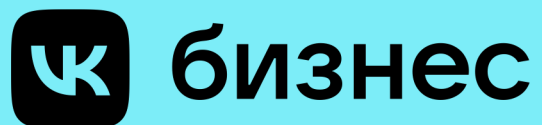


Продвижение в VK Рекламе: разбираем типичные ошибки

Эксперт: Александр Кузнецов

27.11 18.00



Это **первый вебинар**
марафона «Основы
работы с VK Рекламой»



Александр Кузнецов

- Действующий таргетолог, маркетолог
- Эксперт по трафику в VK Реклама
- Опыт работы в сфере с 2017 года

*Вам не нужно
видеть всю
лестницу —
просто шагните
на первую
ступеньку.*

Мартин Лютер Кинг



Максимальна польза для вас от экспертов на марафоне «Основы работы с VK Рекламой»

01

Вас ждут 6 прямых эфиров

о VK Рекламе, где разберем, как **основы работы с кабинетом**, так и **лайфхаки** его использования.

02

Возможность задать вопросы

экспертам в чате трансляций и обсудить темы марафона в закрытом чате.

03

Вы будете получать подборку

полезных материалов перед каждым вебинаром, чтобы лучше разобраться в теме.



В конце марафона вас ждет итоговый тест

Вы можете получить сертификат участника, если успешно сдадите тест с 1ой попытки.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ БОНУС ОТ КОМАНДЫ VK РЕКЛАМА

У вас есть возможность получить купон номиналом до 10 тысяч ₽ (без НДС) на удвоение бюджета в VK Рекламе! Экспертное жюри выберет их среди участников марафона, которые:



Присоединятся ко
всем прямым
эфирам

Будут активно задавать
вопросы в чате во время
трансляций

Пройдут итоговый тест
с первой попытки

Для этого нужно ответить правильно минимум на 80% вопросов. Доступ к тесту откроем 4 декабря, итоги марафона подведем 8 декабря. Будьте внимательны!

Немного теории для новичков



Что такое

таргетированная реклама, в чем ее особенности?



Как реализовано

продвижение в VK Рекламе?

От теории к практическим вещам



На этом вебинаре мы поговорим
о типичных ошибках:

- При планировании стратегии продвижения
- В прогнозировании бюджета и тестировании гипотез
- В настройке таргетингов
- В создании креативов и прохождении модерации
- В аналитике кампаний

Начинаем

Разделим наш вебинар, условно, на 3 части:

1

Подготовительный
этап

2

Создание и настройка
рекламной кампании

3

Оптимизация
и аналитика

Подготовительный этап

В начале работы с проектом всегда очень важны:



правильная постановка целей
и задач проекта



воронка проекта
(хотя бы минимальная)



анализ ЦА и конкурентов



Подготовительный этап

В начале работы с проектом всегда очень важны:



подготовка площадки к приему трафика:
сайт, сообщество и т.д.



подготовка инструментов аналитики:
пиксель, UTM-метки, Я.Метрика



Подготовительный этап

В начале работы с проектом всегда очень важны:



правильная оценка дневного бюджета



экономика проекта





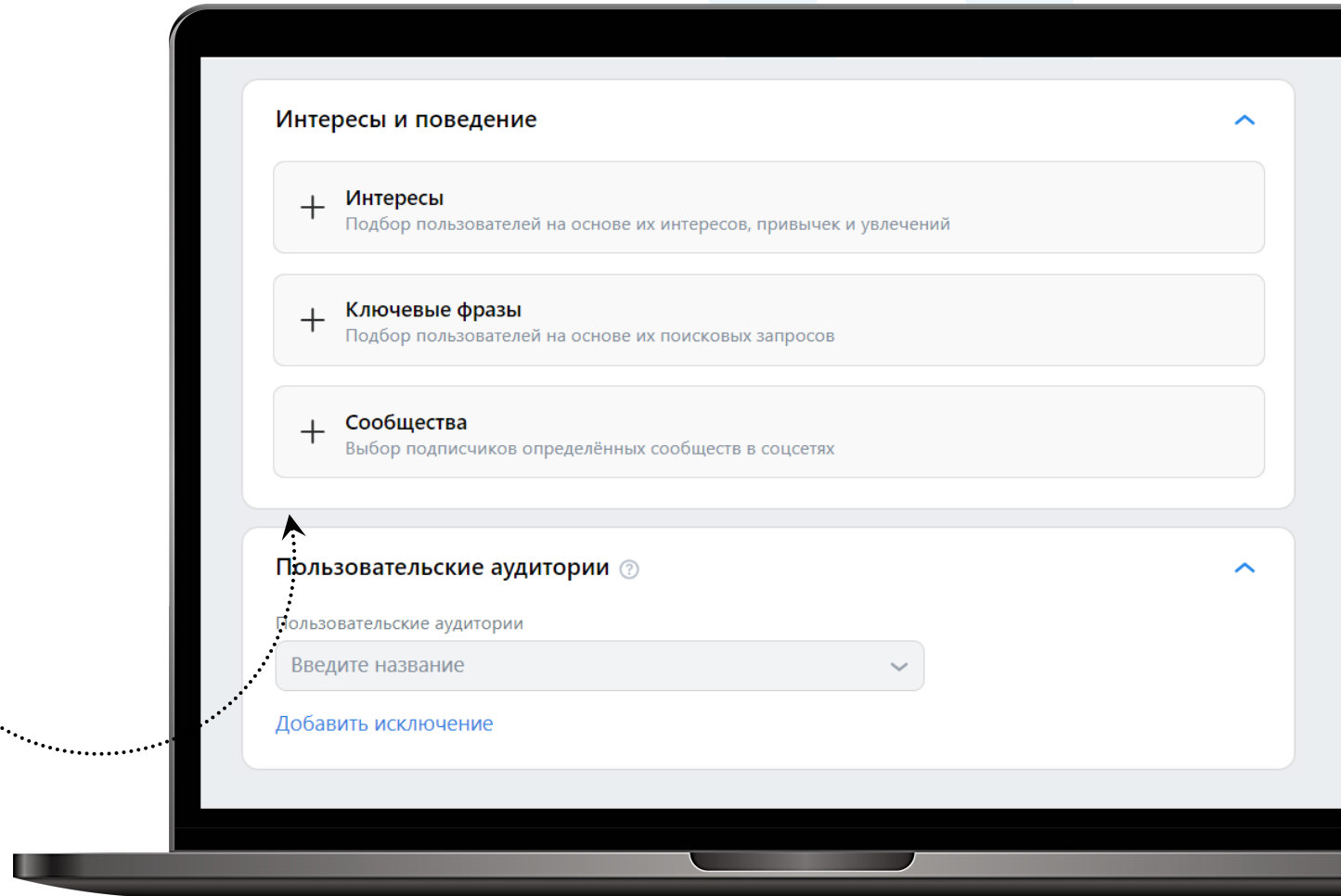
Подготовительный
этап

Создание и настройка рекламной кампании

Создание и настройка рекламной кампании



Обязательна работа
с разными таргетингами



Создание и настройка рекламной кампании



ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ:



Не нужно создавать очень много групп объявлений в одной кампании!



Или же в одной группе использовать разные сегменты аудиторий!

Создание и настройка рекламной кампании



ЧАСТАЯ ошибка — пренебрежение пользовательскими аудиториями!

Кампании						
Группы						
Объявления						
Создать Действия						
☐	Название кампании	Статус	Клики	eCPC, Р	Показы	CTR, %
☐	29.09 Конверсия на сайт (аудитория с сайта)	● Действующая	1 233	4.60	163 792	0.75
☐	12.09 Трафик на сайт (сообщество)	● Объявление ... Остановлена	82	34.62	12 936	0.63
☐	12.09 Трафик на сайт (база клиента)	● Объявление ... Остановлена	180	10.00	10 803	1.67
☐	12.09 Трафик на сайт (ключи)	● Объявление ... Остановлена	467	8.09	35 516	1.31
Итого: 4 кампании			1 962	7.18	223 047	0.88

Пример того, как разные типы пользовательских аудиторий позволяют протестировать разные гипотезы.

Создание и настройка рекламной кампании



ЧАСТАЯ ошибка — бездумно
выключать/включать места размещения.

Кампании							
Группы							
Объявления							
Создать Действия ↕ ↺ ⚙️ ⬇️							
☐	Название кампании ⓘ 1	Статус	Результат ⓘ	Цена за результат, ₽ ⓘ	Потрачено, ₽	Клики	eCPC, ₽
☐	☒ 24.07 Лид.ген - (Все площадки)	● Действующая	10	489.27	4 892.70	795	6.15
☐	☒ 24.07 Лид.ген - (Только VK)	● Действующая	4	1 218.05	4 872.18	626	7.78

Наглядный пример того, как ограничение площадок влияет на эффективность кампании.

