



Таргетированная
реклама ВКонтакте

Таргетированная реклама Вконтакте



Отличие от контекстной рекламы

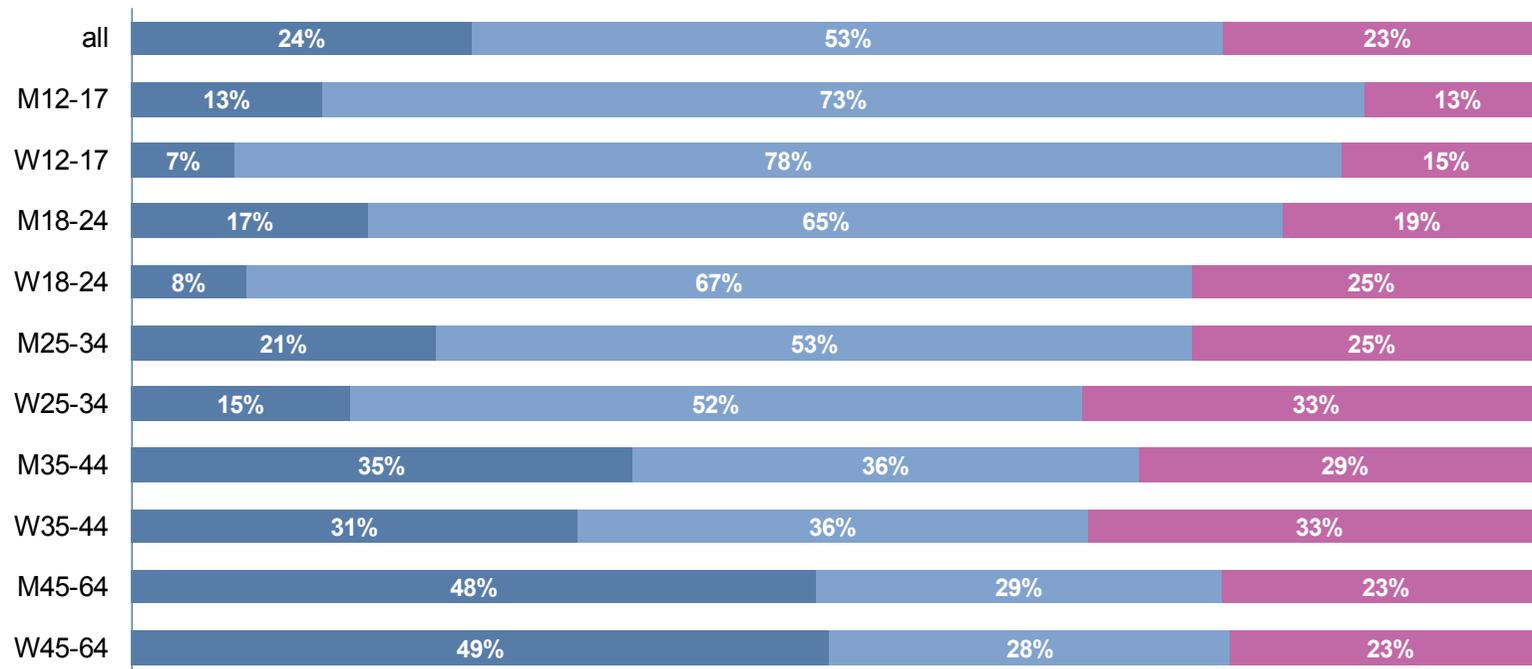
Объявления ВКонтакте показываются заранее определённым группам пользователей, а не в соответствии с содержанием страницы



Отличие от ТВ рекламы

Вы покупаете не всю аудиторию, а только целевую. Среди критериев таргетинга — география и демография, образование, должности, интересы

Кросс-девайсное использование



Только десктоп

Десктоп и мобайл

Только мобайл



Источник: TNS Mobile Index, ноябрь 2016, Россия (города 700K+, 12-64)

