, трехуровневая структура кампании с оптимизацией на уровне рекламной кампании

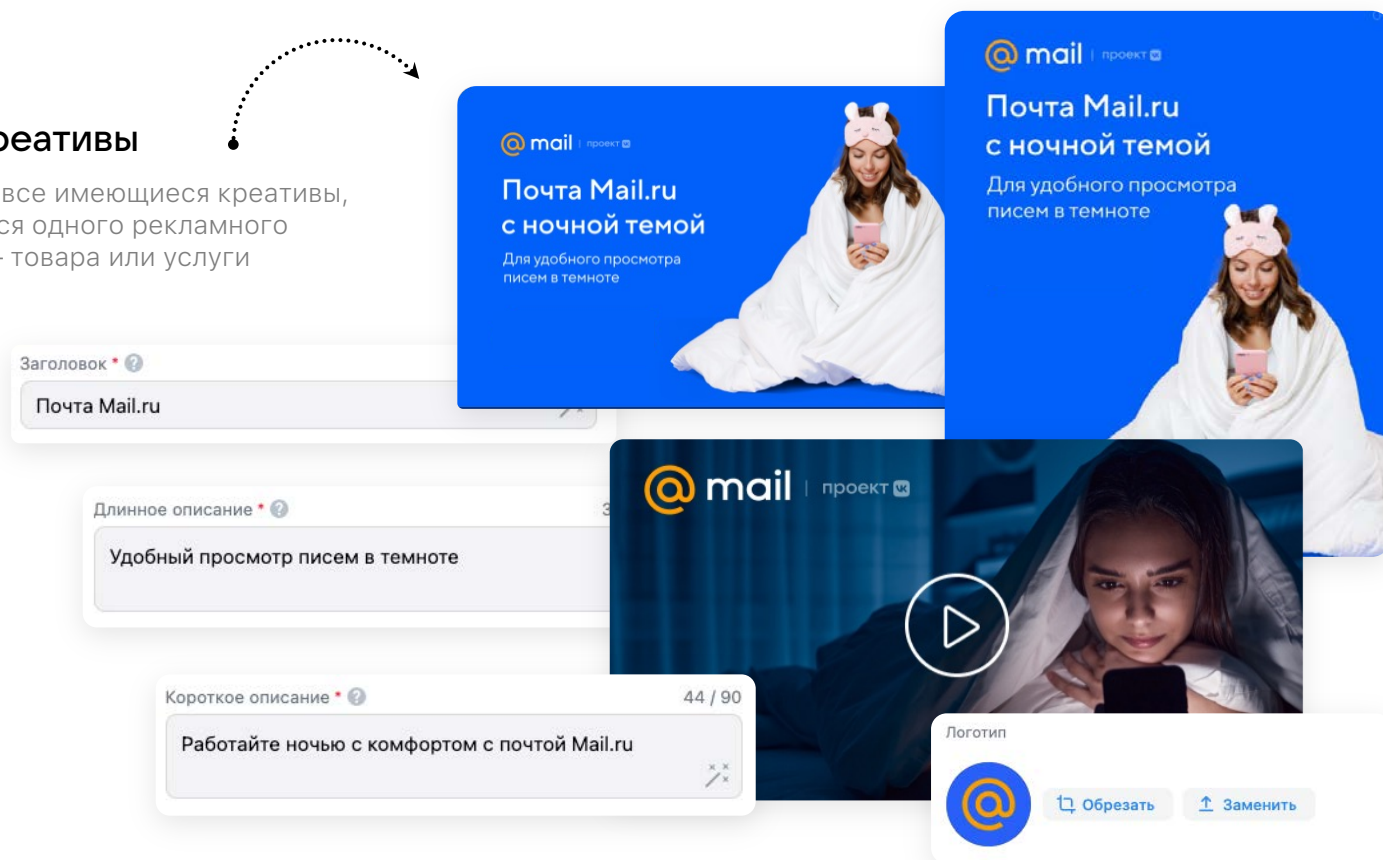


Универсальные объявления

Адаптивный формат позволяет получить доступ ко всем форматам площадок **через одно объявление**

Ваши креативы

Загрузите все имеющиеся креативы, касающиеся одного рекламного концепта – товара или услуги



Медиатека с быстрым доступом к ранее загруженным креативам

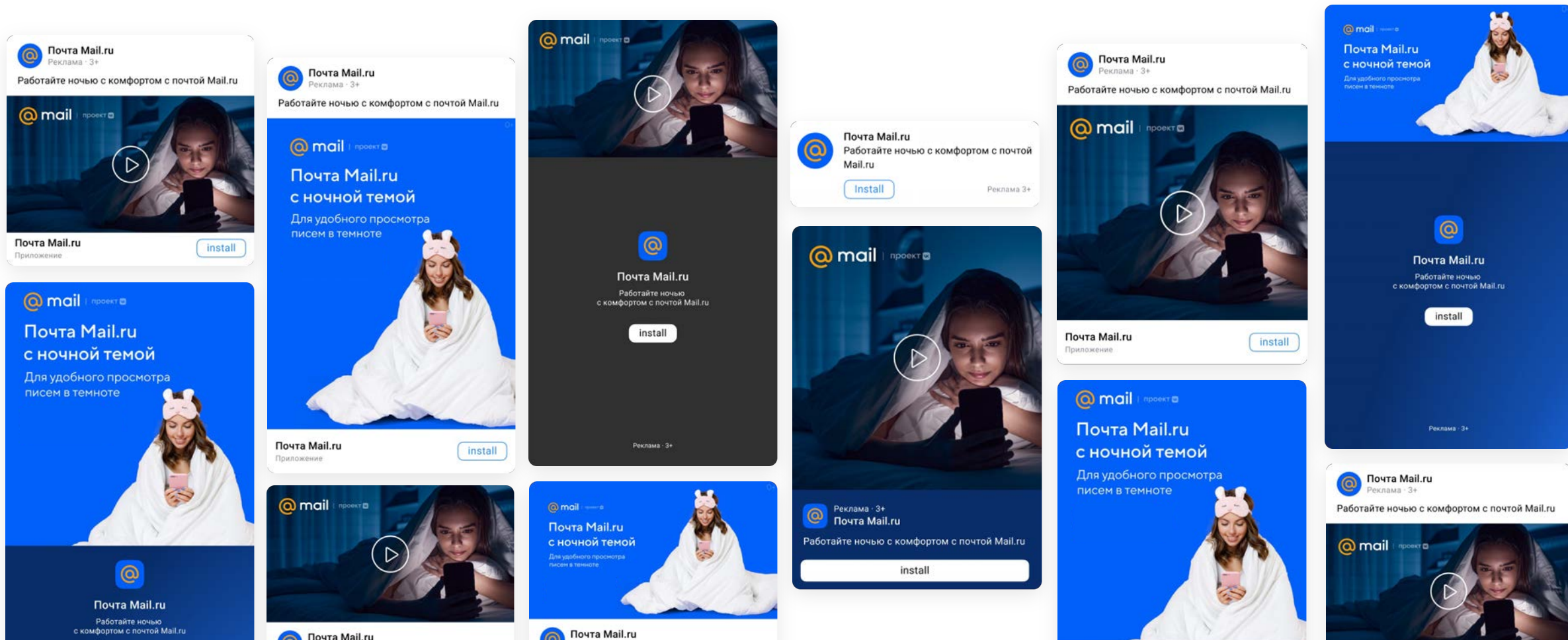


Автогенерация текстов для объявления

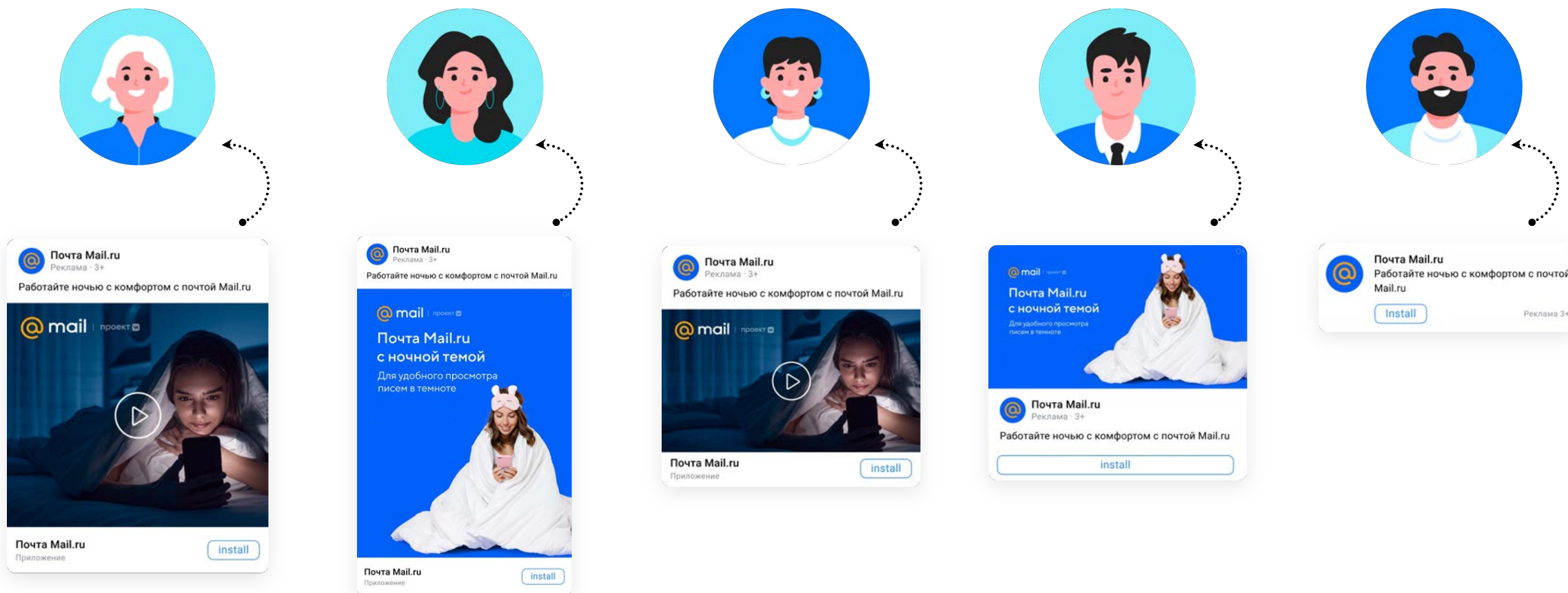


Realtime-превью всех форматов объявлений

Система создаст все варианты креативов для максимального охвата ЦА на всех доступных площадках VK

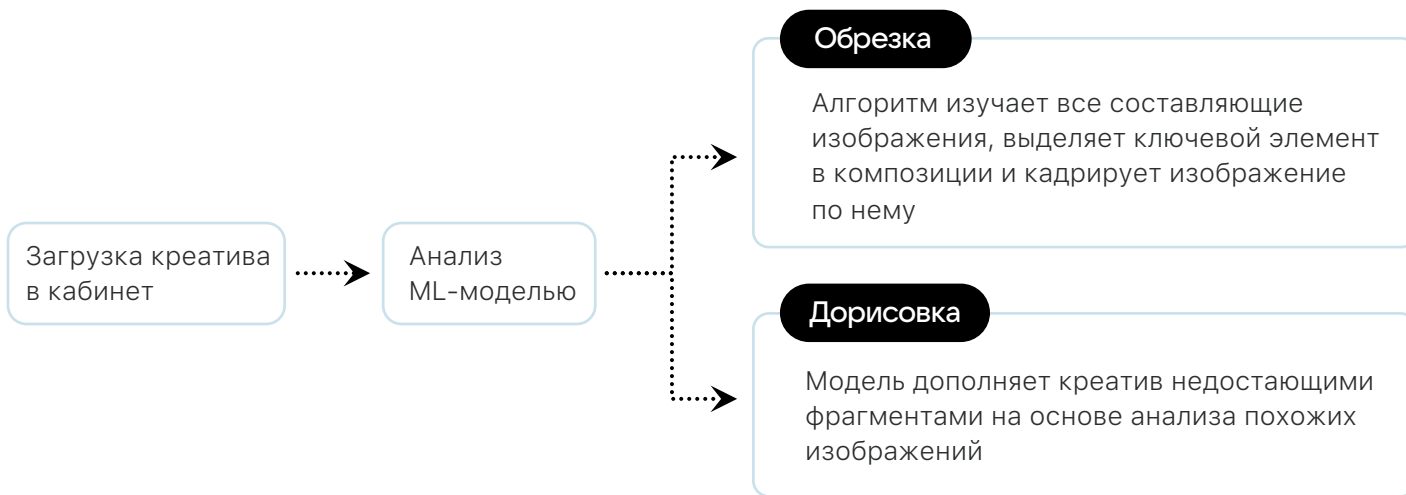


И подберет наиболее конверсионное сочетание формата креатива для каждого пользователя на каждой площадке VK

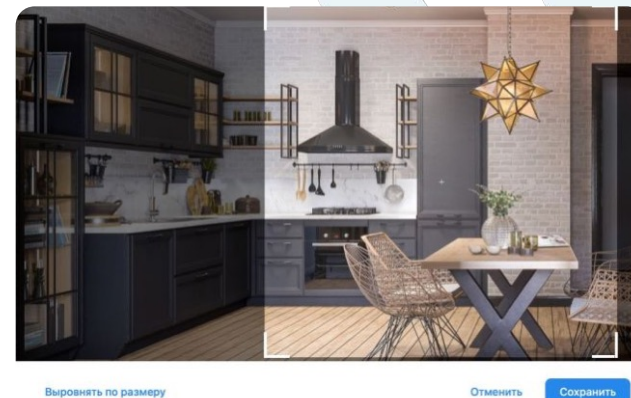


Умная обрезка и дорисовка изображений

Создавайте изображения во всех нужных пропорциях непосредственно во время создания объявлений

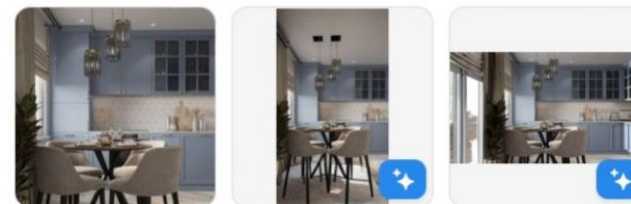


Все изображения будут уникальными и соответствующими правилам модерации



Умная обрезка

Изображения



Умная дорисовка: исходный креатив, вертикальный и горизонтальный варианты

Автогенерация видеокреативов

Создавайте рекламные видеокреативы на основе статических изображений и текста рекламного объявления

1

Добавьте логотип, заполните поля «Заголовок» и «Короткое описание»

Логотип *

 [↑ Заменить](#) [↻](#)

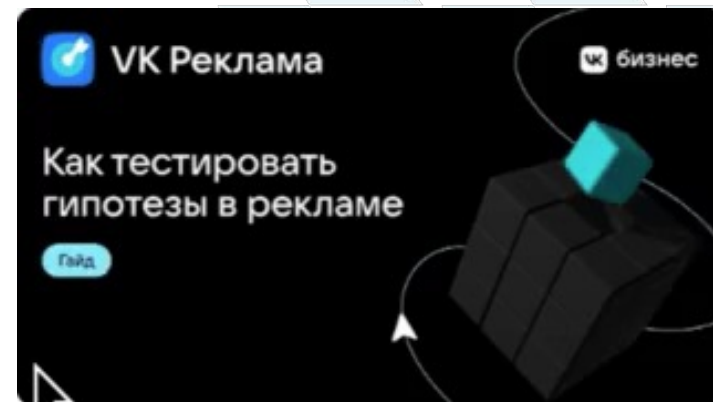
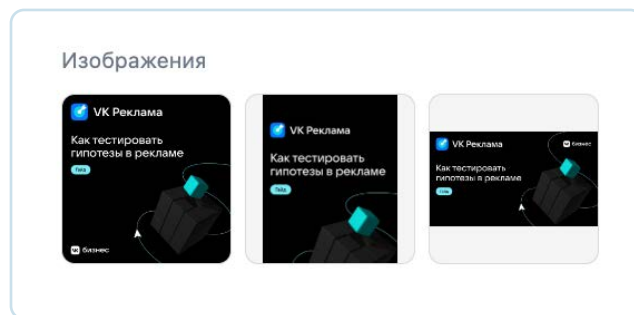
Заголовок * 10 / 40

Короткое описание * 79 / 90

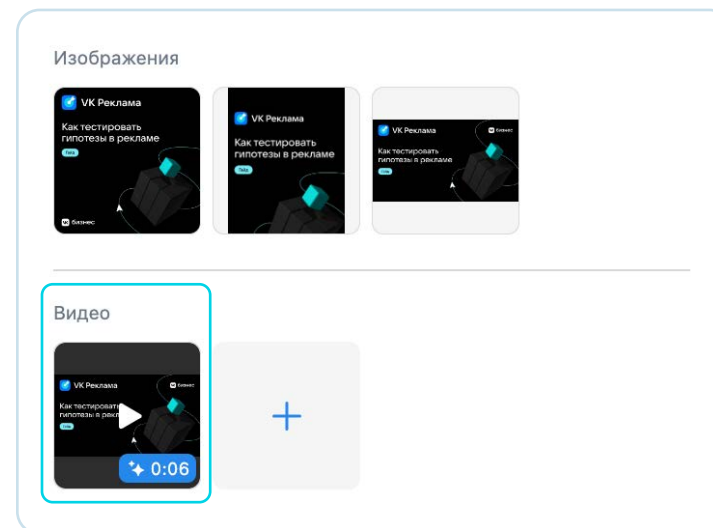
Длинное описание * 79 / 2000

2

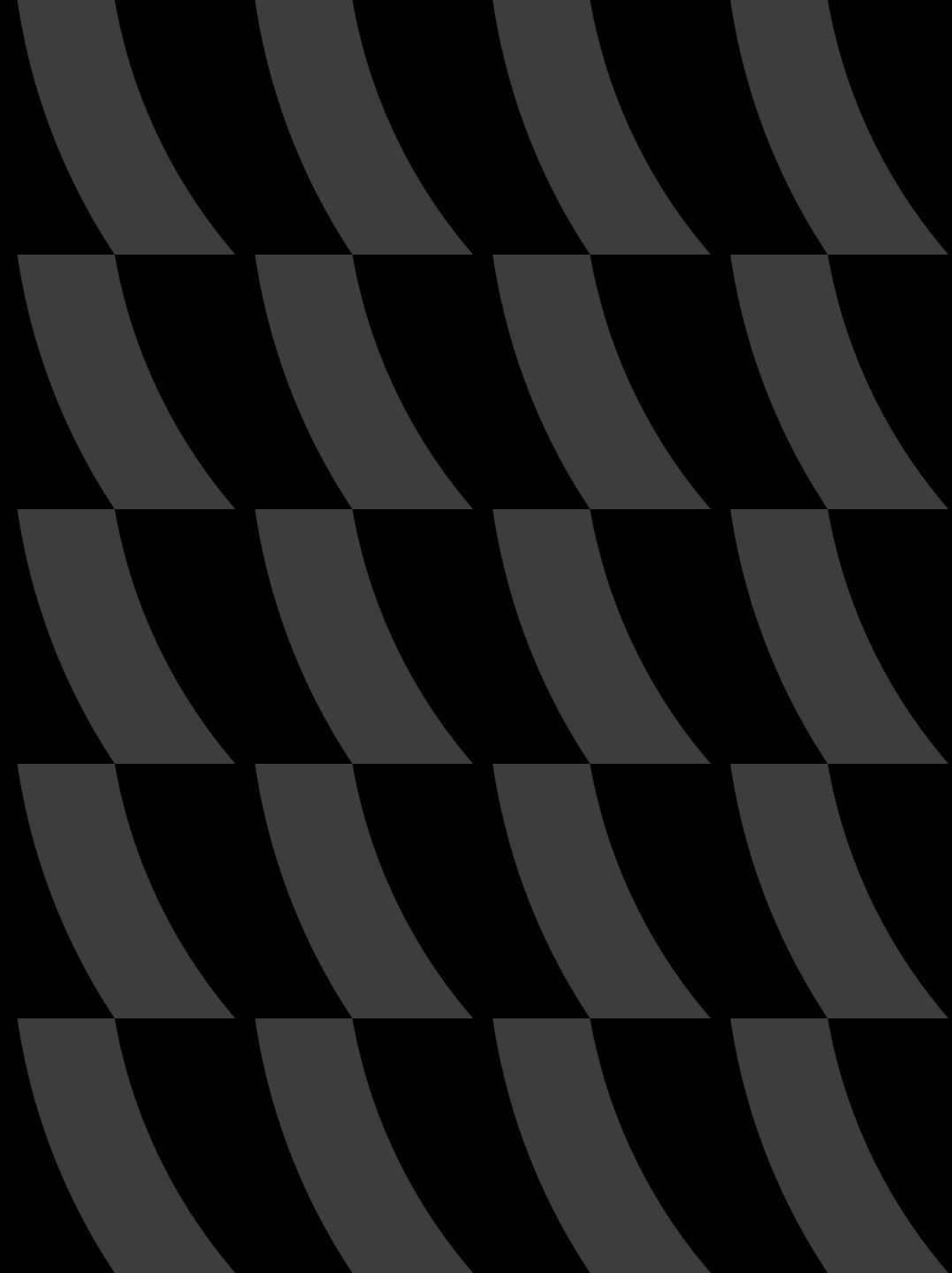
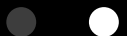
Загрузите статические креативы



