



VK Ads

通过 VK Ads 有效推广
电商平台！



business



博今广告 成立于2003年，总部位于北京，在深圳、哈尔滨、郑州、无锡、保定、青岛设有分公司。博今作为专注于俄罗斯一站式社媒营销出海解决方案专家，整合VK Ads、VK社区运营、VK达人营销、VK直播带货等核心资源，累计已为2000+中国品牌提供出海俄罗斯整合营销全案服务，帮助中国企业成功拓展俄罗斯市场并树立品牌形象。

张颖-博今VK运营负责人

- VK广告专家，精通电商领域推广
- 擅长Ozon与VK广告整合营销
- 累计服务上百家俄罗斯电商机构
- 助力电商机构GMV转化100w美金+
- 助力百家电商机构VK社区增粉10w+



VK官方认证服务商



№26490

Valid until 07.10.2025

Certificate VK Ads

北京博今广告有限公司

The agency is a VK partner and has a staff of certified targeting specialists who have confirmed their knowledge of VK Ads tools



Authentication

vk business



VK官方认证运营



№206935

Valid until 03.10.2025

Certificate VK Ads

Ying Zhang

Certified targeting specialists who have confirmed their knowledge of VK Ads tools



Authentication

vk business



1000+

累计服务电商企业出海

86%

客户满意率

内容:



1

产品目录的简介

2

商务中心的广告功能

3

商品目录与电商平台店铺对接的详细流程

4

推广产品目录的建议

5

Q&A



产品目录的简介

哪些商家适合使用商品目录工具？



网上商店



房地产



汽车经销商



VK 社区



酒店、
机票和旅游预订服务



网上电影院



商品和服务多样化的业务



电商平台上的店铺

产品目录是VK Ads中最受欢迎的推广目标之一



突破空间限制，全面推广商品及服务

目标：商品目录销售

广告对象：

- 网站
- 应用
- VK社区
- 电商平台的店铺

广告活动类型：

- 吸引潜在客户
- 动态重定位

目标事件：

- 展示
- 点击
- 网站/应用程序事件

广告对象 ?

- ☒ 网站
- ☐ 手机 APP
- ☐ VKontakte 社群
- ☐ 购物平台店铺 beta

在推广的网站 *

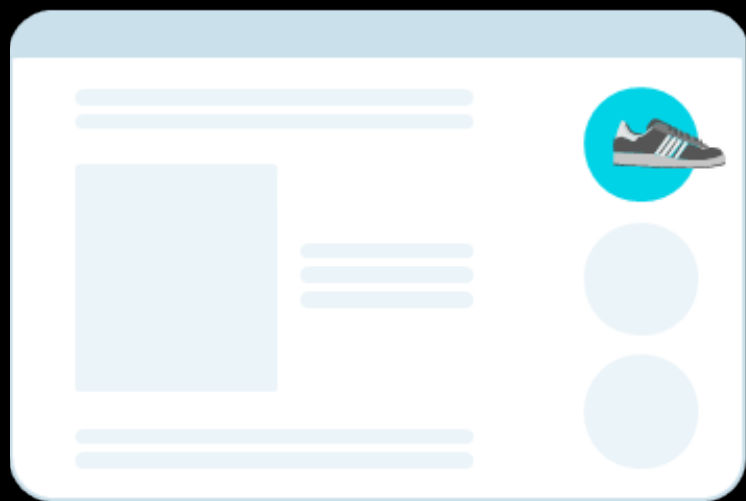
vk.com

目录 *

VK STORE

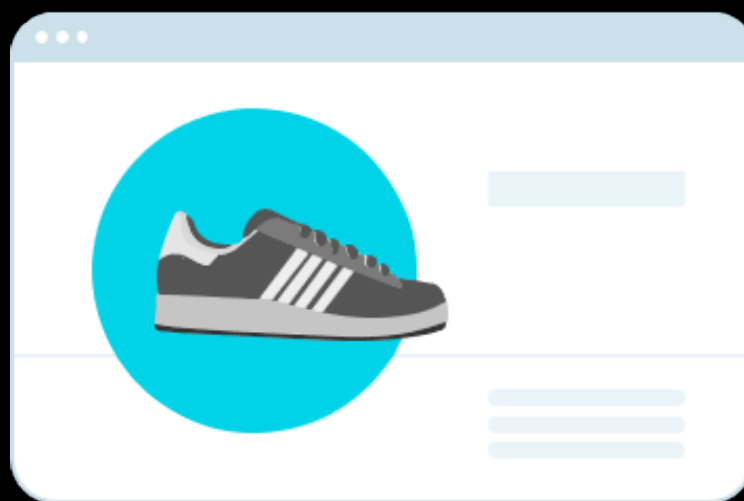
吸引 潜在客户 — UA

通过关键字和其他受众细分定向
吸引尚未了解产品或服务的用户



1

用户看VK广告



2

跳转到网站



3

购买产品



商务中心功能

如何创建产品目录:

提供商品源或社区链接 ✓

从电商平台导入商品目录 ... ✓

按模板手动上传 ✓

×

新目录

名称 *

目录 2025-06-18

添加

Feed 或社群

来自 VKontakte 社群或 Feed 的商品和服务

购物平台 beta

购物平台店铺的目录

手动

从 feed 文件加载和更新商品

Feed 类别

商品

↓ 下载 Feed 模板 "商品"