Настройки таргетинга

Более 20 видов таргетинга — от географии до поведения пользователей



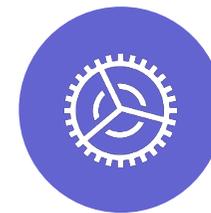
География



Демография



Интересы



Ретаргетинг



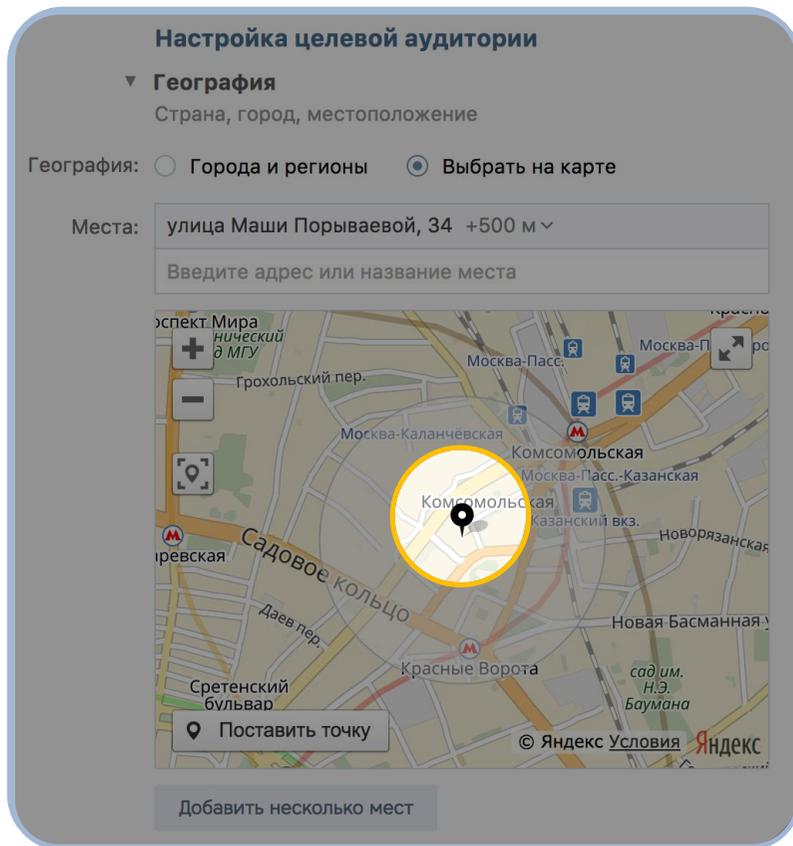
Сообщества



Путешествия



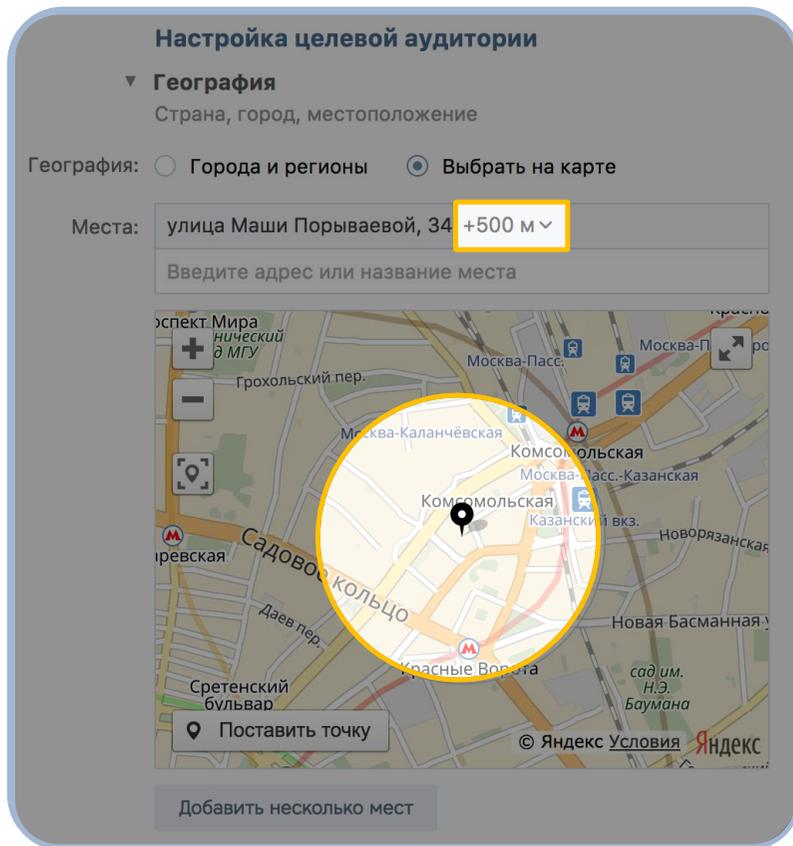
Устройства



Гиперлокальный таргетинг

Показ рекламы в заданном радиусе вокруг определенного местоположения:

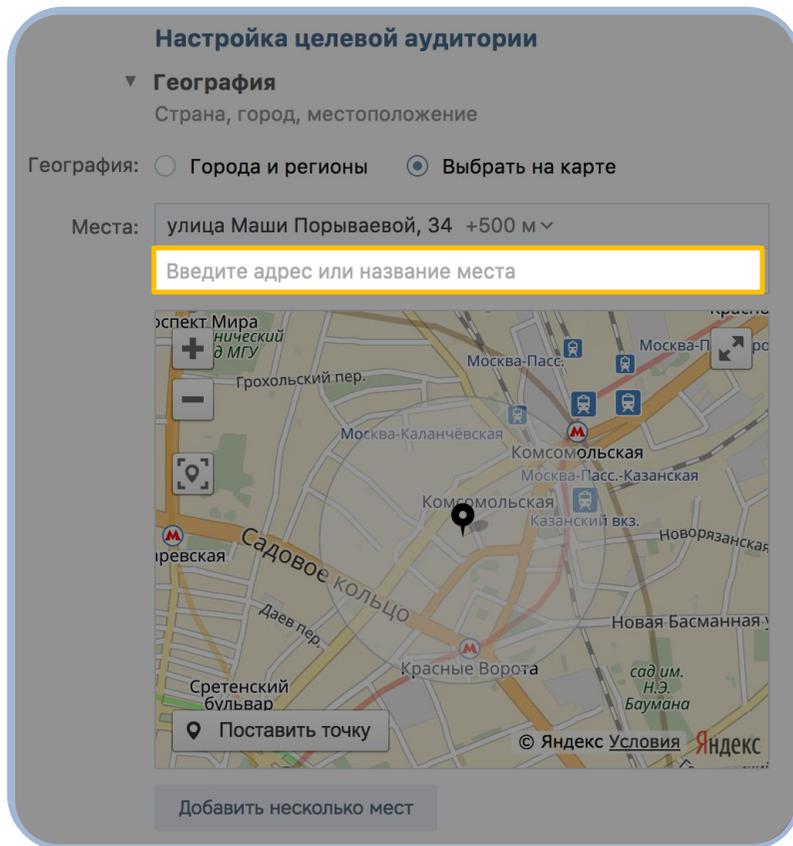
- выберите точку на карте, вокруг которой выстраивается радиус действия
- радиус вокруг точки можно задать от 500 метров до 40 километров
- можно задать до 100 точек для одного объявления (загрузите список в виде CSV или TXT файла)
- показывайте рекламу тем, кто живет, учится/работает, часто бывает или находится в данный момент в выбранных точках



Гиперлокальный таргетинг

Показ рекламы в заданном радиусе вокруг определенного местоположения:

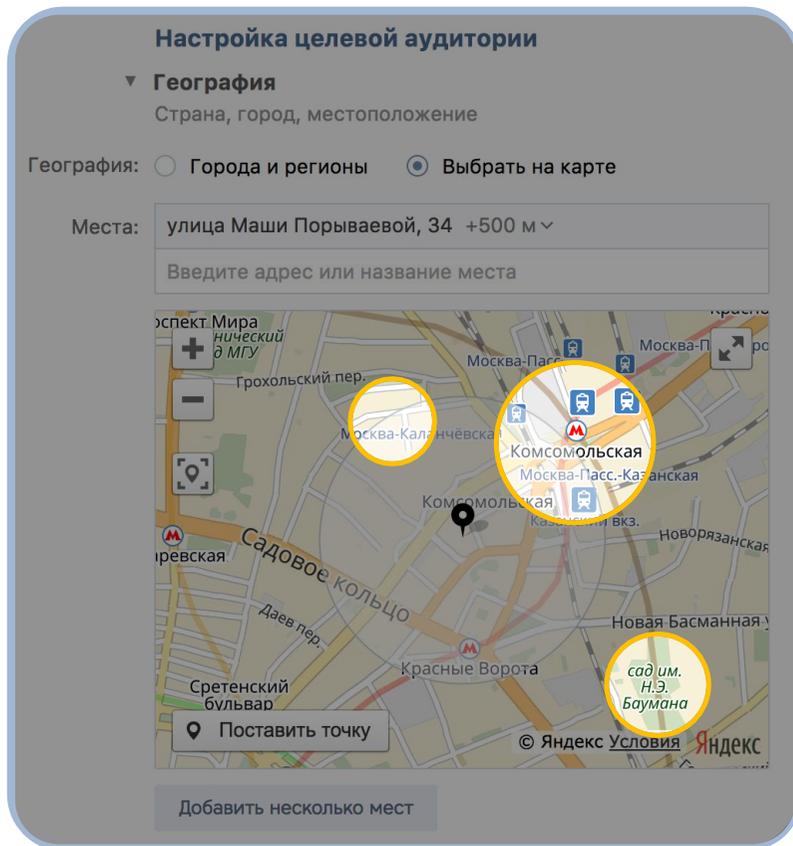
- выберите точку на карте, вокруг которой выстраивается радиус действия
- радиус вокруг точки можно задать от 500 метров до 40 километров
- можно задать до 100 точек для одного объявления (загрузите список в виде CSV или TXT файла)
- показывайте рекламу тем, кто живет, учится/работает, часто бывает или находится в данный момент в выбранных точках



Гиперлокальный таргетинг

Показ рекламы в заданном радиусе вокруг определенного местоположения:

- выберите точку на карте, вокруг которой выстраивается радиус действия
- радиус вокруг точки можно задать от 500 метров до 40 километров
- можно задать до 100 точек для одного объявления (загрузите список в виде CSV или TXT файла)
- показывайте рекламу тем, кто живет, учится/работает, часто бывает или находится в данный момент в выбранных точках



Гиперлокальный таргетинг

Показ рекламы в заданном радиусе вокруг определенного местоположения:

- выберите точку на карте, вокруг которой выстраивается радиус действия
- радиус вокруг точки можно задать от 500 метров до 40 километров
- можно задать до 100 точек для одного объявления (загрузите список в виде CSV или TXT файла)
- показывайте рекламу тем, кто живет, учится/работает, часто бывает или находится в данный момент в выбранных точках

