

Глоссарий

Здесь собраны термины из мира рекламы, которые используются в видеокурсах и статьях. Глоссарий поможет вам комфортно узнавать новое вместе с обучающей платформой VK для бизнеса expert.vk.com



Базовые термины

VK Реклама

Рекламная платформа, которая превращает пользователей проектов VK в ваших клиентов. VK Реклама позволяет охватить на всех рекламных площадках VK именно вашу целевую аудиторию и благодаря технологиям автоматизации сделать рекламную кампанию наиболее результативной

Конверсия

Отношение числа пользователей, выполнивших целевое действие, к общему числу пользователей. В интернет-маркетинге конверсия измеряется в процентах

Лид (англ. lead — вести)

Потенциальный клиент, который каким-либо образом выполнил целевое действие

Таргетинги

Настройки рекламной кампании, которые позволяют выбрать целевую аудиторию. Например, рекламная компания может быть настроена на женщин 25-40 лет, интересующихся товарами для животных в Саратове

Целевое действие

Действие пользователя, на выполнение которого направлена рекламная кампания. Примеры целевых действий для продвижения сообщества в VK Рекламе: «вступить в сообщество», «написать в сообщество» и так далее

API (Application Programming Interface, или программный интерфейс приложения)

Набор правил, по которым программы взаимодействуют между собой. Технология (как «мостик») позволяет сервисам подключать функциональность, используя запросы

KPI (Key Performance Indicators, или ключевые показатели деятельности)

Показатель эффективности ключевых метрик бизнеса, с помощью которых бизнес оценивает достижение результатов и эффективность процесса

ROMI (Return On Marketing Investment, или возврат маркетинговых инвестиций)

Возврат маркетинговых инвестиций, который рассчитывается как: $(\text{доход} - \text{расхода на рекламу}) / \text{общие расходы на рекламу} \times 100\%$

UTM-метки

Специальные теги, которые прописывают в ссылке на интернет-ресурс. Они передают подробную информацию о канале трафика и позволяют системам аналитики различить пользователей, пришедших по ссылкам из разных источников

Бюджет рекламной кампании

Лимит денежных средств, который можно потратить на рекламную кампанию за всё время проведения, один день работы или другой период

Воронка продаж

Путь клиента от предложения до покупки. По воронке можно оценить эффективность работы каждого канала привлечения и увидеть проблемные места. На любом этапе воронки можно увеличить конверсию в покупку

Группа объявлений

Несколько объявлений, для которых вы выбираете параметры аудитории, бюджет, график показа и места размещения рекламы: как, когда, кому и где показывать рекламу. В кампании может быть одна или несколько групп объявлений

Дашборд

Интерактивная аналитическая панель, на которой отображаются ключевые метрики (важные показатели для бизнеса)

Динамический ретаргетинг

Привлечение пользователей с помощью персонализированных объявлений, показывающих именно те товары, которые пользователь смотрел или положил в корзину, либо покупал ранее

Диплинк (Deeplink)

Специальная ссылка, которая ведёт на конкретное место (раздел, товар, чат и т. д.)

ДРР (доля рекламных расходов)

Метрика для оценки эффективности продвижения. Вычисляется как отношение расходов на рекламу к доходам, умноженное на 100%

Классифайд (или доска объявлений)

Площадка, на которой частные лица и владельцы бизнеса размещают свои объявления о продаже товаров или услуг

**Кнопка действия
в объявлении**

Удобный инструмент для быстрого взаимодействия с аудиторией. Например, с помощью кнопки можно записаться на услугу, заказать столик, решить вопрос с чат-ботом, оставить отзыв и многое другое

Контент

Информация, которой бизнес наполняет свои каналы коммуникации, например, сайты или соцсети. Контентом может быть текст, аудио, видео, графика, анимация, изображения и так далее

Креатив

Объявление, которое показывается пользователям в приложении, на сайте или другом ресурсе. Существуют графические, видео-, аудиокреативы и другие

Лид-формы

Инструмент для сбора контактных данных пользователей, заинтересованных в товаре или услуге

Макрос

Небольшая программа, которая позволяет не повторять одно и то же действие много раз — за вас это сделает программа. Например, чтобы добавить к каждому рекламируемому товару цену, не нужно писать её вручную 1000 раз — достаточно использовать макрос, чтобы цена подтянулась везде

