



Библиотека Академии Лидогенерации

Рустам Назипов

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Полное руководство

Facebook

ВКонтакте

Авито

Мой Мир

Одноклассники

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вступление	7
Глава 1. ЧТО ТАКОЕ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА И ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА	11
Эффективный таргетинг. Ключевые элементы	13
Преимущества таргетированной рекламы перед другими рекламными механизмами	18
Особенности таргетированной рекламной кампании	21
Глава 2. ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ	30
Формирование ответов на ключевые вопросы: что, кому, как и где продавать?	32
Глава 3. НАЧАЛО РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ». КАК СОЗДАТЬ ПРОДАЮЩУЮ ГРУППУ	36

Глава 4.	КАК ПОДОБРАТЬ НАСТРОЙКИ ТАРГЕТА ВО «ВКОНТАКТЕ»	45
	Ключевые параметры при подборе групп «ВКонтакте» для таргетинга	48
Глава 5.	СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»	52
	Особенности аудитории «ВКонтакте».....	53
	Как разработать высокоэффективное рекламное объявление	55
	Форматы рекламных объявлений	58
	Работа над заголовком.....	62
	Правила разработки эффективной картинки	66
	Тестирование объявлений	75
	Как пройти модерацию рекламных объявлений во «ВКонтакте»	78
	Как «подглядывать» за конкурентами	83
Глава 6.	РАБОТА В РЕКЛАМНОМ КАБИНЕТЕ «ВКОНТАКТЕ»	85
	Как «прицелиться» на вашу целевую аудиторию	86

	Ключевые настройки рекламной кампании...90
	Ценообразование «ВКонтакте».
	Тестирование аудиторий..... 112
	Ретаргетинг..... 119
Глава 7.	РАБОТА В «ЦЕРЕБРО ТАРГЕТ» 123
Глава 8.	КАК АНАЛИЗИРОВАТЬ И ОПТИМИЗИРОВАТЬ ПОЛУЧЕННЫЕ В ХОДЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДАННЫЕ..... 142
	Выводы по работе с таргетингом во «ВКонтакте» 147
Глава 9.	ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK. ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ..... 149
	Создание рекламных объявлений в Facebook 152
	Настройки рекламной кампании..... 155
	Ценообразование в Facebook..... 170
	Выводы по работе с таргетингом в Facebook 173
Глава 10.	РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ «ОДНОКЛАССНИКИ» И «МОЙ МИР»..... 175

Основные черты социальных сетей «Одноклассники» и «Мой Мир»	176
Работа с target@mail.ru. Методы подбора аудитории.....	179
Важнейшие настройки при создании рекламной кампании.....	190
Что такое «карма аккаунта»	200
Выводы по работе с таргетингом в сетях «Одноклассники» и «Мой Мир»	203
Глава 11. ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ AVITO ПРОМО.....	205
Особенности настроек.....	207
Ценообразование Avito Промо.....	214
Глава 12. СЕКРЕТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТАРГЕТОЛОГА. ТРИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, О РАБОТЕ С КОТОРЫМИ НИКТО НЕ ЗНАЕТ	217
Выводы.....	220