Ретаргетинг по CRM



Сегментируйте
клиентов в своей CRM базе
данных

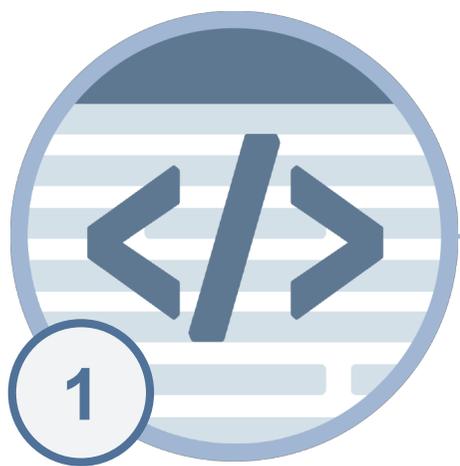


Загрузите
базу данных, содержащую адреса
электронной почты, телефонные
номера и/или ID пользователей
ВКонтакте, в рекламный кабинет



Создайте
рекламное объявление
и таргетируйтесь
на пользователей
из загруженной базы

Ретаргетинг по пикселю



Установите
всего один пиксель
на свой сайт



Сегментируйте
посетителей сайта создавая
множество аудиторий ретаргетинга
на основе разделов сайта, которые
посещают пользователи



Возвращайте
рекламой только тех посетителей
вашего сайта, которые
не совершили покупку или любое
другое целевое действие

Форматы рекламы. Текстово-графические блоки



До трёх рекламных объявлений на каждой странице ВКонтакте



Доступны все таргетинги и ретаргетинг



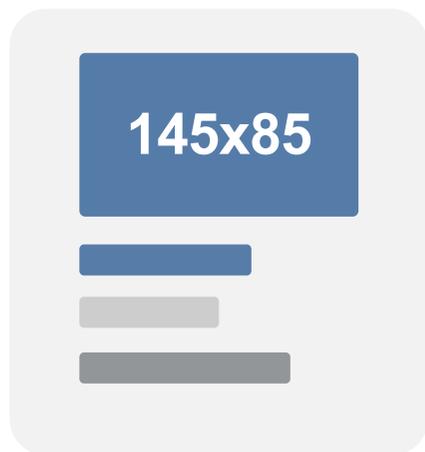
Формат отображается только в полной версии сайта — desktop



Аукционное ценообразование, оплата за переходы или показы (CPC и CPM)

Форматы таргетированной рекламы

Изображение и текст



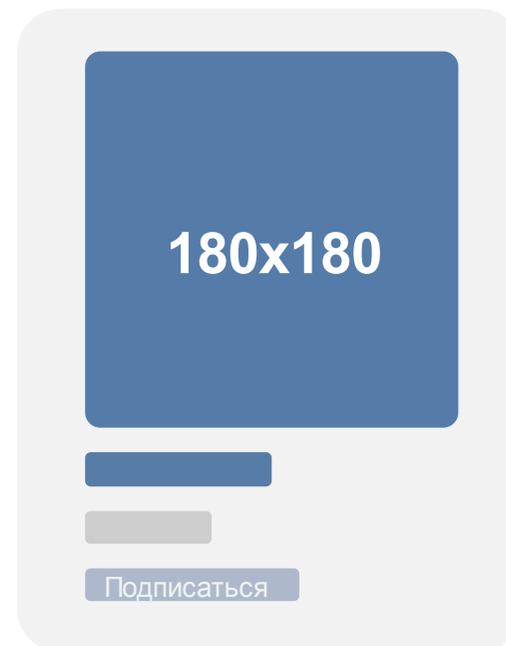
Трафик на сайт
или в сообщество

Большое изображение



Трафик на сайт
или в сообщество

Продвижение
сообщества/приложения



Примеры рекламных объявлений



**Шоу Иллюзионистов в
Москве!**

ticketland.ru

Лучшие мастера
Европы на одной сцене!
Уже в субботу! 4-5
марта.



**Synergy Insight Forum
2017**

synergyinsight.ru

Гил Петерсил, Радислав
Гандапас, Александр
Фридман на одной
сцене.



ИКЕА Россия

590 000 участников

+ Вступить



**Фестиваль
мультфильмов**

Группа

Лучшие мультфильмы
для взрослых и детей

Форматы рекламы. Продвижение записей

универсальный формат, позволяющий охватить всех пользователей ВКонтakte в десктопе и на мобильных устройствах



Большой заметный креатив в ленте новостей



Поддерживается до 10 вложений: иллюстрации, видео, опрос, карта, товары и др.



Доступны все таргетинги и ретаргетинг



Аукционное ценообразование, оплата за переходы (доступна только для записей с кнопками) или показы

Примеры рекламных объявлений



Большой фестиваль мультфильмов
Рекламная запись 6+

Самые свежие серии суперпопулярных российских сериалов "Маша и Медведь", "Фиксики", "Барбоскины" и новые анимационные сериалы для самых маленьких на "Утреннике сериалов с какао и булочкой" в Культурном центре ЗИЛ.

Описание программы и билеты <http://www.multfest.ru/prog1.php?id=504&fest=48>



БОЛЬШОЙ ФЕСТИВАЛЬ МУЛЬТФИЛЬМОВ
www.multfest.ru



Неделя моды в Москве
14 окт 2016

ВЫИГРАЙ ПЛАТЬЕ ОТ ЮДАШКИНА

В рамках Московской Недели Моды у пользователей ВКонтакте есть шанс выиграть платье от знаменитого российского кутюрье Валентина Юдашкина!

Дорогие дамы, а также мужчины, желающие порадовать своих дам таким необычным подарком, обратите внимание на условия конкурса:

- ✓ Подпишитесь на официальное сообщество Неделя моды в Москве!
- ✓ Придумайте слоган для бренда Valentin Yudashkin, опубликуйте его у себя на странице вместе с репостом этого сообщения!
- ✓ В посте обязательно ставьте хэштеги

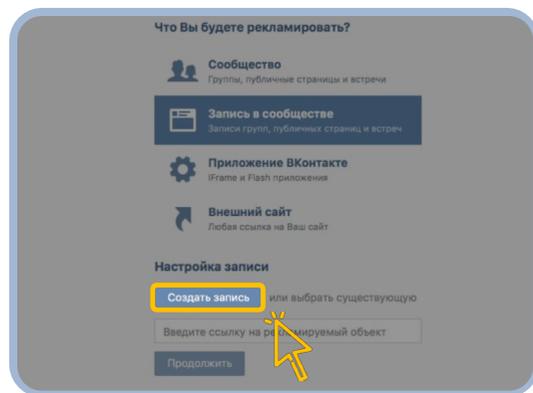
#хочуплатьеотюдашкина#неделямодывмоскве, чтобы мы смогли найти вас!

Победителя кутюрье выберет лично! Пользователь, занявший первое место станет обладателем платья из коллекции Valentin Yudashkin.

Итоги конкурса будут подведены 23 октября в 15:00! Удачи!



Скрытые рекламные записи



Как это работает?



Создайте скрытый рекламный пост от имени сообщества



Пост не появится на стене сообщества, но вы сможете его продвигать в качестве рекламного объявления

В каких случаях стоит использовать скрытые посты?



A/B тестирование креативов



Параллельное тестирование разных таргетингов



Привлечение новых подписчиков в сообщество – пост с призывом вступить в сообщество.

