

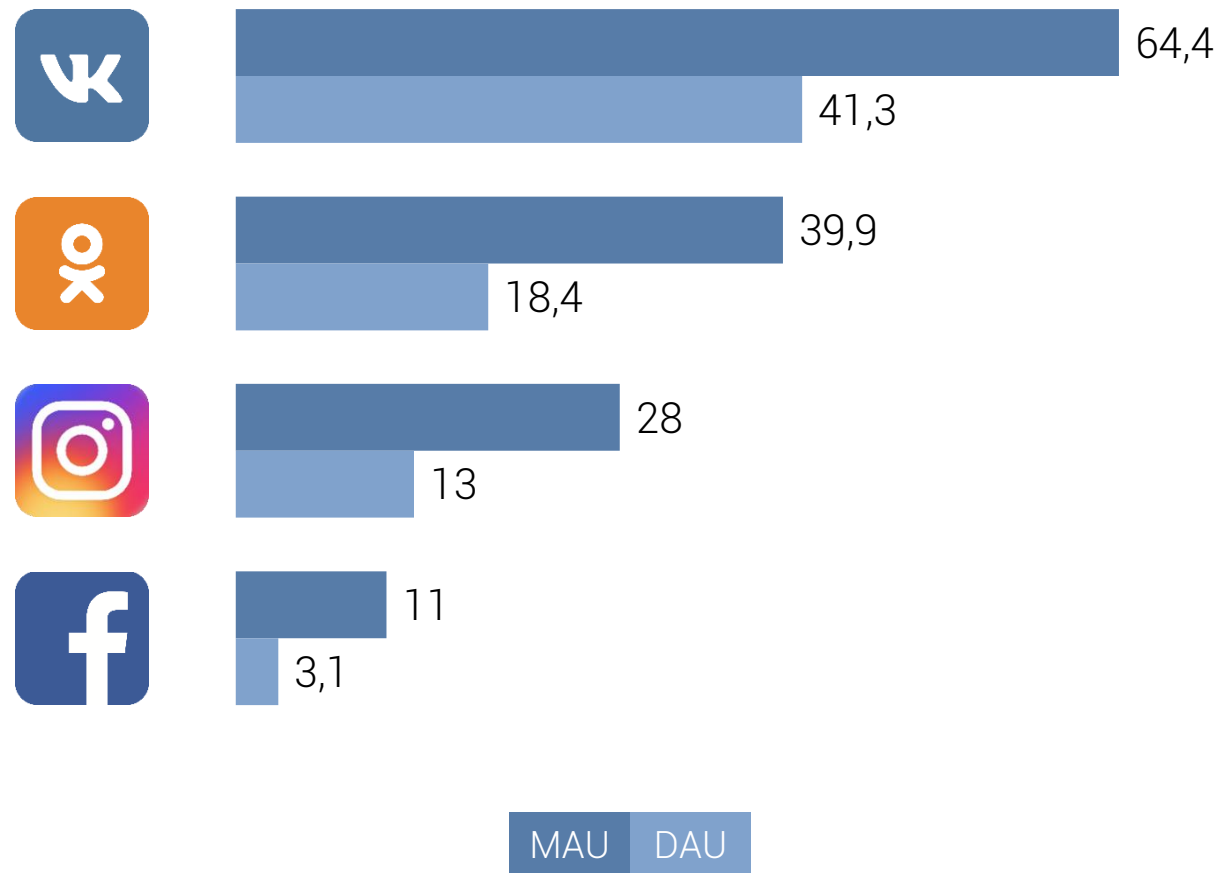


ВКонтакте для бизнеса.
Аудитория и инструменты



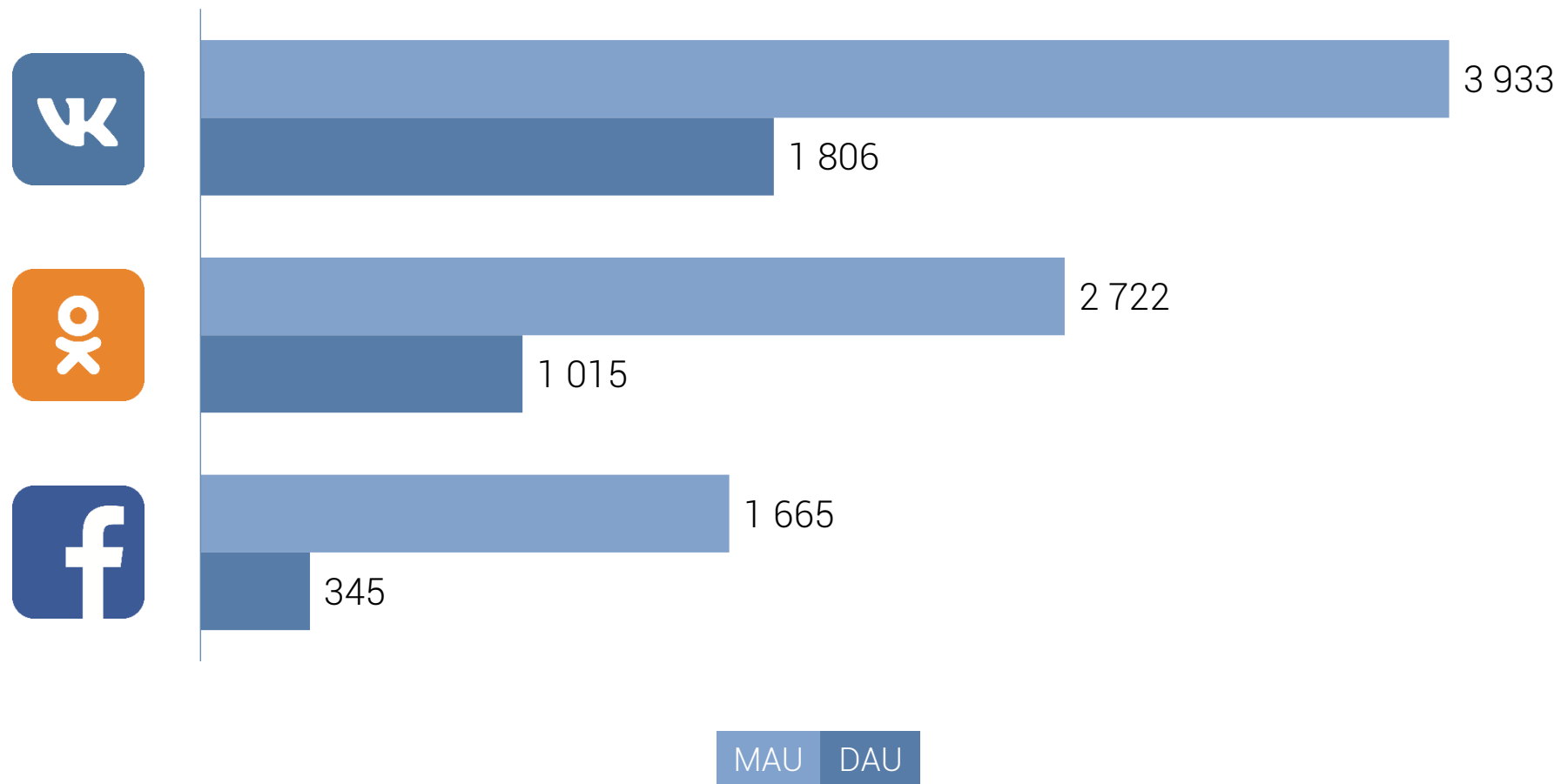
Аудитория

Рекламный охват социальных сетей



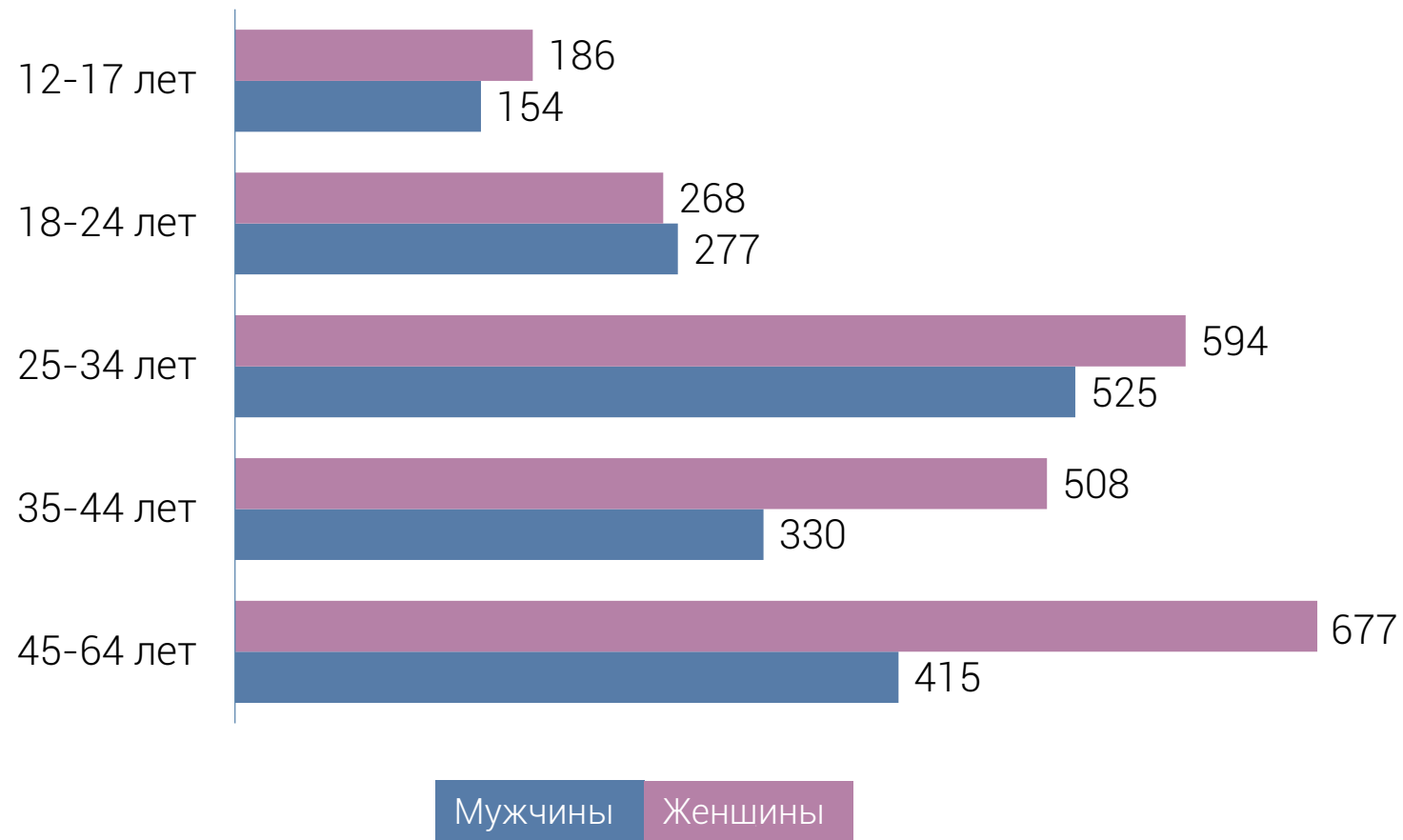
Источник: рекламные системы площадок, март 2017, Россия, млн пользователей