Feed 文件

↑

拖放文件或点击上传

CSV、TSV、XML 或 YML, 最大 100 MB

☐ 自动删除 UTM 标签

清除可能与 VK Ads 标签冲突的第三方 UTM 标签的 Feed 链接

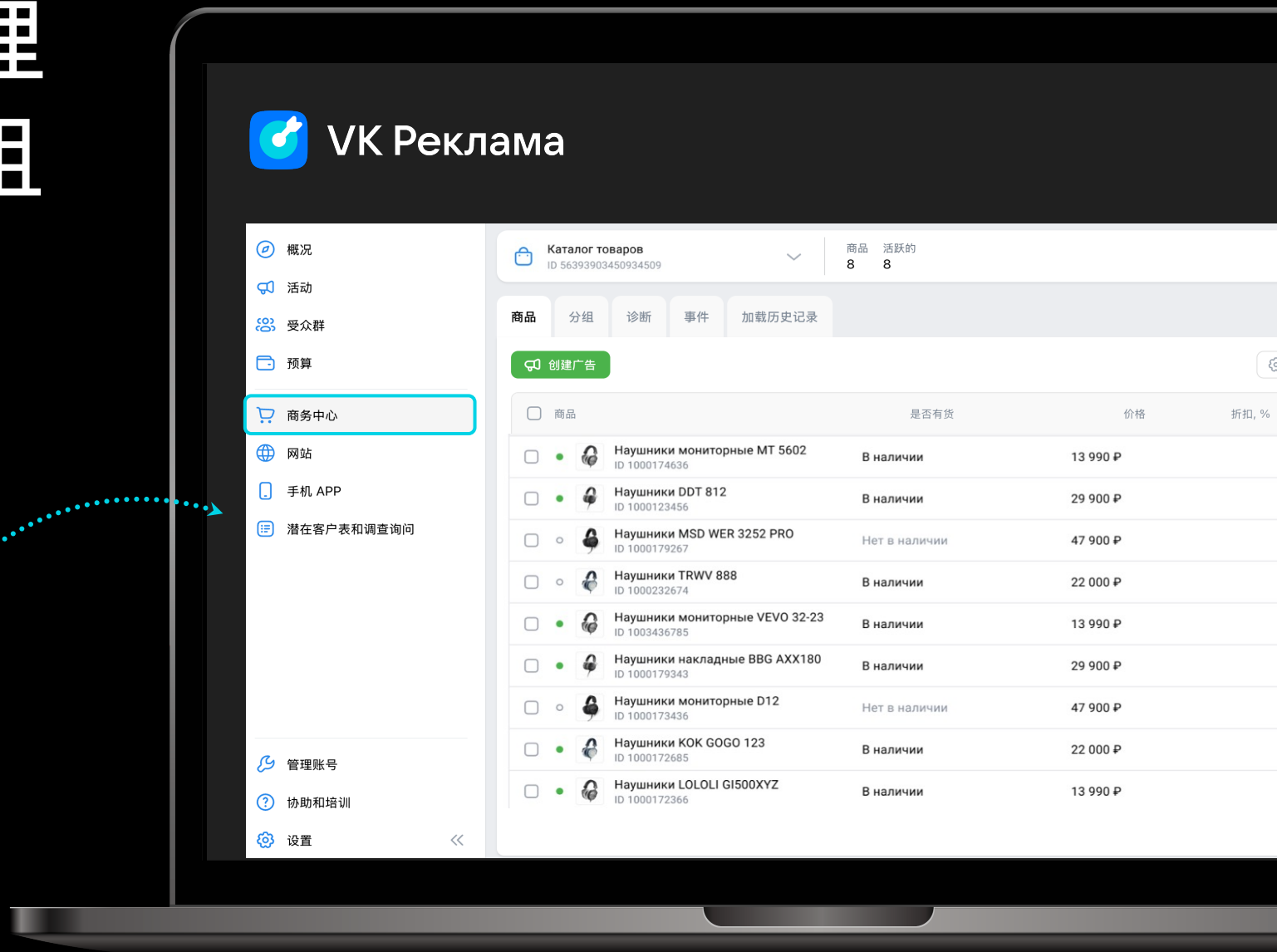
创建目录

取消

在商务中心上管理 产品目录和产品组

该板块提供商品目录的 **上传、管理、
诊断与分析** 工具。

为了发布广告，
必须先上传产品目录。



自动或手动创建产品组

创建组的两个选项



使用过滤器

动态商品组 — 自动匹配预设

手动选品

静态商品列表 —
支持单品/批量ID添加



基于企业行业的过滤器



✕ 新商品分组

名称 *

商品分组 2025-06-19

添加匹配的商品 所有条件 ▾

过滤器

价格 ▾

条件

大于或等于 ▾

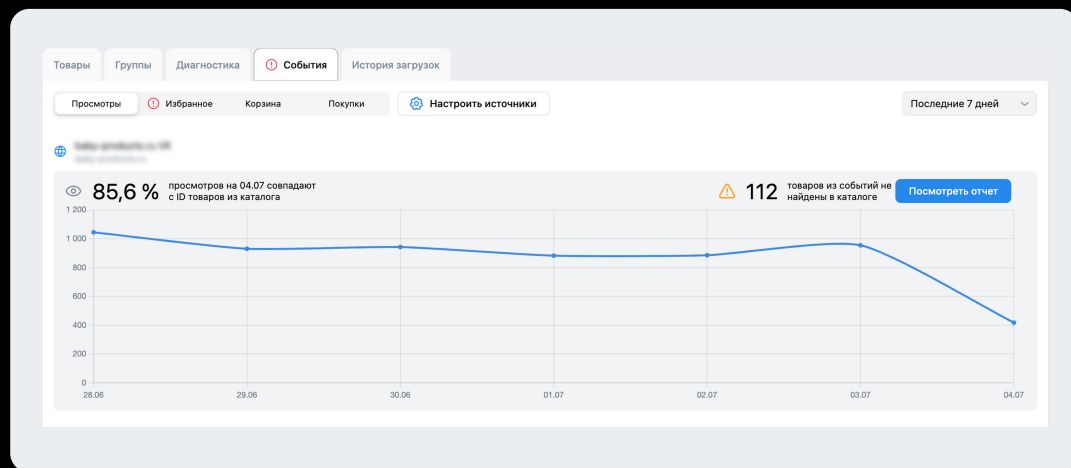
值

0

和

+ 添加过滤器

设置自动诊断 和事件来源分析



</> Диагностика

收到关于阻止产品上传的错误的通知，以及关于产品信息正确性的警告。

⚙️ 事件

将目录链接到数据来源：
VK广告像素或应用的MMP，
以查看动态重定向事件的统计信息。

推广 Ozon, Wildberries, Yandex Market 和 AliExpress 电商平台上的产品目录

商品目录与电商 店铺系统对接

如何开启电商平台上产品的广告活动

在设置广告系列之前

1

准备商店的链接和API密钥

2

将商店链接和API密钥添加到商务中心

3

准备UTM标记

设置广告系列

4

创建广告活动

5

创建广告组

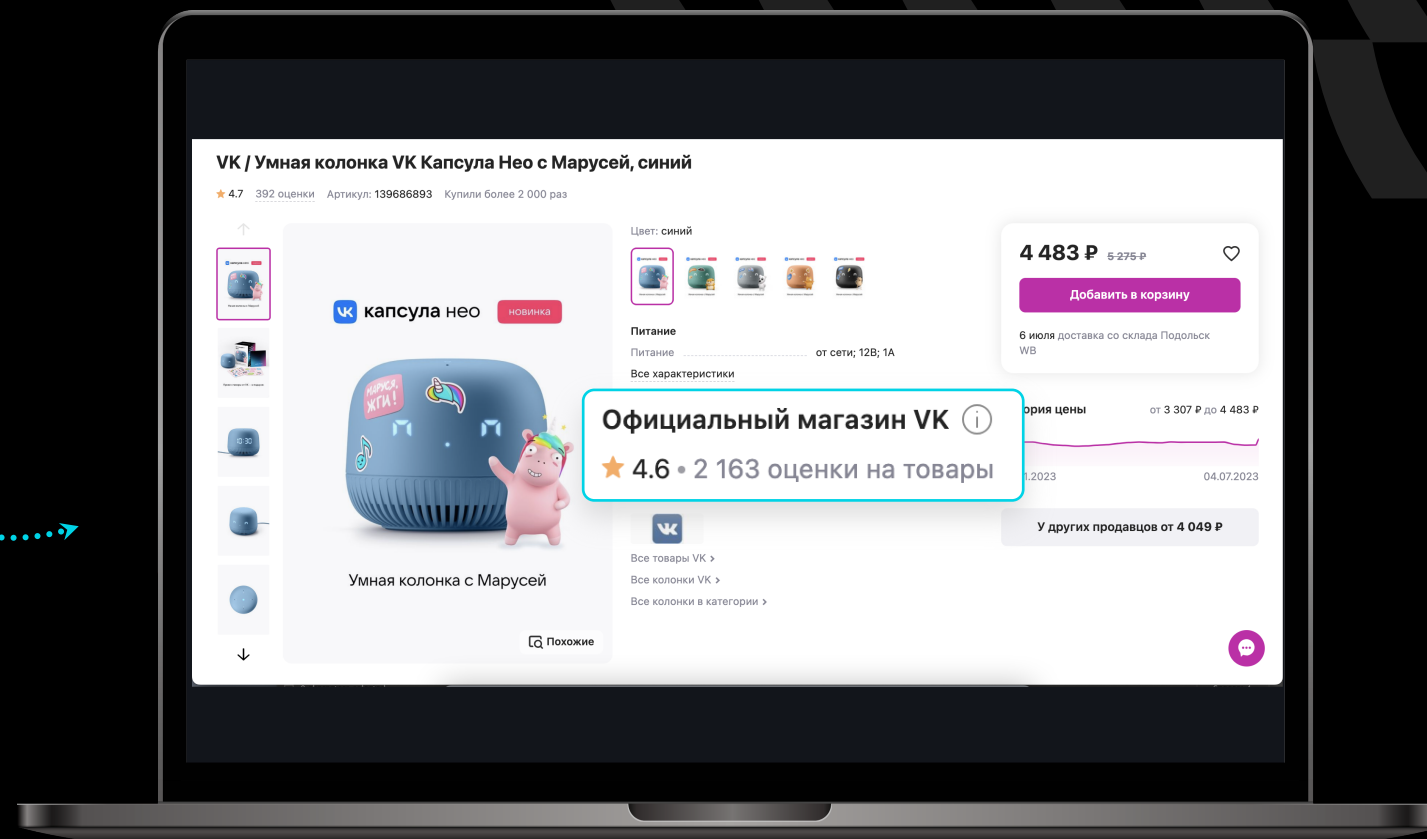
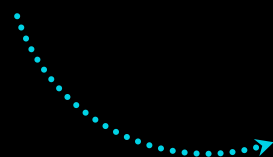
6