Рекламные записи с кнопкой

Ценность кнопки



Визуально заметна



Содержит прямой призыв к действию



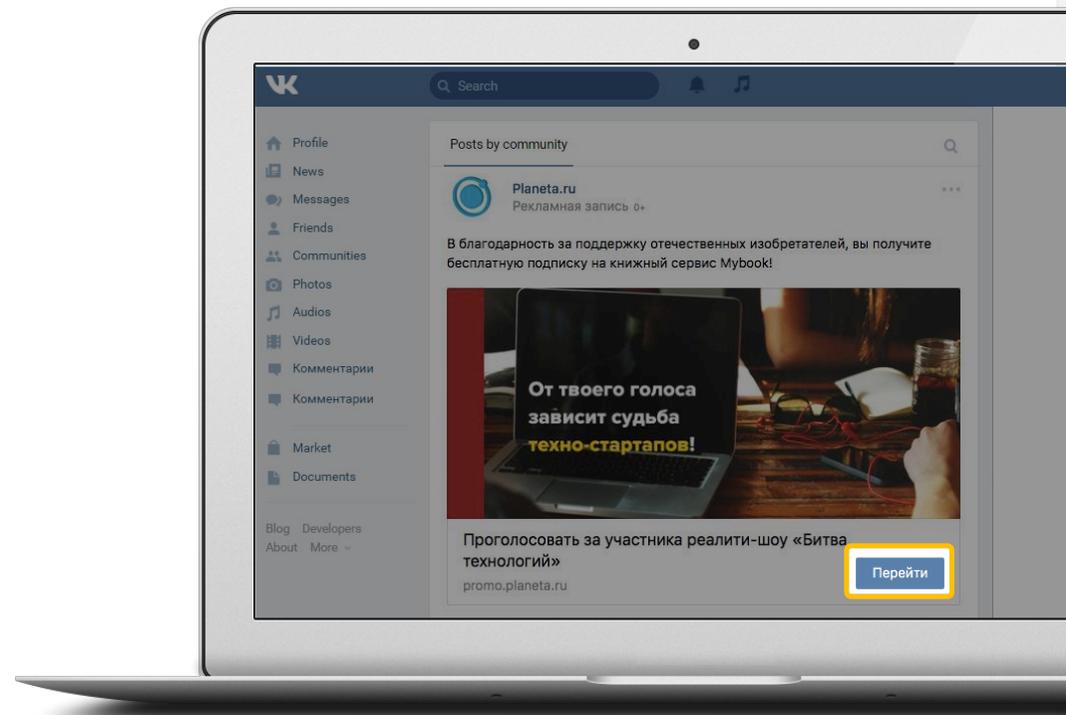
Интуитивно понятна пользователям



Можно зашить любую ссылку и номер телефона



Текст кнопки можно изменять в зависимости от задачи



Приложения сообществ в формате «Продвижение записей»



Веб-приложение, которое
открывается внутри ВКонтакте



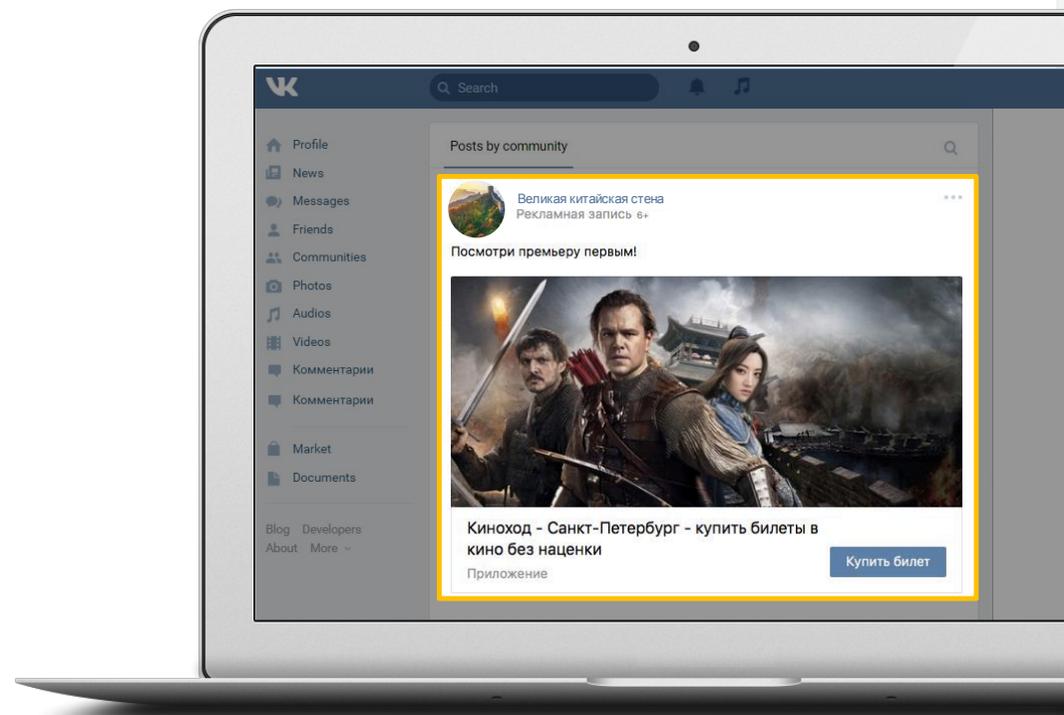
Работает везде: на сайте и в мобильных
приложениях