VK Реклама сгенерирует видеокреатив



Возможности VK Рекламы



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

Сообщество и профиль



- Увеличение подписчиков
- Увеличение количества сообщений
- 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



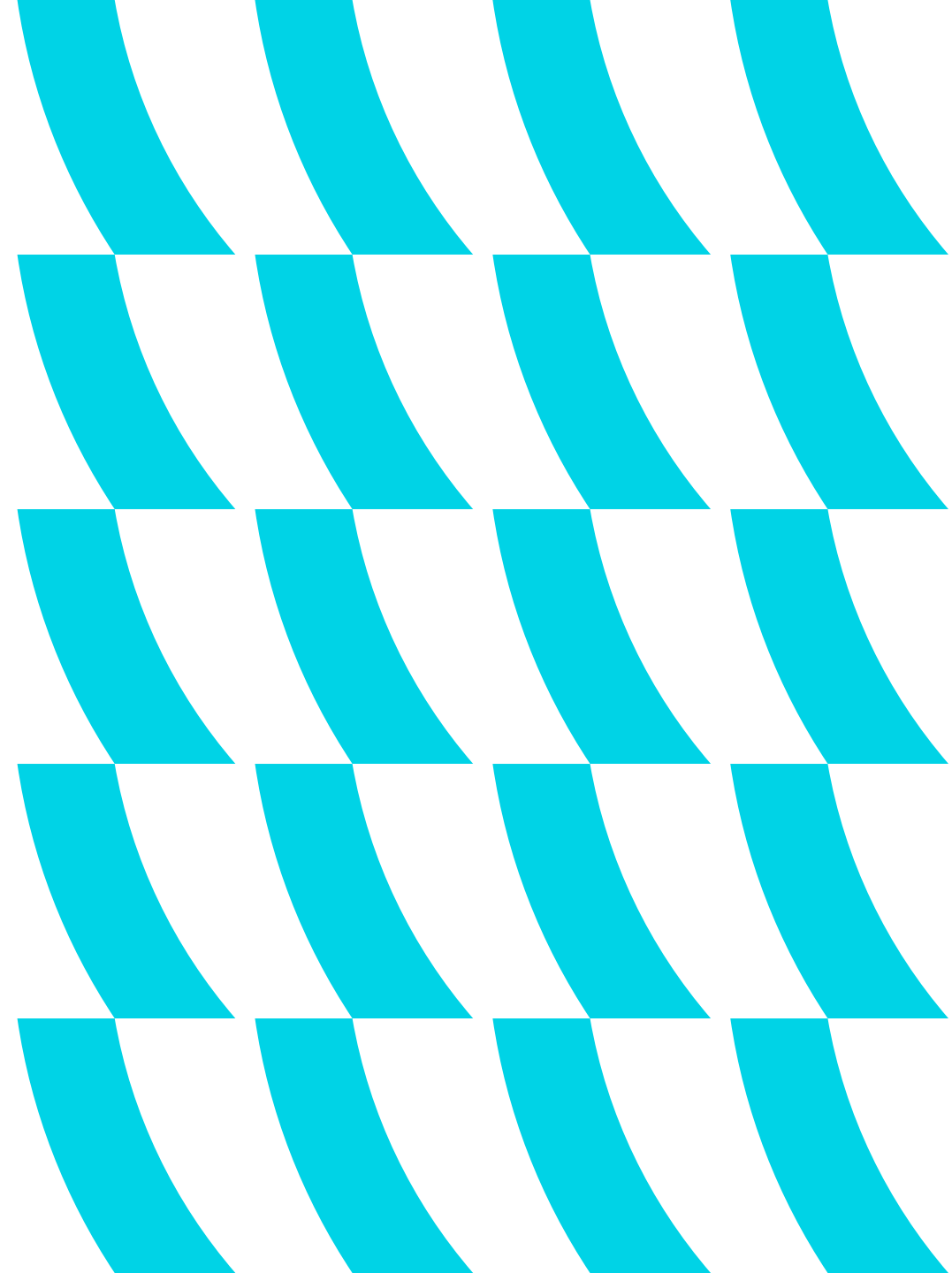
- Построение охвата
- Увеличение знания о продукте
- Видеореклама

Сайты

01 Трафик на сайт

02 Конверсии на сайте

03 Построение знания

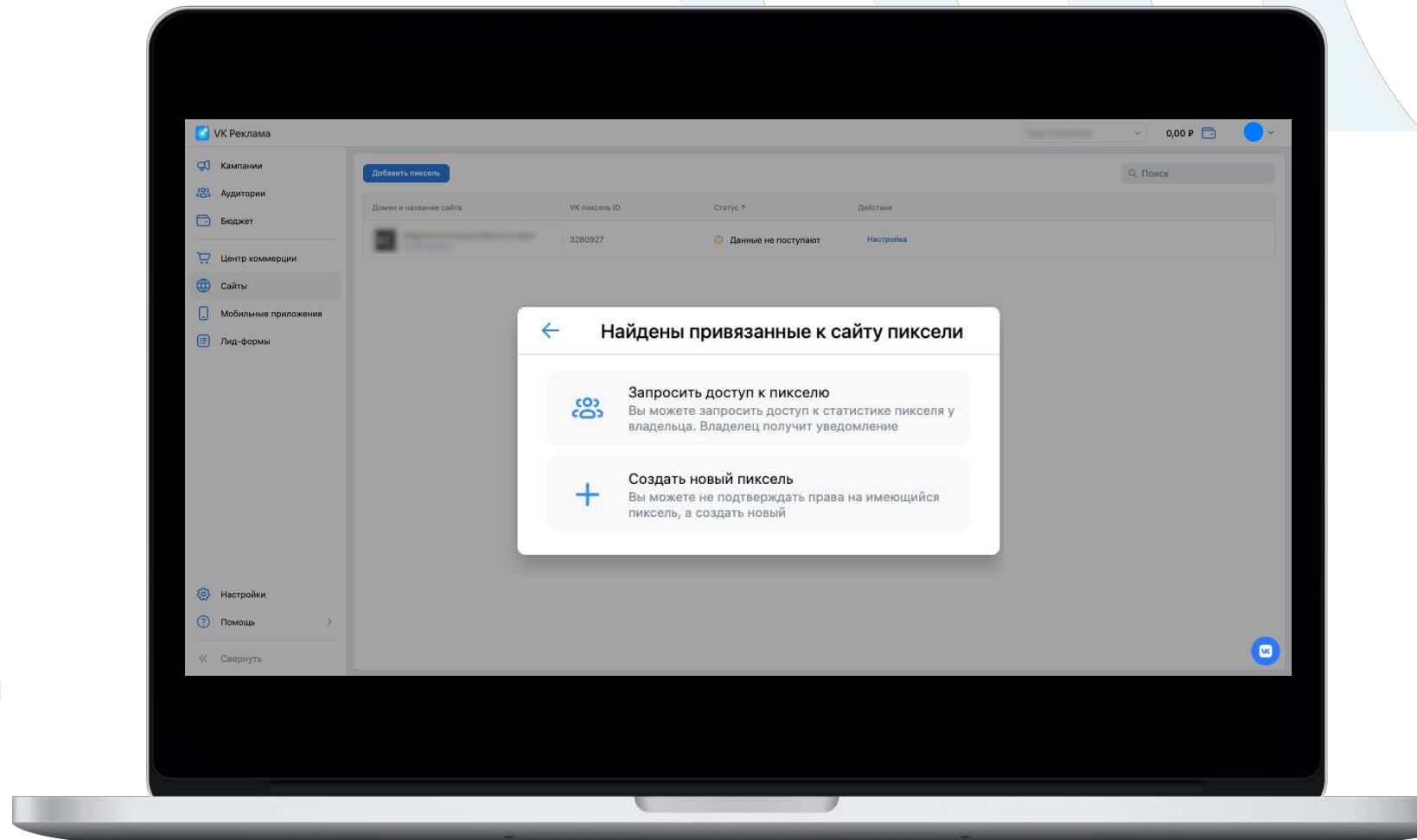


Привяжите пиксель в 1 шаг



Для запуска рекламы сайтов и оптимизации рекламы необходимо указать счетчик (пиксель)

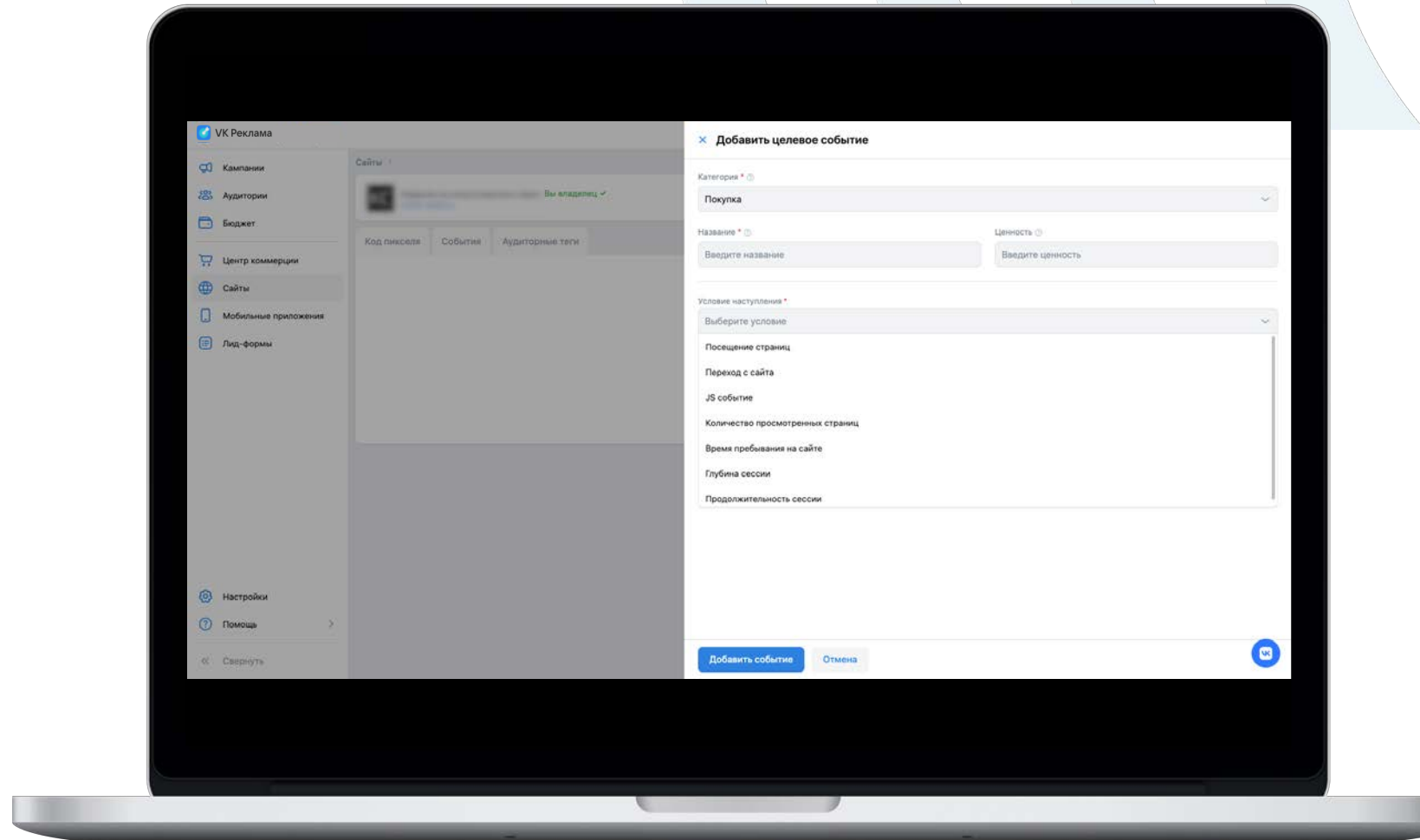
Можно использовать существующий счетчик, установленный на сайте (top.mail.ru), или создать новый **пиксель VK Рекламы** в кабинете



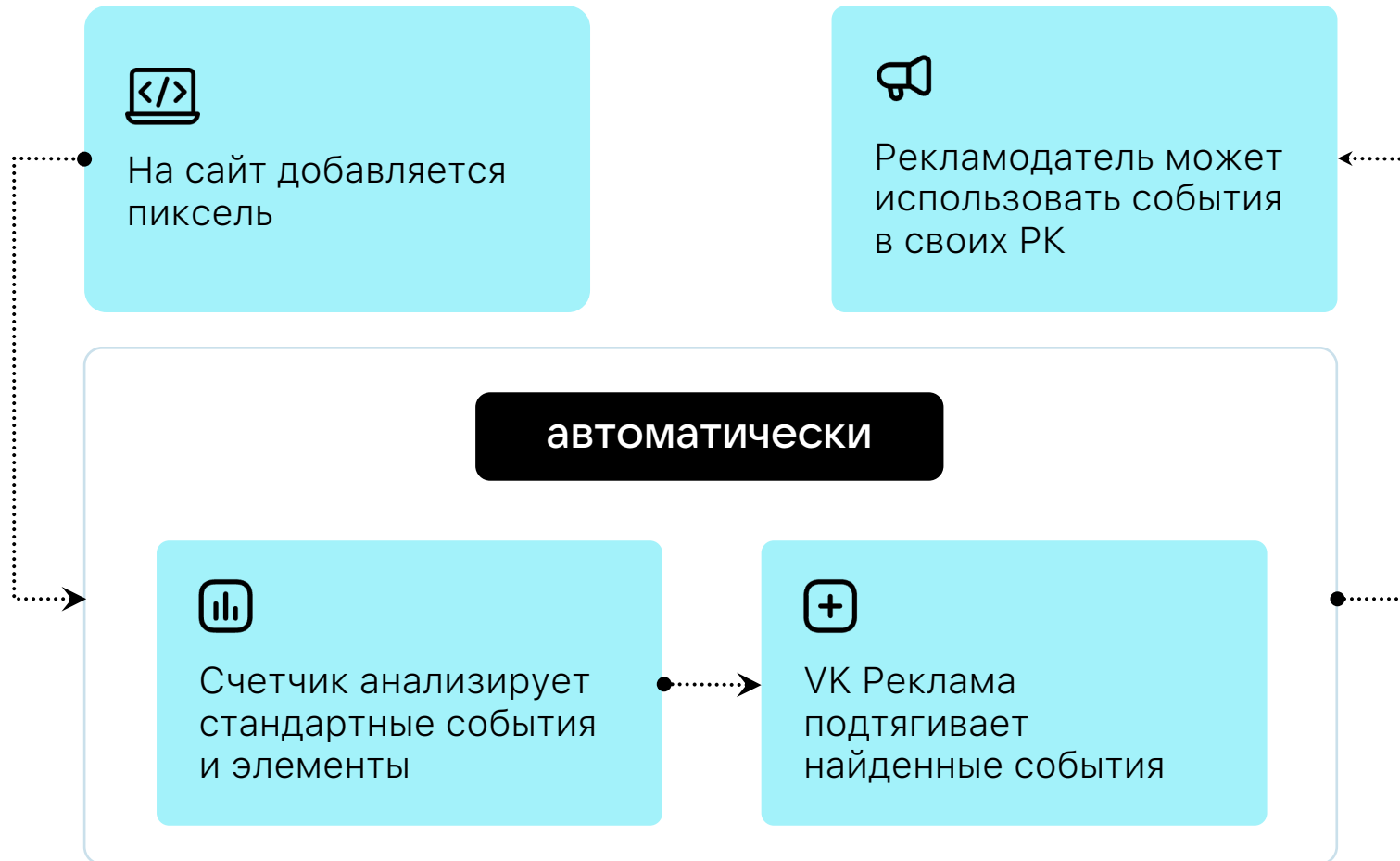
Настраивайте целевые события

Выбор категории события для оптимизации:

- 👁️ просмотр контента
- ✅ регистрации
- ⊕ добавление товара в корзину
- 🛒 покупки
- ☰ отправка формы



Настройка автособытий



Оценивайте post-view конверсии

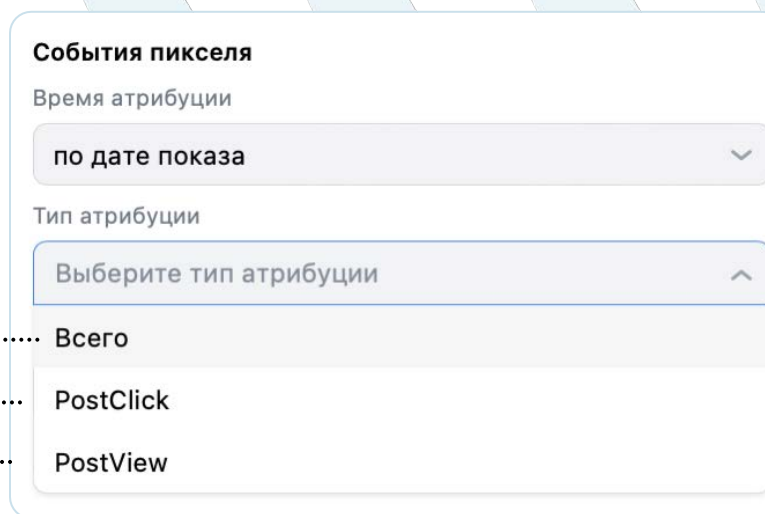
Анализируйте конверсии, которые произошли после показа рекламы – без клика по объявлению

 Окно атрибуции: 7 дней

Post-view атрибуция помогает:

- ✓ оценить, насколько рекламные объявления способствовали формированию у пользователя намерения к покупке товаров и услуг

Например, пользователь увидел рекламу, а спустя несколько дней зашел на сайт и положил товар в корзину
- ✓ получить полную картину по результатам продвижения, сравнив количество конверсий по пользователям, кликнувшим по рекламе, и просто видевшим ее



События пикселя

Время атрибуции

по дате показа

Тип атрибуции

Выберите тип атрибуции

Всего

PostClick

PostView

- конверсии, которые произошли в течение 7 дней после просмотра объявления, но без клика по нему
- прямые конверсии, совершенные при переходе по объявлению
- суммарный результат

Мария

Сайт

Как снизить CPA на 16% для мебельной фабрики

Цели кампании

- Увеличить количество целевых действий – заявок на расчет стоимости кухни
- CPA в рамках запланированного бюджета

Механика

- Оптимизация на события на сайте
- 🎯 Таргетинг на жителей регионов 18-55 лет, где присутствуют мебельные студии
- 📁 Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены
- 🎯 Таргетинг по ключевым фразам («кухни Мария каталог», «Кухня в стиле кантри»)

Результаты



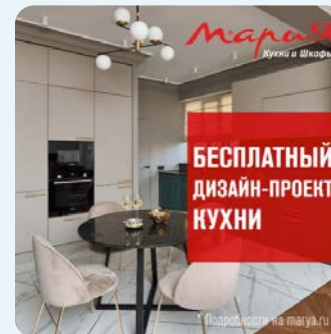
-16%

снижение CPA



**Выполнение KPI
в рамках бюджета**

Примеры креативов



В 5 раз больше покупок на сайте магазина обуви за 2 недели

Цели кампании

- Увеличить количество покупок на сайте
- Средняя стоимость оформления заказа (CPO) — не выше 1 332 ₽

Механика

-  Оптимизация бюджета на уровне кампании
-  Автоматическое управление ставкой по стратегии минимальной цены
-  Таргетинг на женщин 18-55 лет, живущих в РФ
-  Таргетинг по ключевым фразам: «женская обувь», «распродажа обуви» и др.