创建广告

准备链接: Wildberries



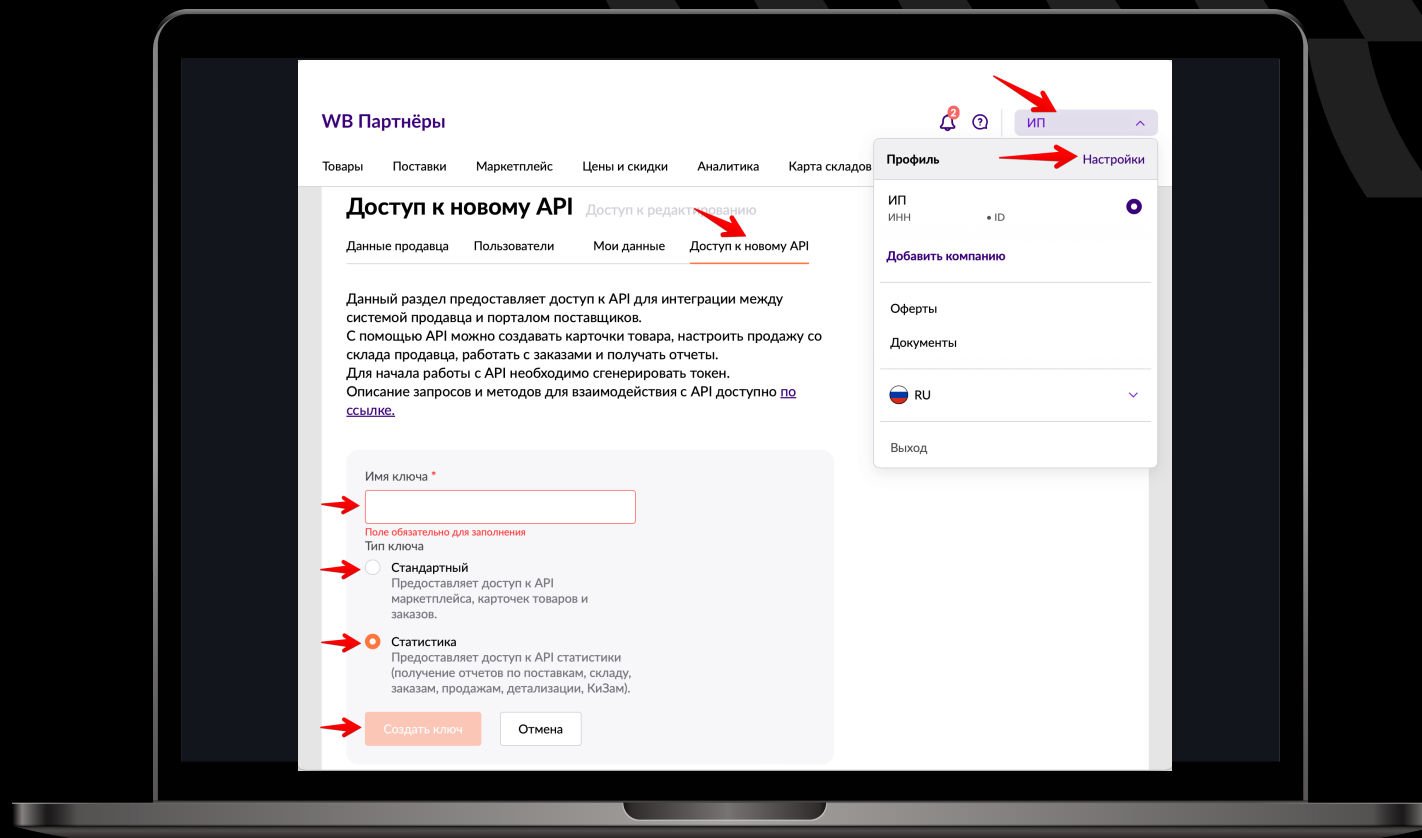
进入商品详情页并复制店铺链接



设置API对接: Wildberries

1 进入卖家中心→设置→新API接入

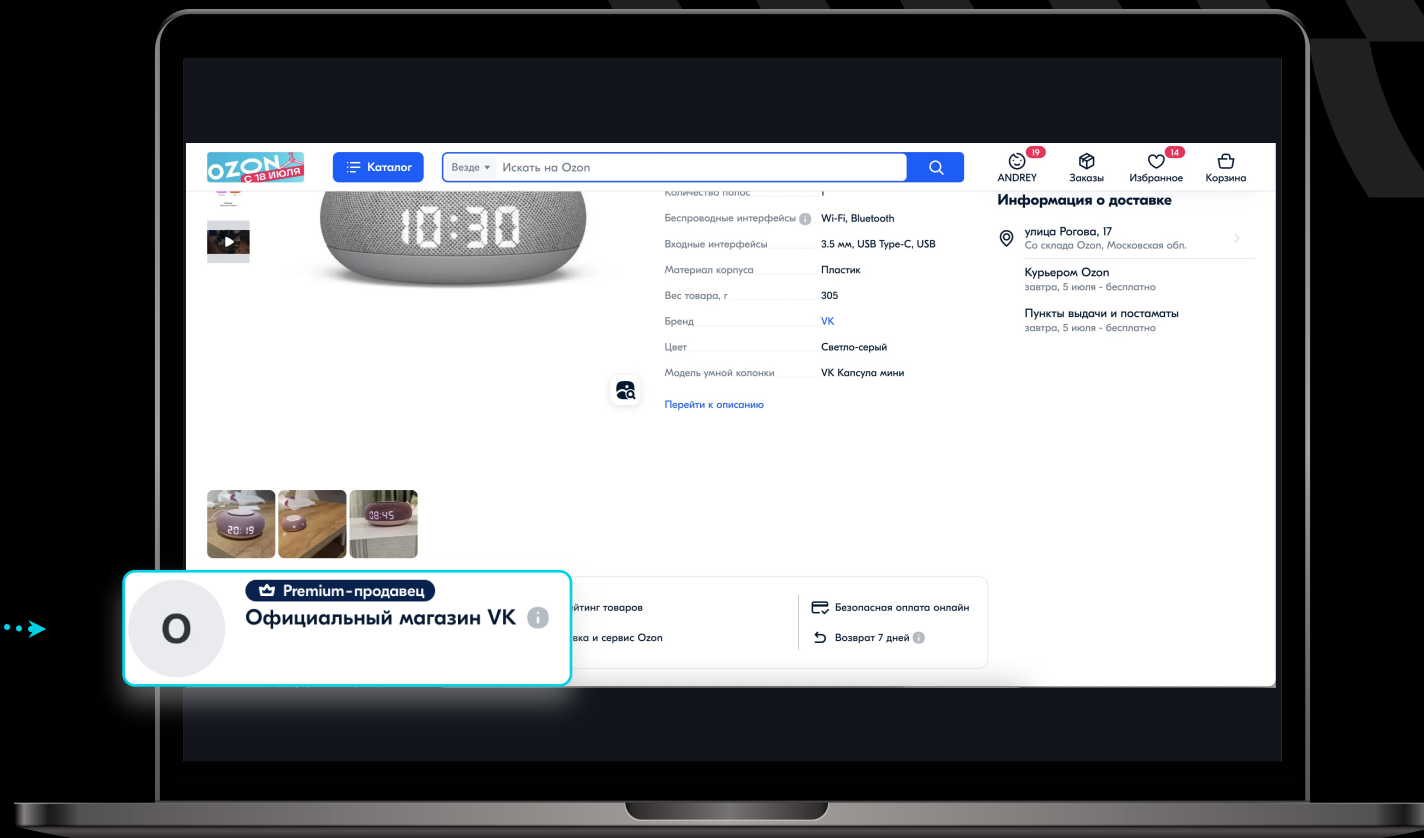
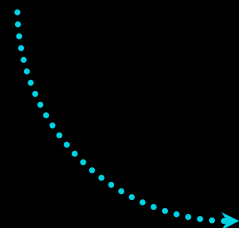
2 输入密钥名称并单击“生成密钥”按钮



