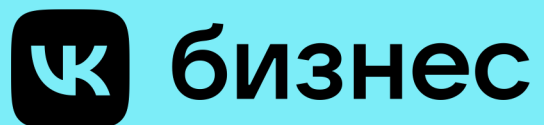


Ретаргетинг

Способы и фишки эффективного метода
возврата и привлечения клиентов



Несколько организационных моментов:

- 1 **Запись эфира будет:** мы пришлем ее в рассылке после эфира
- 2 **Презентация тоже будет доступна:** мы пришлем ее в рассылке после эфира
- 3 **Свои вопросы пишите в чат трансляции:** команда все их собирает и в конце мы оставим время на ответы
- 4 **Всем, кто будет смотреть эфиры онлайн и по итогам пройдет тестирование будет доступен промо-код на VK Рекламу**

Начнём с базы

Метод работы с клиентами без границ

Оптимизируйте и улучшайте
ДРР, CPA, CR

- отлично подходит для всех видов бизнеса и доменных зон
- зачастую экономнее, чем прямые кампании без сегментации и персонализации рекламы

Вариативность применения

Все можно подогнать под ретаргетинг

- Брошенная корзина
- Режим «ревности» и возврата клиентов, которые смотрели инфу у конкурентов
- Способ напомнить о себе и пр.

Работы с сегментами пользователей

Знайте больше о пользователях и их привычках

- Собирайте данные и сегментируйте пользователей
- Улучшайте эффективность рекламы и получайте рабочие связки на долгосрок

Гибкость настраиваемых событий

Настраивайте любые события и выжимайте максимум

- Делайте при помощи встроенного конструктора Пикселя VK Рекламы
- Настраивайте вручную любые события

Вы экономите бюджет и увеличиваете качественные показатели



При помощи сегментации получаете кучу инсайтов, которые можете применить в маркетинге в целом



Короче говоря...

В ретаргетинге есть уровни

01

база

02

продвинутый

03

непредсказуемый и креативный

И еще ретаргетинг можно поделить на брендформанс
и перформанс по метрикам



Делаем базу



Результаты от базы



Ура, у вас запустился
ретаргетинг, вы
тратите меньше денег

01



Более
персонализировано
настроена реклама

02



Получаете **инсайты**
по продукту и бренду
в целом

03

Показываем,
что мы про



Результаты от подхода



Есть сегменты
пользователей и можно
автоматизировать
ретаргетинг

01



Более понятная
статистика и упрощение
поиска «золотой жилы»
по доходу и прочим
метрикам

02



Пассивное формирование
базы для эффекта
неожиданности
и формирования
«адвокатов бренда»

03

Непредсказуемые и креативные



Результаты от подхода



Практически построенная
программа лояльности
пользователей

01



Такой способ точно
запомнится из-за своей
нестандартности
и «что это было»
моментов

02



Переплетаются
различные направления
маркетинга

03



Вопросы