Метрики

Количественные показатели вашей рекламы или продукта. Метриками может быть количество кликов, уникальных пользователей, процент отказов в корзине и так далее

Показы	Сколько раз объявление появилось на выбранных рекламных площадках
Клики	Количество кликов по рекламному объявлению
Охват	Количество уникальных пользователей, которые увидели ваши объявления от даты старта кампании до конца выбранного вами периода
eCPM	Стоимость за тысячу показов объявления
CTR	Показатель кликабельности объявления. Рассчитывается как количество кликов по объявлению / количество его показов x 100%
eCPC	Цена за клик и переход пользователя на сайт из рекламы
Цена за результат	Это стоимость одного целевого действия, которое вы установили для рекламы
Результат	Количество полученных целевых действий. Например, если при запуске кампании выбрано целевое действие «Добавление в корзину», то в графе «Результат» можно увидеть количество добавлений в корзину, которые передал пиксель и мобильный трекер
Потрачено (расход)	Общая сумма затрат на рекламу за выбранный период

Модерация рекламных объявлений

Проверка объявлений на соответствие требованиям рекламной системы и нормам законодательства. Цель модерации — исключить из показа нелегальные темы, мошеннические площадки, а также повысить качество и релевантность рекламы

Объект рекламы

То, что вы хотите продвигать: сайт, сообщество, мобильное приложение, товары из каталога. Правильный выбор объекта поможет системе показывать ваше объявление так, чтобы вы получили лучший результат

Парсинг

Автоматизированный сбор и систематизация данных, который позволяет ускорить рутинную работу. Его проводят с помощью программ, которые называются парсерами. Парсить можно что угодно: аккаунты в соцсетях, состоящие в группах нужной тематики, битые ссылки, цены конкурентов и многое другое

Пиксель

Специальный фрагмент JS-кода, который размещается на сайте. Он может отслеживать действия пользователей и моментально передавать эту информацию на рекламную платформу. Таким образом вы будете показывать рекламу наиболее заинтересованной аудитории

Рекламная кампания

Одна или несколько групп объявлений с общей целью, например привлечение лидов или увеличение числа установок приложения. На уровне кампании вы выбираете, что будете продвигать: сайт, сообщество, приложение и так далее

Рекламное объявление

Это компактное, но информативное описание продукта, услуги, или товара. Обычно объявление состоит из текста и медиаконтента (изображения, видео, кнопку призыва к действию и т. д.)

Сегментация целевой аудитории

Разделение клиентов на группы по: возрасту, местонахождению, уровню дохода, поведению и другие критериям. Так вы сможете показывать рекламу наиболее подходящей аудитории

Сниппет (от англ. snippet — отрывок, фрагмент)

Информационный блок, который выводится как описание рядом со ссылкой в поисковой выдаче или при добавлении ссылки в пост в соцсети

Ставка (в рекламном аукционе)

Стоимость, которую рекламодатель готов платить за тысячу показов объявления.

Стратегия ставок кампании в VK Рекламе

Инструмент, который позволяет контролировать стоимость результатов рекламной кампании

С **Стратегия ставок кампании в VK Рекламе****Предельная цена**

Стратегия, при которой алгоритм ставит целью достичь наилучших результатов, не превышая указанную максимальную стоимость конверсии

Минимальная цена

Стратегия, при которой вы указываете свой бюджет, и система стремится обеспечить наилучшие результаты с учётом выбранного бюджета

Трекер

Инструмент аналитики мобильного приложения с возможностью отслеживания источника установок. Благодаря ему можно узнать, откуда приходят пользователи и что они делают внутри приложения

Трекинговая ссылка

Ссылка, которая перенаправит на целевую страницу приложения или сайта. По ней можно определить пользователей, которые пришли после клика или просмотра

Фид

Файл (CSV, XML или другого формата), который содержит подробное описание товаров и помогает автоматизировать работу с ними. Без него продавцу придётся создавать и редактировать десятки или сотни объявлений вручную

Целевая аудитория

Группа потенциальных или уже существующих покупателей, которой интересен ваш продукт. Целевой аудиторией являются конкретные группы людей, которые имеют похожие характеристики

Центр коммерции

Универсальный инструмент для продвижения онлайн-торговли. Сюда можно загрузить каталог ваших товаров и услуг, систематизировать их (создавать группы товаров), отслеживать статистику по товарам