Результаты



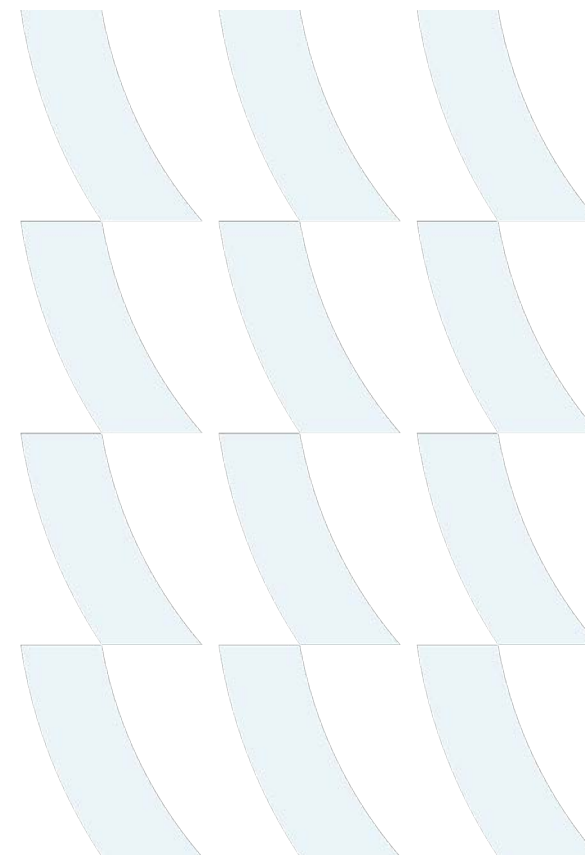
в **5 раз**

больше покупок



в **5 раз**

CPO ниже плана (256 ₽)



Как за 11 дней увеличить количество покупок на сайте в 8 раз

Цели кампании

- Увеличить количество покупок на сайте
- Стоимость покупки (CPA) — не более 2 тыс. ₽
- Стоимость за клик (CPC) не выше 50 ₽

Механика

- Оптимизация на события на сайте
- ⚙ Таргетинг на мужчин и женщин 25–55 лет, проживающих в городах присутствия SPAR
- 📁 Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены
- 🎯 Сужение по интересу к сервисам доставки продуктов или готовых блюд

Пример креатива



Результаты



в 8 раз

больше покупок
на сайте



-90%

снижение CPA



в 10 раз

снижение CPC

Мобильные приложения

01

Установки мобильных приложений

02

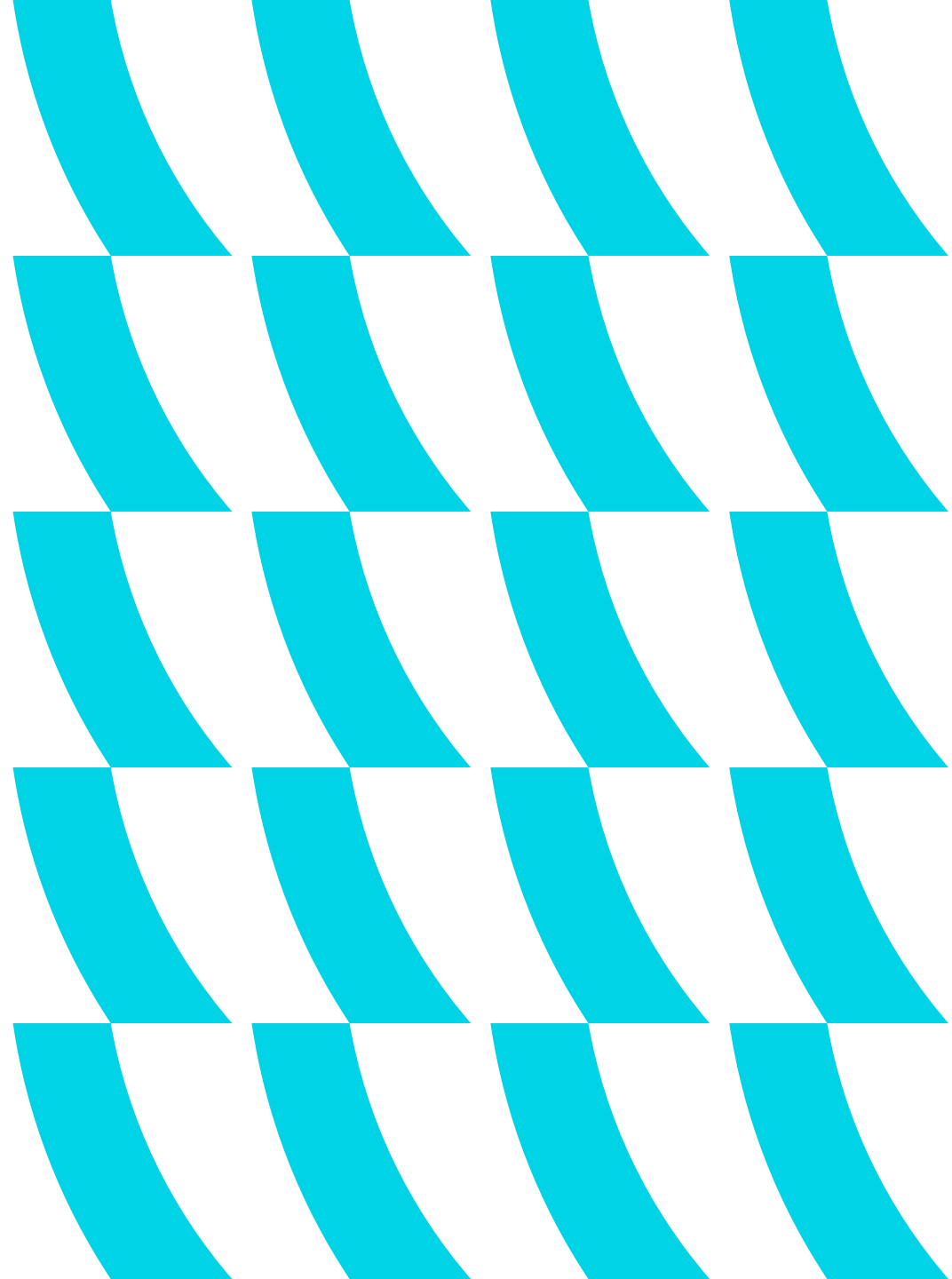
Конверсии в мобильных приложениях

03

Ретаргетинг

04

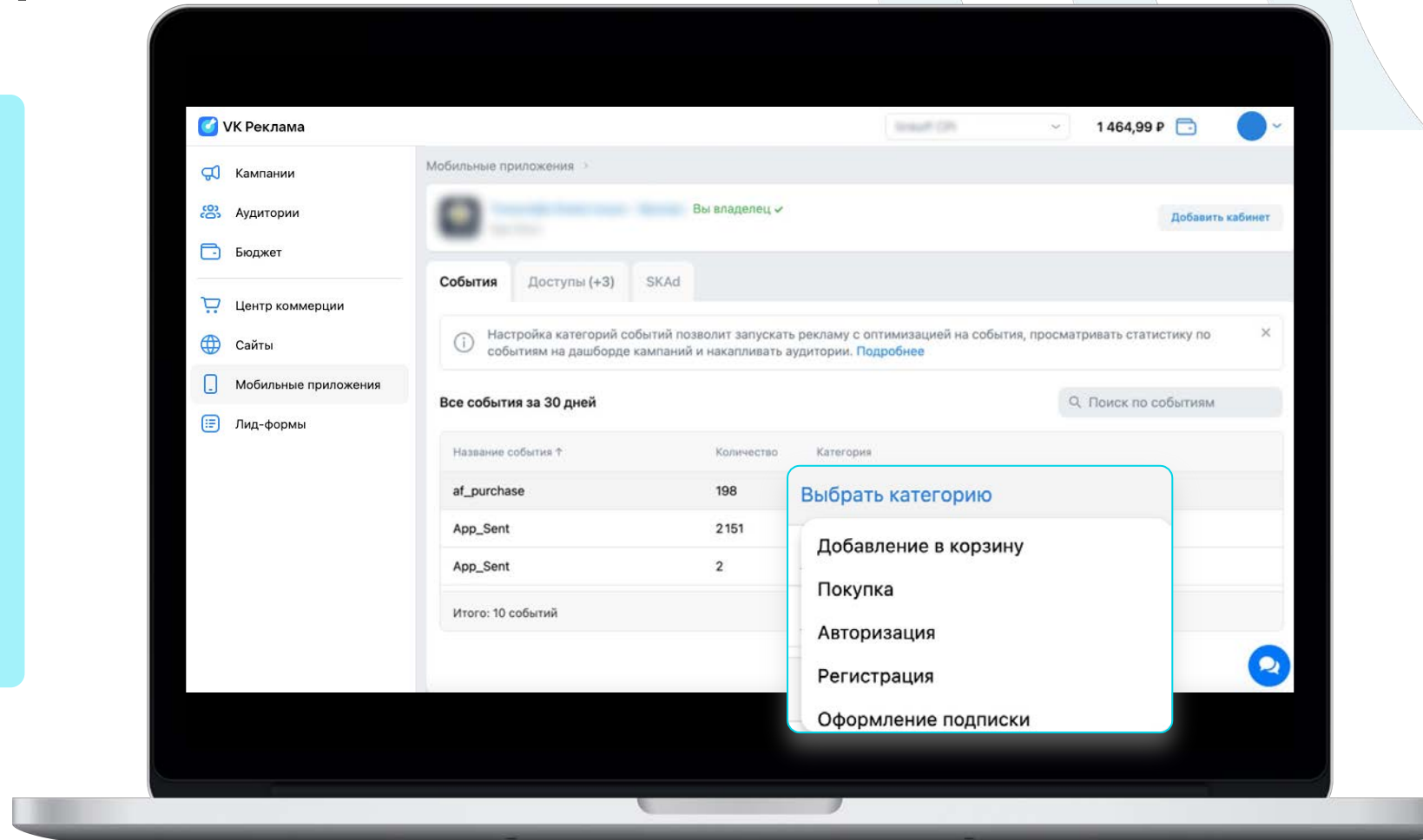
Построение знания



Настраивайте категории событий для оптимизации

- 🛒 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

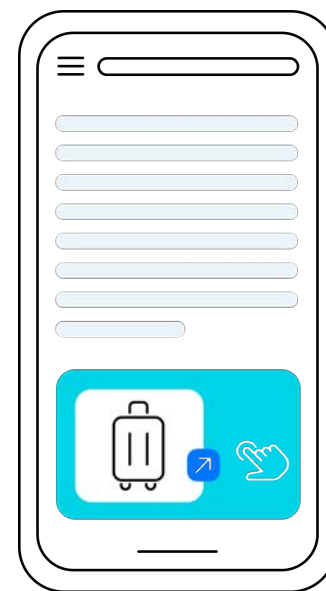


Диплинк (deeplink) – гиперссылка, перенаправляющая пользователя на конкретный раздел в приложении



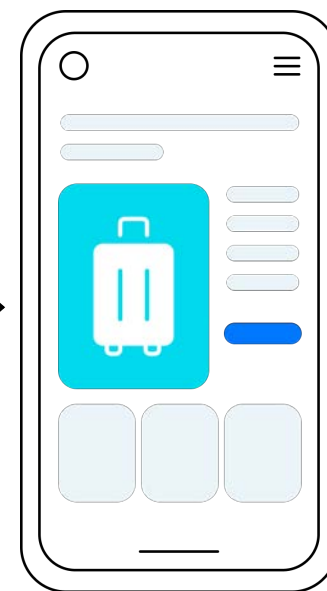
Когда пользователь переходит по такой ссылке, его устройство **определяет приложение**, в которое она ведет, и **открывает нужный раздел** – например, с распродажей или эксклюзивным предложением

Диплинки применяются, когда у пользователя уже установлено приложение



Пользователь переходит по рекламному баннеру

Перенаправление
в приложение



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>

Как с помощью ретаргетинга снизить стоимость повторного вовлечения клиента в приложение

Цели кампании

- Повторно вовлечь клиентов в приложение
- Стоимость привлечения клиента (CAC) не более 3 тыс. ₽

Механика

- Продвижение мобильного приложения с оптимизацией на события
- 🎯 Таргетинг на мужчин и женщин 18-75 лет, в городах присутствия бренда
- 🎯 **Дополнительный таргетинг**
 - Группа 1: на тех, кто не совершал покупки
 - Группа 2: на тех, кто оформлял заказ в течение 3 мес., а потом удалил приложение

Примеры креативов



Результаты



на **10,7%**

снижение CAC
(1 группа)



на **27%**

снижение CAC
(2 группа)

Как ювелирному бренду увеличить продажи в приложении на 22%

Цели кампании

- Увеличить количество покупок в приложении
- Снизить стоимость целевого действия (CPA) относительно планового значения — 400 ₽

Механика

- 🎯 Цель – «Конверсии внутри мобильного приложения»
- 🎯 Таргетинг по соцдему: женщины от 18 до 75 лет
- 📁 Автоматическое управление ставкой по стратегии минимальной цены
- 🎯 Таргетинг по ключевым фразам, связанным с украшениями

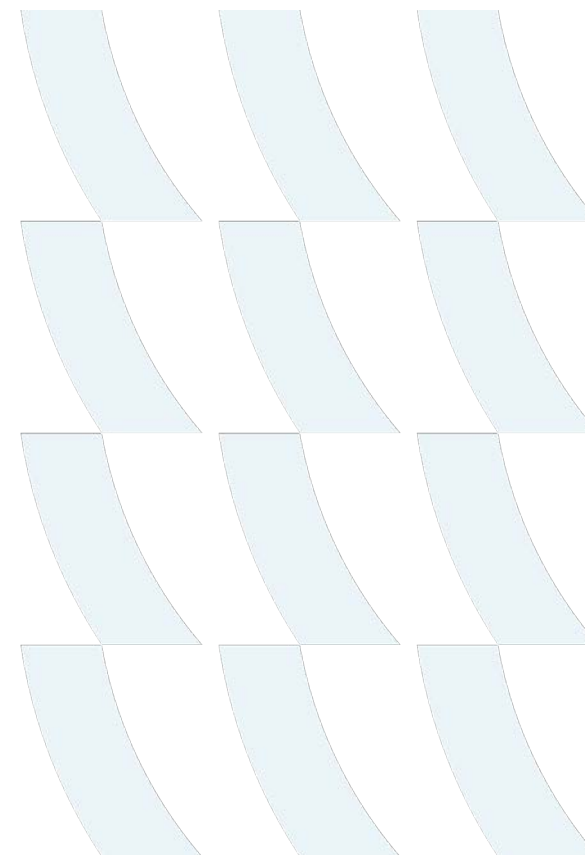
Результаты

**-16%**

CPA (335 руб.)

**+22%**

продажи в приложении



Снижаем ДРР в 2 раза для приложения онлайн-магазина

Цели кампании

- Доля рекламных расходов (ДРР) – не более 20%
- Привлечь новую аудиторию в приложение

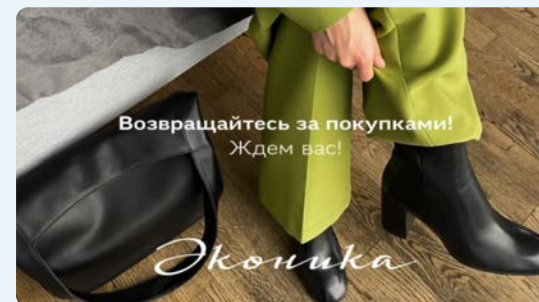
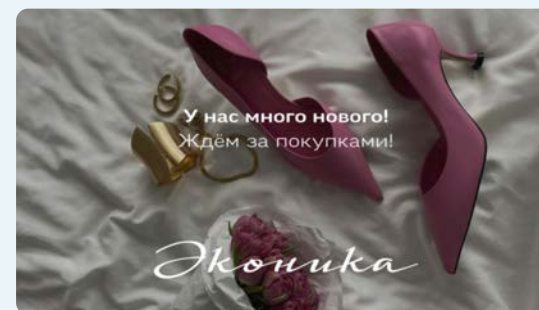
Механика

- 12 кампаний: 11 на Android, 1 на iOS
- ⚙️ Оптимизация на установки, покупки, добавления в корзину
- 📄 Оптимизация бюджета на уровне групп объявлений

Таргетинги

- на женщин, с ограничениями по возрасту (21-60 лет);
- по ключевым фразам («эконика купить»);
- на look-alike аудиторию, которую перенесли из кабинета myTarget;
- ретаргетинг на пользователей с товарами в корзине