准备链接: OZON

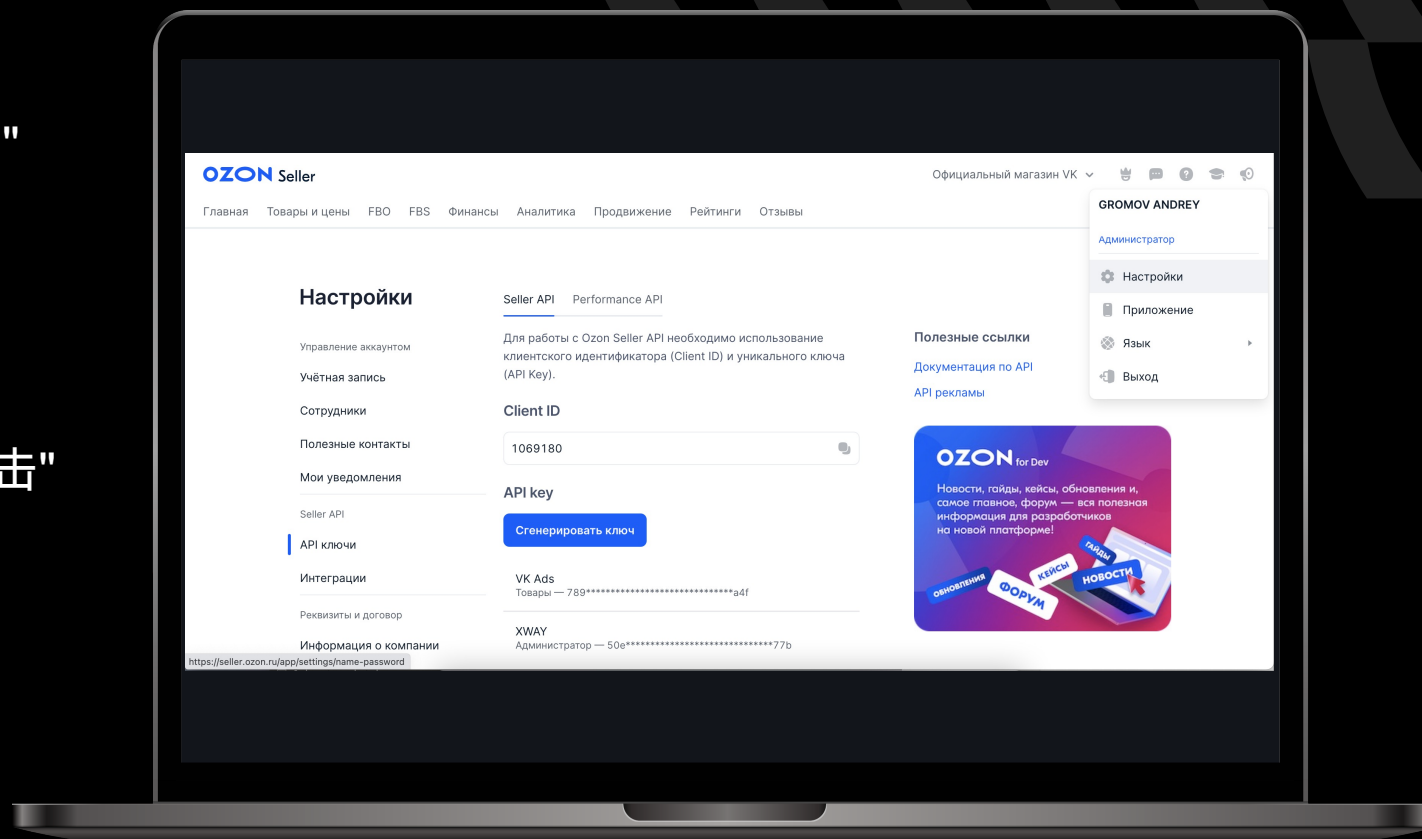


进入商品详情页并复制店铺链接



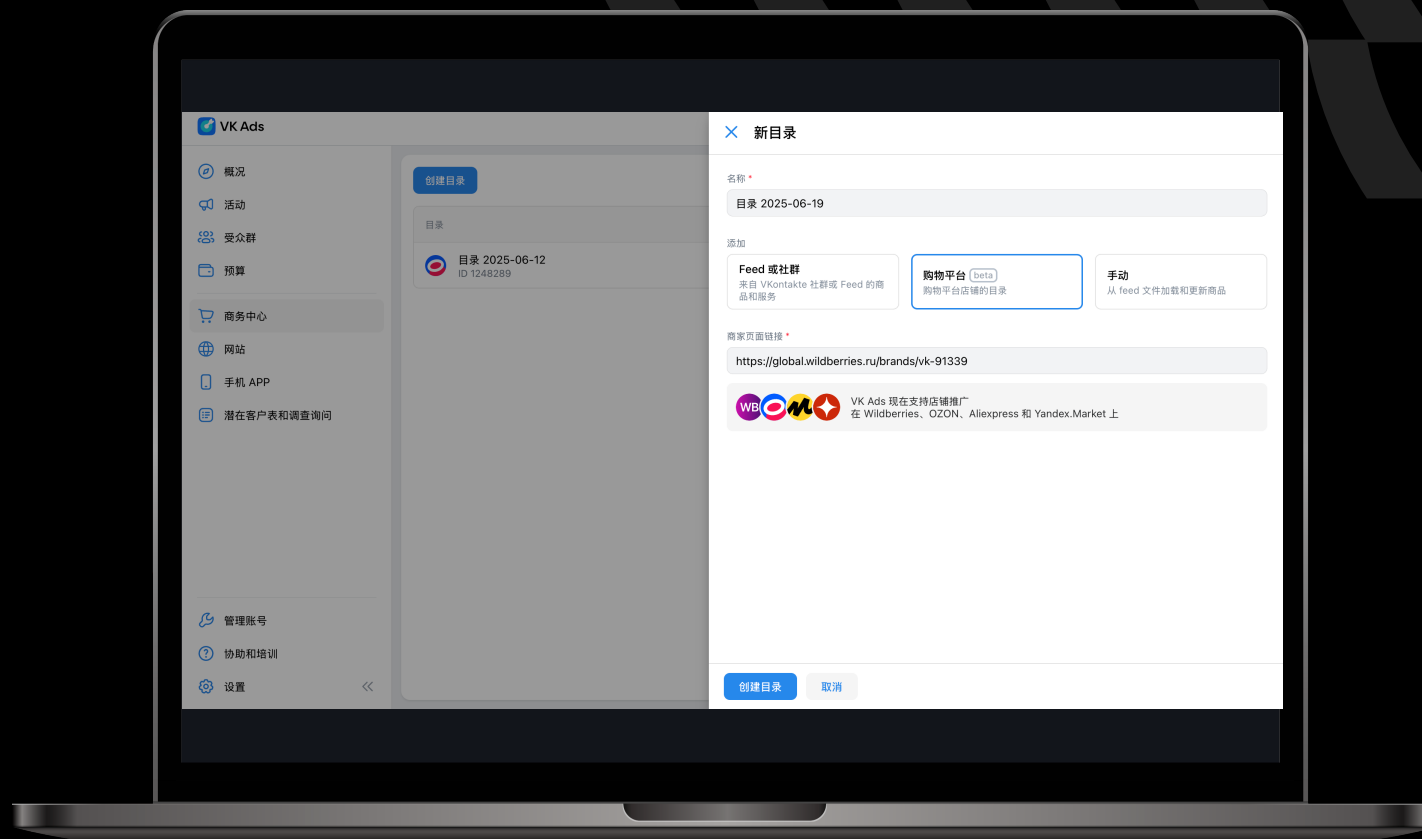
设置API对接: OZON

- 1 进入卖家的后台→"设置"→"API密钥"
- 2 点击"生成密钥"
- 3 输入密钥名称，选择"产品"，然后单击"创建密钥"按钮



如何将店铺添加到商务中心

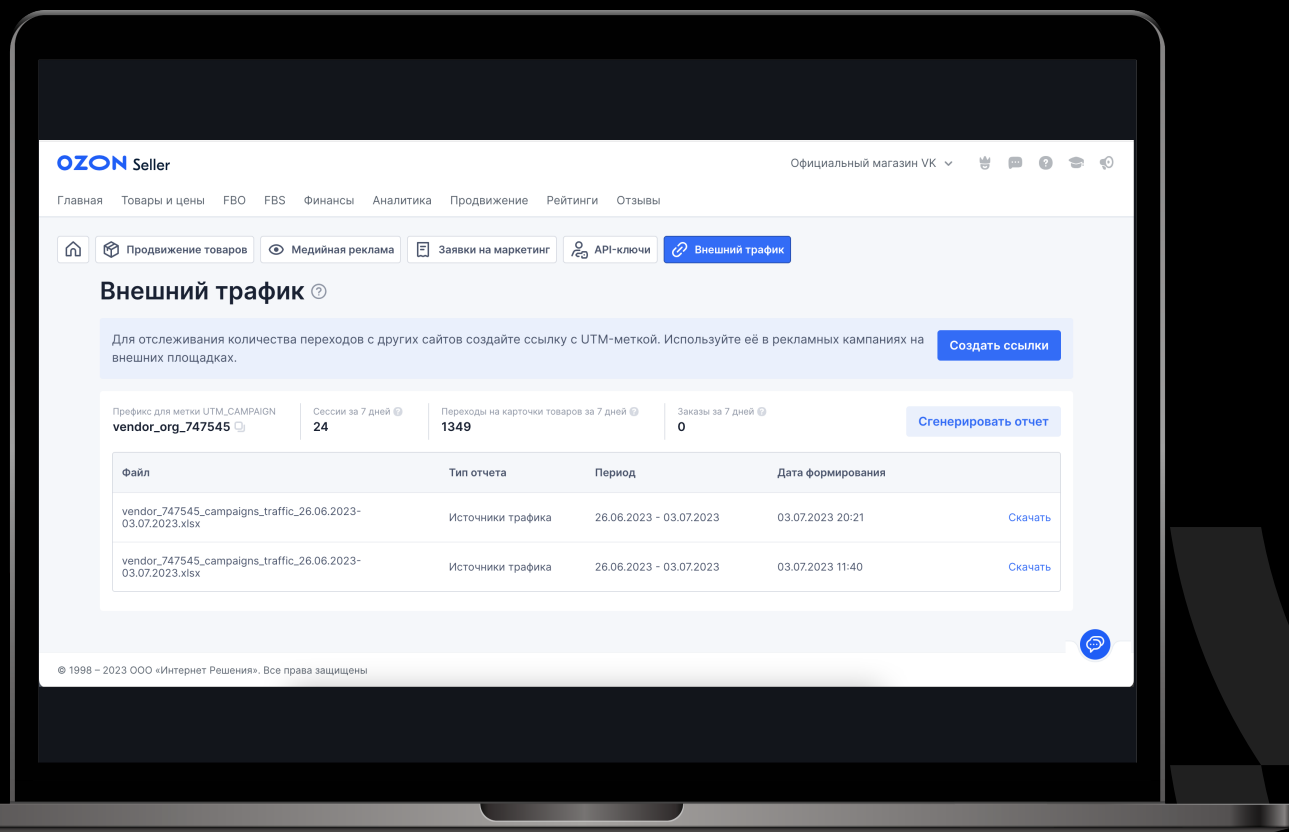
- 1 转到“商务中心”部分
- 2 单击“创建目录”按钮
- 3 填写与商店有关的信息：
链接，API密钥和Client id
(适用于OZON)



为OZON准备UTM

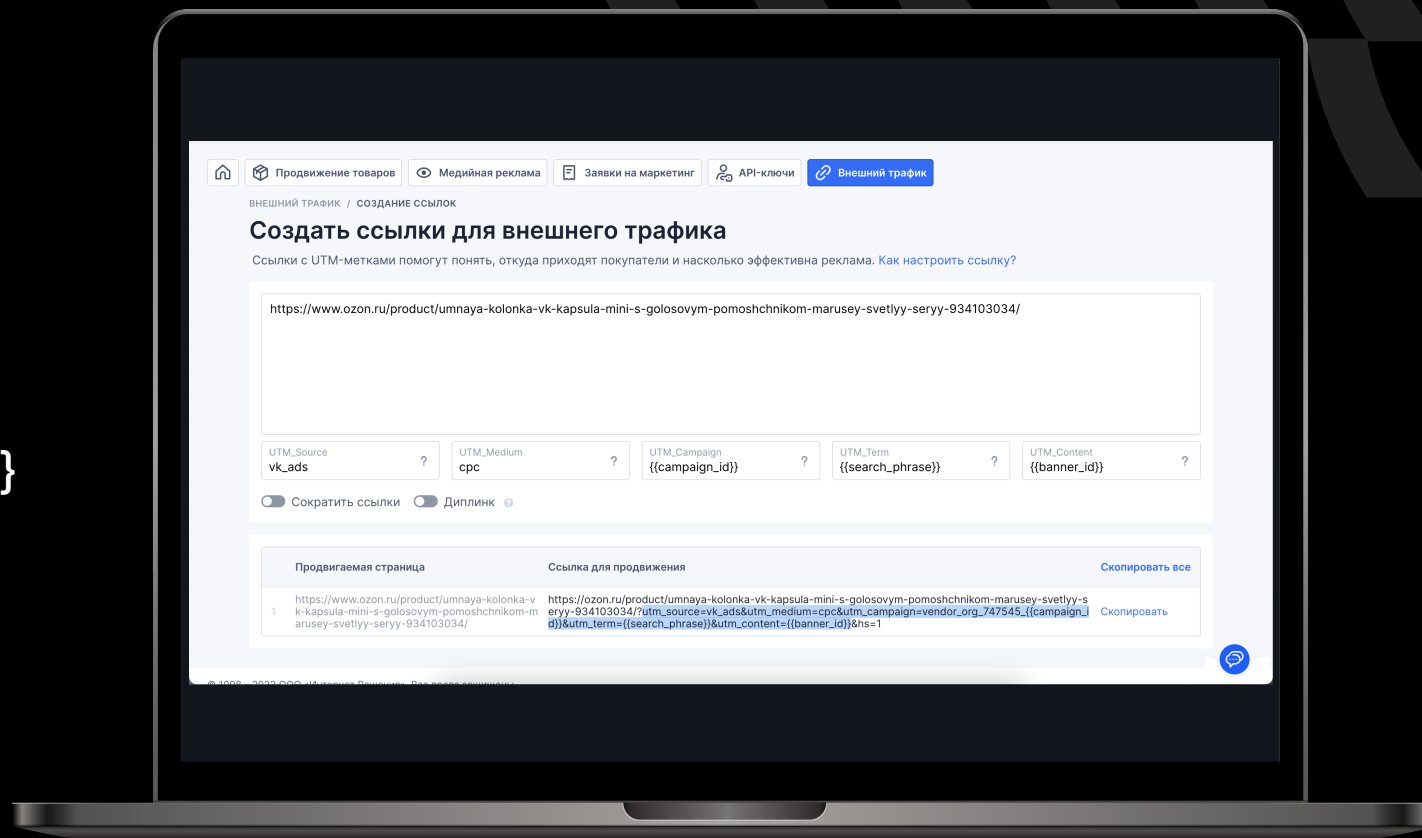
为了获取购物车和销售额的统计信息，
请在卖家后台中使用构造函数
生成 UTM 标签：

- 1 登录卖家账户 → 分析部分 → 外部流量
- 2 点击"创建链接"