Создание и настройка рекламной кампании

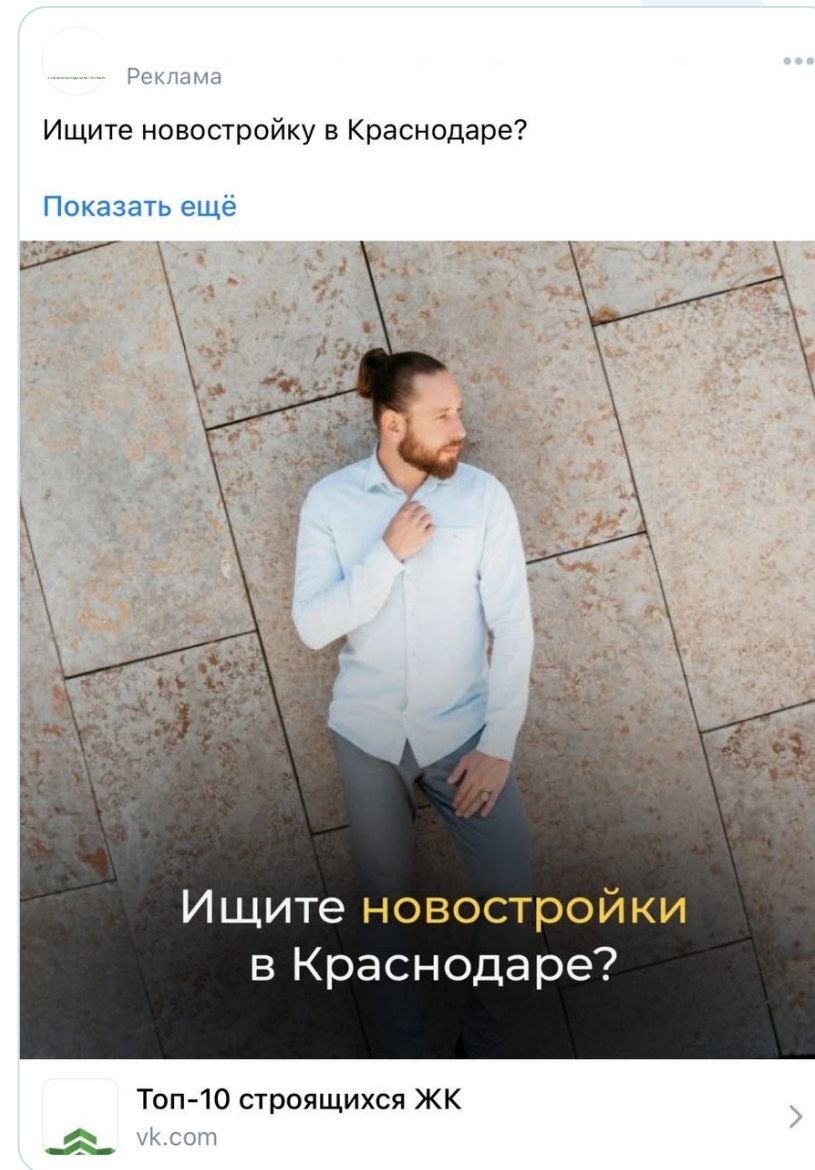
➤ Переходим к объявлениям



ЧАСТЫЕ ошибки:

- нет четкого позиционирования
- нет конкретики
- нет офферов и УТП
- нет призыва к действию

⊗ ТАК ДЕЛАТЬ НЕ НАДО



Создание и настройка рекламной кампании



ЧАСТЫЕ ошибки:

Плохая работа с текстом объявления:

- заголовок
- короткое описание
- длинное описание
- надпись на кнопке

На каждый сегмент – надо делать свой креатив. Особенно это важно во время тестов.

Создание и настройка рекламной кампании



Добавлять объявления по одной картинке или ролику – неверный подход.

В старом кабинете был только 1 формат для рекламного макета в 1 рекламном объявлении.

ART.GROUP | Строительство | Дизайн | Ремонт
Реклама

Строим дома в г. Ростов-на-Дону и Ростовской области. Постройте свой дом по программе ипотеки под 3% с платежом 26 тыс. руб./мес.
Мы строим дома "Под ключ" за 3 месяца, с нами надежно и комфортно!