Примеры креативов



Результаты

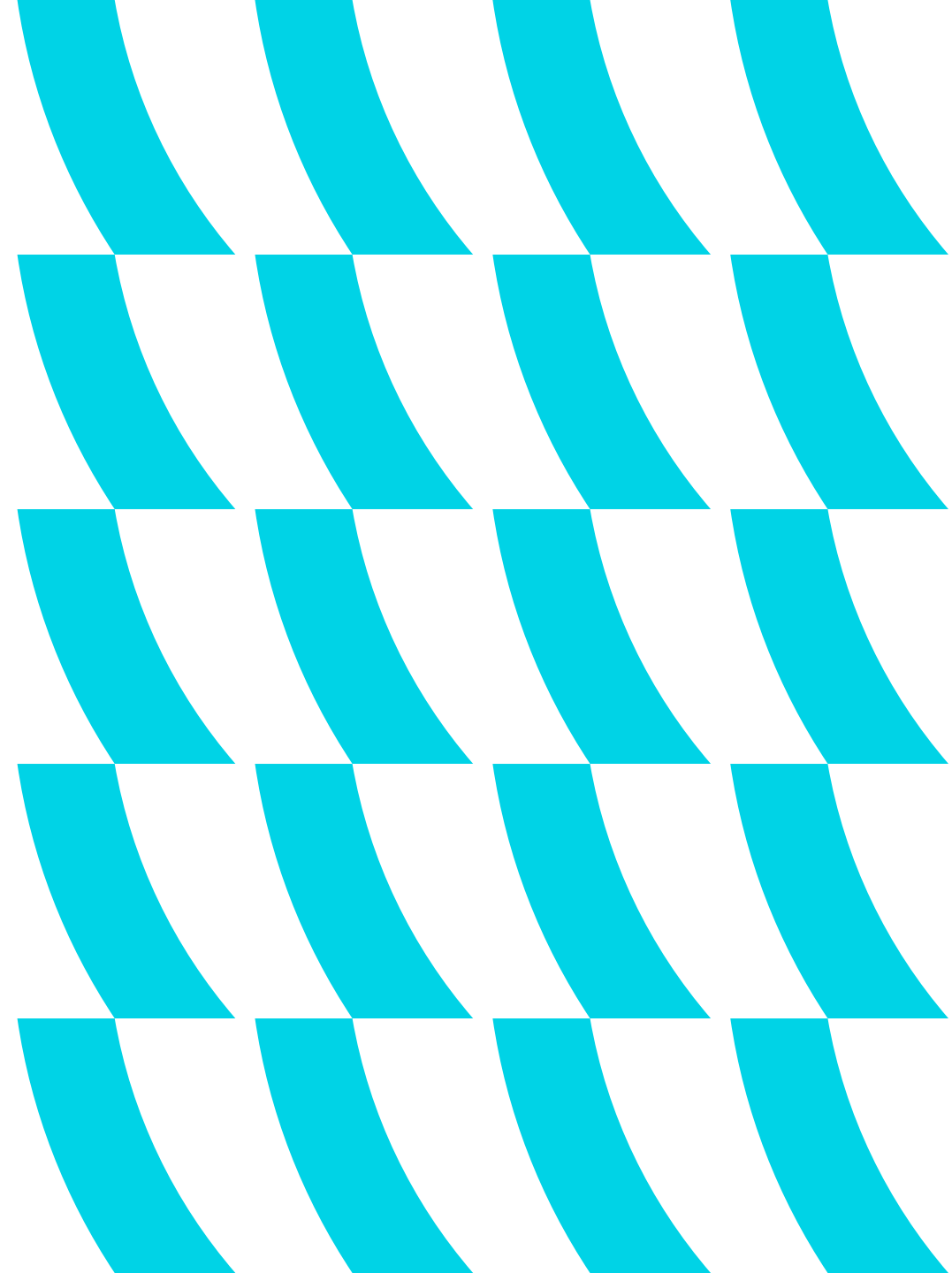
↓ в 2 раза
снижение ДРР

↑ в 1,5 раз
выше конверсия
в покупку

Каталоги товаров

01 Привлечение
потенциальных клиентов

02 Динамический ретаргетинг



Продвигайте товары на любой платформе

Цель: Продажи из каталога

🎯 Объекты рекламы:

- Сайт
- Мобильное приложение
- Сообщество ВКонтакте
- Магазин на маркетплейсе

📢 Типы кампаний:

- Привлечение потенциальных клиентов
- Динамический ретаргетинг

✅ Целевые действия:

- Показ
- Клик
- События на сайте или в приложении

Объект рекламы ?

- ☒ Сайт
- ☐ Мобильное приложение
- ☐ Сообщество ВКонтакте
- ☐ Магазин на маркетплейсе beta

Рекламируемый сайт * ?

vk.com

Каталог товаров *

VK STORE

Тип кампании

- ☒ Привлечение потенциальных клиентов
- ☐ Динамический ретаргетинг

Целевое действие * ?

Клики по рекламе

Настраивайте аудиторию ретаргетинга в зависимости от ваших целей



Доступные типы аудиторий:

- Вся аудитория сайта и приложения
- Вся аудитория каталога
- Аудитория группы товаров



Условия ретаргетинга:

- Выполнили любое действие
- Не купили
- Посмотрели, но не добавили в корзину
- Добавили в избранное, но не купили
- Добавили в корзину, но не купили
- Дополнительные продажи

The screenshot shows a user interface for configuring retargeting. It is divided into two main sections: 'Продвигаемые товары' (Promoted goods) and 'Аудитория ретаргетинга' (Retargeting audience). In the 'Продвигаемые товары' section, there is a dropdown menu for 'Группа товаров' (Goods group) with 'Все товары' (All goods) selected. In the 'Аудитория ретаргетинга' section, there are three radio button options: 'Вся аудитория сайта и приложения' (All website and app audience), 'Вся аудитория каталога' (All catalog audience), and 'Аудитория группы товаров' (Goods group audience). The 'Вся аудитория каталога' option is selected. Below these options is a section for 'Условие ретаргетинга' (Retargeting condition), which includes a dropdown menu with 'Выполнили любое дейст...' (Performed any action...) and a date range selector set from '0' to '30' days ago.

Продвигаемые товары

Группа товаров *

Все товары

Аудитория ретаргетинга ?

☐ Вся аудитория сайта и приложения

☒ Вся аудитория каталога

☐ Аудитория группы товаров

Условие ретаргетинга *

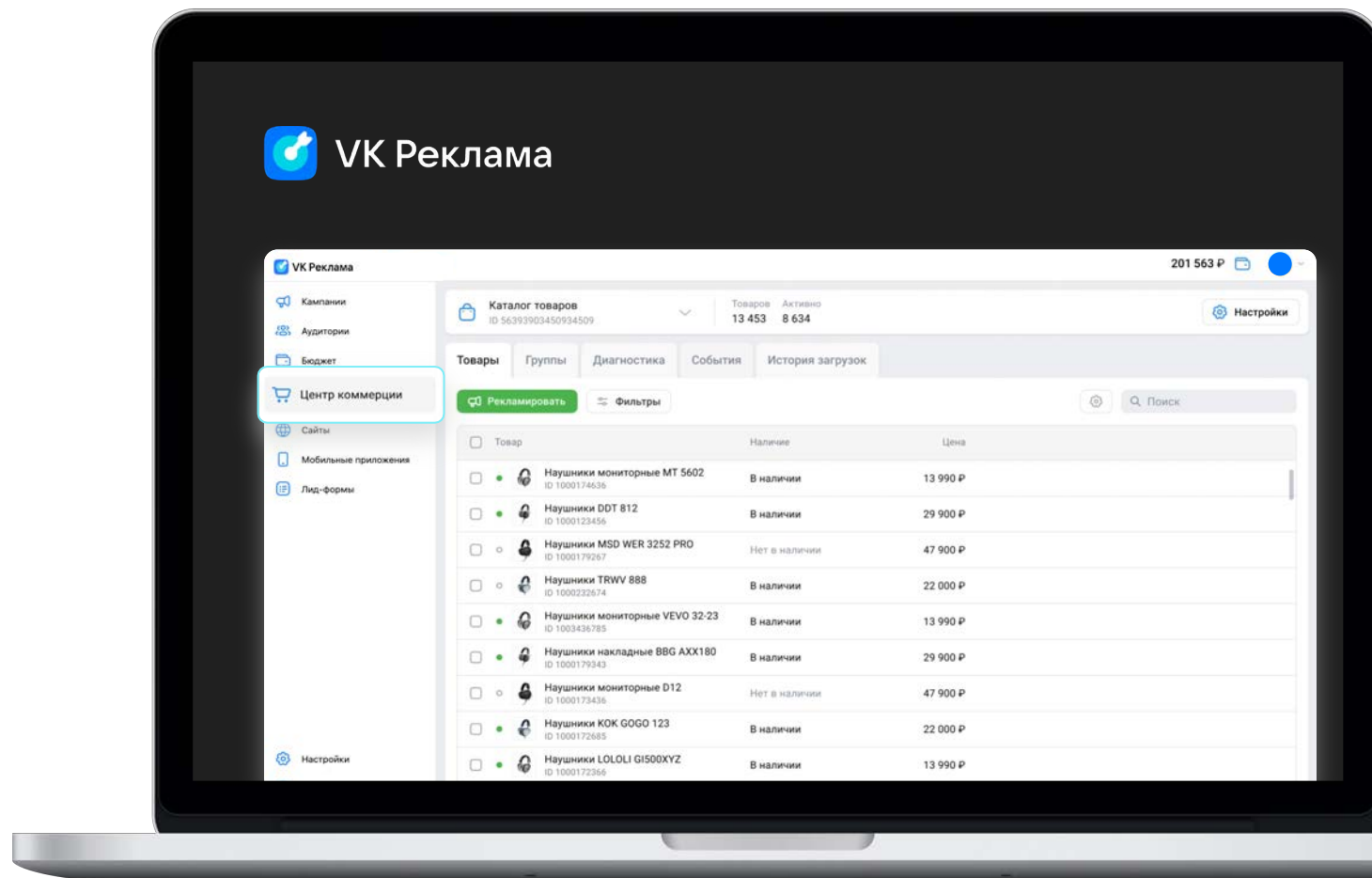
Выполнили любое дейст... за период от 0 до 30 дней назад

Управляйте каталогами и группами товаров в Центре коммерции



В разделе доступны инструменты для загрузки, управления, диагностики и аналитики каталогов товаров

Для того чтобы запустить рекламу, необходимо предварительно **загрузить каталог товаров**



Загружайте каталоги по отраслям

Категория вертикалей **распознается автоматически** с учетом особенностей разметки каталогов



Товары



Недвижимость



Авиарейсы



Авто



Услуги



Гостиницы

Создавайте группы товаров автоматически или вручную

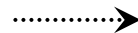
2 варианта создания групп

Использовать фильтры

Динамическая группа товаров, которые соответствуют заданным параметрам

Выбрать товары вручную

Статичный список товаров, выбранных по одному или массово добавленных по ID



Фильтры с учетом вертикали

Добавить товары, которые соответствуют **всем условиям** ▾

Фильтр	Условие	Значение	
Цена ▾	Больше ▾	1000	×
и Тип ▾	Содержит ▾	Чай ▾	×
и Название то... ▾	Содержит ▾	Чайник электрический	×
и Производит... ▾	Содержит ▾	Чайник заварочный	×
и Пользовате... ▾	Содержит ▾	Чай капсульный	×
и		Чайник	×
+ Добавить фильтр			

Продвигайте товары с маркетплейсов (beta)

Доступные
маркетплейсы

OZON

WILDBERRIES

Яндекс  Маркет

AliExpress™



Добавьте ссылку
на магазин, и VK Реклама
автоматически создаст
каталог из всех ваших товаров



Не нужно корректировать
рекламу в зависимости
от наличия товара:
ассортимент будет
обновляться автоматически
так часто, как вы укажете
в настройках каталога



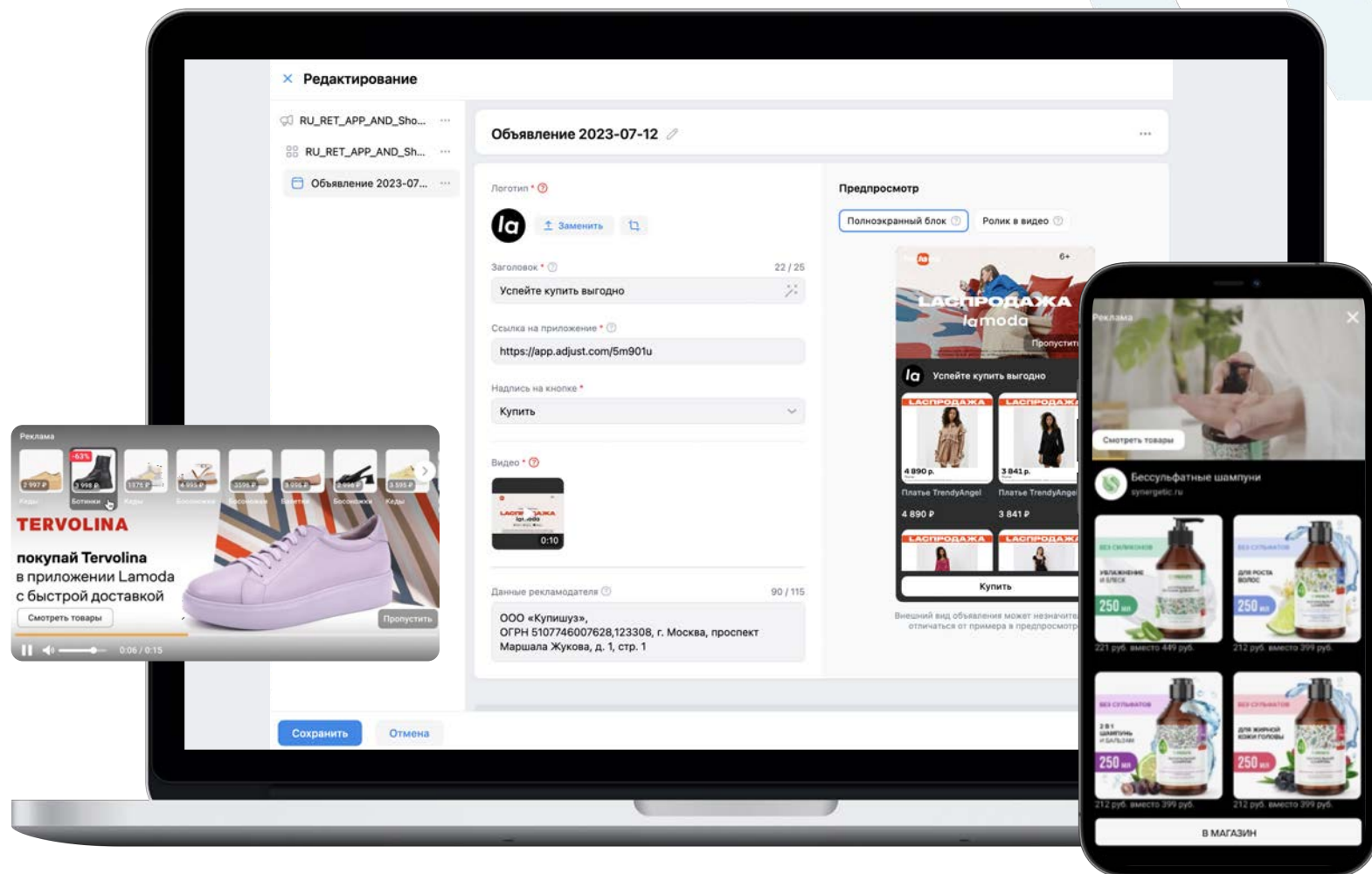
Показывайте рекламу
пользователям, которые
уже кликали по объявлениям
и переходили в карточку
товара на маркетплейсе
с динамическим
ретаргетингом

Сочетайте охватные возможности видеорекламы с увеличением продаж

Shoppable Ads – брендформанс-формат, позволяет показывать пользователям до 20 карточек товаров во время просмотра видеорекламы

Формат размещения:

- 🎬 в видео (in-stream)
- 📱 в приложениях с вознаграждением за просмотр (rewarded)



Как за месяц снизить стоимость оформления заказа больше, чем в 2 раза

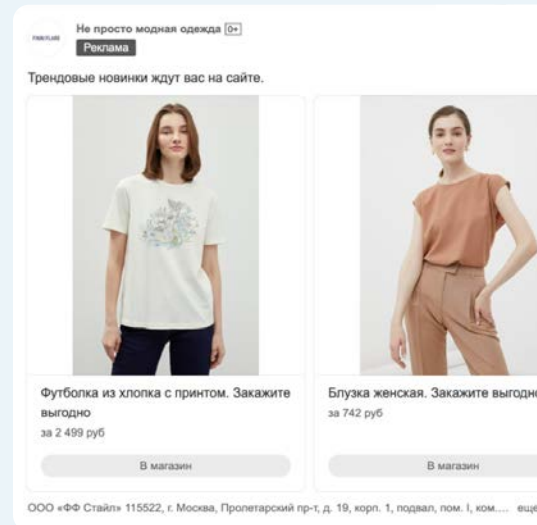
Цели кампании

- Мотивировать пользователей на повторные покупки
- Стоимость оформления заказа (CPO) не более 2 000 ₽
- ДРР ниже 20%

Механика

- 🎯 Целевое действие – просмотр карточек товаров
- ⚙️ Динамический ретаргетинг на повторных посетителей
- 🎯 Таргетинг на мужчин и женщин 18-75 лет, проживающих в Москве, Санкт-Петербурге, Московской и Ленинградской областях
- 🎯 Дополнительные таргетинги на аудиторные сегменты

Пример креатива



Результаты



в 8 раз

увеличение продаж



в 2,2 раза

ниже CPO



ДРР 10,8%

при плановом показателе 20%

Как снизить DPP на 30% с Shoppable Ads

Цели кампании

Снизить KPI относительно аналогичных кампаний в myTarget:

- DPP на 30%
- CPM на 30%
- CPC на 20%

Механика

- ✓ Продвижение каталога товаров с оптимизацией на привлечение новых клиентов
- ✓ Широкие таргетинги: мужчины и женщины 20-55 лет, живущие в РФ
- ✓ Стратегия минимальной цены с еженедельным увеличением бюджета на 50%
- ✓ Формат Shoppable Ads: видеоролики до 15 сек. с товарными карточками, ведущими на сайт

Результаты



на **30%**
ниже DPP



на **50%**
ниже CPM



на **35%**
ниже CPC

Пример видеоролика с карточками товаров



Как ювелирному магазину в 1,5 раза снизить CPO с динамическим ретаргетингом

Цели кампании

- Стоимость добавления в корзину не выше, чем в myTarget

Механика

- Продвижение каталога товаров с оптимизацией на добавление в корзину
- 📁 Оптимизация бюджета по стратегии предельной цены

Первая кампания

- 🎯 Динамический ретаргетинг на тех, кто не добавил товары в корзину

Вторая кампания

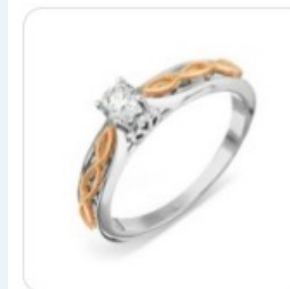
- Продвижение самых популярных категорий товаров
- 🎯 Таргетинг на мужчин и женщин 18-75 лет, проживающих в РФ
- 🎯 Сужение таргетингов: по релевантным ключевым фразам

Пример креатива



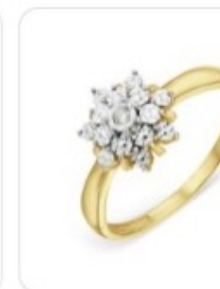
Линии Любви
Реклама · 0+

Кольца с бриллиантами как символ вашей любви.