Аудитория социальных сетей в УФО



Источник: TNS Web Index, апрель 2017, УФО, 12–64 лет, MAU, тыс. человек, только веб

Демография ВКонтакте в УФО



Источник: TNS Web Index, апрель 2017, УФО, 12–64 лет, MAU, тыс. человек, только веб

Уровень достатка пользователей



Хватает только
на еду



Хватает на еду
и одежду



Могут покупать
дорогие вещи



Полный
достаток



1 151 000

4 109 700

2 500 300

141 400



269 300

1 815 700

1 534 000

47 400



227 400

1 393 800

938 000

-



111 600

819 600

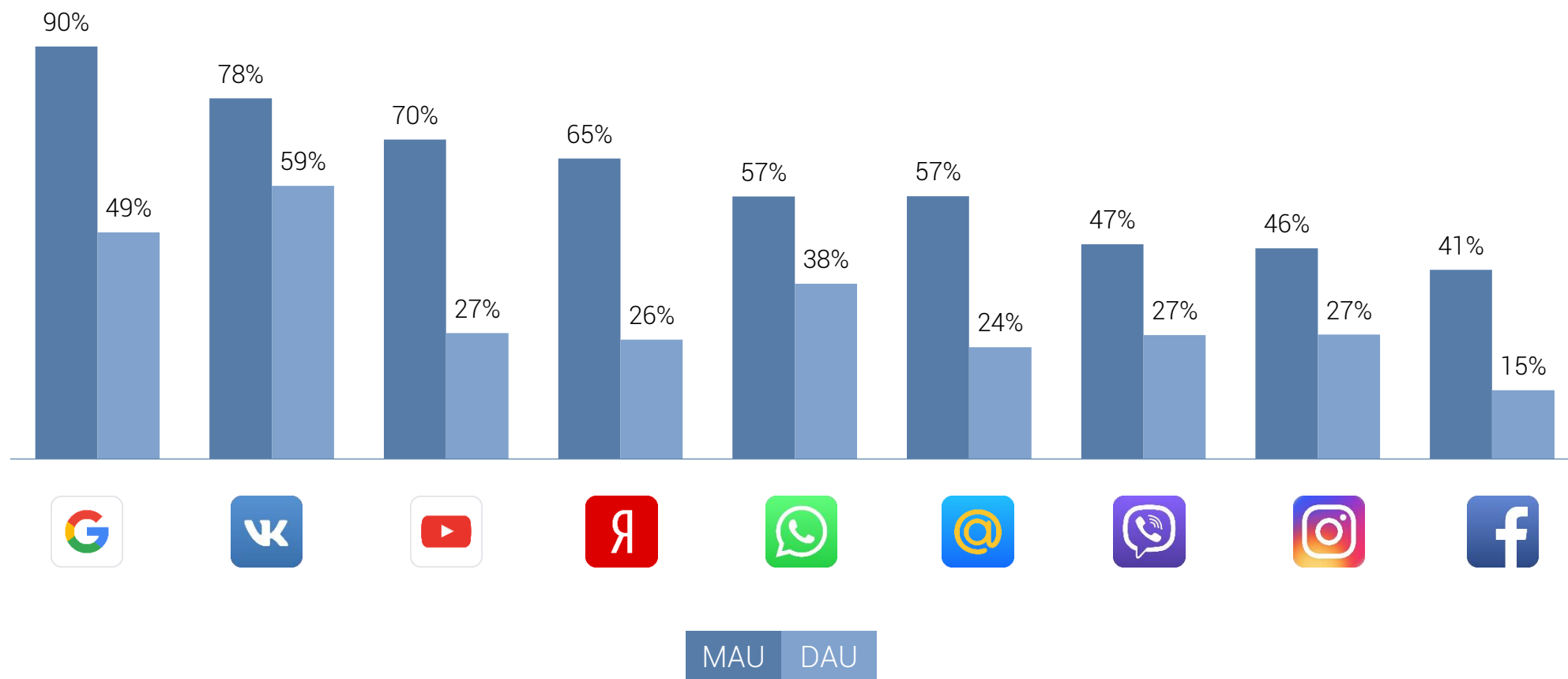
596 400

25 400



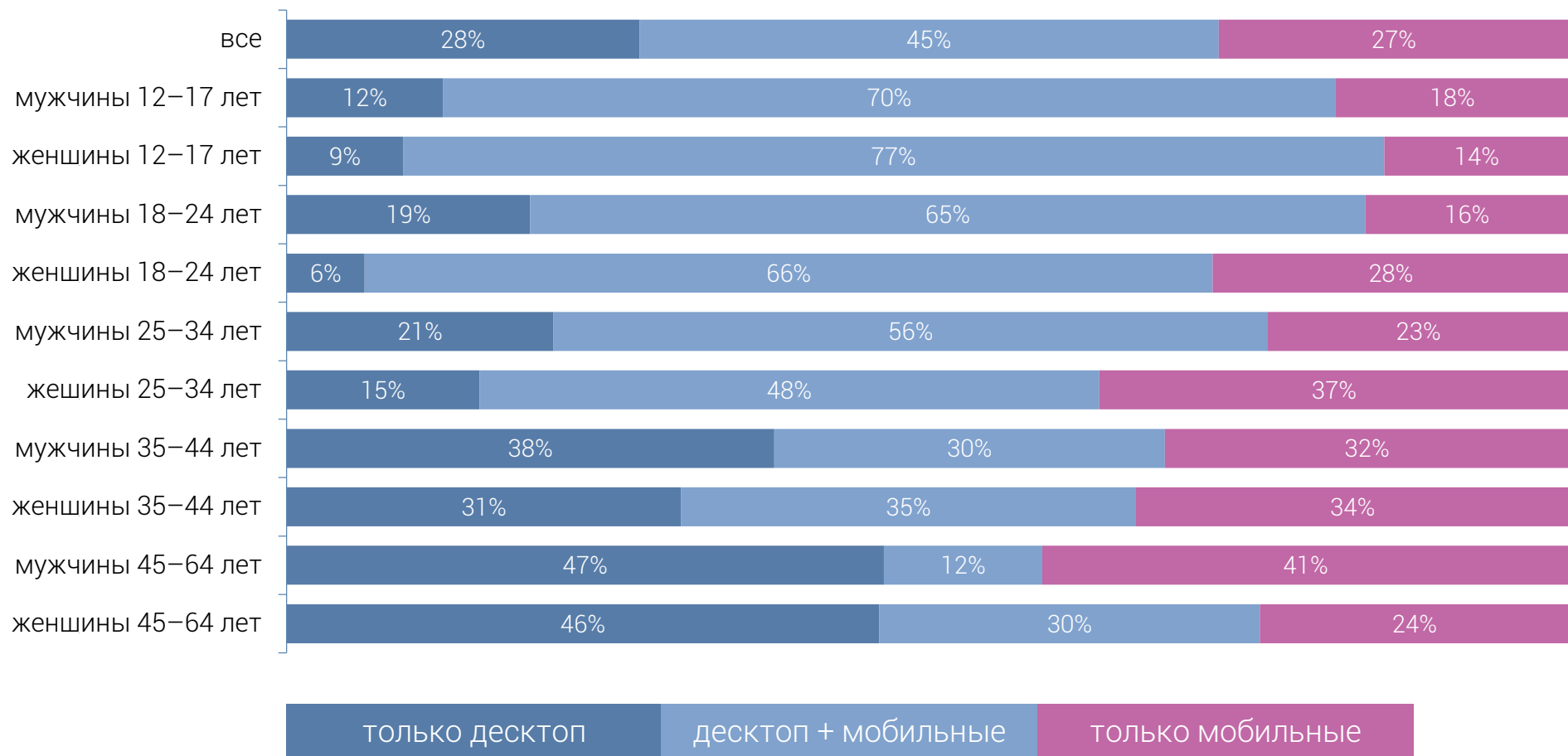
Мобильная аудитория

Аудитория мобильных сервисов



Источник: Mediascope, февраль 2017, Россия, города от 700 тысяч, приложения и мобильные сайты, % от пользователей мобильного интернета.

Кросс-девайсное использование



Источник: Mediascope, февраль 2017, Россия, города от 700 тысяч, 12–64 лет



Возможности таргетинга

Настройки таргетинга

Более **20** видов таргетинга — от географии до поведения пользователей



География



Демография



Интересы



Ретаргетинг



Сообщества



Путешествия



Устройства

Ретаргетинг по CRM

Как это работает:

- сегментируйте клиентов в своей базе данных (1);
- загрузите* базу данных, содержащую адреса электронной почты, телефонные номера и/или ID пользователей ВКонтакте, в рекламный кабинет (2);
- создайте рекламное объявление и таргетируйте его на пользователей из загруженной базы (3).