Хотите получить сертификат номиналом 100 тысяч рублей на строительство дома?
Оставьте заявку на беседу с нашим консультантом по строительству до конца месяца. Узнаете нужную вам информацию, рассчитаем с вами стоимость строительства и закрепим за вами сертификат! Нажмите на кнопку "Подробнее"

Ссылка



Узнать подробнее о программе выгодного строительства дома
mrqz.me

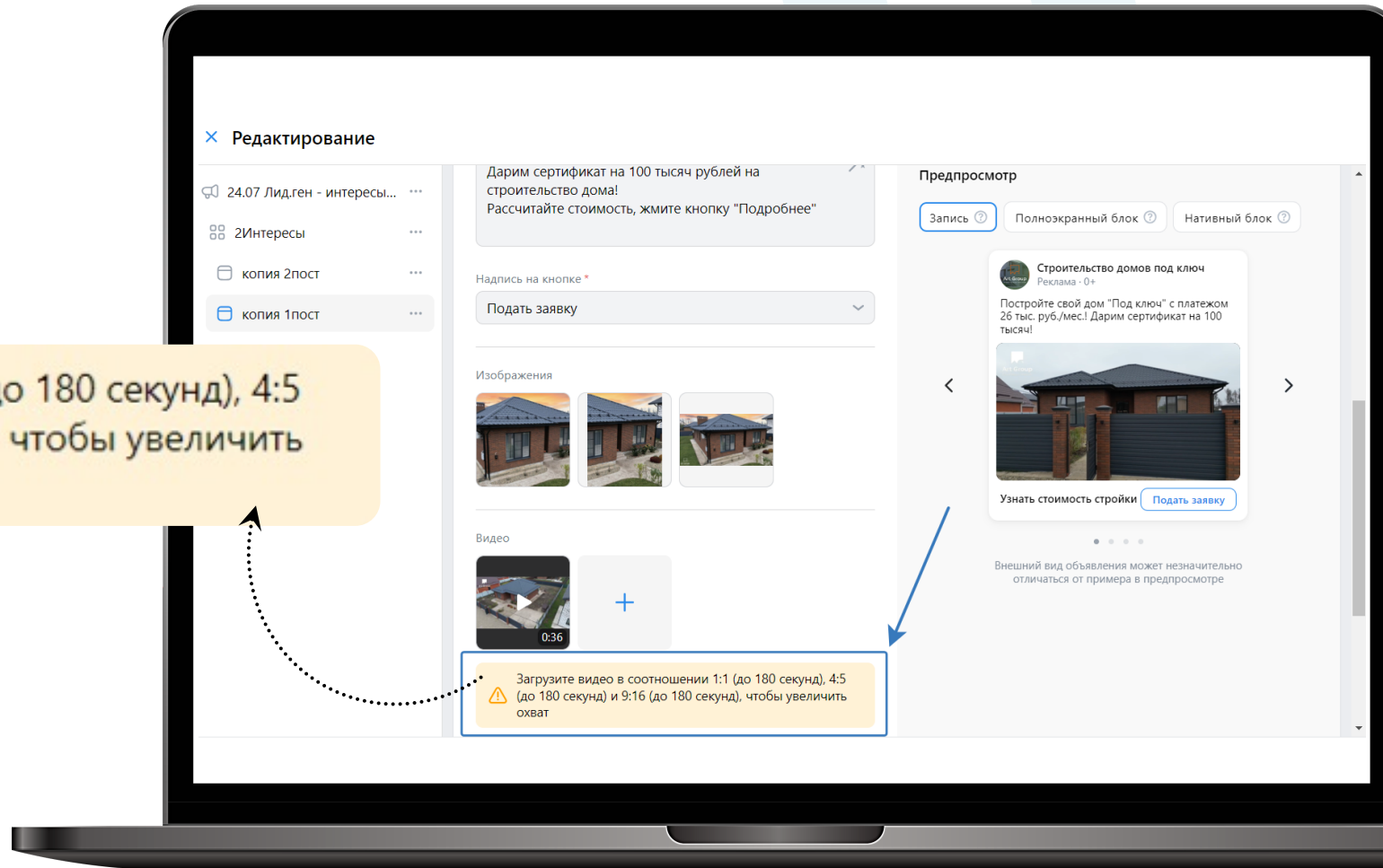
Подробнее

Создание и настройка рекламной кампании

В новом кабинете есть возможность в 1 рекламное объявление добавлять разные форматы контента.