Кольцо с бриллиантом
188 290 ₽

Купить



Кольцо с бриллианто
20 990 ₽

Купить

Результаты



в 2,2 раза

ниже цена добавления
в корзину



в 1,5 раза

ниже CPO

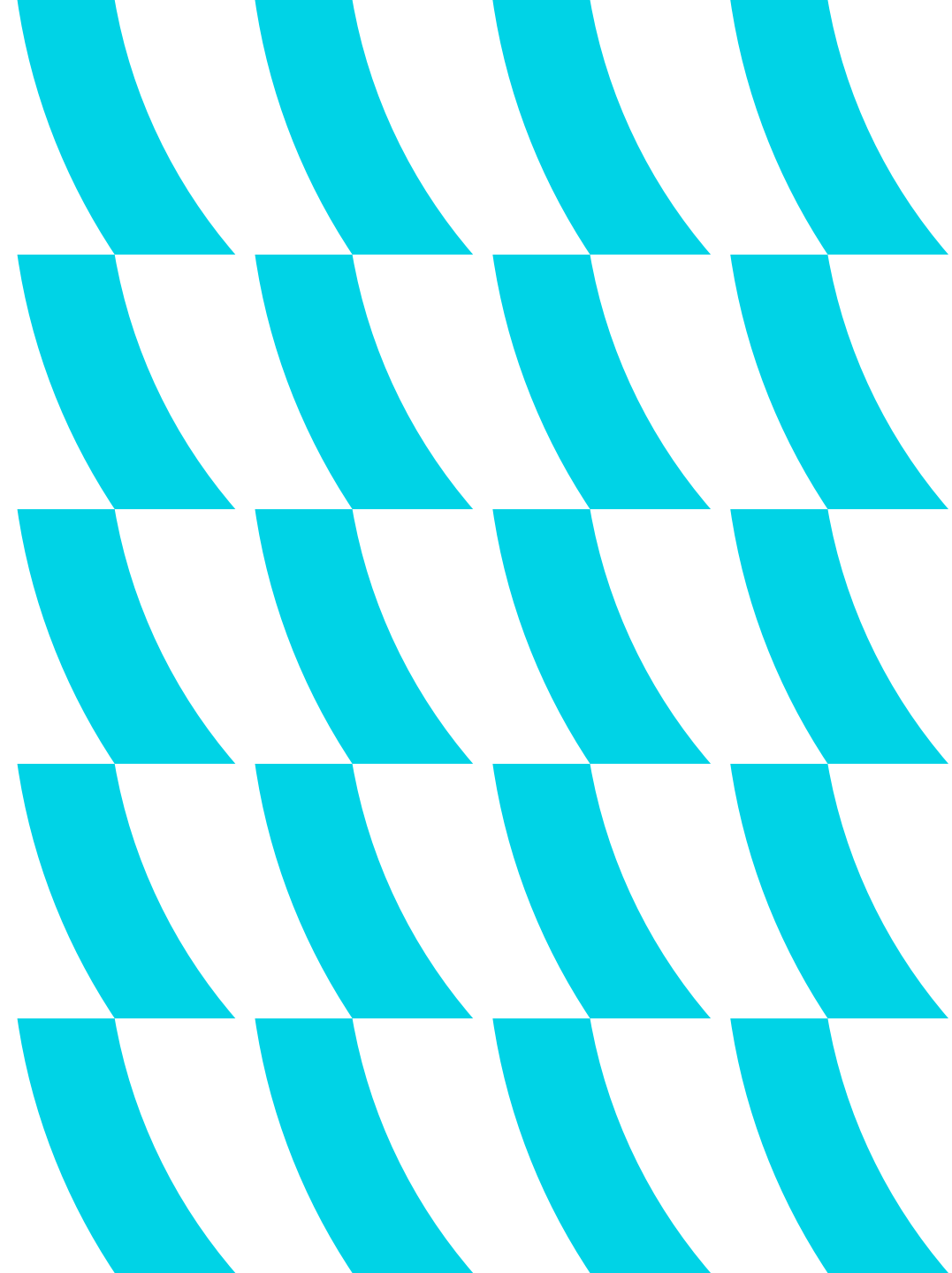
Сообщество и профиль

01 Увеличение
подписчиков

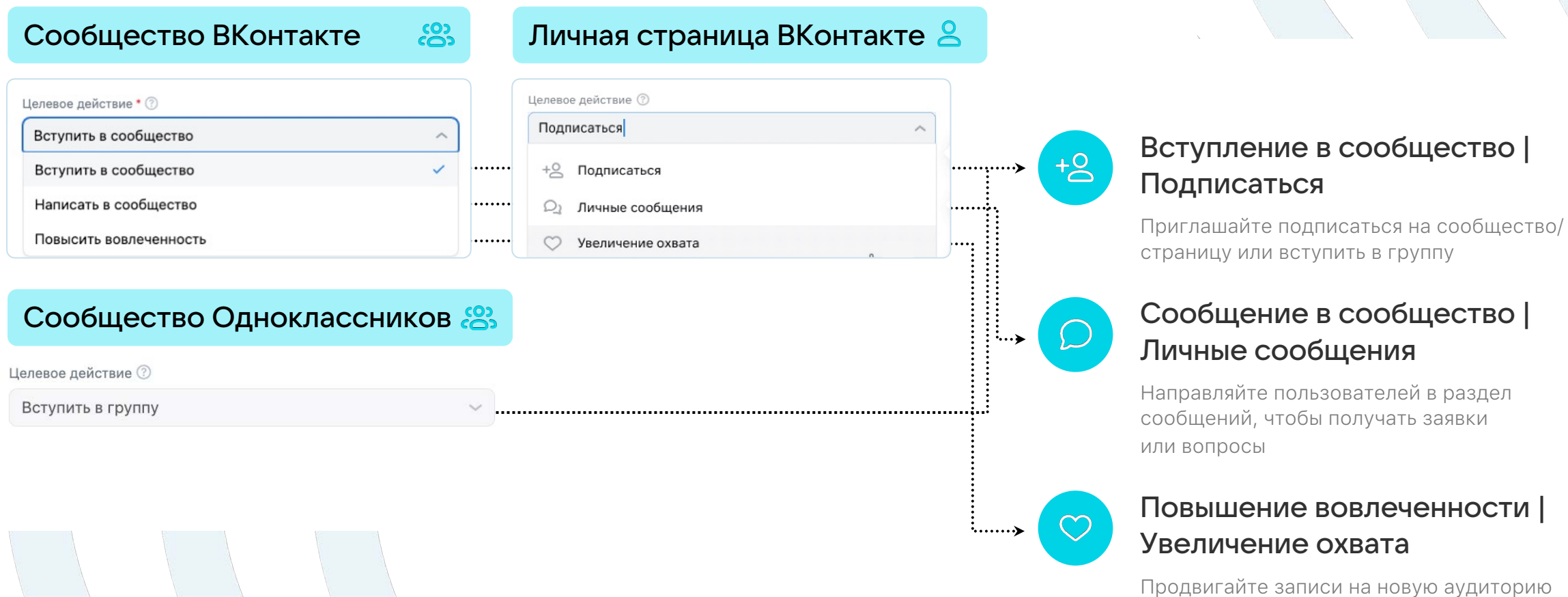
02 Увеличение количества
сообщений

03 Повышение
вовлеченности

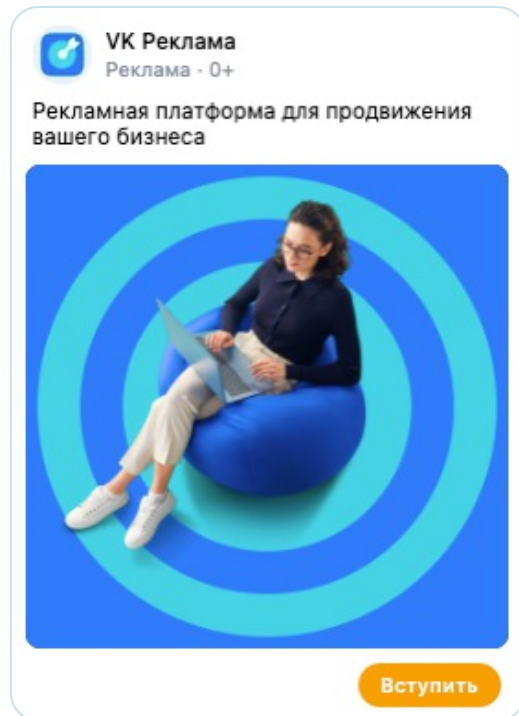
04 Построение знания



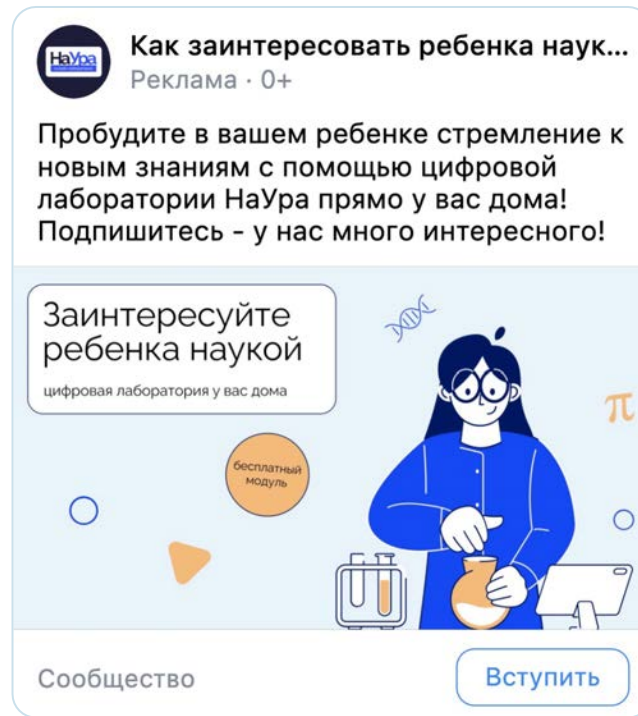
Настраивайте целевые действия для ОПТИМИЗАЦИИ



Примеры продвигаемых постов с разными целевыми действиями

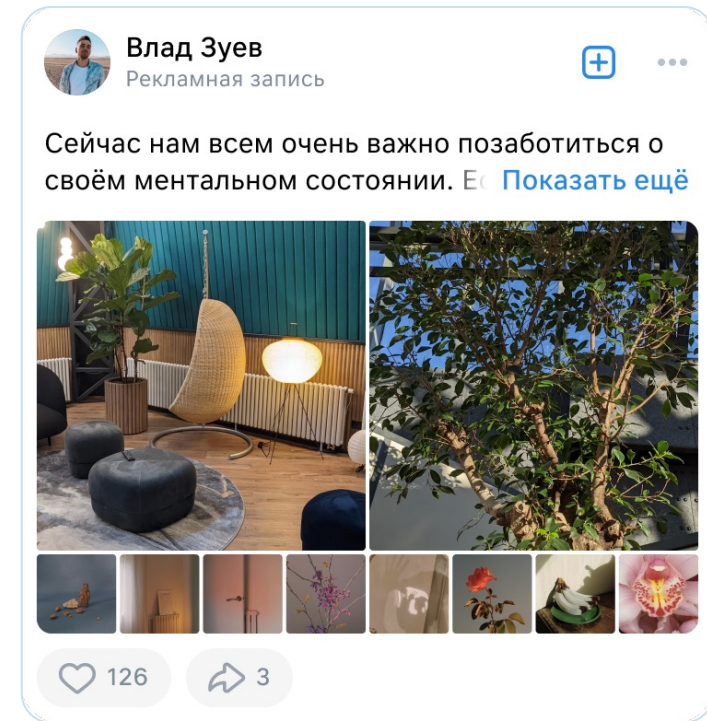


✓ Вступление в сообщество



✓ Вступление в сообщество

💬 Сообщение в сообщество



📈 Повышение вовлеченности

Собирайте аудитории по реакциям

Формируйте сегменты из пользователей, позитивно отреагировавших на ваше рекламное объявление



Цель:

Повышение вовлеченности

Пользовательские аудитории ?

Пользовательские аудитории

Введите название

[Добавить исключение](#)

Сохраняемые события

Выберите события

- Поставили реакцию на объявление
- Поделились объявлением
- Посмотрели объявление дольше 4 секунд
- Все позитивные действия

● События для формирования сегментов

Как снизить стоимость привлечения подписчиков в сообщество в 3,5 раза

Цели кампании

- Стоимость нового подписчика (CPF) не более 60 ₽
- Кликабельность объявлений (CTR) не менее 0,25%

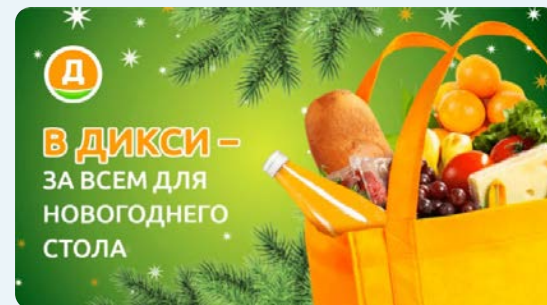
Механика

- ➔ Продвижение сообщества с оптимизацией на вступление
- 📄 Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены

Таргетинги

- 1 группа: М и Ж, 20-55 лет, в регионах присутствия бренда
- 2 группа: М и Ж, 20-55 лет, в Москве и Санкт-Петербурге с сужением по интересам

Пример креатива



Результаты



в **3,5** раза
ниже CPF



+4%
рост CTR

Как увеличить число подписчиков ВКонтакте в 5 раз для сообщества сказочных аксессуаров

Цели кампании

Привлечь новых подписчиков в сообщество ВКонтакте

Механика



Целевое действие:
вступить в сообщество



Автоматическое управление
ставкой по стратегии
минимальной цены



Геотаргетинг:
вся Россия



Таргетинг на женщин
25-35 лет

Результаты



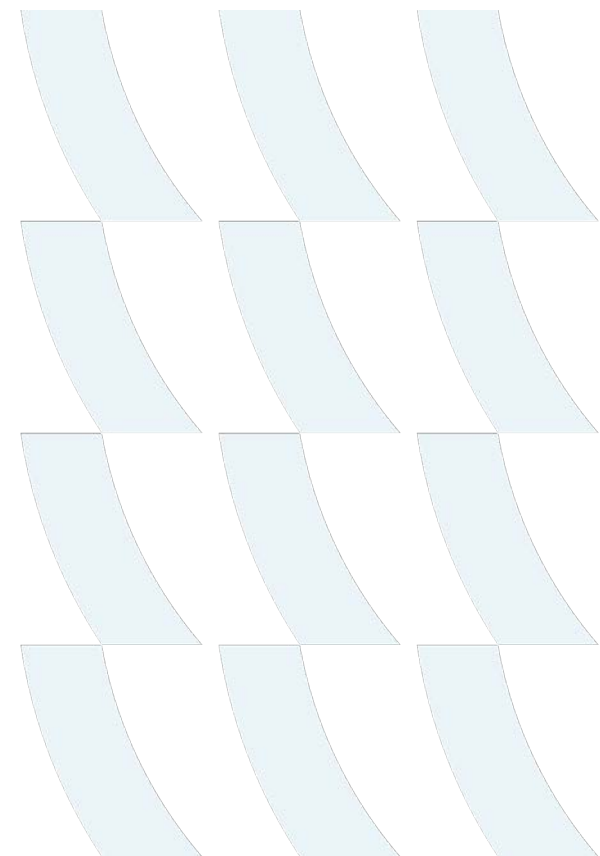
в **5 раз**

увеличили количество
подписчиков в сообществе



14,6 ₽

стоимость подписчика



В 8 раз снижаем стоимость подписчиков для книжного блога

Цели кампании

Привлечь максимальное количество подписчиков по оптимальной цене

Механика



Целевые действия:
«Повышение вовлеченности»,
«Вступление в сообщество»



Сужение по интересам:
«Рукоделие», «Одежда и обувь», «Воспитание детей» и др.



Таргетинг на женщин 18-75 лет



Исключение интересов:
«Авто», «Недвижимость», «Бизнес»

Результаты



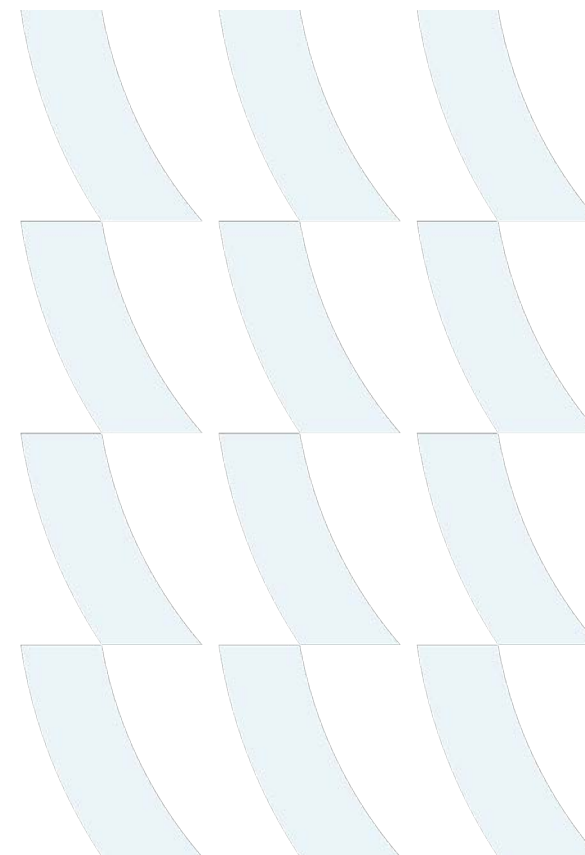
в 4 раза

больше подписчиков в сообществе



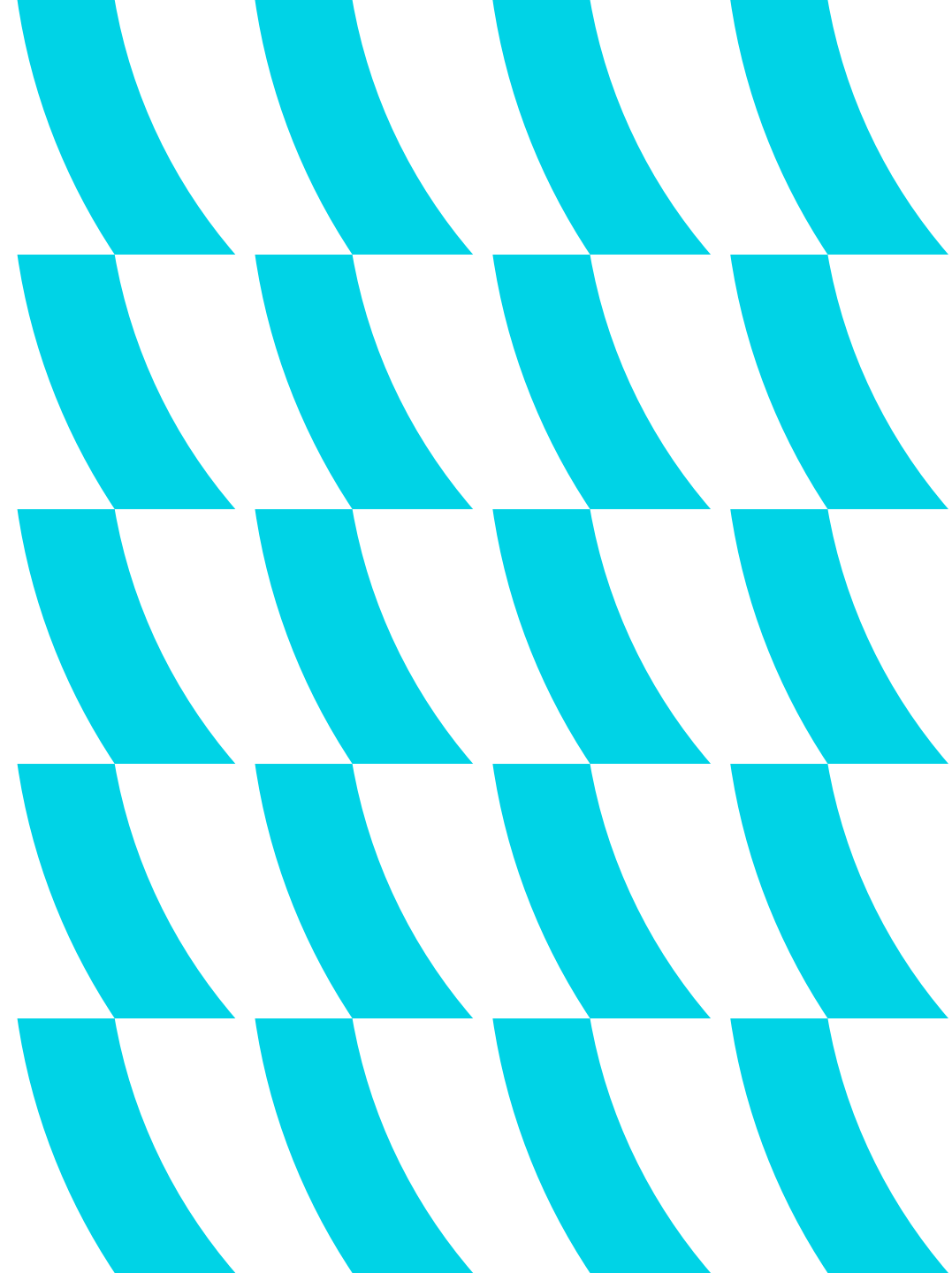
10 ₽

стоимость подписчика (CPF)