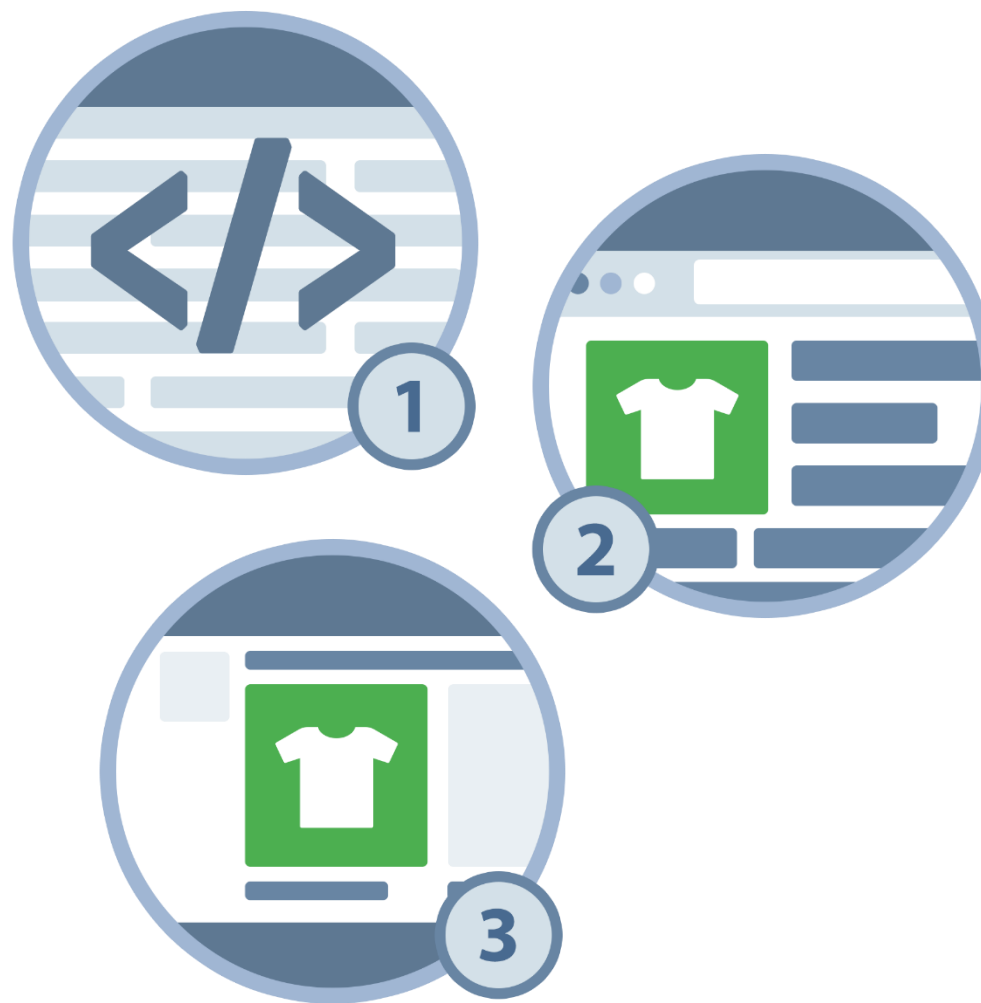


* — для защиты информации возможна загрузка в хэшированном виде

Ретаргетинг по **пикселю**

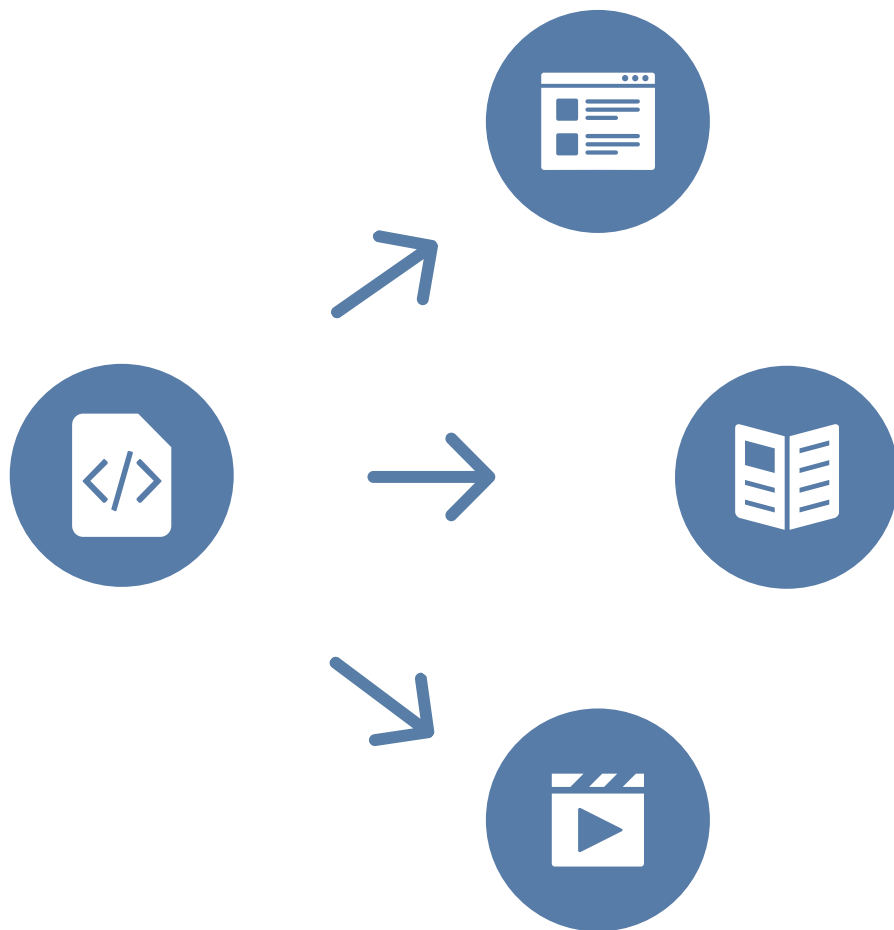
Как это работает:

- установите единый пиксель на весь сайт (1);
- сегментируйте посетителей сайта создавая множество аудиторий ретаргетинга на основе разделов сайта, которые посещают пользователи (2);
- возвращайте рекламой только тех посетителей вашего сайта, которые не совершили покупку или любое другое целевое действие (3).





Новые возможности
ретаргетинга ВКонтакте



Ретаргетинг по взаимодействию с рекламным объявлением

Возможен сбор групп ретаргетинга и настройка рекламных кампаний по взаимодействиям с рекламными объявлениями из предыдущих кампаний.

Варианты сбора ретаргетинговых групп по взаимодействию с промопостом:

- Клик по ссылке
- Переход/подписка/отписка в группу
- Скрытие/Жалоба
- Отметка «Мне нравится»/Репост



Новые возможности рекламного инструментария



Продвижение рекламных записей **с оплатой за переход**

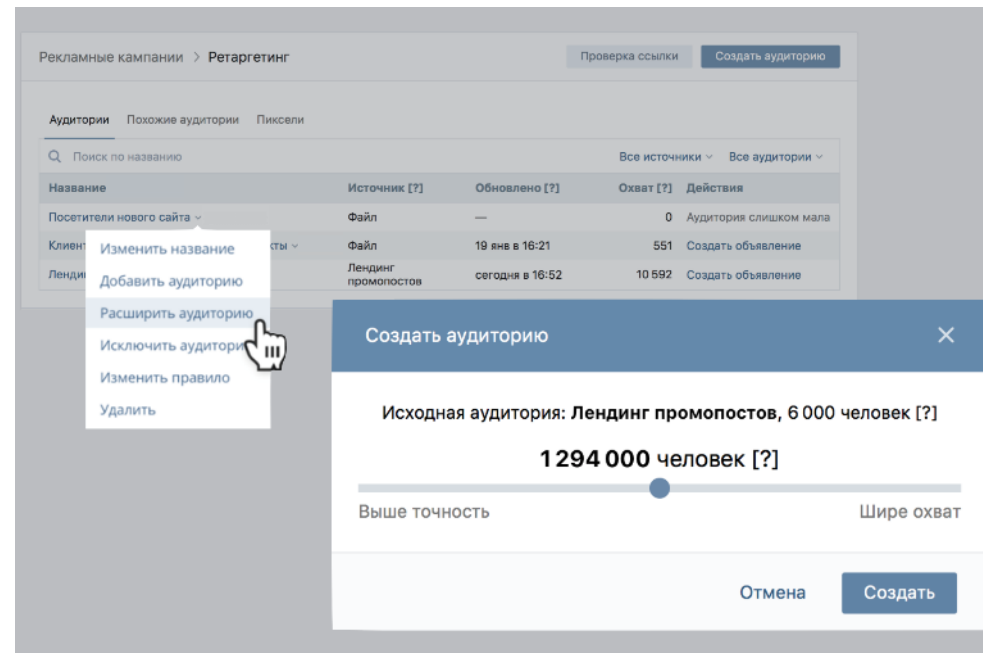
Дополнительная модель закупки:

- возможность закупать рекламные записи как по CPM (оплата за 1 000 показов), так и по CPC (оплата за переход), в зависимости от задач;
- доступно только для скрытых рекламных записей с ссылкой;
- оплата взимается за переход по любой ссылке в записи: сниппет, кнопка, переход в сообщество по клику на заголовок, хэштег с упоминанием группы в теле поста.

Look-a-like

Расширение аудиторий ретаргетинга похожими пользователями (**look-a-like**) теперь доступно во всех рекламных кабинетах.