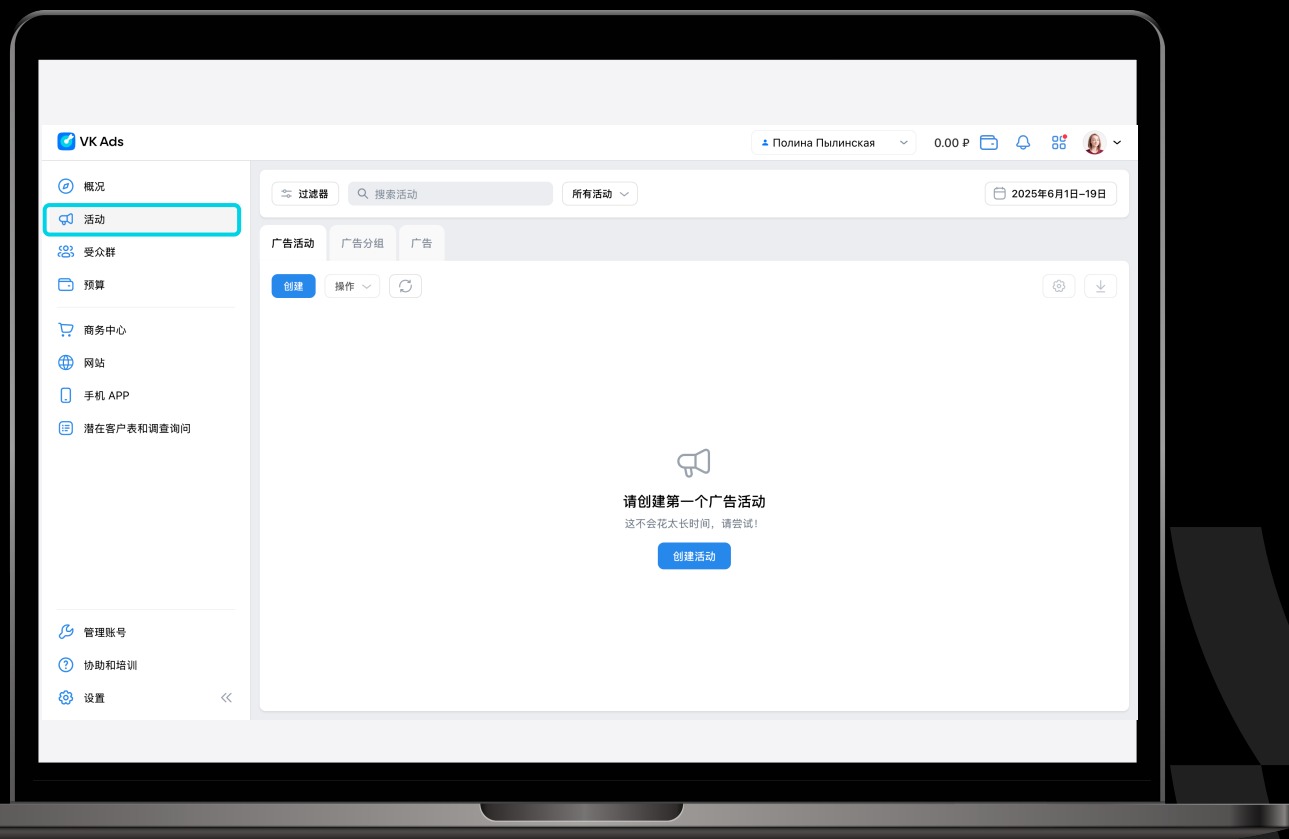
为OZON准备UTM

- 1 输入任何产品的链接
- 2 填写UTM字段
建议设置:
UTM_Source: vk_ads
UTM_Medium: cpc
UTM_Campaigns: {{campaign_id}}
UTM_Term: {{search_phrase}}
UTM_Content: {{banner_id}}
- 3 从链接中仅复制UTM参数