Лид-формы

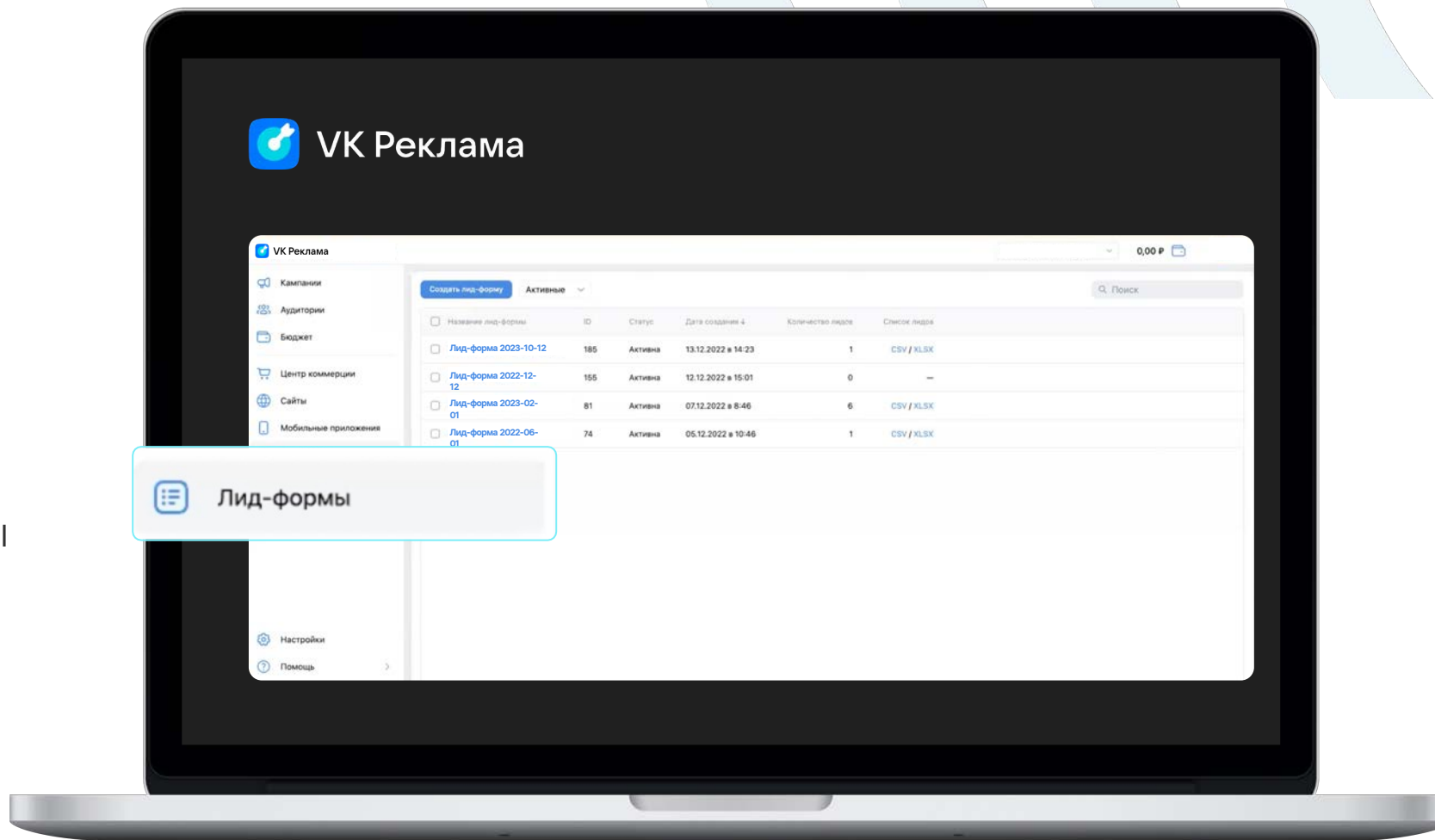
01 Получение заявок



Управляйте лид-формами в отдельном разделе

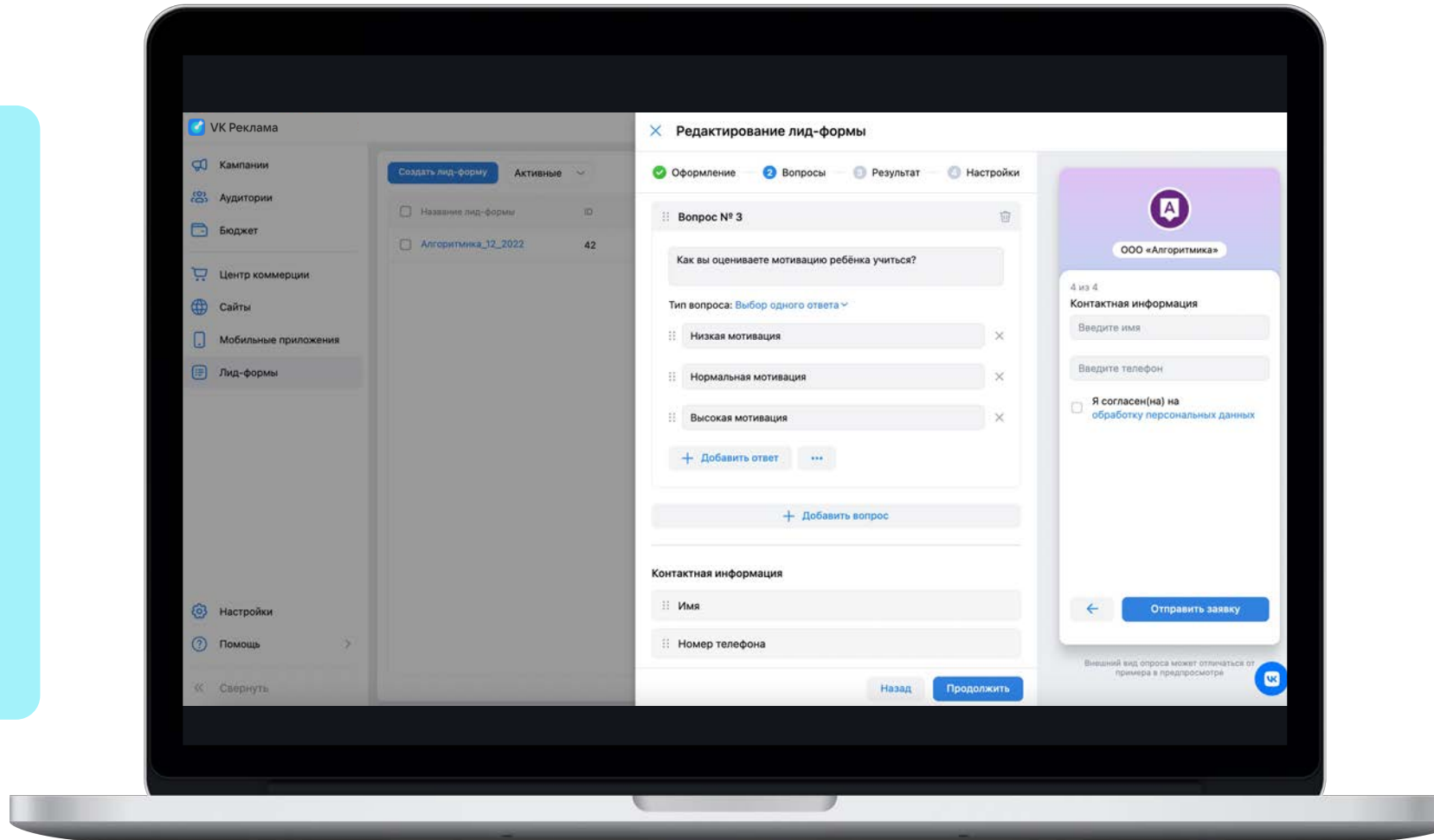


В разделе **Лид-формы** доступны инструменты для **создания**, **редактирования** и **аналитики** лид-форм



Быстро настраивайте все параметры лид-форм

-  Оформление лид-формы
-  Уточняющие вопросы
-  Выбор контактных данных для сбора
-  Настройка окна результата
-  Уведомления о новых заявках



Собирайте аудитории по событиям в лид-формах



Формируйте сегменты из пользователей, которые взаимодействовали с лид-формой, чтобы запускать на них новые кампании или исключать из показа

- Пользователи, которые перешли из объявления в лид-форму, но не отправили контакты

×

События в лид-форме

Лид-форма

Лид-форма 1

Открытие ф...

Включить ^

за период от 0 до 365 дней назад

Отправка фор...

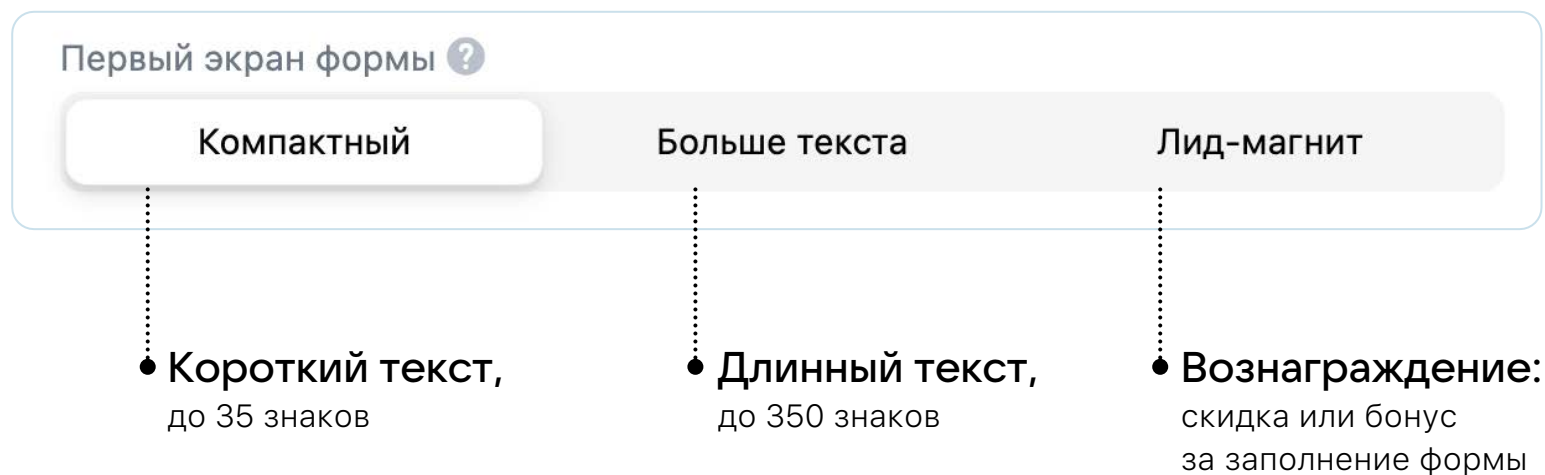
Включи... ✓

Исключить

- Пользователи, которые отправили вам контактные данные

Настраивайте внешний вид лид-форм

Длина текста



**VK Реклама –
платформа для запуска
эффективной рекламы**

VK Реклама
**Заполни заявку и
получи скидку!**

Введите свои контактные данные

Введите имя

+ | () _ -

Введите ссылку на соц. сеть

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с
[Политикой обработки персональных данных](#)

Форма с лид-магнитом

Настраивайте внешний вид лид-форм

Обложка и цвет кнопки

Выберите цвет кнопки

Алгоритмы подберут
контрастный цвет текста

Загрузите

брендованную
обложку

1 Оформление — 2 Вопросы — 3 Результат — 4 Настройки

Название лид-формы *

Лид-форма 2023-06-02

Логотип *

Заменить Обрезать

Название компании (организации) *

VK Реклама

Первый экран формы

Компактный Бо

Заголовок *

Вебинар по VK Рекламе

Описание опроса *

Запишитесь сейчас

Стили

#65D9E8 OK

Обложка

Заменить

VK Реклама – платформа для запуска эффективной рекламы

VK Реклама

Вебинар по VK Рекламе

Запишитесь сейчас

Введите свои контактные данные

Введите имя

+ () -

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с Политикой обработки персональных данных

Внешний вид опроса может отличаться от примера в предпросмотре

- Предпросмотр:
темная и светлая темы,
десктоп и мобайл

Увеличиваем количество заявок на просмотр квартир на 34% за месяц

Цели кампании

- Минимум 90 заявок на просмотр квартир
- Стоимость заявки (CPL) – не более 4 500 руб.

Механика



Продвижение лид-формы с оптимизацией на получение заявок

1 кампания:

М и Ж 35-64 лет, РФ, интерес к семье

3 кампания:

М и Ж 30-64 лет, РФ



Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены

2 кампания:

М и Ж 28-75 лет, РФ, интерес к недвижимости

4 кампания:

- М и Ж 12-75 лет, Республика Татарстан, исключая Казань, интерес к недвижимости
- М и Ж 35-54 лет, посещающие Казань

Примеры креативов



Результаты



на **34%**
больше заявок



на **33%**
снижение CPL

Как собрать в 4 раза больше заявок на лазерную коррекцию зрения

Цели кампании

- Получить максимальное количество заявок на лазерную коррекцию зрения
- Стоимость заявки (CPL) – не выше 1 000 руб.

Механика



Стратегия «Минимальная цена» с ограничением по дневному бюджету

Сумма зависела от прогнозируемого охвата: от 100 до 2 000 руб. в день



На старте геотаргетинг: Татарстан и крупные города из соседних регионов



3 кампании с разными таргетингами:

- на конкурентов
- по ключевым фразам — широкие запросы, например, «сделать коррекцию зрения», «диагностика зрения»
- по интересу «оптика»



Оптимизация настроек:

- расширение геотаргетингов на соседние регионы, включая маленькие города
- расширение таргетингов по ключам — добавили конкурентные, брендовые, транзакционные запросы



Замена креативов при снижении CTR:

- использовали видео с отзывами, но графика показала результаты выше
- меняли фон, расположение текста и изображения

Результат



на **63%**
снизилась
стоимость заявки

В большей степени на снижение CPL повлиял отказ от разбивки кампании на разные регионы и расширение запросов в контекстном таргетинге

Медиаконтент

01 Просмотры видеозаписей



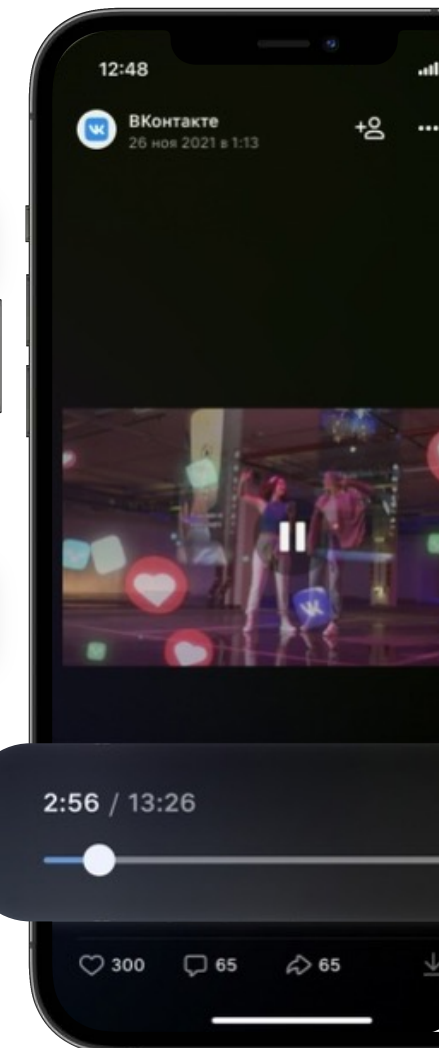
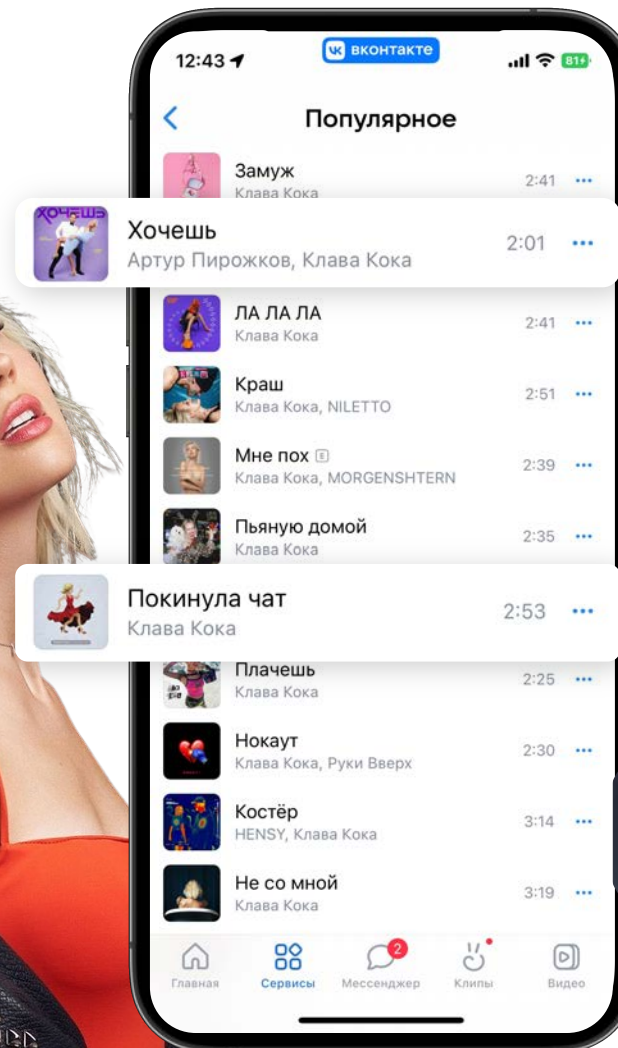
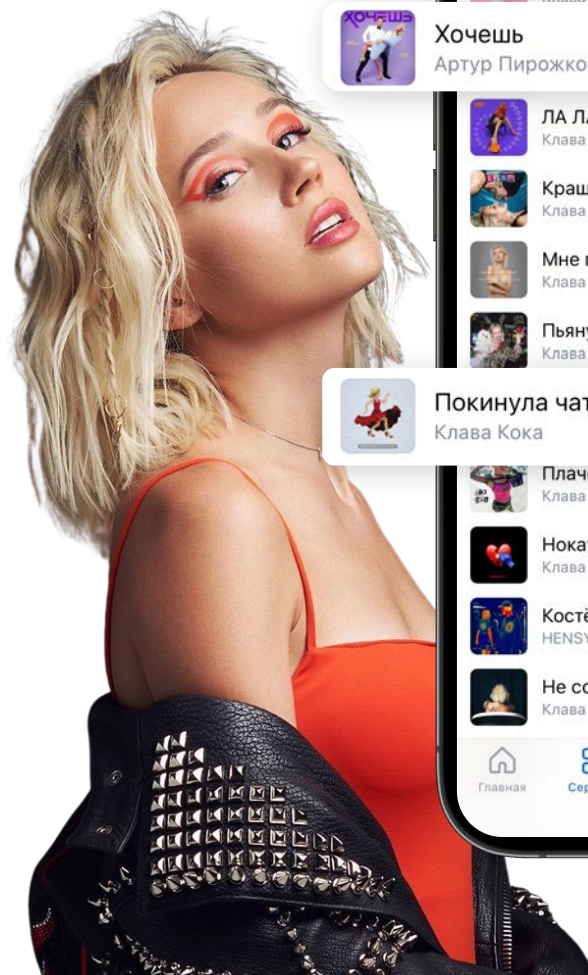
02 Просмотры трансляций