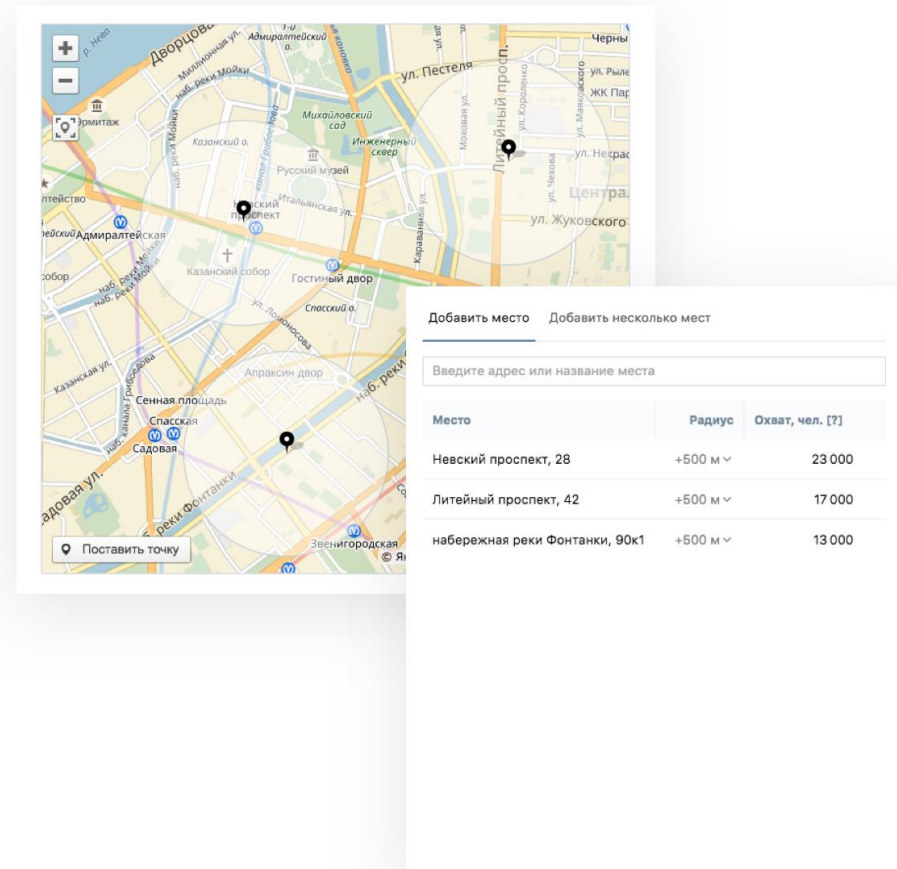
- создать look-a-like аудиторию можно на основе любого источника данных: посетителей сайта, собранных пикселем ретаргетинга ВК, или аудитории загруженной из файла (e-mail адреса, номера телефонов, ID ВКонтакте);
- несколько вариантов расширения аудитории: выше точность, либо шире охват;
- минимальный объём аудитории для создания look-a-like — от 1 000 пользователей.

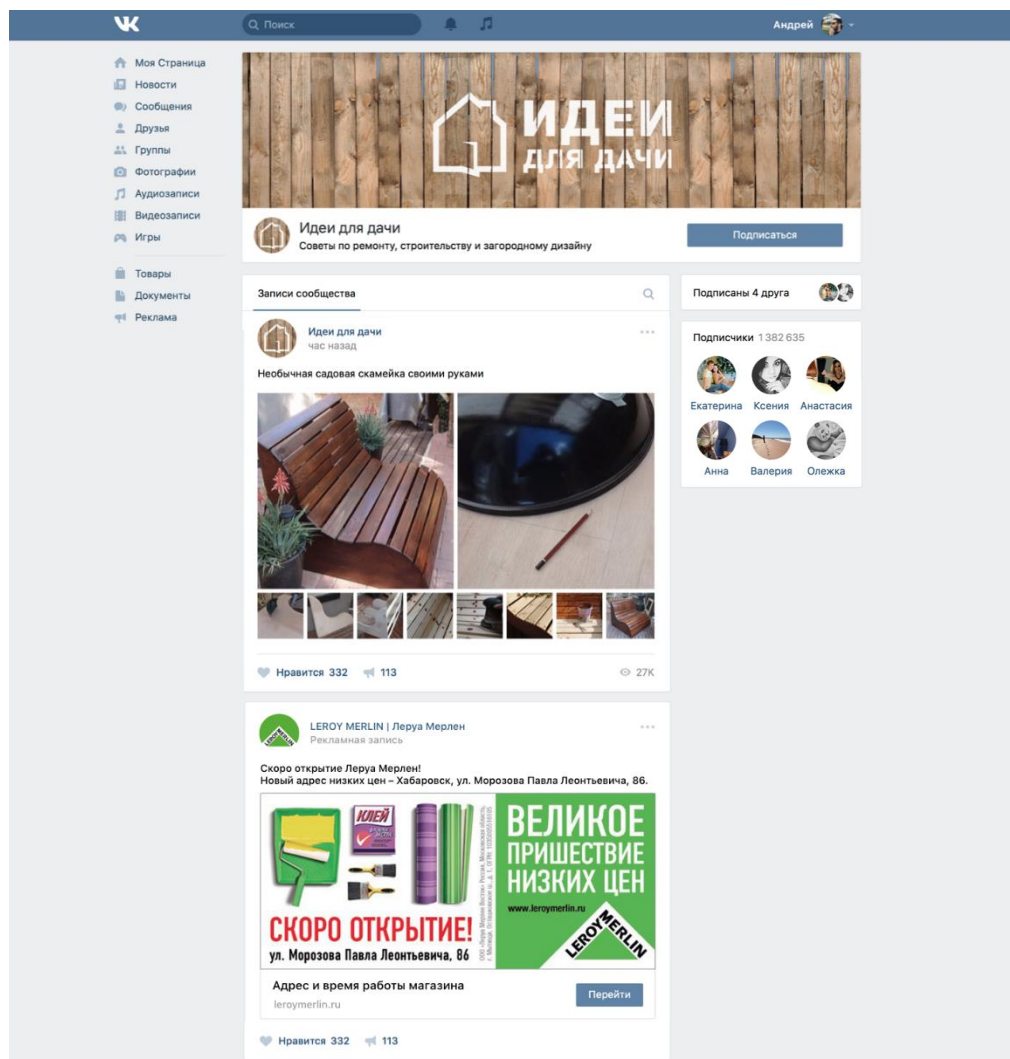


Геолокационная реклама

Показ рекламы в заданном радиусе вокруг определённого местоположения:

- рекламодатель выбирает точку на карте, вокруг которой выстраивается минимальный радиус действия;
- можно задать радиус от 500 метров до 100 километров, а также несколько мест для одной рекламы;
- можно показывать рекламу тем, кто живёт, учится, работает, часто бывает или находится в выбранном месте в данный момент времени.





Рекламная сеть для продвигаемых записей

Показ рекламных записей будет доступен не только в ленте новостей, но и на стене популярных сообществ:

- место показа рекламных записей: только в ленте новостей, в ленте новостей и в рекламной сети (на стене подключенных к рекламной сети сообществ);
- подключение рекламной сети позволит увеличить количество показов и снизить CPM.

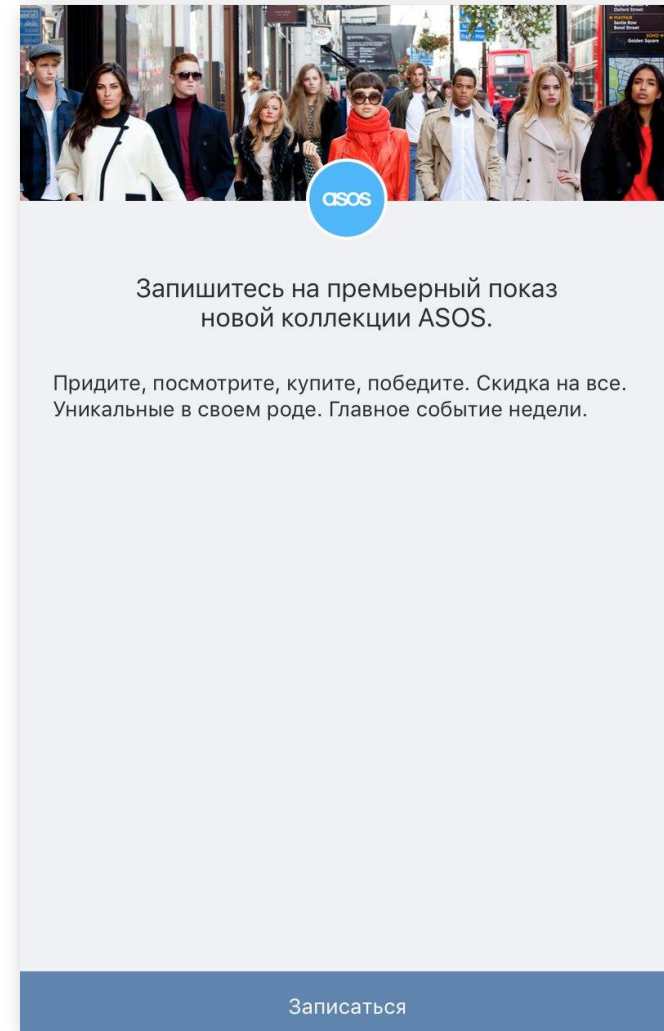


Приложение для привлечения заявок*

Приложение для лидов

Приложение сообществ для сбора заявок с автозаполняемой формой.

Подключите приложение к вашему сообществу, настройте форму анкеты и генерируйте лиды – на главной странице сообщества или прямо в рекламных записях.



Простая настройка

- Новая форма для каждой задачи;
- автозаполняемая анкета для сбора данных о пользователе: имя, возраст, e-mail, телефон, адрес;
- раздел политики конфиденциальности;
- настройки сбора аудитории для последующей работы с ретаргетингом;
- возможность обработки заявок ВКонтакте;
- быстрый доступ к лидам: экспорт из приложения, автоматическая отправка по e-mail или в вашу CRM с помощью Callback API.

The screenshot displays the 'Form Lead Collection' (Форма сбора лидов) configuration window, dated 25.03.17. The interface is divided into two main sections: a settings panel on the left and a live preview on the right.

Settings Panel (Left):

- Header:** 'Форма сбора лидов 25.03.17' with a 'Сохранить форму' (Save form) button.
- Intro:** A toggle switch for '«Добро пожаловать»' (Welcome) is turned on. Text: 'Необязательный экран, который можно отключить. В таком случае пользователи сразу будут переходить к вопросам.' (Optional screen that can be disabled. In this case, users will immediately proceed to the questions.)
- Заголовок (Header):** Text input 'Кратко опишите цель сбора лидов' (Briefly describe the purpose of lead collection) with a character count of 60.
- Обложка (Cover):** A 'Выбрать изображение' (Select image) button. Below it, text specifies: 'Рекомендуемый размер 1200x628px, форматы JPG, GIF, PNG.' (Recommended size 1200x628px, formats JPG, GIF, PNG.)
- Описание (Description):** Text input 'Введите описание вашего товара или услуги. Вы можете использовать wiki-разметку ВКонтакте.' (Enter a description of your product or service. You can use VKontakte wiki markup.) with a character count of 250.
- Кнопка (Button):** Text input 'Например, «Заполнить форму»' (For example, 'Fill out the form') with a character count of 30.
- Вопросы (Questions):** A dropdown menu with the text 'Какие данные необходимо получить от пользователя?' (What data do you need to get from the user?).
- Политика конфиденциальности (Privacy Policy):** A dropdown menu with the text 'Поскольку вы будете собирать информацию клиентов, вам нужно включить ссылку на политику конфиденциальности вашей компании.' (Since you will be collecting client information, you need to include a link to your company's privacy policy.)
- Подтверждение (Confirmation):** A dropdown menu with the text 'На странице с подтверждением получения заявки вы можете указать ссылку на ваш сайт или сообщество ВКонтакте.' (On the confirmation page, you can specify a link to your website or VKontakte community.)