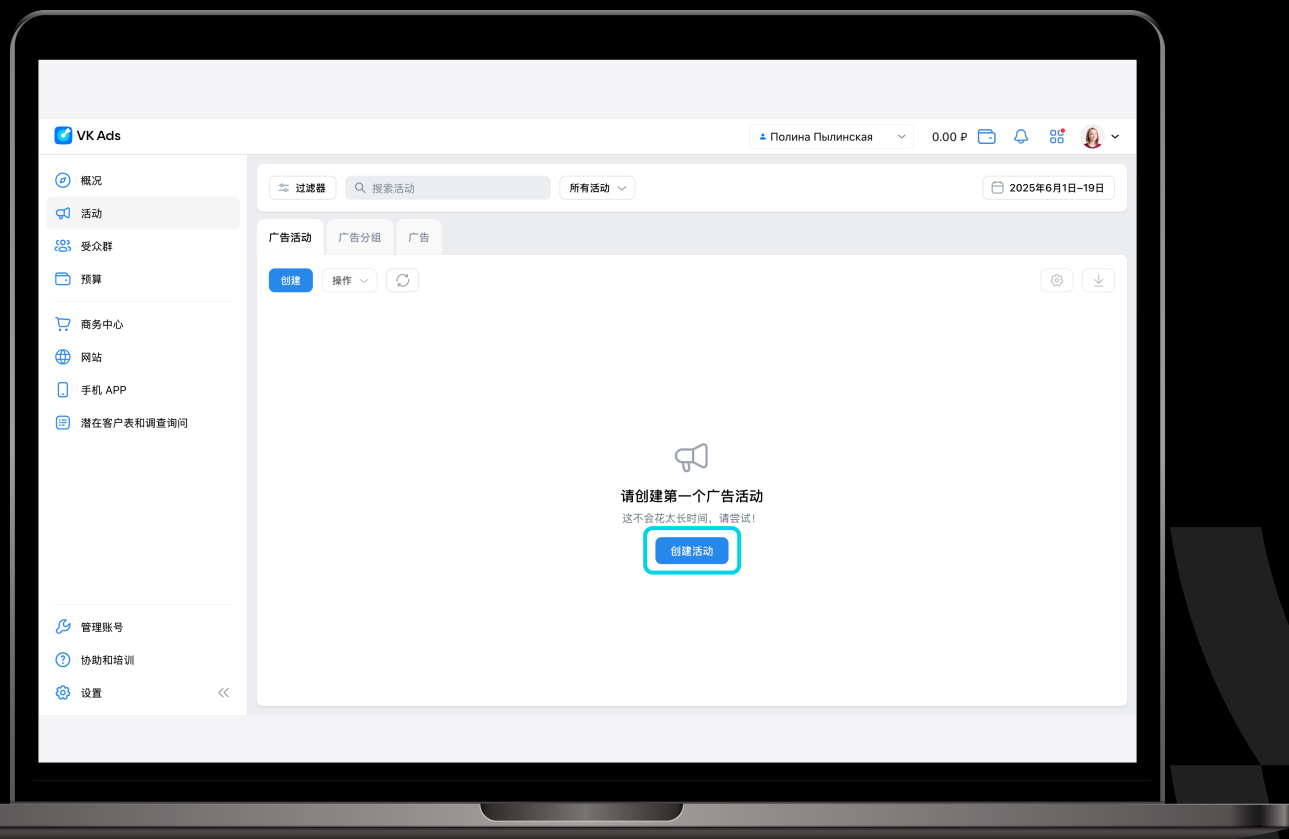
如何设置广告活动

1 转到“广告活动”部分



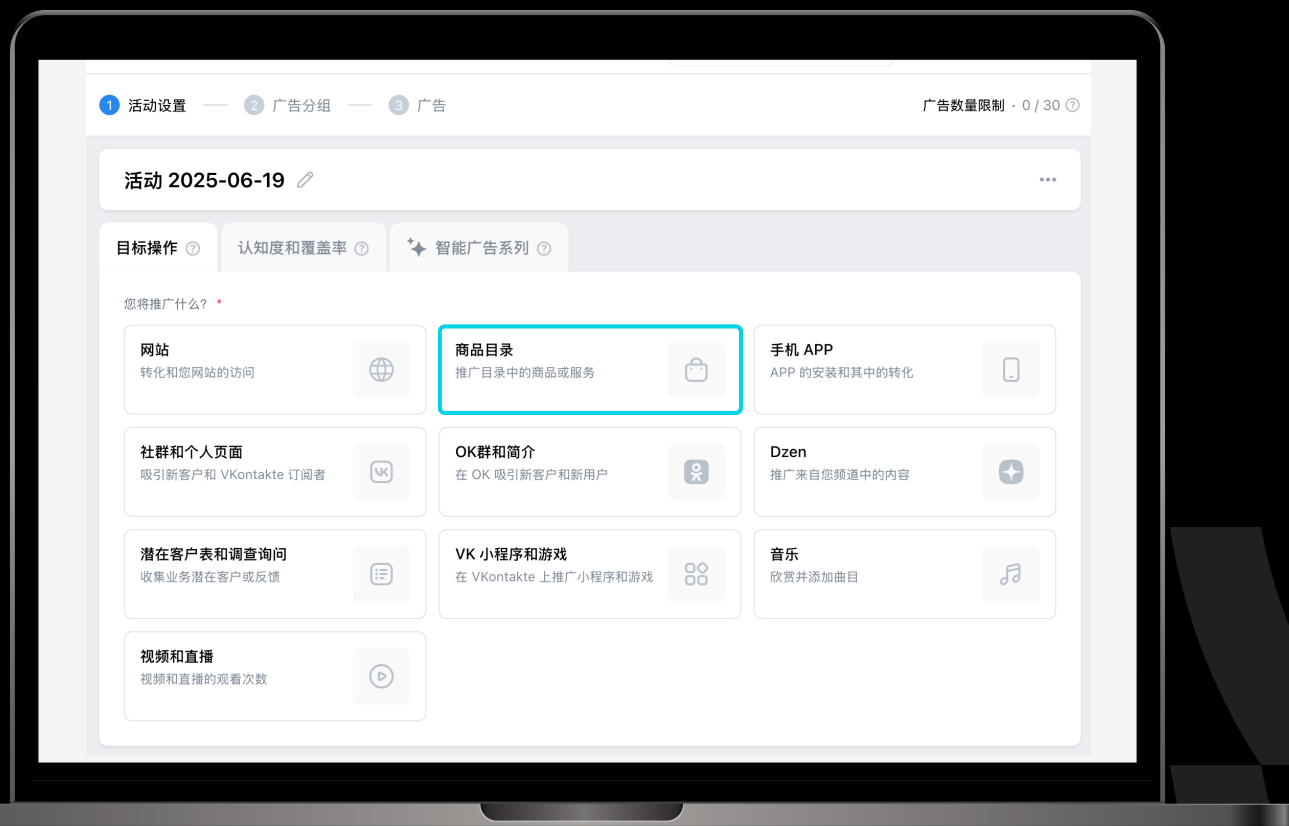
如何设置广告活动

- 1 转到“广告活动”部分
- 2 点击“创建活动”按钮



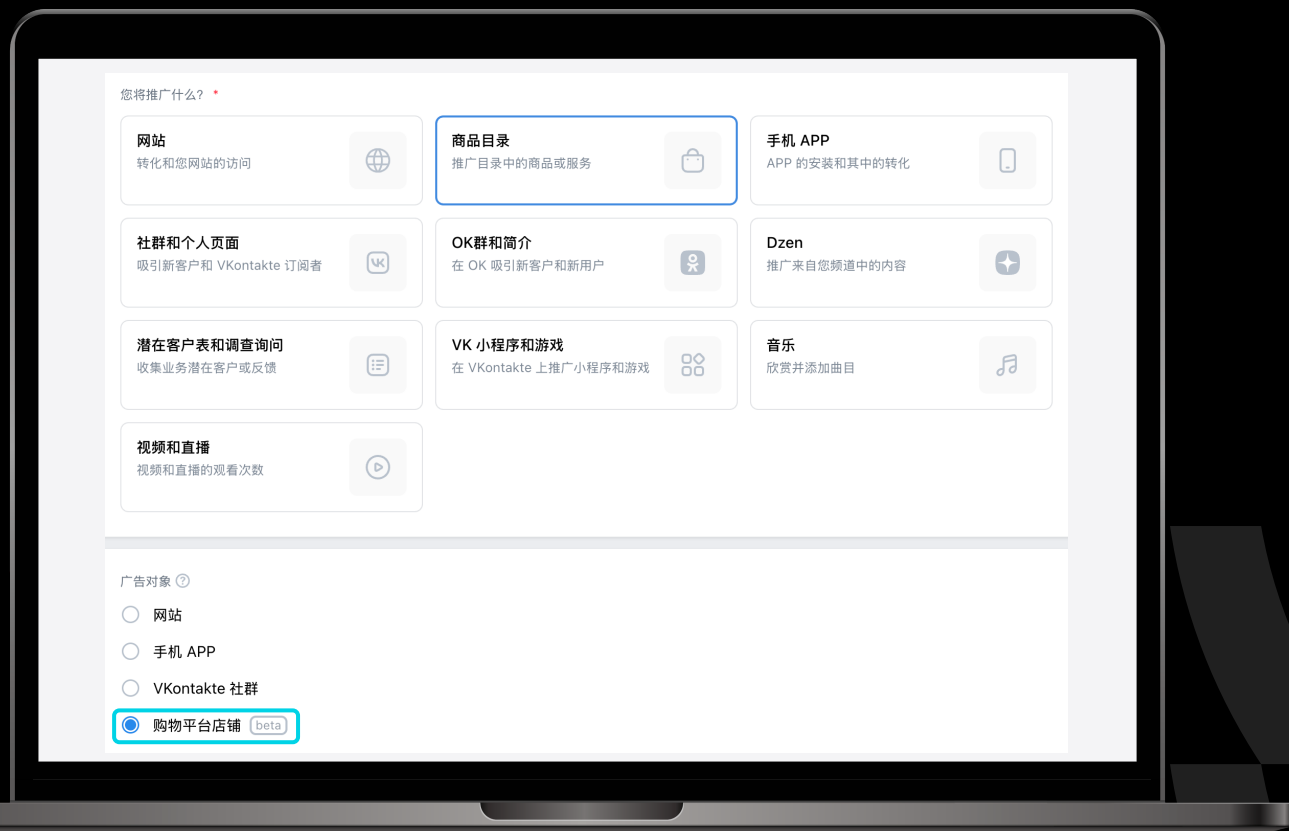
如何设置广告活动

- 1 转到“广告活动”部分
- 2 点击“创建活动”按钮
- 3 选择“产品目录”