03 Прослушивание
и добавление музыки



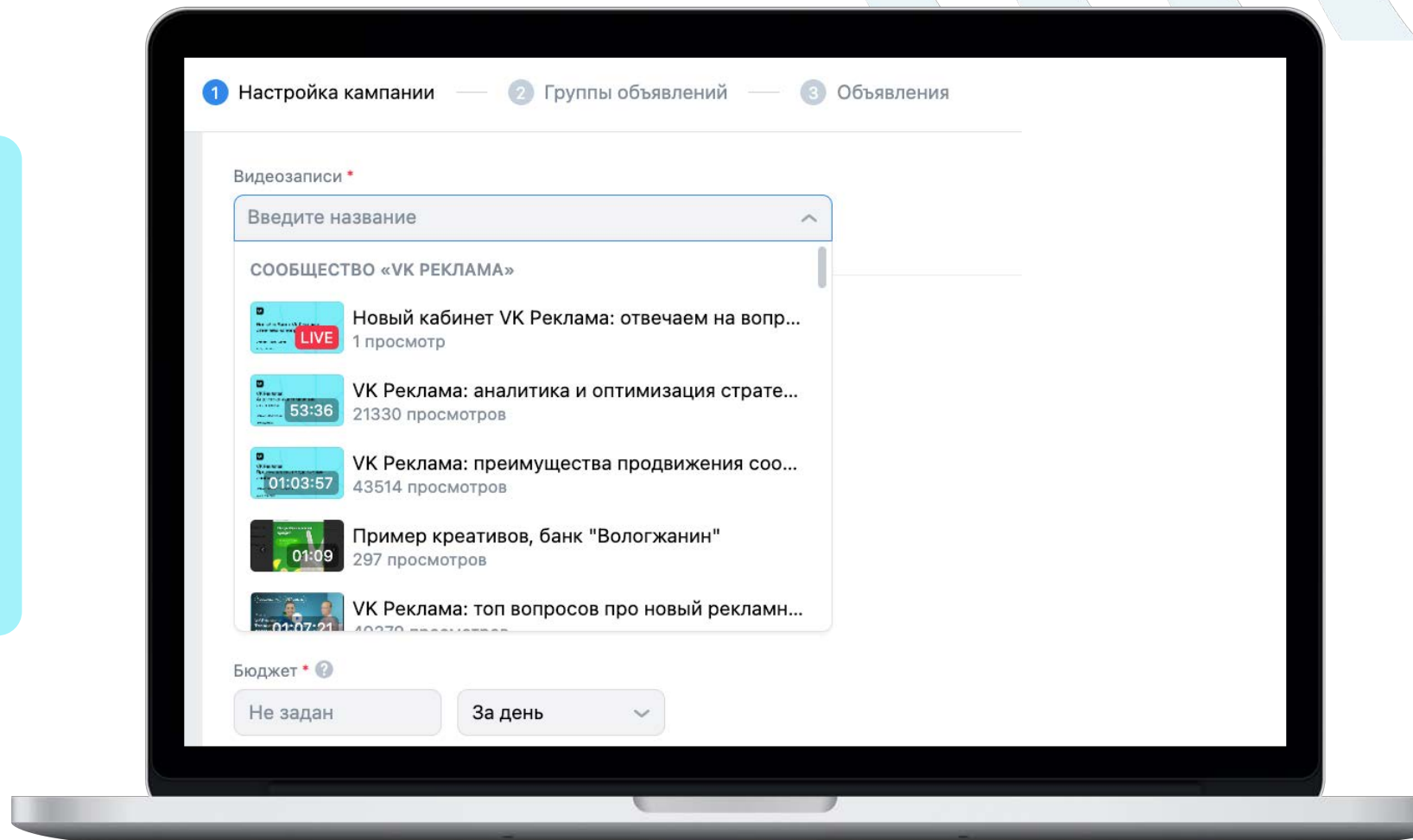
04 Запуск и действия в мини-
приложениях VK Mini Apps



Видео и трансляции

В одной рекламной кампании можно продвигать:

- 📡 несколько видео и трансляций
- 📺 видео из сообществ и личных страниц



Instream-видео

Видеоролики до 30 секунд,
встраиваемые перед просмотром
видео контента

Целевые действия ⓘ Узнаваемость и охват ⓘ

Какой формат будете использовать? *

Баннерная реклама
С изображением или видео на всех площадках VK

Видеореклама
Внутри видео, приложений, игр, на сайтах и в клипах

Запись ВКонтакте
Пост на стене сообщества

Статья в Дзен
Продвижение контента из вашего канала

Совсем скоро здесь появятся другие объекты рекламы

Тип видеорекламы

Ролик в видео (In-stream)

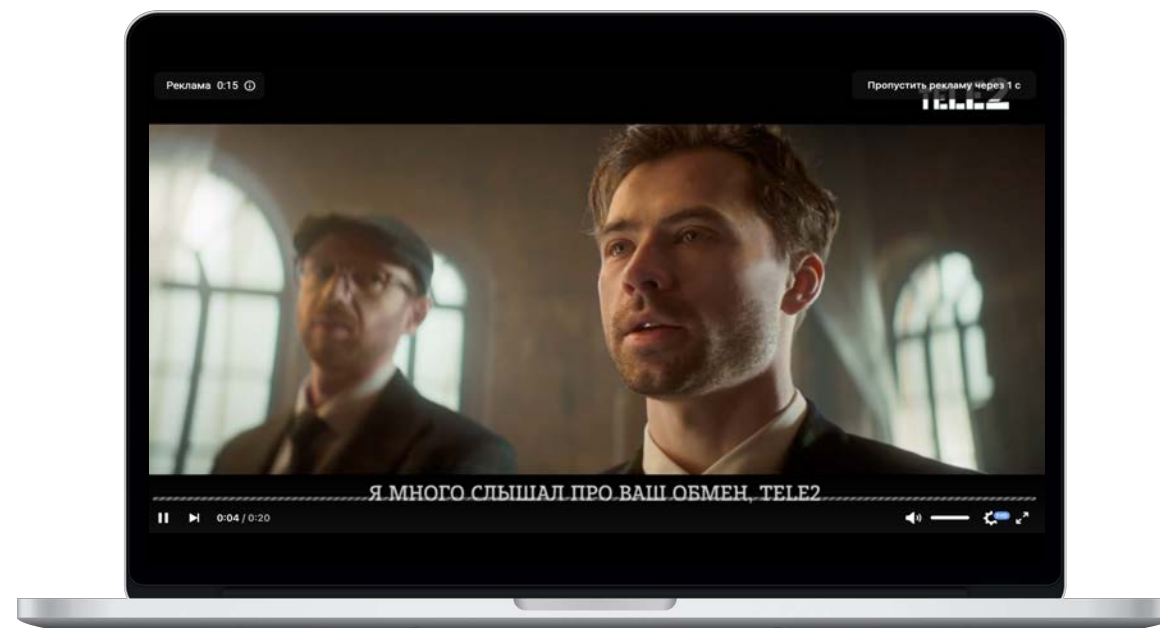
Все видеоформаты

Новые форматы скоро

Объект рекламы * ⓘ

- ☒ Сайт
- ☐ Сообщество ВКонтакте
- ☐ Мобильное приложение

Пример объявления



Универсальное видео (все видеоформаты)

Видеоролики разных форматов
в одной кампании внутри видео,
приложений, игр, VK Клипов, контента
страниц

Целевые действия ⓘ Узнаваемость и охват ⓘ

Какой формат будете использовать? *

Баннерная реклама
С изображением или видео
на всех площадках VK

Видеореклама
Внутри видео, приложений,
игр, на сайтах и в клипах

Запись ВКонтакте
Пост на стене сообщества

Статья в Дзен
Продвижение контента из
вашего канала

Совсем скоро здесь
появятся другие объекты
рекламы

Тип видеорекламы

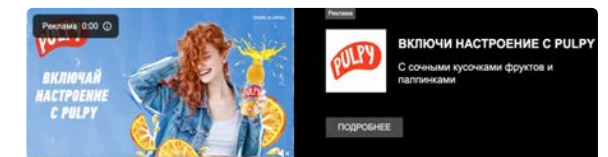
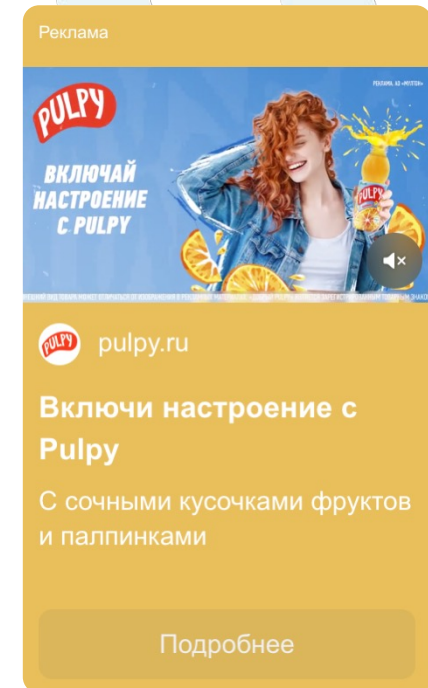
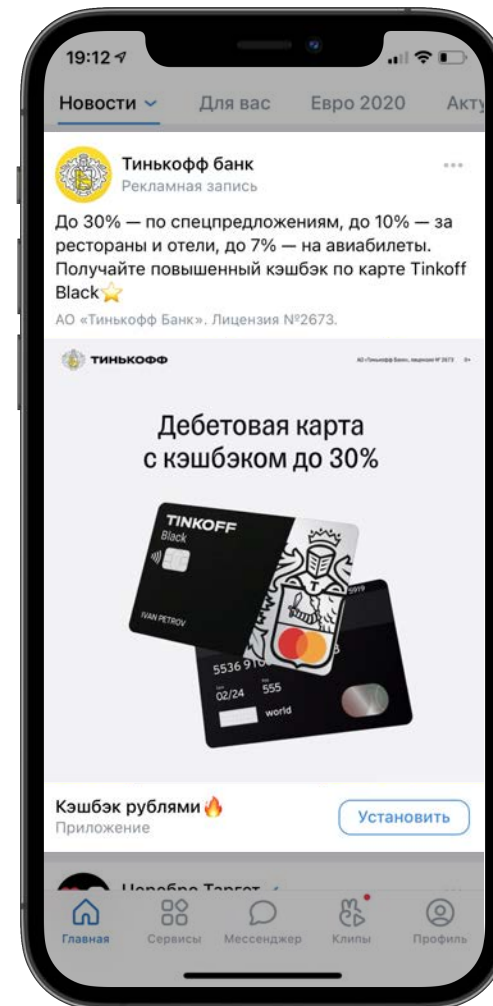
Ролик в видео (In-stream)

Все видеоформаты

Новые форматы скоро

Объект рекламы * ⓘ

- ☒ Сайт
- ☐ Сообщество ВКонтакте
- ☐ Мобильное приложение



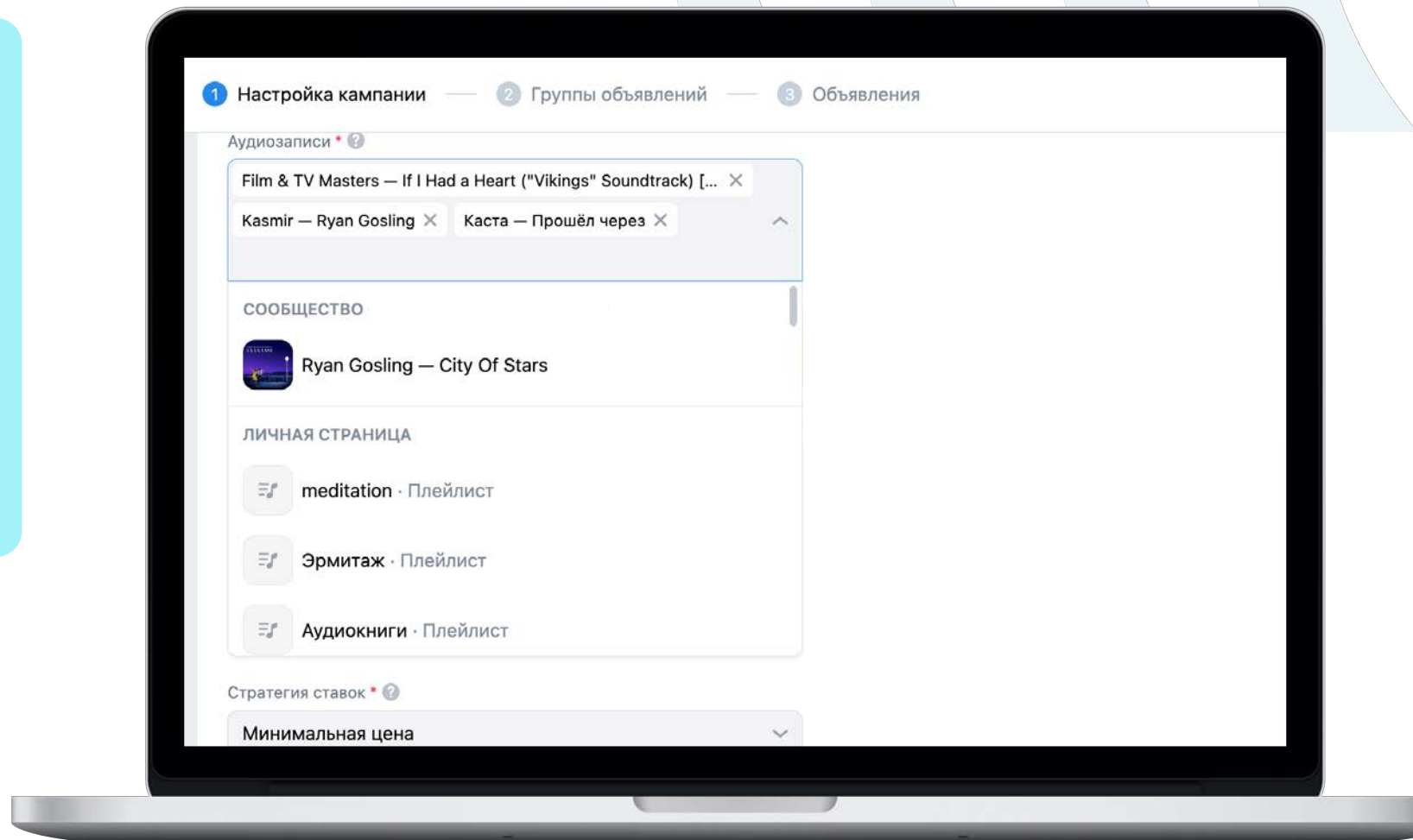
Примеры объявлений

Музыка

В одной рекламной кампании можно продвигать:

🎵 до 10 аудиофайлов или 1 плейлист

🎵 музыку из сообществ и личных страниц



Музыка

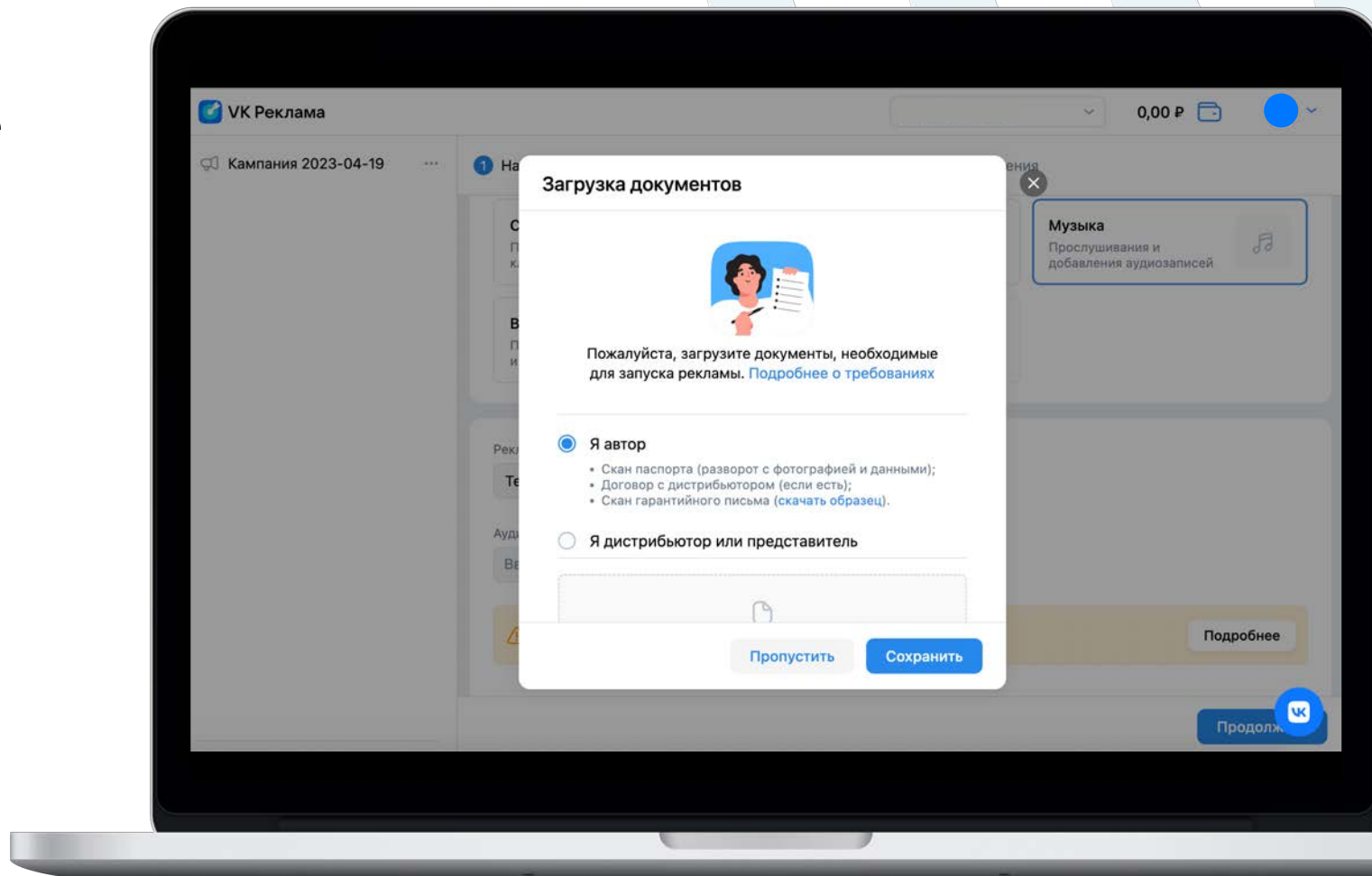
Для запуска рекламы необходимо подтвердить права на коммерческое использование