Preview Panel (Right):

- Image Upload:** A blue box with the text 'Загрузить изображение обложки' (Upload cover image) and '1200 x 628'.
- Header Text:** 'Текст заголовка' (Header text).
- Description Text:** 'Текст описания' (Description text).
- Button Text:** 'Текст кнопки' (Button text).

Быстрое заполнение

- Точка входа – в сообществе или рекламной записи;
- удобное открытие формы во всплывающем окне;
- приветственный экран с информацией о предложении и компании;
- минимум действий со стороны пользователя благодаря функции автозаполнения анкеты;
- полная и доступная информация о компании и возможность перейти на сайт для совершения дополнительных целевых действий.

ВКонтакте для бизнеса



Запишитесь на премьерный показ новой коллекции ASOS.

Имя

Фамилия

E-mail

Номер телефона

Нажимая отправить, вы соглашаетесь с политикой конфиденциальности и так далее.

Шагов 2 из 3

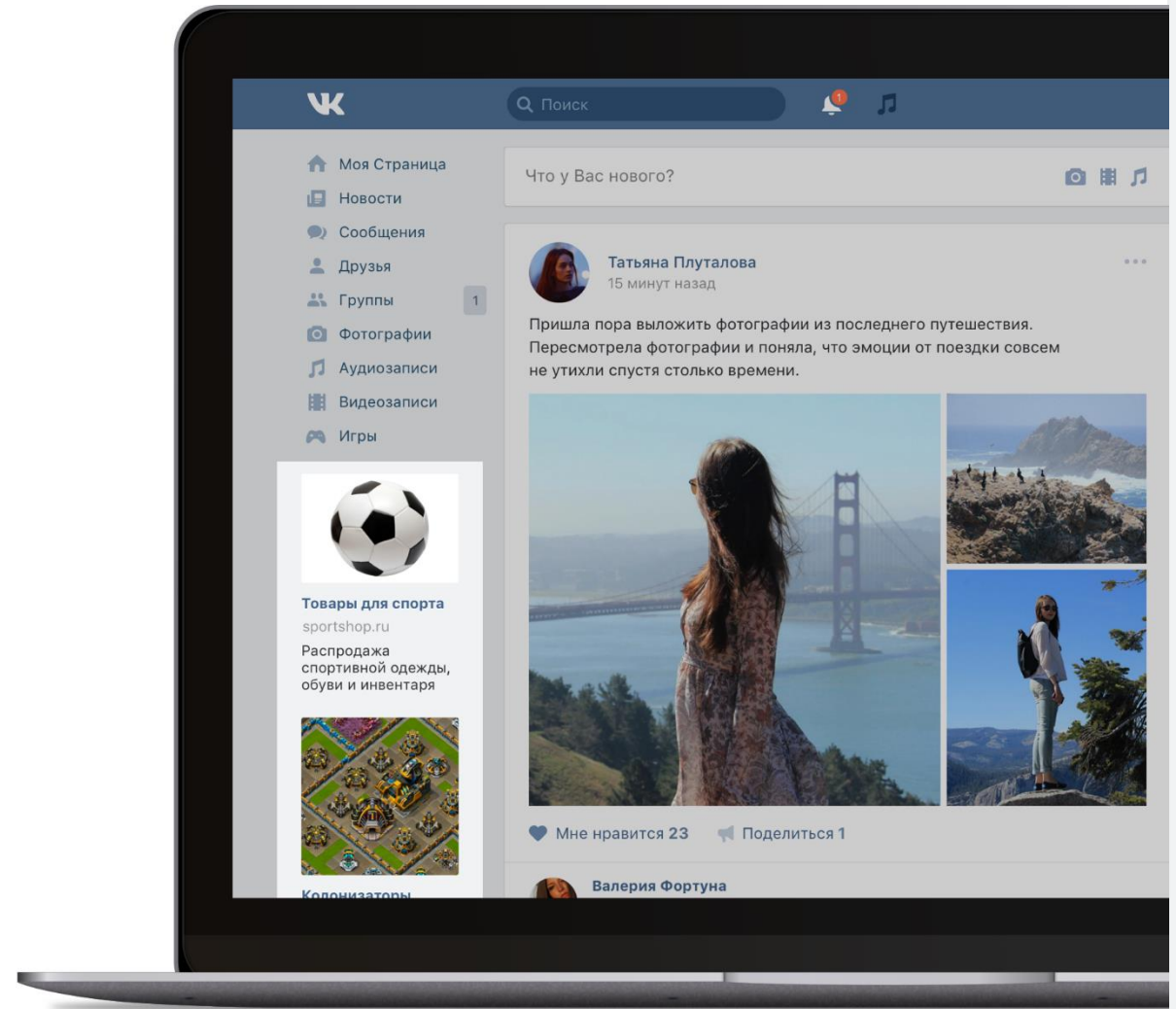
Назад



Десктопные форматы

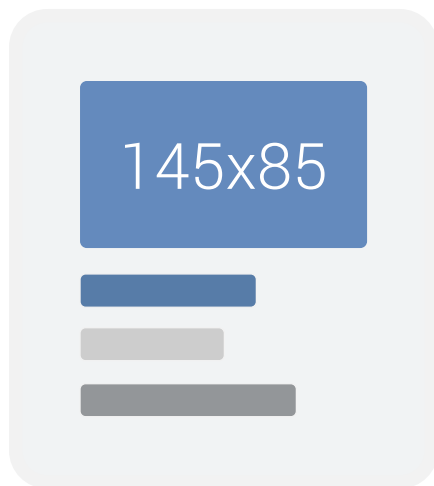
Текстово-графический блок

- до трёх рекламных блоков на каждой странице ВКонтакте;
- четыре формата — каждый для решения любых задач;
- поддержка поведенческого и точечного таргетинга;
- доступен ретаргетинг по пикселю и/или CRM;
- аукционное ценообразование, оплата за переходы или показы.