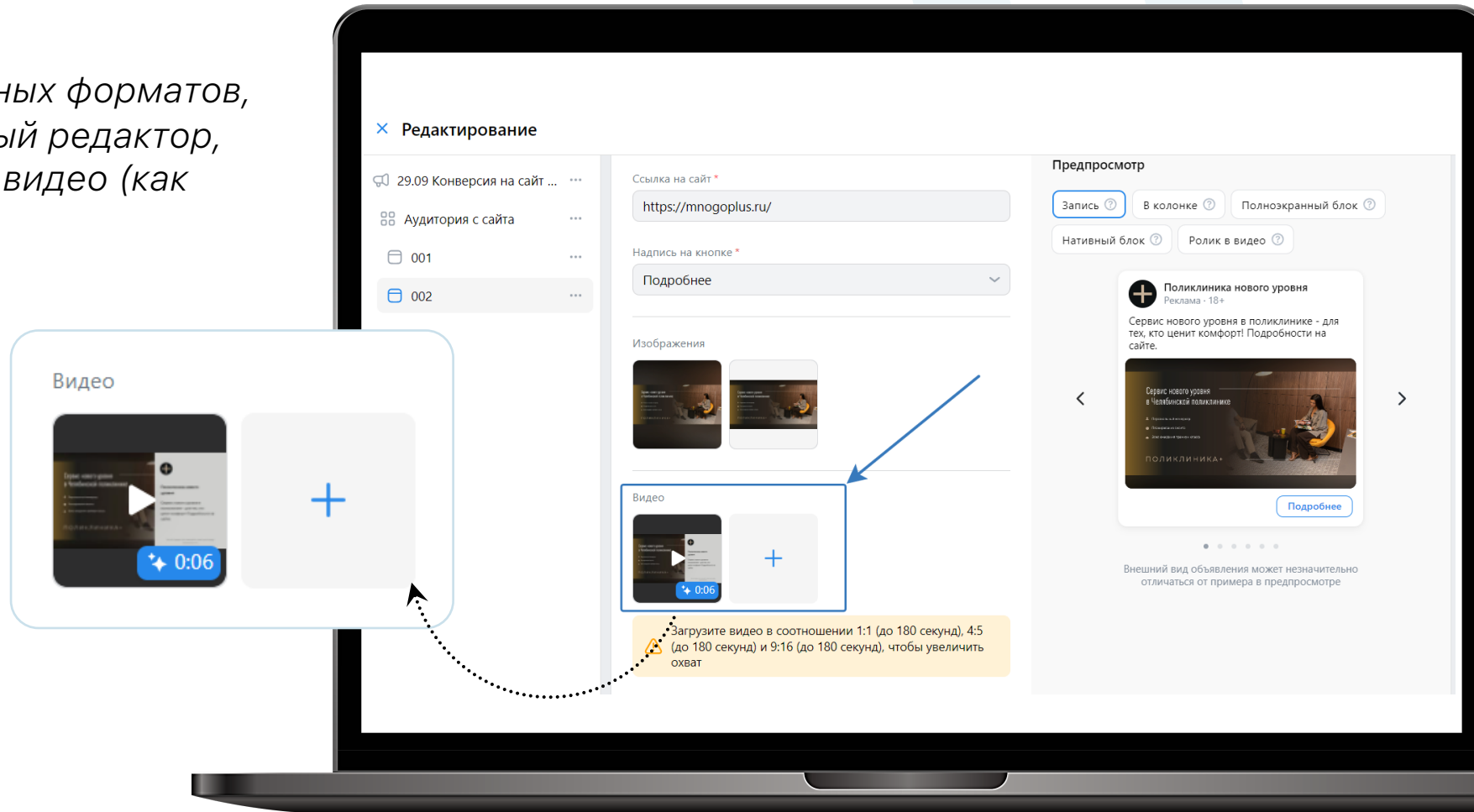


Загрузите видео в соотношении 1:1 (до 180 секунд), 4:5 (до 180 секунд) и 9:16 (до 180 секунд), чтобы увеличить охват



Создание и настройка рекламной кампании

Также, если нет под рукой разных форматов, на помощь приходит встроенный редактор, позволяющий из фото сделать видео (как пример).



Создание и настройка рекламной кампании



Соблюдать экологичность дизайна
и правила модерации VK

ВАЖНО!





Оптимизация
и аналитика кампании

Создание и настройка рекламной кампании

Оптимизация и аналитика кампании



ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ:



Резко увеличивать дневной бюджет на кампанию «для масштабирования»

Повышаем аккуратно на 10%-15%.