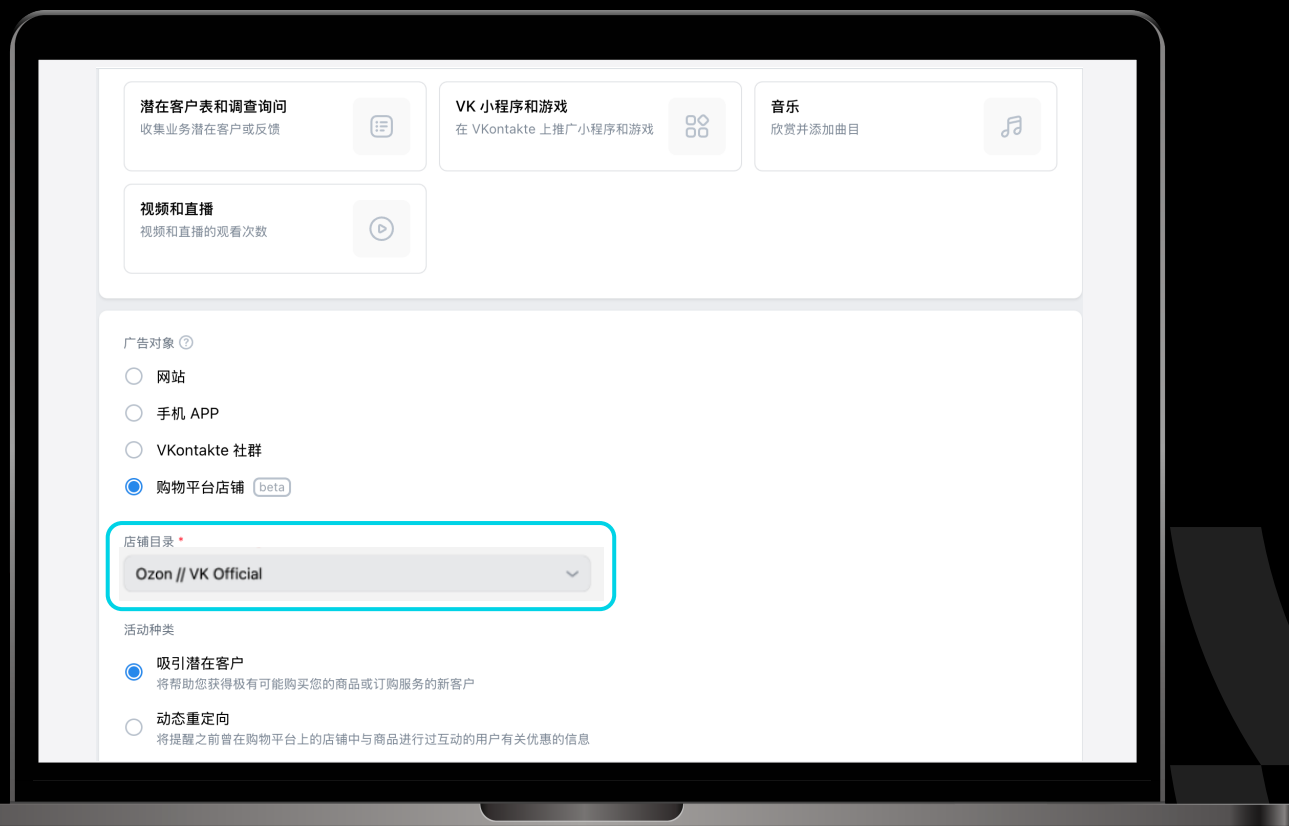
如何设置广告活动

- 1 转到“广告活动”部分
- 2 点击“创建活动”按钮
- 3 选择“产品目录”
- 4 选择“电商平台上的店铺”广告对象

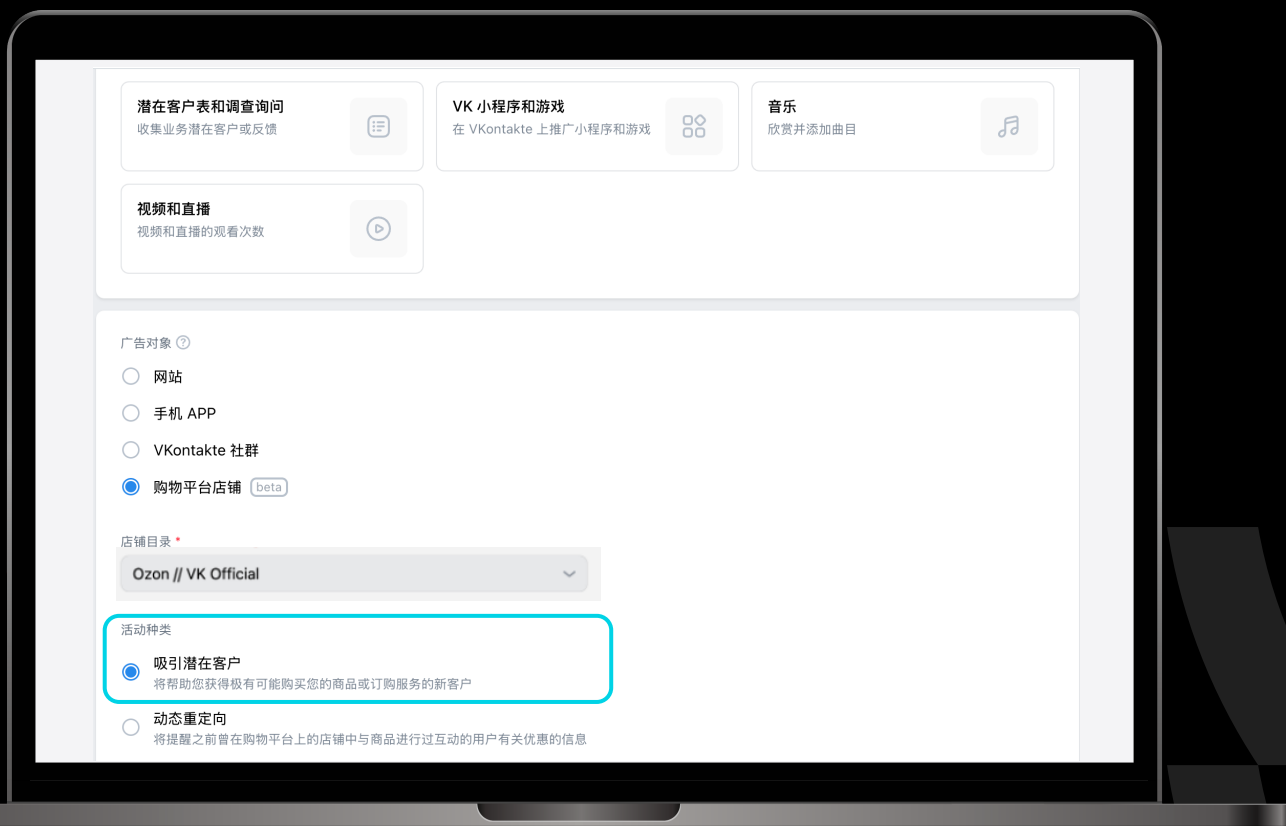


如何设置广告活动

- 1 转到“广告活动”部分
- 2 点击“创建活动”按钮
- 3 选择“产品目录”
- 4 选择“电商平台上的店铺”广告对象
- 5 选择之前添加的店铺



如何设置广告活动



- 1 转到“广告活动”部分
- 2 点击“创建活动”按钮
- 3 选择“产品目录”
- 4 选择“电商平台上的店铺”广告对象
- 5 选择之前添加的店铺
- 6 选择活动的目标 - 吸引潜在客户

如何设置广告活动

7

确定广告优化目标：展示量或点击量

目标操作 *

选择操作

流量

- 观看次数
- 广告点击次数

如何设置广告活动

7

确定广告优化目标：展示量或点击量

8

选择预算优化的类型



The screenshot shows a web interface for setting up an advertising campaign. It includes a toggle for 'Activity Budget Optimization', a dropdown for 'Bidding Strategy' set to 'Lowest Price', a budget input field set to '150 \$' with a unit dropdown set to 'Day', and a date range from '19.06.2025' to '30.06.2025'.

☒ 活动预算优化
算法将在所有广告分组中将活动预算分配给最高效的。 [了解更多](#)

投注策略 * (?)
最低价格

预算 * (?)
150 \$ 一天
不少于 2.5 \$

活动日期 (?)
19.06.2025 30.06.2025

如何设置广告活动

7

确定广告优化目标：展示量或点击量

8

选择预算优化的类型

9

选择出价策略：最高限价或最低价格



The screenshot shows a web interface for setting up an advertising campaign. At the top, there is a toggle switch for '活动预算优化' (Activity Budget Optimization), which is turned on. Below it, a text description states: '算法将在所有广告分组中将活动预算分配给最高效的。' (The algorithm will allocate the activity budget to the most efficient across all ad groups.) followed by a link '了解更多' (Learn more). Below this is a section for '投注策略 * ?' (Bidding Strategy * ?) with a dropdown menu currently set to '最低价格' (Lowest Price). Underneath, there is a '预算 * ?' (Budget * ?) section with a text input field containing '150 \$' and a dropdown menu set to '一天' (One day). A note '不少于 2.5 \$' (Not less than 2.5 \$) is displayed below the budget input. At the bottom, the '活动日期 ?' (Activity Date ?) section shows two date pickers: '19.06.2025' and '30.06.2025', each with a close button (X).

☒ 活动预算优化
算法将在所有广告分组中将活动预算分配给最高效的。 [了解更多](#)

投注策略 * ?
最低价格

预算 * ?
150 \$ 一天
不少于 2.5 \$

活动日期 ?
19.06.2025 30.06.2025

如何设置广告活动

7 确定广告优化目标：展示量或点击量

8 选择预算优化的类型

9 选择出价策略：最高限价或最低价格

10 设定预算：每日或全期



The screenshot shows a web interface for setting up an advertising campaign. It includes a toggle for 'Activity Budget Optimization', a dropdown for 'Bidding Strategy' set to 'Lowest Price', a highlighted 'Budget' section with a value of '150 \$' and a duration of 'One Day', and a date range from '19.06.2025' to '30.06.2025'.

☒ 活动预算优化
算法将在所有广告分组中将活动预算分配给最高效的。 [了解更多](#)

投注策略 * ?
最低价格

预算 * ?
150 \$ 一天
不少于 2.5 \$

活动日期 ?
19.06.2025 30.06.2025

如何设置广告活动

- 7 确定广告优化目标：展示量或点击量
- 8 选择预算优化的类型
- 9 选择出价策略：最高限价或最低价格
- 10 设定预算：每日或全期
- 11 选择广告活动的开始和结束日期



The screenshot shows a digital interface for configuring an advertising campaign. It includes a toggle for 'Activity Budget Optimization', a dropdown for 'Bidding Strategy' set to 'Lowest Price', a budget field set to '150 \$' with a 'Per Day' frequency, and a date range from '19.06.2025' to '30.06.2025'. A red box highlights the date selection area.

☒ 活动预算优化
算法将在所有广告分组中将活动预算分配给最高效的。 [了解更多](#)

投注策略 * ?
最低价格

预算 * ?
150 \$ 一天
不少于 2.5 \$

活动日期 ?
19.06.2025 30.06.2025

如何设置广告组以吸引潜在客户

1 选择所需商品分组



如何设置广告组以吸引潜在客户

URL 参数 ?

为分析外部流量，我们建议使用在您的 OZON 个人账号中创建的 UTM 标签。在“推广”页面，选择“模板或搜索推广”→“外部流量”，然后点击“创建链接”。[创建 UTM 标签的说明](#)

☐ 自动添加 UTM 标签

☒ 手动添加 UTM 标签

请指定您的标签参数。 [可用参数列表](#)

```
utm_source=vk&utm_medium=cpc&utm_campaign=vendor_org_1210313_{{advertiser_id}}_{{campaign_id}}_{{campaign_name}}_{{banner_id}}_{{geo}}_{{gender}}_{{age}}&utm_term={{impression_weekday}}_{{impression_hour}}_{{user_timezone}}_{{search_phrase}}
```