Удобная проверка прав для авторов, их представителей и дистрибьюторов



Блокировка запуска кампаний без подтвержденного права собственности



Мини-приложения



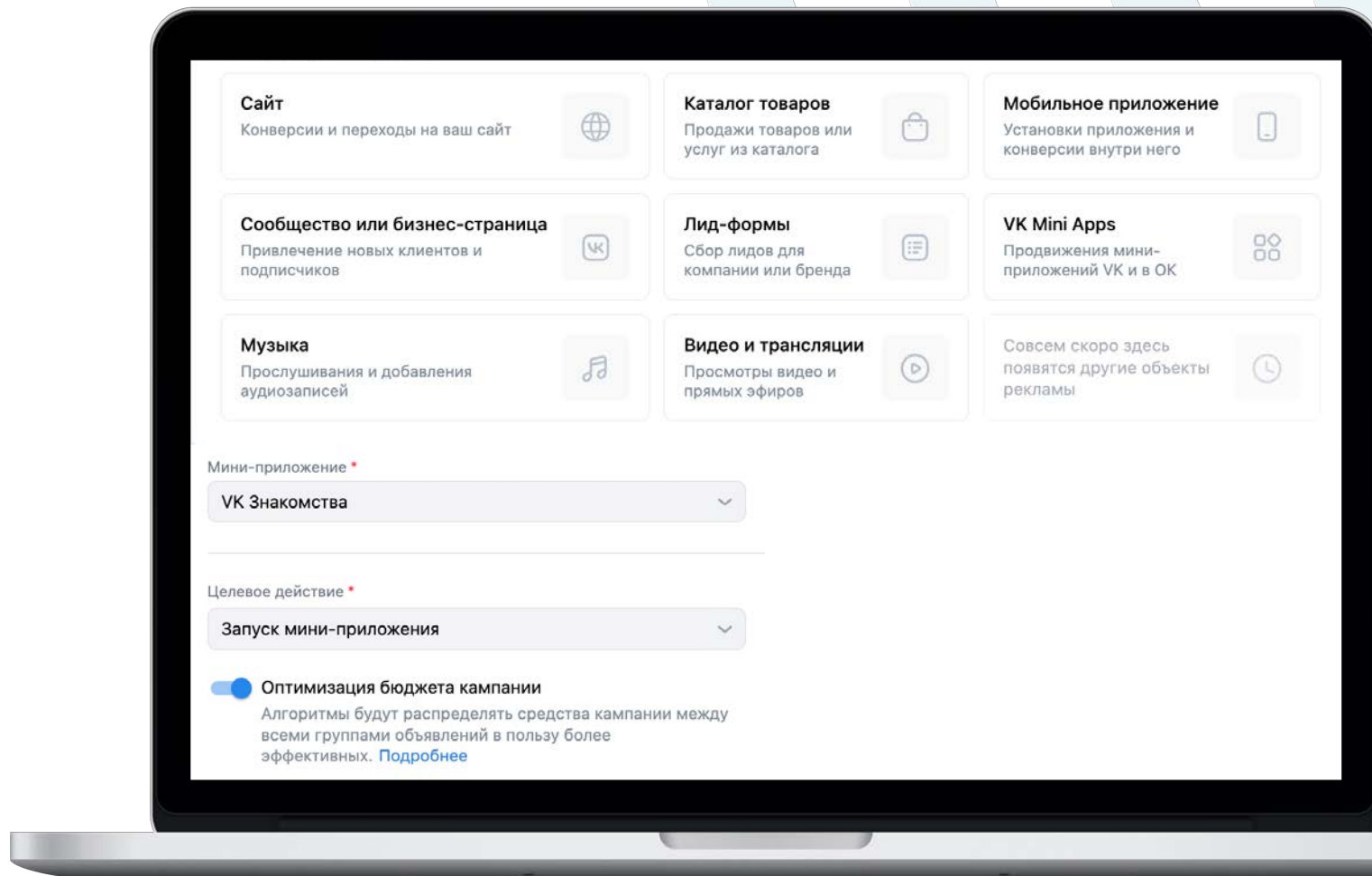
Объект продвижения:
VK Mini Apps



Продвижение в ленте
социальных сетей



Оптимизация на запуск
мини-приложения



Привлекаем подписчиков чат-бота для школы яхтинга

Цели кампании

- Сравнить эффективность продвижения мини-приложений в VK Рекламе и кабинете ВКонтакте

Механика

- | | |
|---|--|
|  50 тыс.₽ – бюджет кампании на обеих платформах |  Объявление → Тест «Какой вы капитан» → Подписка на чат-бота |
|  Таргетинги по полу, возрасту, географии |  Контекстный таргетинг в тематике «яхтинг» |
| Кабинет ВКонтакте | VK Реклама |
|  Цель: «Переход в VK Mini Apps, оплата за показы, автоматическая ставка» |  Цель: «Запуск мини-приложения», оптимизация бюджета на уровне групп объявлений, стратегия минимальной цены |

Примеры креативов

**Попробуй Яхтинг!**

Реклама · 0+

Ответьте всего на 3 вопроса и узнайте «Какой вы капитан?»

**Какой вы капитан?**

Приложение

[Открыть](#)

Результаты

В сравнении с кабинетом ВКонтакте, в VK Рекламе:

**на 68%**

больше количество подписчиков

**на 41%**

ниже CPL

Как снизить стоимость целевого действия с переходом в новый кабинет

Цели кампании

- Протестировать продвижение чат-бота от имени сообщества в VK Рекламе
- Стоимость подписки (CPA) – не выше 500 руб.

Механика



Продвижение мини-приложения с оптимизацией на запуск



Автоматическое управление ставкой по стратегии минимальной цены



Таргетинг на мужчин и женщин 17-25 лет, проживающих в Челябинске



A/B тест широкой аудитории и интереса «Авто, мото»

Результаты



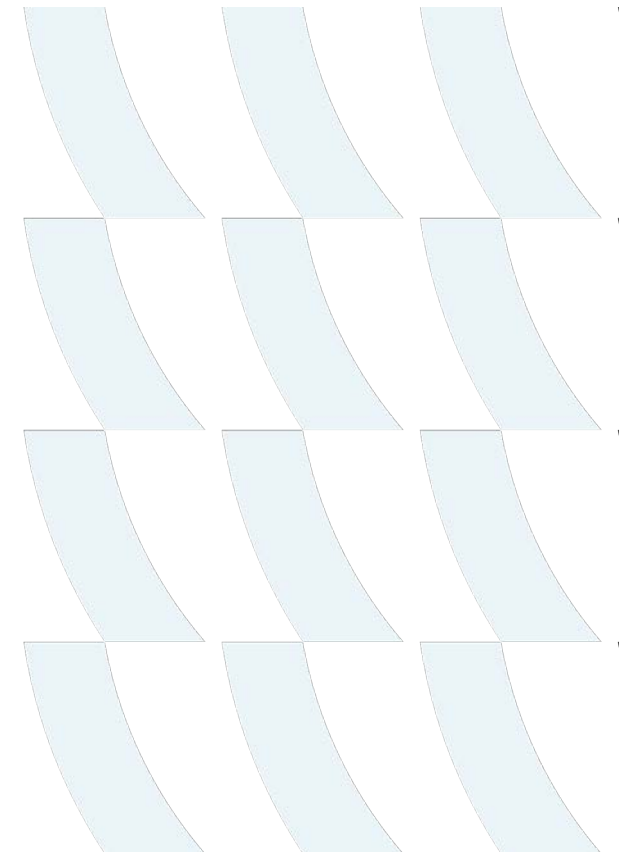
KPI

по количеству подписок



-9%

снижение CPA

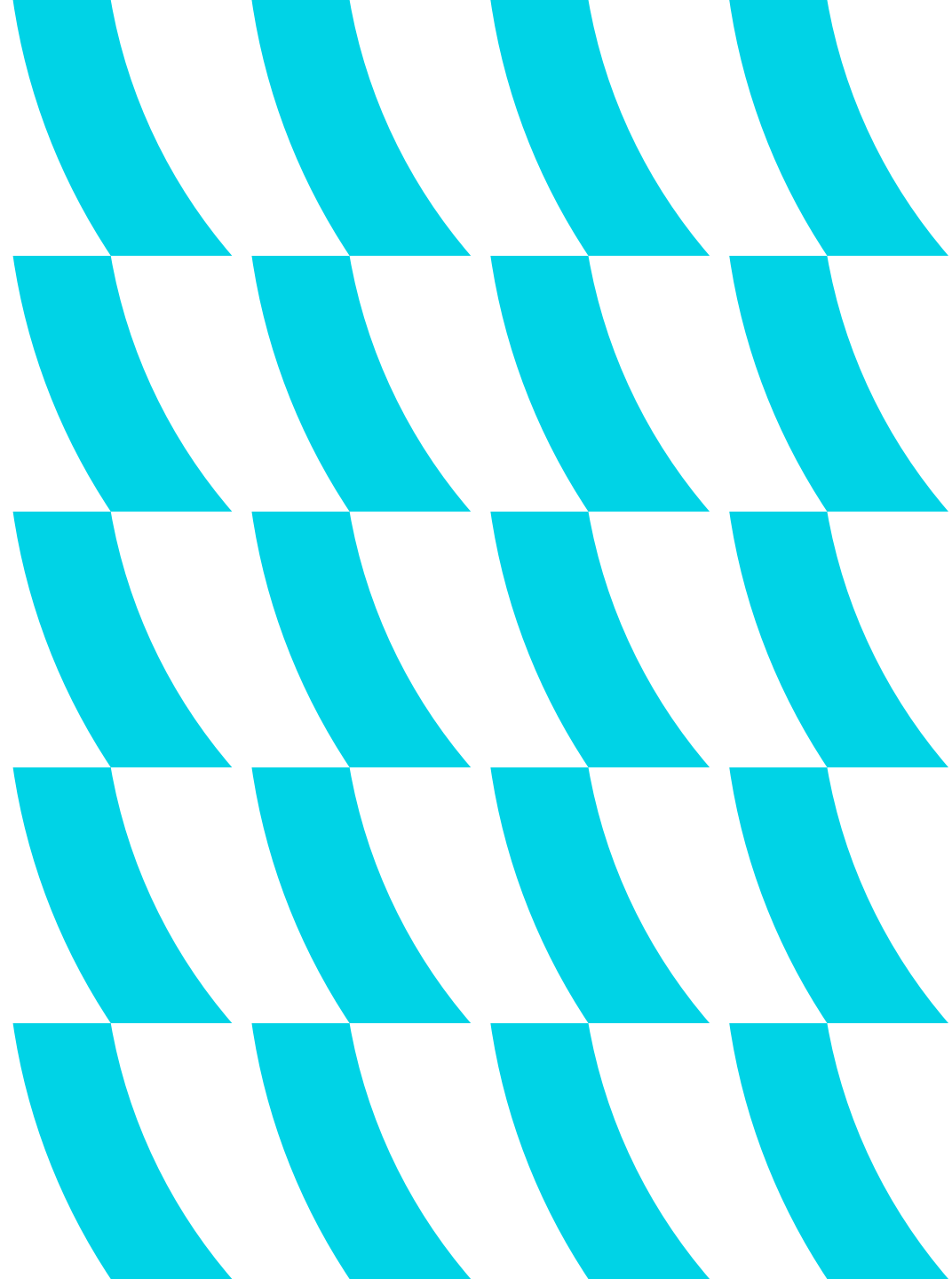


Performance-реклама

Дзен

01 Повышение узнаваемости

02 Привлечение потенциальных
клиентов



Повышайте эффективность контакта с аудиторией в Дзене: вовлекайте и увеличивайте её лояльность



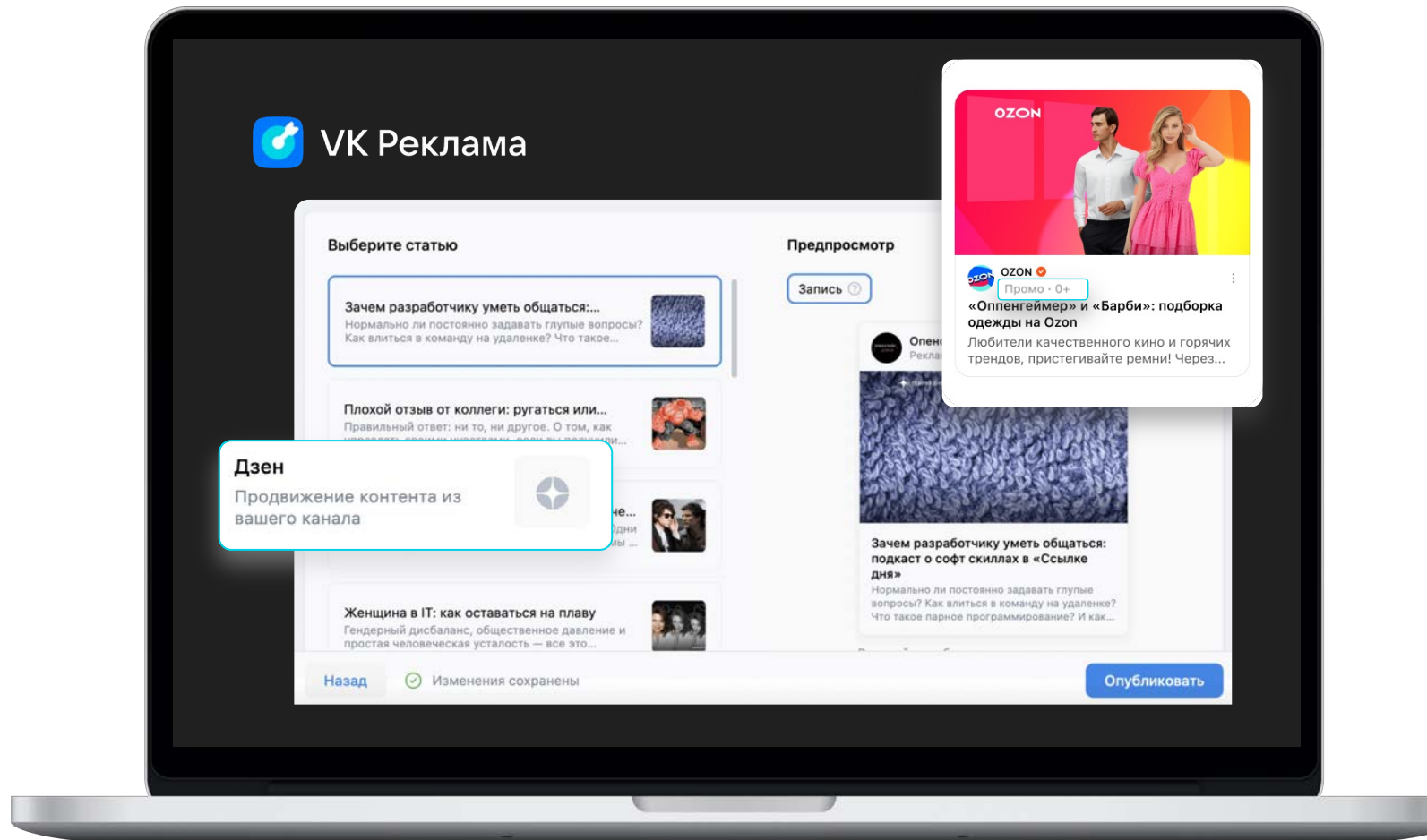
Объект продвижения:
Дзен



Формат продвигаемого
контента: статьи



Две стратегии запуска
и технология бесшовного
перехода из контента на сайт



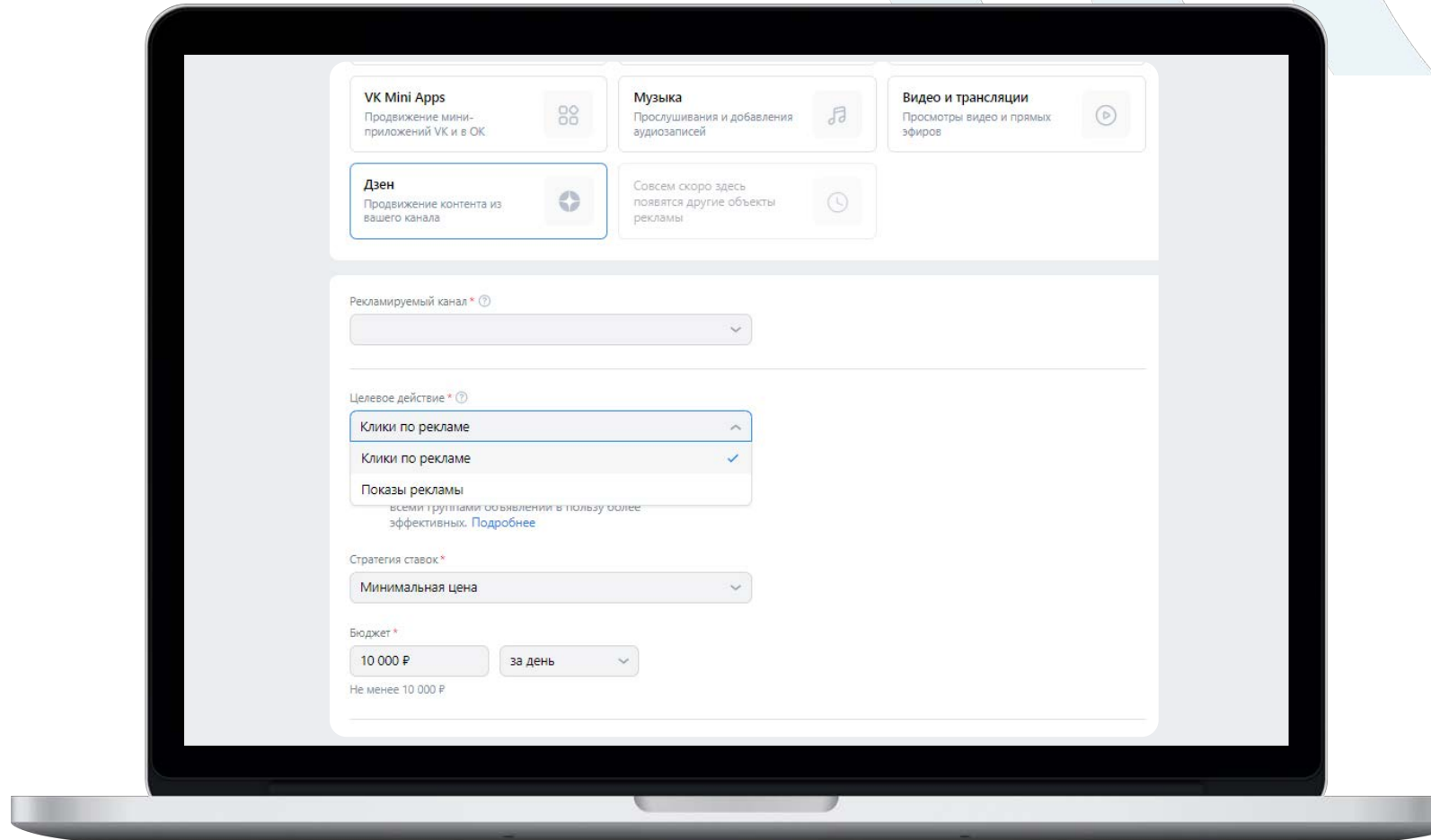
Настраивайте целевые действия для оптимизации

↗ Клики

- Увеличивайте переходы на статьи потенциальных клиентов
- Оплата за клики по рекламному объявлению

👁 Показы

- Увеличивайте охват и повышайте узнаваемость бренда
- Оплата за 1000 показов рекламного объявления



Завтра,
29 ноября в 18.00

Лилия Яхина,
эксперт VK, расскажет
тему «Как работать с рекламными
кампаниями в VK Рекламе»

На примере сайта разберете как работать с VK Рекламой, подготовку и запуск кампании, а также оптимизацию и масштабирование.





Переходите на сайт
VK Рекламы, чтобы узнать
больше о ВОЗМОЖНОСТЯХ
платформы