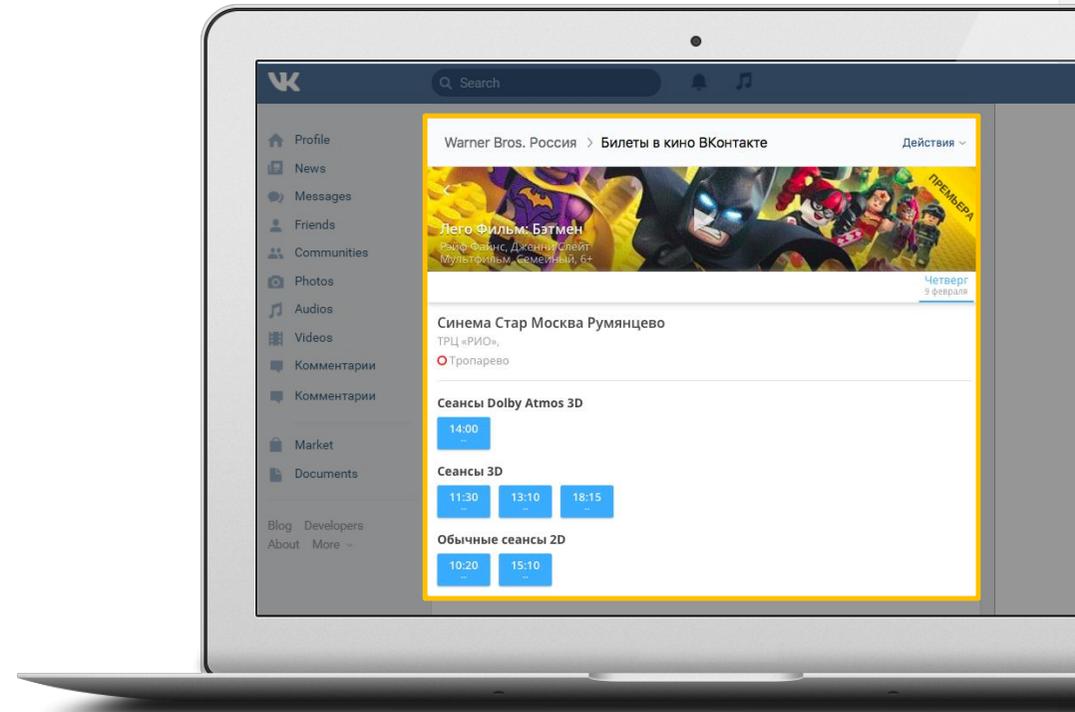
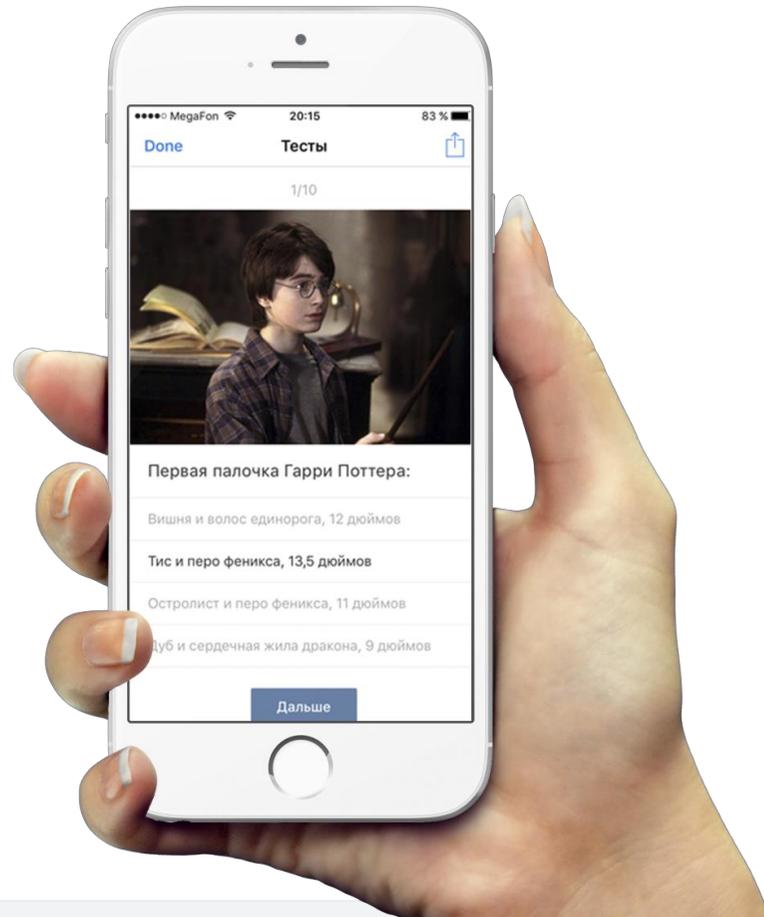
Точка входа – сообщество
ВКонтакте



Может отвечать различным целям
рекламной кампании: от вовлечения
пользователей до лидогенерации



Примеры приложений сообществ



Автозапуск видео в ленте новостей



Автоматическое воспроизведение видео в продвигаемых записях (воспроизведение начинается, когда более половины видео отображается на экране)



Подробная статистика по досмотрам: до 3 секунды и по квартилям (25%, 50%, 75%, 100%);



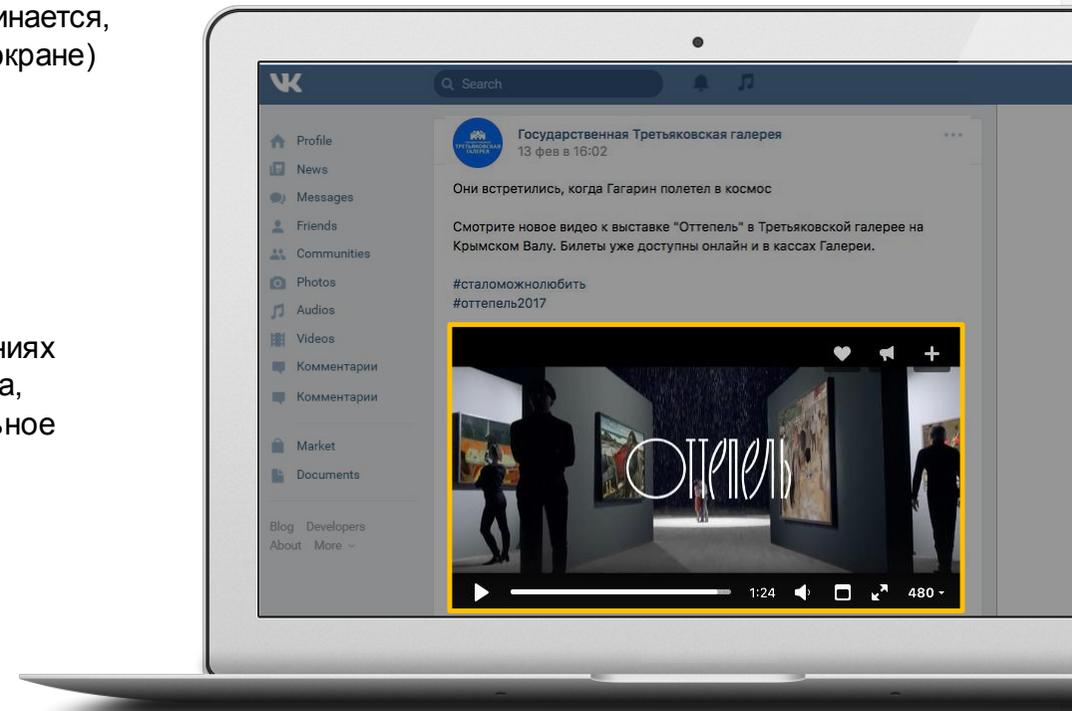
Доступно на всех платформах в полной версии сайта и в мобильных приложениях ВКонтакте (в зависимости от скорости интернета, видеоплеер автоматически подбирает оптимальное качество видео);



Доступны все таргетинги и другие возможности рекламных записей



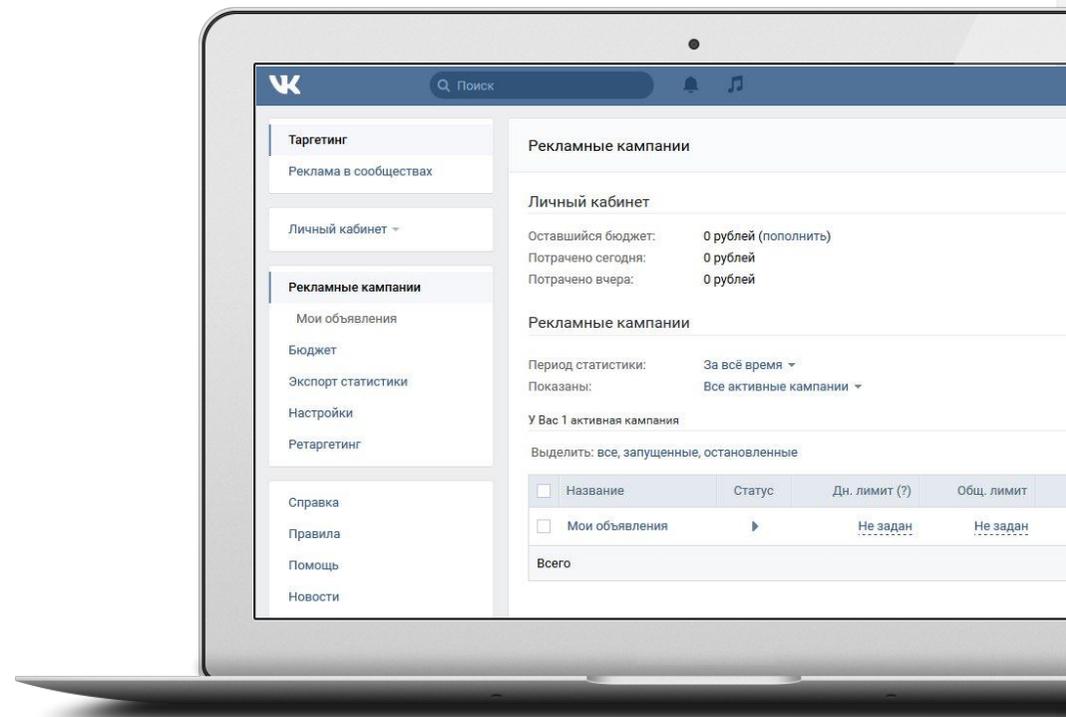
Аукционное ценообразование (CPM) стоимость за 1000 показов



Работа с рекламным кабинетом ВКонтакте

Личный кабинет

Ваш центр управления рекламой. Здесь Вы можете смотреть подробную статистику, создавать новые объявления и кампании, а также управлять уже существующими.