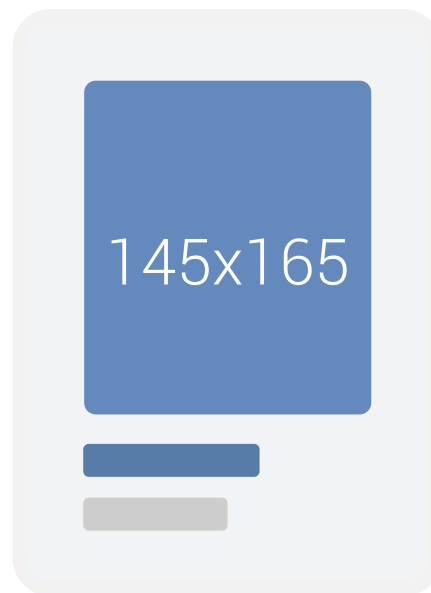
Форматы рекламных объявлений

Изображение и
текст



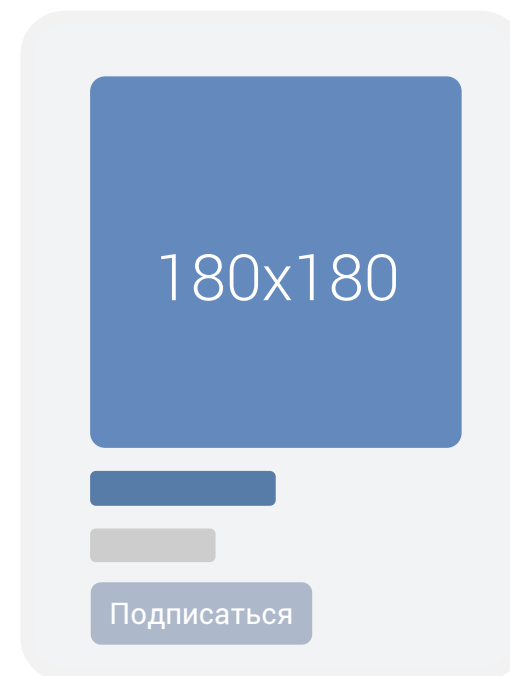
Трафик на сайт
или в сообщество

Большое изображение



Трафик на сайт
или в сообщество

Продвижение
сообщества/приложения

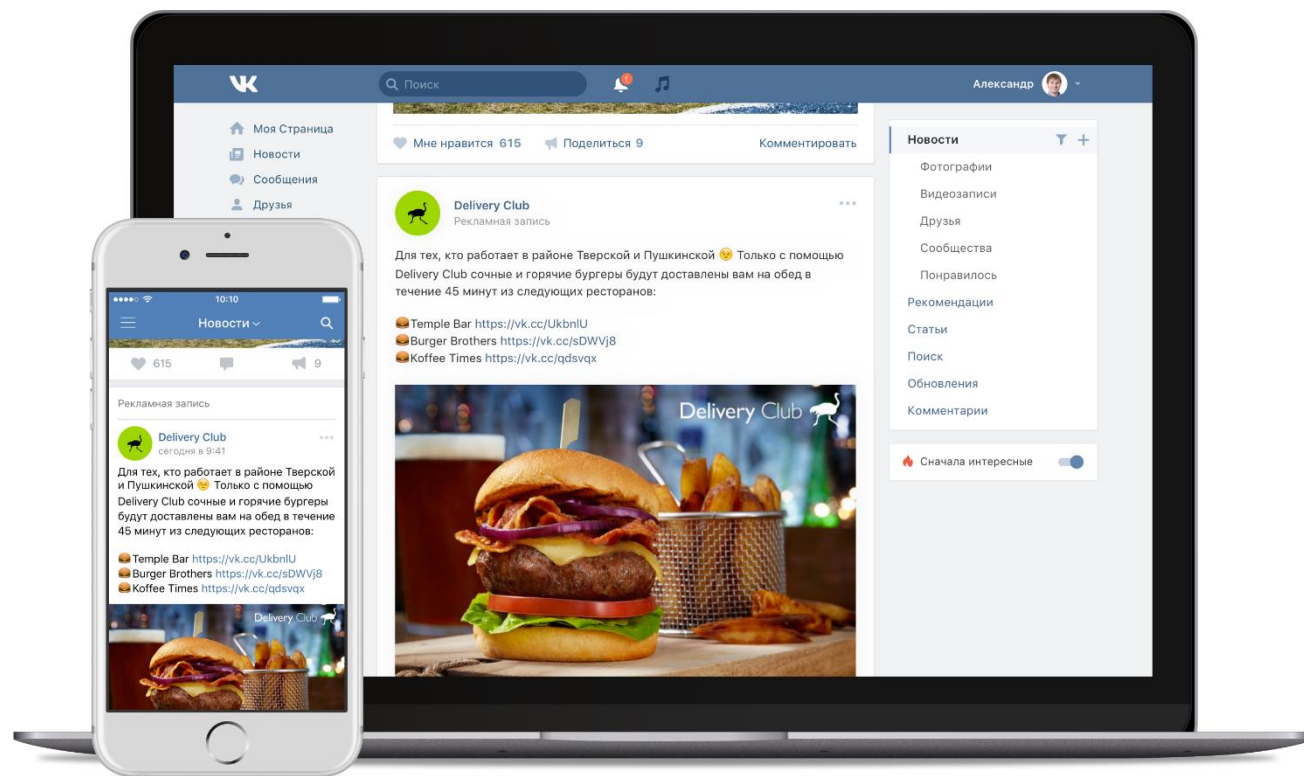




Кросс-девайсные форматы

Продвижение записей

Уникальный формат, позволяющий охватить **90%** пользователей рунета как в полной версии сайта, так и на мобильных устройствах



Продвижение записей

Продвижение записей сообщества в новостной ленте пользователей:

- поддерживается до 10 вложений — иллюстрации, видео, опрос, карта, товары и так далее;
- медийный эффект с потрясающей точностью таргетингов ВКонтакте;
- подробная статистика в режиме реального времени;
- возможность установки пикселя: AdRiver, Weborama и других.



Преимущества формата



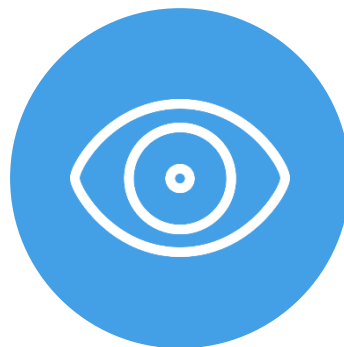
Нативный

Контент бренда
автоматически
адаптируется
под рекламный
формат



Точечный

Доступны
все настройки
таргетинга,
а также
ретаргетинг



Честный

Можно
подключить
сторонние пиксели
для трекинга
статистики



Кросс-девайсный

Реклама
отображается
на всех доступных
устройствах
пользователей



Точный

Частота показа
рекламы
для человека,
а не для
устройства

Скрытые рекламные записи

Как это работает:

- создайте рекламную запись от имени сообщества без публикации на стене;
- показывайте её в ленте новостей только нужной аудитории.

Зачем это нужно:

- α/β -тестирование креативов;
- параллельные эксперименты с разными настройками;
- привлечение в сообщество новой аудитории.

Создание записи



ВКонтакте для бизнеса
Рекламная запись

Введите текст записи...



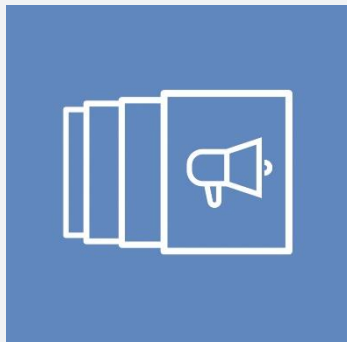
 Ещё ▾

☐ подпись

Запись будет отображаться только в рекламном объявлении и не будет видна на стене сообщества или в новостной ленте подписчиков. Также запись станет доступна по прямой ссылке начиная с первого показа объявления.

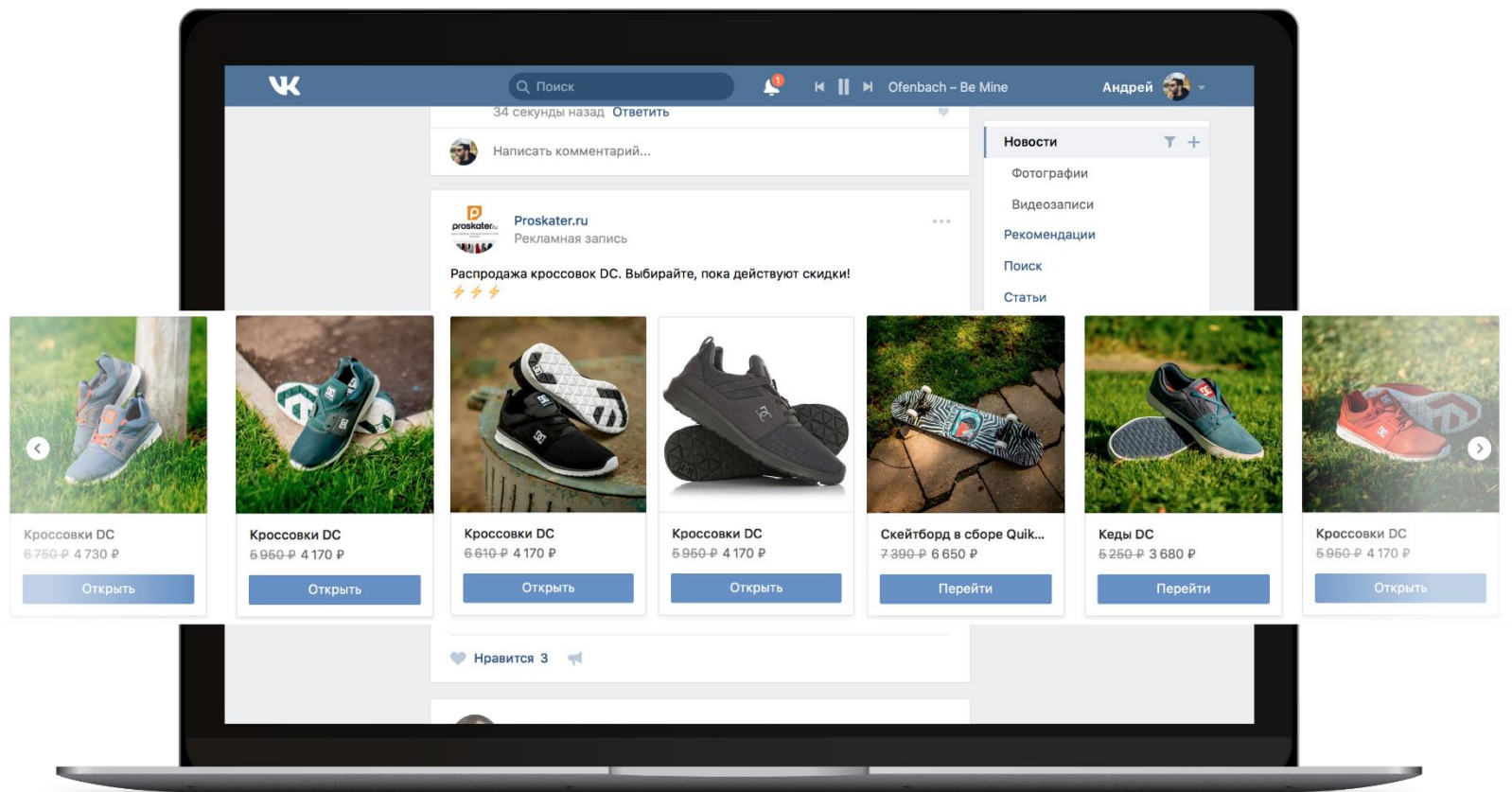
Отмена

Создать



Карусель

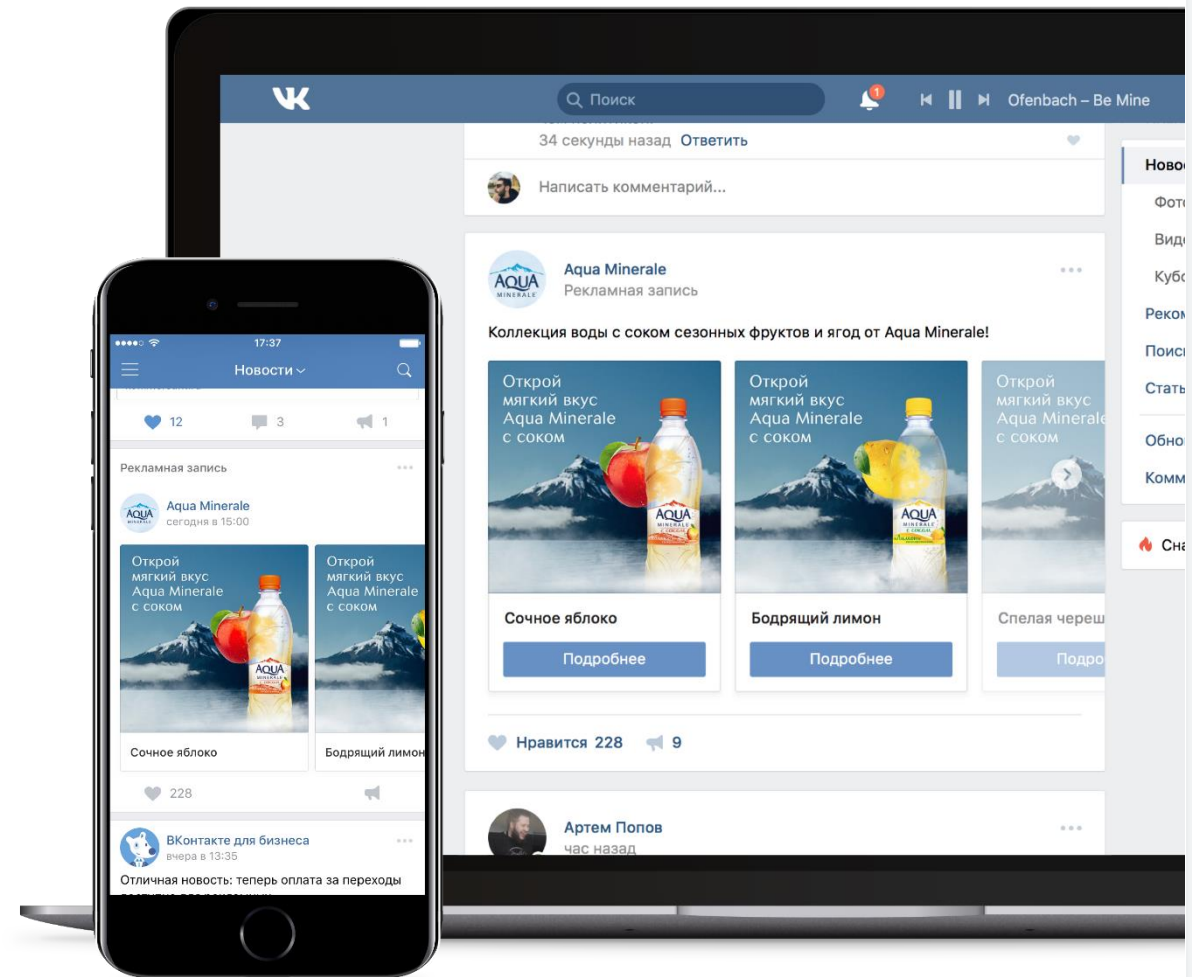
Встречайте, Карусель!