Добавлять картинки и ролики, менять текст или таргетинги в активной кампании.

Дублируем кампанию и вносим корректировки



Не анализировать кампании. Не нужно смотреть только на CTR или CPC

анализируем эффективность (стоимость) целевого действия



Не оптимизировать кампании.

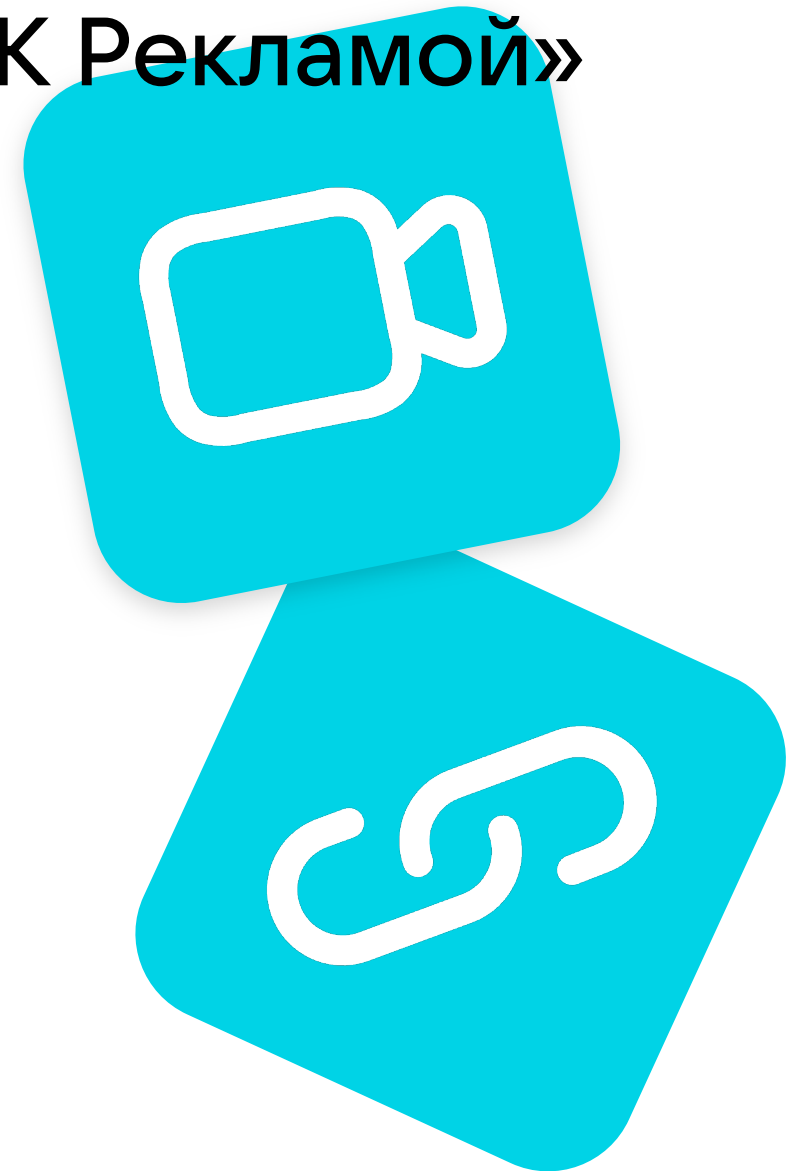
Марафон «Основы работы с VK Рекламой»



Вступайте в **закрытое сообщество** марафона.

Там вы найдете **записи всех трансляций**,
ссылки на дополнительные материалы
по теме.

Все материалы останутся с вами даже после
окончания марафона. **Ссылка на вступление**
в сообщество вы найдете в **личных сообщениях**
вашего VK ID



Марафон «Основы работы с VK Рекламой»

Общайтесь, знакомьтесь
и обменивайтесь
мыслями в **закрытом чате**
в сообществе.



Завтра, 28 ноября в 18.00

Алексей Ковтуненко,
эксперт VK, расскажет
тему «Объекты продвижения
в VK Рекламе»

Подробно разберете, как работать с различными объектами продвижения в VK Рекламе, узнаете в чем их особенности, а также познакомитесь с лайфхаками по настройке кампаний для разных объектов продвижения.

Ждем вас **завтра в это же время!** Спасибо, что были с нами сегодня!