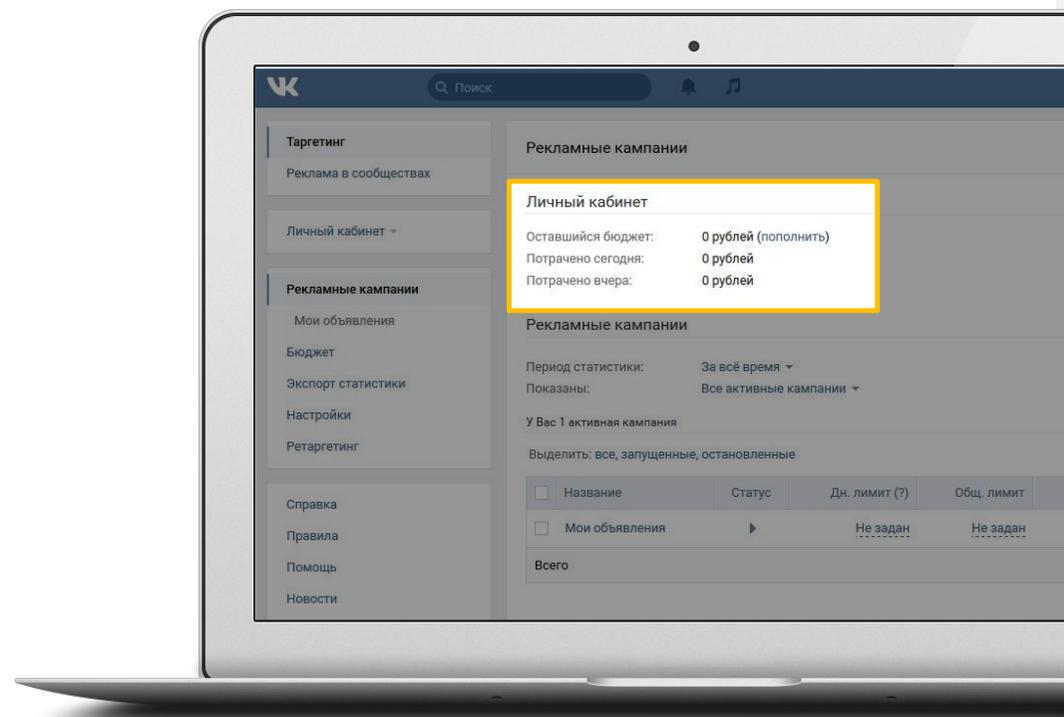


Работа с рекламным кабинетом ВКонтакте

Единый рекламный бюджет

используется для всех объявлений и кампаний. Стоимость показов или переходов по всем Вашим объявлениям вычитается из этого бюджета.

Прежде чем запустить Ваше первое рекламное объявление, Вам необходимо пополнить бюджет Личного кабинета.



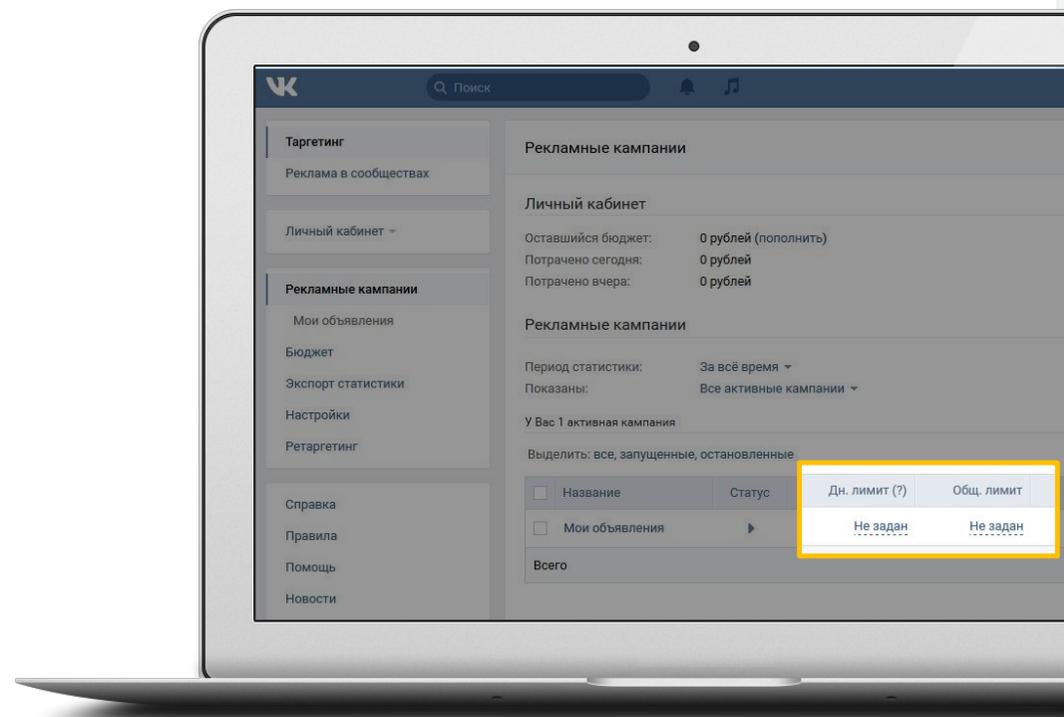
Работа с рекламным кабинетом ВКонтакте

Лимиты

позволяют контролировать расход бюджета. Бывают двух видов — общие и дневные.

Общий лимит может назначаться для **объявлений** или **кампаний**. Если израсходованная сумма, достигает общего лимита, показы прекращаются. Для возобновления показов необходимо увеличить или убрать лимит и снова запустить объявление.

Если Вы одновременно установили два вида лимитов, показ рекламы прекращается при исчерпании одного.

