



Библиотека Академии Лидогенерации

Рустам Назипов

# ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Полное руководство

Facebook

ВКонтакте

Авито

Мой Мир

Одноклассники

# ОГЛАВЛЕНИЕ

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

<b>Глава 4.</b>	<b>КАК ПОДОБРАТЬ НАСТРОЙКИ ТАРГЕТА ВО «ВКОНТАКТЕ»</b> .....	<b>45</b>
	Ключевые параметры при подборе групп «ВКонтакте» для таргетинга .....	48
<b>Глава 5.</b>	<b>СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»</b> .....	<b>52</b>
	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
<b>Глава 6.</b>	<b>РАБОТА В РЕКЛАМНОМ КАБИНЕТЕ «ВКОНТАКТЕ»</b> .....	<b>85</b>
	Как «прицелиться» на вашу целевую аудиторию .....	86

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

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
<b>Глава 11. ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ AVITO ПРОМО.....</b>	<b>205</b>
Особенности настроек.....	207
Ценообразование Avito Промо.....	214
<b>Глава 12. СЕКРЕТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТАРГЕТОЛОГА. ТРИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, О РАБОТЕ С КОТОРЫМИ НИКТО НЕ ЗНАЕТ .....</b>	<b>217</b>
<b>Выводы.....</b>	<b>220</b>