Рекламная карусель

Карусель — это новый формат таргетированной рекламы ВКонтакте, который позволяет отображать в одном рекламном объявлении до 10 карточек с возможностью свайпа.

Для каждой карточки предусмотрена возможность вставить отдельную ссылку.



Какие задачи решает Карусель?

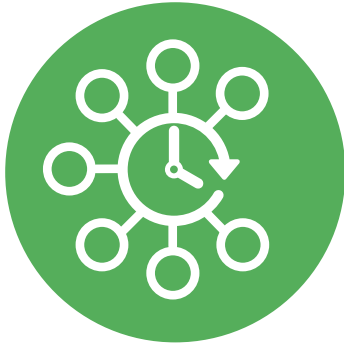
Увеличение продаж — пользователь видит несколько разных товаров в одном объявлении.

Повышение узнаваемости — креативный подход привлекает больше внимания к объявлению.

Повышение лояльности — карточки с простой пошаговой инструкцией воспринимаются пользователем как забота со стороны компании.



Преимущества формата



Многозадачный

- привлекайте пользователей на сайт для совершения покупки или другого целевого действия;
- увеличивайте узнаваемость бренда;
- привлекайте новых подписчиков в сообщество.



Кросс-девайсный

Формат отображается в ленте новостей на всех платформах: в десктопной и мобильной версиях сайта, а также во всех официальных мобильных приложениях ВКонтакте.



Удобный

Оплата формата доступна как за переходы, так и показы.



Примеры использования

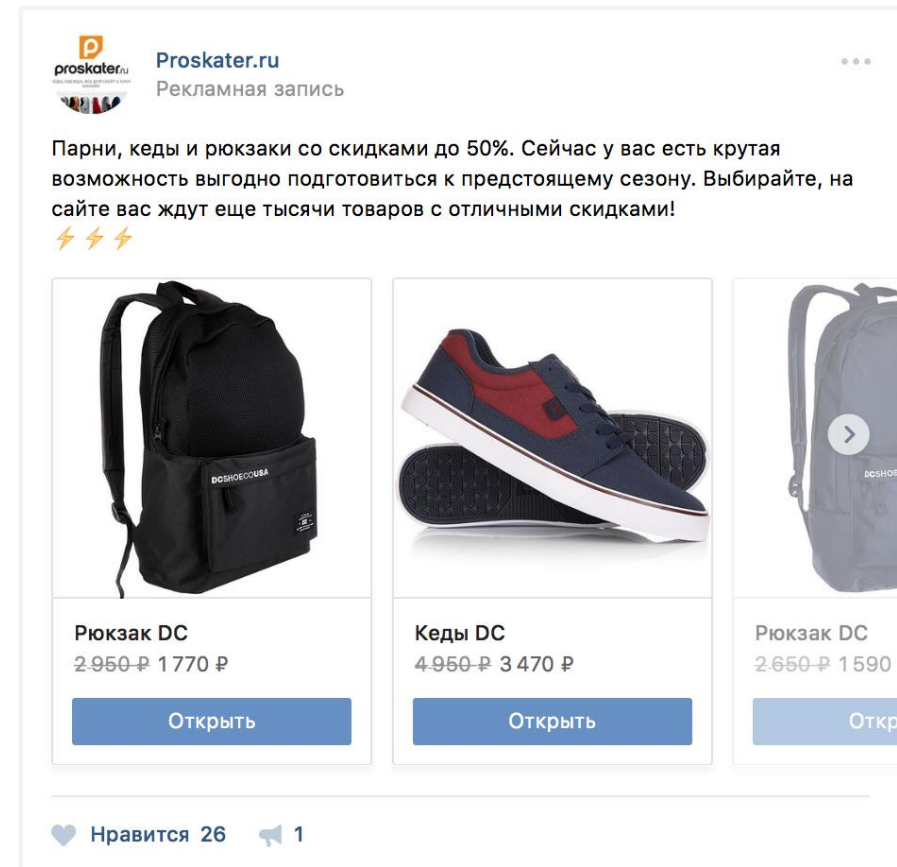
Покажите несколько товаров

Предоставьте пользователям возможность выбирать:

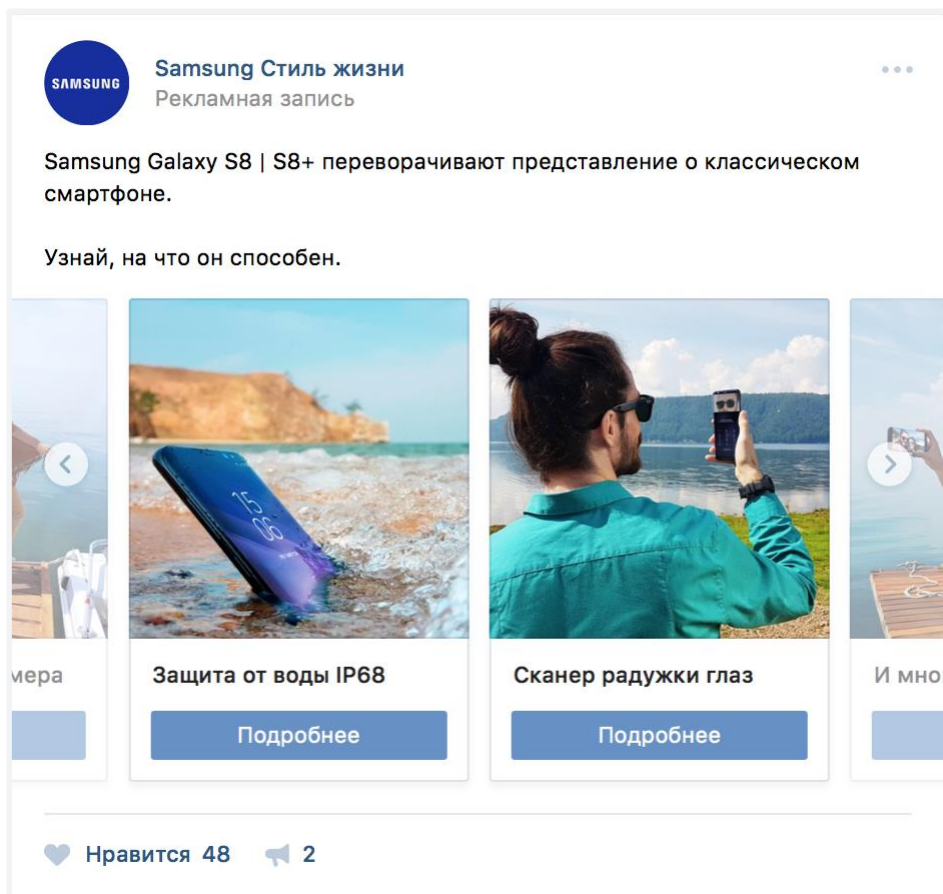
- показывайте карточки с товарами из разных категорий;
- выводите на первый план карусели товары со скидкой или самые популярные товары;
- создавайте подборки с одним основным и несколькими сопутствующими товарами.

Для каждого товара используйте отдельную ссылку, которая будет вести на соответствующую страницу с товаром на вашем сайте.

Чем больше вариативность товаров в карусели, тем выше вероятность того, что пользователи совершат покупку.



Покажите разные преимущества товара



Покажите пользователям товар с разных сторон:

- опишите на каждой карточке карусели отдельную особенность товара;
- подберите изображения, которые подчеркнут заявленные особенности;
- создайте историю из карточек, которая поможет пользователю ознакомиться с товаром.

Используйте в объявлениях разные комбинации из созданных карточек, чтобы показывать каждой отдельной целевой аудитории наиболее значимые для неё преимущества.

Чем ярче подобраны преимущества, тем выше показатель узнаваемости товара.

Создайте пошаговую инструкцию

Помогите пользователям глубже изучить рекламируемый продукт:

- опубликуйте инструкцию по использованию продукта при помощи карточек;
- покажите как пошагово заказать услугу на вашем сайте или в группе;
- проведите виртуальную экскурсию по вашему бизнесу, повышая лояльность пользователей.