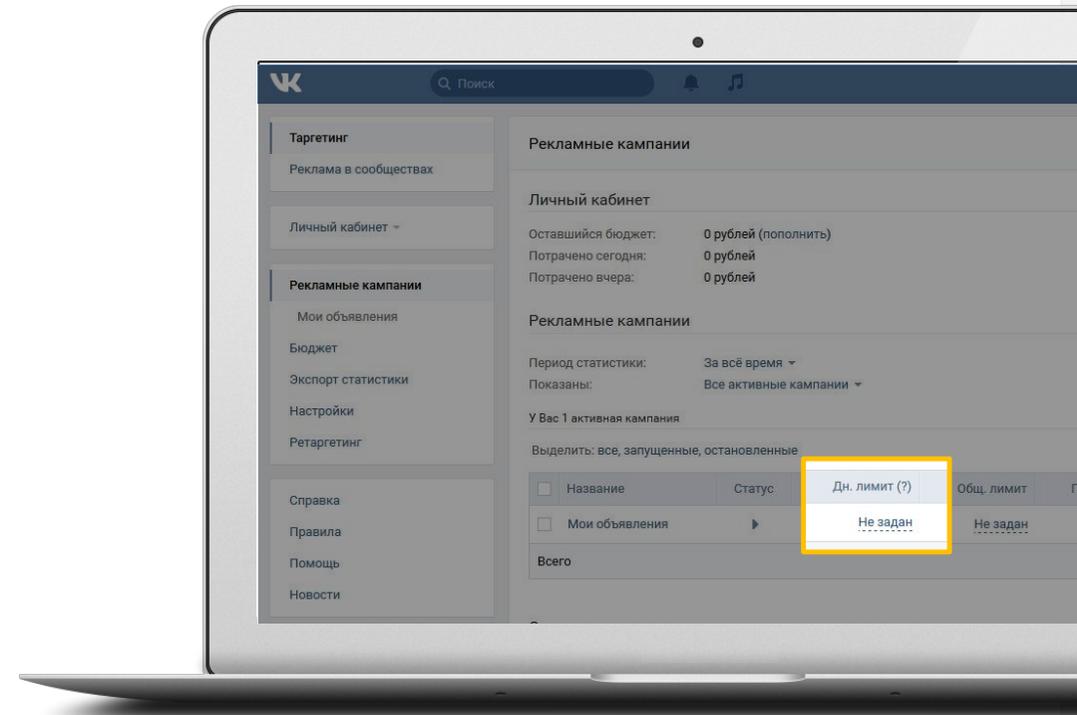


Работа с рекламным кабинетом ВКонтакте

Дневной лимит

может также назначаться для **кампаний**. Когда сумма средств, израсходованных за текущие сутки объявлениями в кампании, достигает дневного лимита, показ всех объявлений в рамках кампании приостанавливается.

Показы автоматически возобновляются в начале следующих суток (в промежутке между 00:00 и 01:00 по московскому времени).

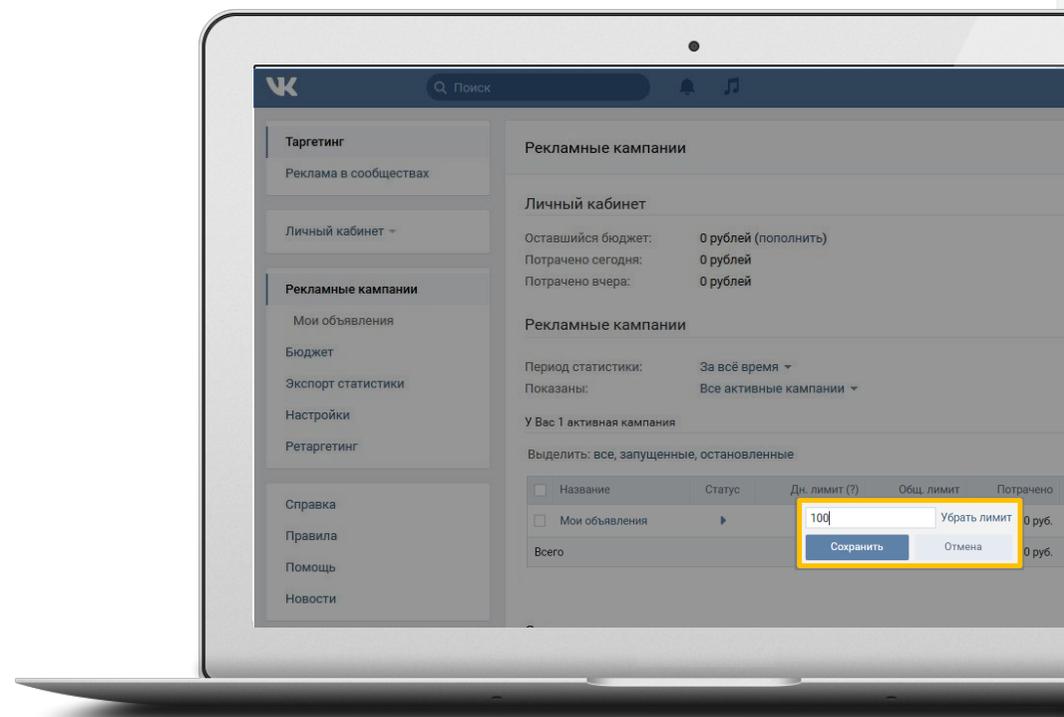


Работа с рекламным кабинетом ВКонтакте

Снятие лимита

Если Вы хотите снять лимит, откройте окно редактирования, щёлкнув по числу в соответствующей графе, и выберите **Убрать лимит**.

Если объявление было остановлено в результате достижения лимита, который Вы убрали, оно **не** будет запущено автоматически. Запустите объявление или кампанию вручную.

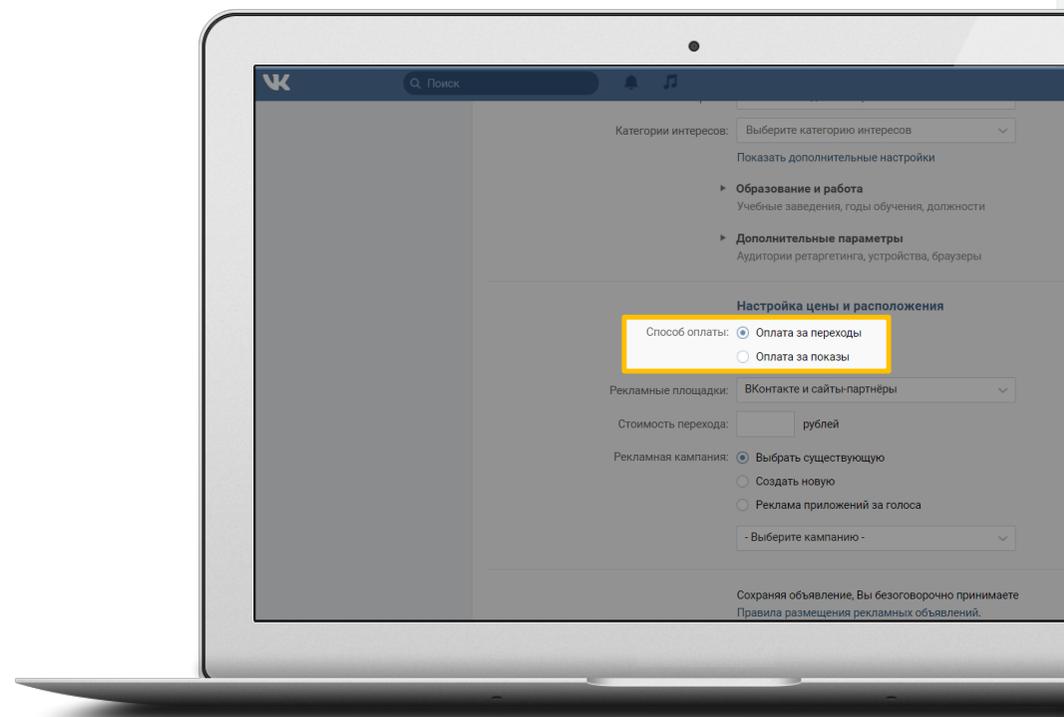


Стоимость размещения объявления

По способу оплаты объявления разделяются на два типа — с оплатой за **переходы** и с оплатой за **показы**.