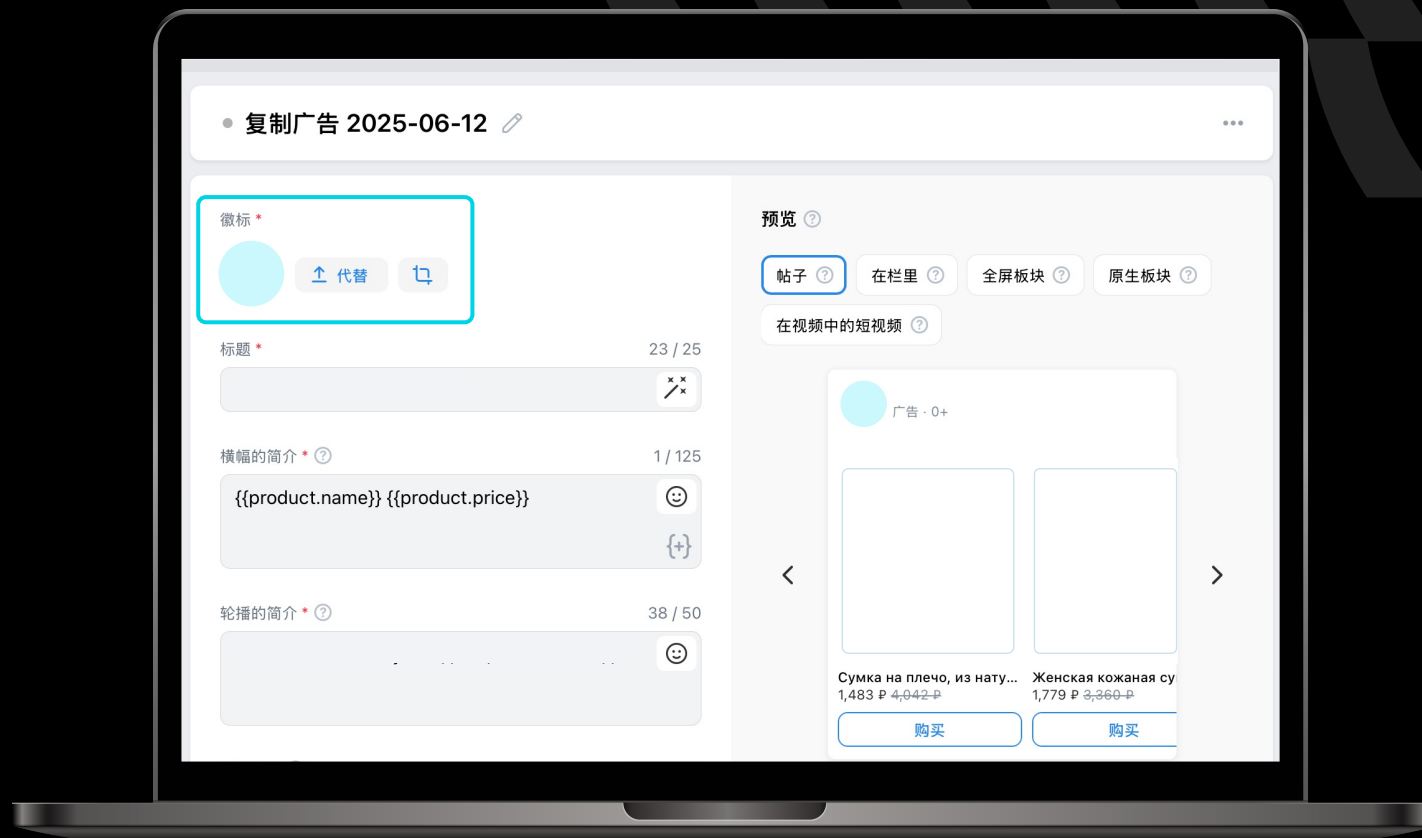
☐ 不添加 UTM 标签

- 1 选择所需商品分组
- 2 设置好定向和UTM 参数

创建广告

1

上转 Logo



创建广告

1

上转 Logo

2

填写标题、轮播描述和横幅广告文案

标题 * 23 / 25

横幅的简介 * 1 / 125

轮播的简介 * 38 / 50

详细描述 214 / 220

帖子 在栏里 全屏板块 原生板块

在视频中的短视频

广告 · 0+

苏玛 на плечо, из нату... 1,483 Р 4,042 Р

Женская кожаная су 1,779 Р 3,360 Р

购买 购买

广告的外观可能与预览中的示例略有不同

现场查看

创建广告

1

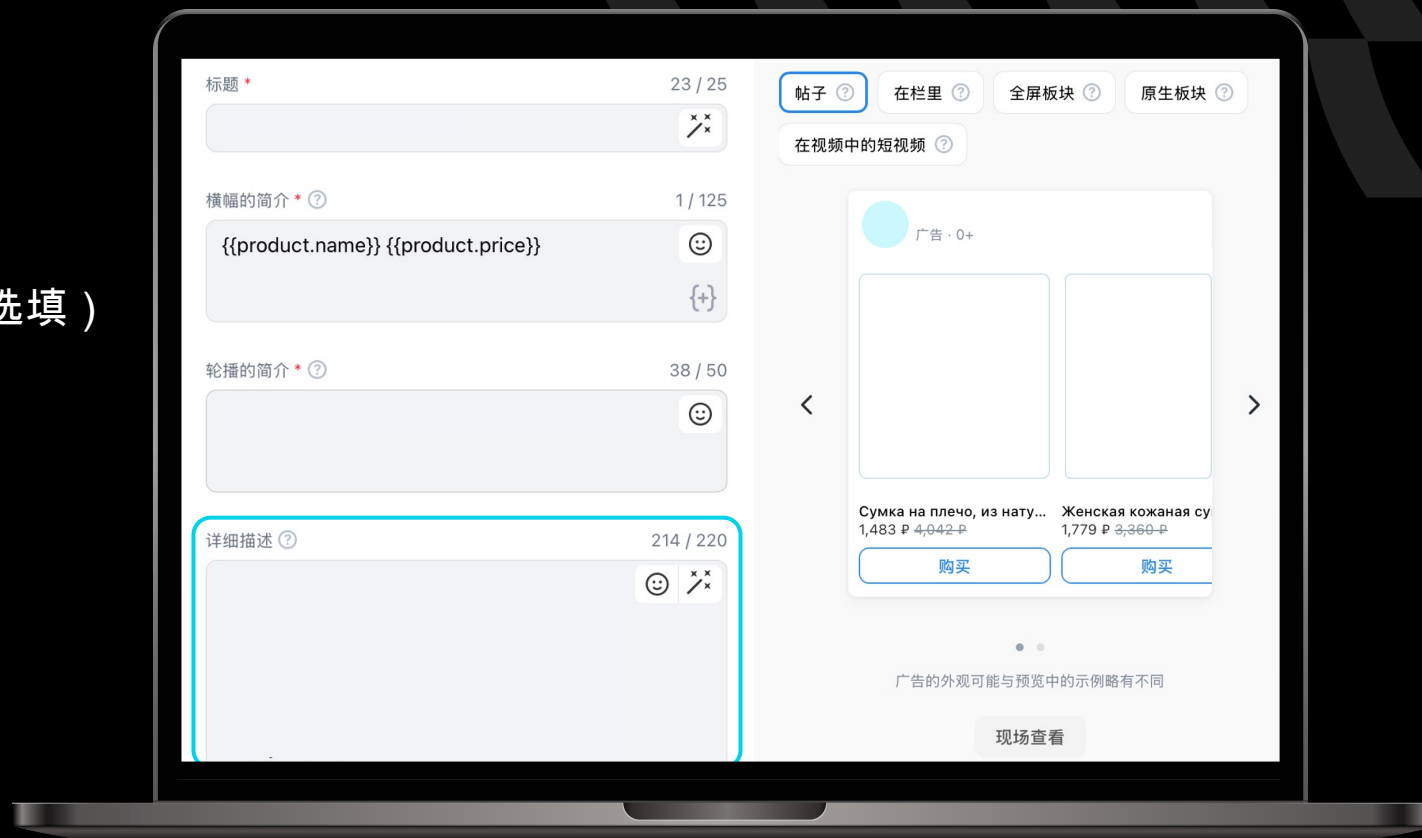
上传 Logo

2

填写标题、轮播描述和横幅广告文案

3

填写将显示在社交信息流中的长文案（选填）



创建广告

- 1 上传 Logo
- 2 填写标题、轮播描述和横幅广告文案
- 3 填写将显示在社交信息流中的长文案（选填）
- 4 填写店铺链接

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. On the left, the 'Store Link' (店铺链接) step is highlighted with a red box. The main form area includes fields for 'Store Link' (店铺链接), 'Button Label' (按钮上的标签) with a dropdown menu showing 'Purchase' (购买), 'Video' (视频), 'Card Title' (卡片标题) with a placeholder {{product.name}} and a character count of 0 / 40, and 'Card Description' (卡片简介) with radio buttons for 'New/Used Price' (新旧价格) and 'Text Description' (文字简介). On the right, the 'Post' (帖子) tab is selected, showing a preview of the ad. The preview includes a blue circle icon, a title '广告 · 0+', two product cards, and a 'Purchase' button. The product cards show 'Сумка на плечо, из нату...' with prices 1,483 P and 4,042 P, and 'Женская кожаная су...' with prices 1,779 P and 3,360 P. A note at the bottom states 'The appearance of the ad may differ from the example shown in the preview' (广告的外观可能与预览中的示例略有不同), and a 'View Live' (现场查看) button is present.

创建广告

- 1 上传 Logo
- 2 填写标题、轮播描述和横幅广告文案
- 3 填写将显示在社交信息流中的长文案（选填）
- 4 填写店铺链接
- 5 选择按钮文字



创建广告

- 1 上传 Logo
- 2 填写标题、轮播描述和横幅广告文案
- 3 填写将显示在社交信息流中的长文案（选填）
- 4 填写店铺链接
- 5 选择按钮文字
- 6 填写轮播卡片的标题字段

店铺链接 * ?

按钮上的标签 *

购买

视频

卡片标题 * 0 / 40

{{product.name}} {+}

卡片简介

☒ 新旧价格 ?

☐ 文字简介

帖子 ? 在栏里 ? 全屏板块 ? 原生板块 ?

在视频中的短视频 ?

广告 · 0+

Сумка на плечо, из нату... 1,483 Р 4,042 Р

Женская кожаная су... 1,779 Р 3,360 Р

购买 购买

广告的外观可能与预览中的示例略有不同

现场查看

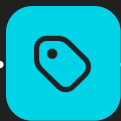


商品广告系列 投放建议

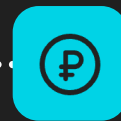
定制专属方案



设置个性化广告素材



投放促销与专属优惠活动



优化商品组合，
提升平均订单金额



销售相关配套商品



为不同客群精选对应商品

如何提升广告活动效果



按转化漏斗分层定位流失用户



根据漏斗事件（直至点击）
调整优化，并参考受众规模



设置高日限额进行再营销



使用模板（宏命令）



同时使用动态再营销
和新用户定向



测试不同出价策略
/受众分组/再营销窗口期

一个月内如何将订单处理成本降低两倍以上

目标

- 激励用户复购
- 订单成交成本 (CPO) $\leq 2,000$ 卢布
- CRR $< 20\%$

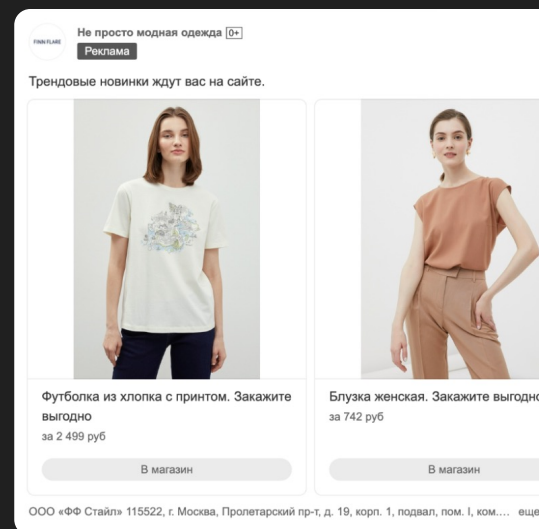
定向

- 🎯 核心转化目标- 商品详情页浏览
- 🎯 基础定向
 - 性别：男性 & 女性
 - 年龄：18-75岁
 - 地域：莫斯科市、圣彼得堡市、莫斯科州、列宁格勒州

- ⚙️ 动态再营销
针对曾访问过网站但未转化的用户进行追投

- 🎯 自定义受众

素材案例



结果

↑ 8倍
销售额提升

↓ 至2.2倍以下
CPO降低

↓ CRR 10,8%
目标是20%

如何通过视频广告将商品推广的CRR降低30%

目标

降低KPI（相对于同类广告活动）：

- 成本收入比 (CRR)
降低30%
- 千次展示成本 (CPM)
降低30%
- 单次点击成本 (CPC)
降低20%

定向

- 商品目录推广
(以获取新客户为目标)
- 最低成本策略，
每周增加 50% 的广告预算
- 广泛定向：
俄罗斯人
20-55岁
男/女用户
- Shoppable Ads形式：
15秒以内的短视频广告
包含商品卡片，
直接链接至网站

结果

↓ 30%
CRR降低

↓ 50%
CPM降低

↓ 35%
CPC降低

素材案例