Как именно будет осуществляться оплата (за переходы или за показы), можно задать при создании нового объявления в нижней группе настроек **«Настройка цены и расположения»**.

Способ оплаты можно указать только в процессе создания и нельзя изменить при редактировании. Если Вы хотите выбрать другой способ оплаты, Вы можете просто создать новое объявление.



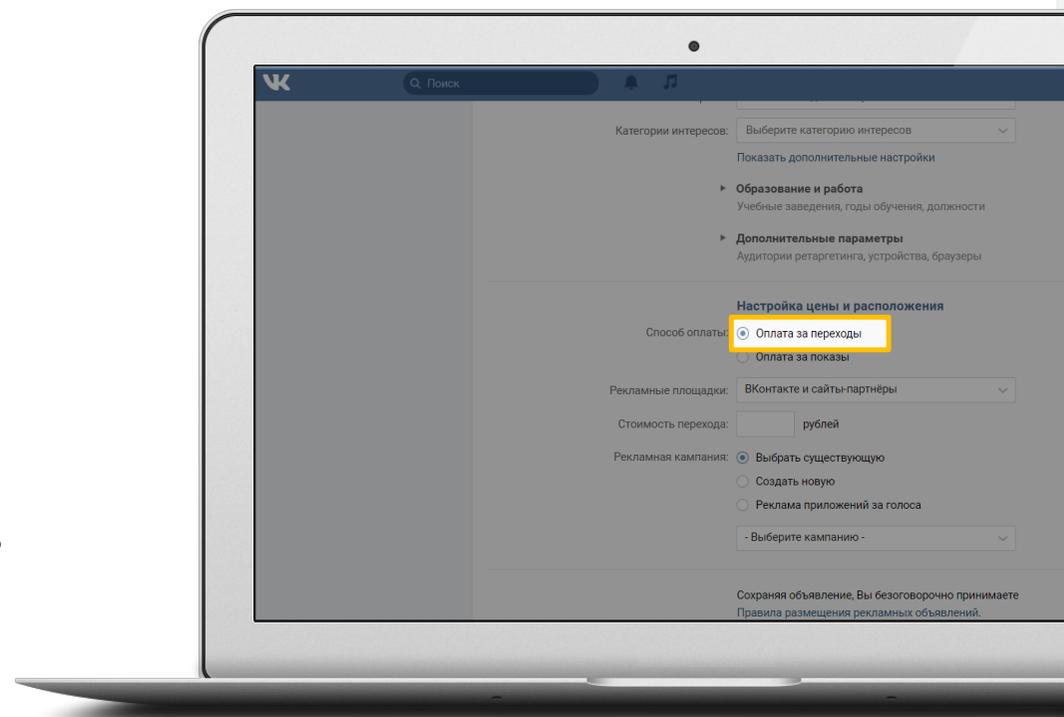
Стоимость размещения объявления

Объявления с оплатой за переходы (CPC)

При создании объявления Вам будет предложена рекомендованная стоимость перехода. Объявление с таким значением CPC будет иметь **наилучшие шансы** на то, чтобы быть показанным.

Рекомендованная стоимость будет меняться в зависимости от **эффективности** Вашего объявления и количества других объявлений в системе, нацеленных на ту же аудиторию.

Вы всегда можете **отрегулировать** стоимость перехода по Вашему объявлению, если Вы будете недовольны количеством показов или, наоборот, увидите, что установили слишком высокое значение.

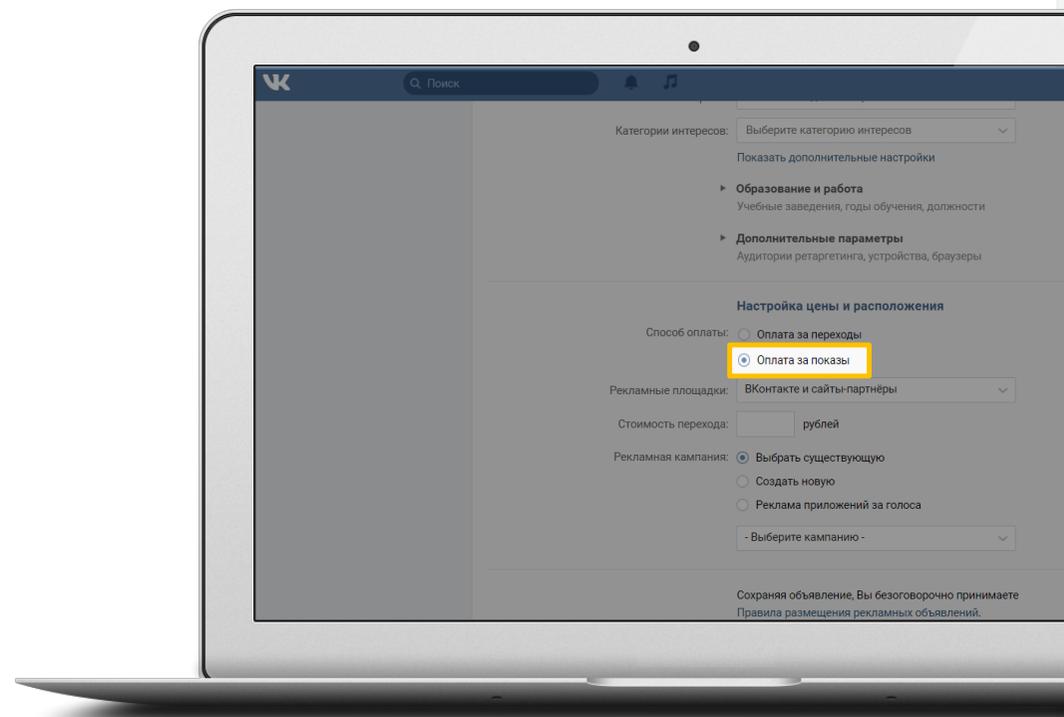


Стоимость размещения объявления

Объявления с оплатой за показы (CPM) более **статичный** формат, чем объявления с оплатой за переходы.

Частота показов таких объявлений определяется только выбранной рекламодателем стоимостью 1000 показов (CPM) по сравнению с другими предложениями, нацеленными на **данную аудиторию**.

Опираясь на выбранные Вами настройки таргетинга, система анализирует другие объявления, нацеленные на **аналогичных пользователей**, а также на указанные для них CPC или CPM, и предлагает Вам рекомендованное значение для 1000 показов.



Стратегия закупок (CPM)

		Ставка на период, %		
		1-3 дня	7-10 дней	1 месяц
% от ЦА	10%	120	100	90
	30%	200	140	130
	50%	-	210	180
	80%	-	-	230

* Таргетинг: Россия, 18+, платформы: десктоп и мобайл

Модерация объявлений



Создайте и запустите объявление

Для отправки объявления на проверку Вам не нужно предпринимать никаких дополнительных действий



Объявление получит статус «Проверяется»

Объявление отправится на проверку модератору

Объявление прошло проверку

Объявление соответствует Правилам размещения рекламных объявлений*

Объявление будет автоматически запущено

Объявление не прошло проверку

Объявление получит статус «Отклонено». На странице объявления Вы сможете увидеть, какие именно пункты Правил оно нарушает

Устраните нарушение и снова запустите объявление

Обратите внимание, что для того чтобы повторно отправить отклоненное объявление на модерацию, Вам необходимо внести в него какие-либо изменения.

* [Правила размещения рекламных объявлений](#)



ВКонтакте с вами
i.ryumina@corp.vk.com