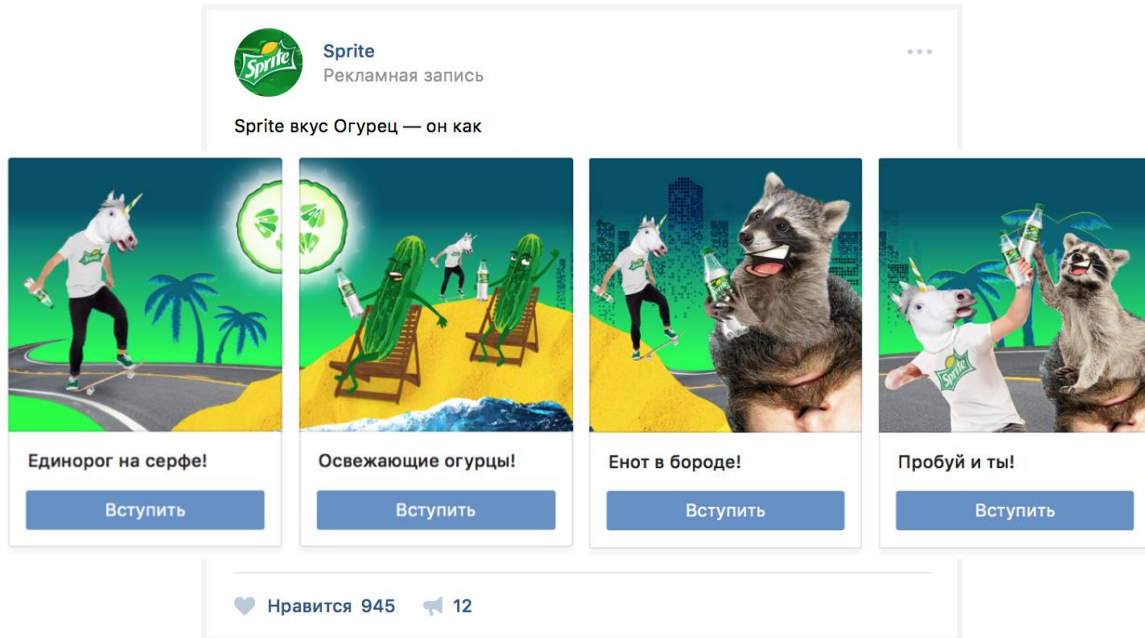
Продумайте правильный порядок очередности карточек в карусели, чтобы пользователи последовательно знакомились с преимуществами вашего товара.



Используйте креативный подход

Вовлеките пользователей в создаваемый вами контент:

- разделите вытянутое горизонтальное изображение (панораму) на несколько частей, чтобы карусель смотрелась единым целым;
- публикуйте изображения с затуханием насыщенности от цветных к черно-белым или наоборот, чтобы подчеркнуть наличие сильных сторон и отсутствие недостатков;
- сделайте комикс из карточек и расскажите историю пользователям.



Креативный подход привлечет больше внимания и позволит вам быстрее донести необходимую информацию до целевой аудитории.

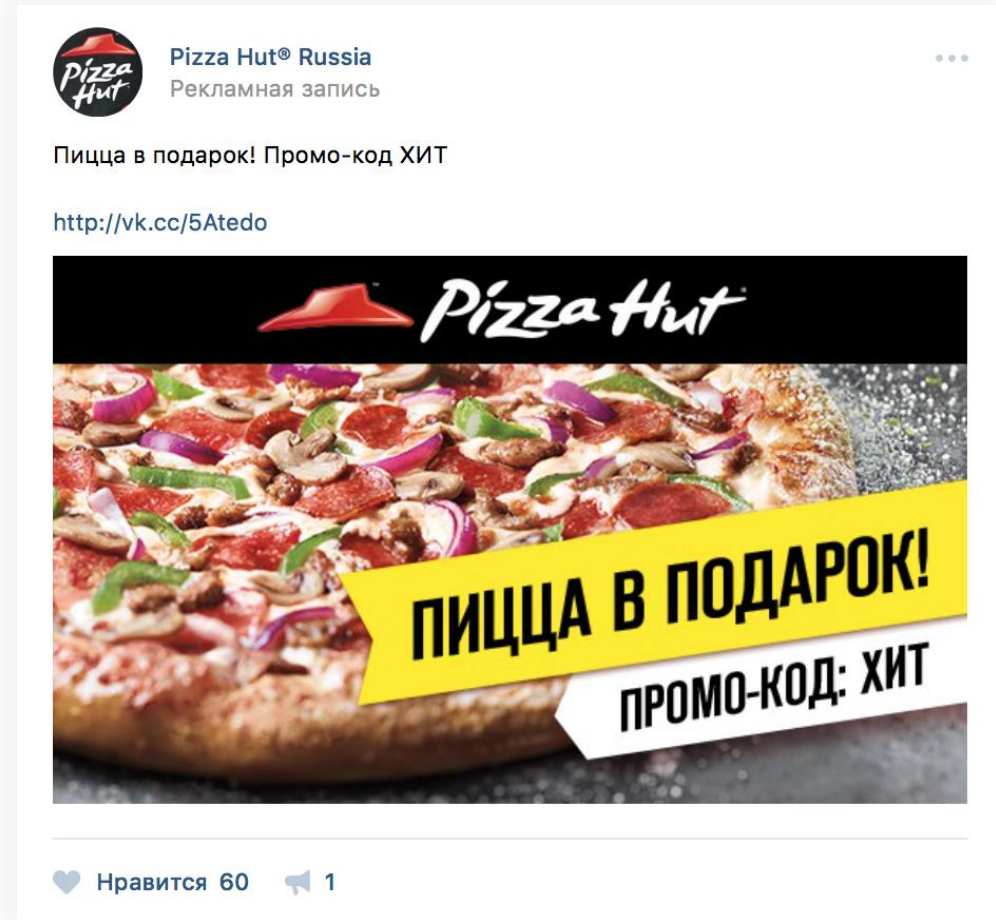


Истории успеха

Цели

Pizza Hut поставила **две** амбициозные задачи:

- увеличить количество заказов от heavy юзеров*;
- увеличить объем heavy юзеров.



*Heavy юзеры – пользователи, которые регулярно заказывают пиццу в Pizza Hut.

Увеличение количества заказов от heavy юзеров

Ретаргетинг по CRM базе



Matching rate 74%

CTR 1,4%

CR 3,32%



Matching rate 63%

CTR 0,4%

CR 3,95%



Matching rate 46%

CTR 0,6%

CR 0,92%

Поиск новых heavy юзеров

Look-a-like



Размер LAL 39 843

CTR 0,74%

CR 1,95%



Размер LAL 1 129 361

CTR 0,08%

CR 0,4%



Размер LAL 255 400

CTR 0,58%

CR 0,32%

Кейс: продажа билетов на мюзиклы в Летний Дворец

Факты:

Ресторанный комплекс Летний Дворец – площадка для проведения различных мероприятий: банкеты, свадьбы, праздники, а также детские **3D мюзиклы**;

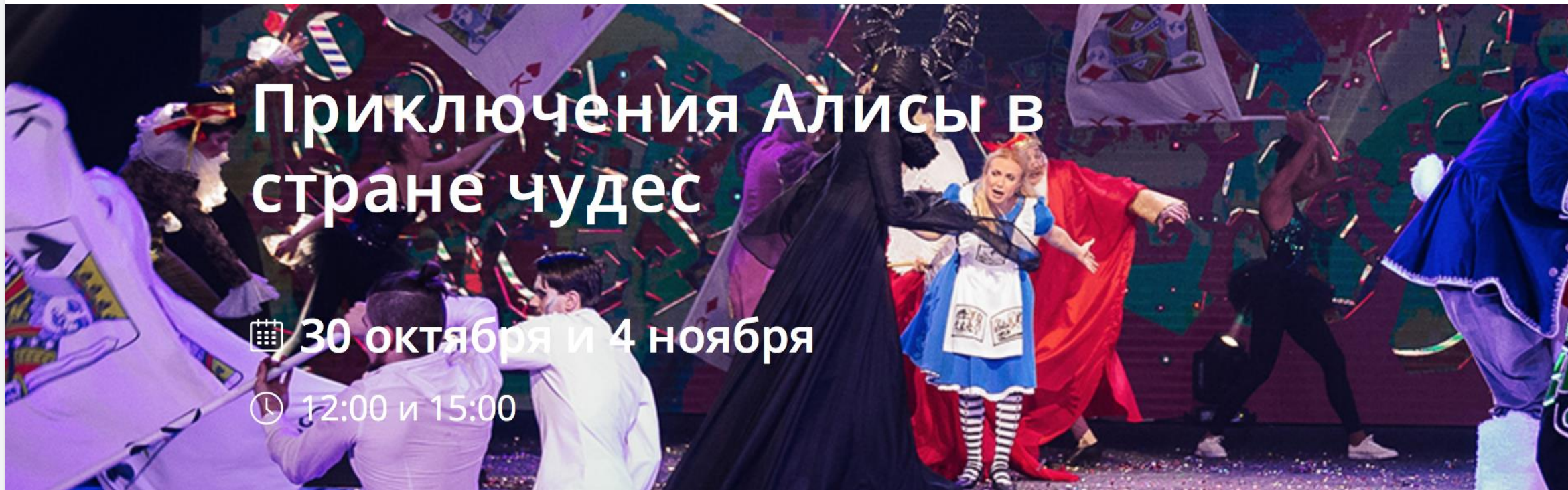
Molinos – агентство цифровых коммуникаций, специализирующееся на комплексном подходе к продвижению бизнеса;

Задача: **продажа билетов** на детские мюзиклы **на сайте**;

Использовался формат таргетированной рекламы ВКонтакте – **Продвижение записей**.



Кейс: продажа билетов на 3D мюзикл «Приключения Алисы в стране чудес»



Кейс: 3D мюзикл «Приключения Алисы в Стране Чудес»

5 сегментов целевой аудитории



женщины от 18 до 35, замужем,
интересы «Дом и семья»,
«Культура и искусство»*



женщины от 18 до 35, замужем,
участницы сообществ для мам*



женщины и мужчины от 25 до 45,
женаты/замужем, участники
сообществ для родителей*



участники сообществ для
родителей из Санкт-Петербурга
(детские сады)**



участники городских сообществ
Санкт-Петербурга**



Кейс: «Приключения Алисы в Стране Чудес»

Результаты:

Период: **1 месяц;**

Средний **CTR – 0,7%;**

Конверсия в покупку билета – **16,9%;**

Средняя стоимость целевого действия – **94 руб;**

Продано билетов на **565 000 руб;**

ДРР* – 8,84%.

Итог: **полный sold-out билетов на мероприятие.**



*ДРР (доля рекламных расходов) = расходы на рекламу / прибыль с рекламы * 100%

Доля рекламных расходов, которая показывает соотношение затрат и реальных денег, которые получил рекламодатель.



Сертификация специалистов по рекламе ВКонтакте

Станьте сертифицированным специалистом

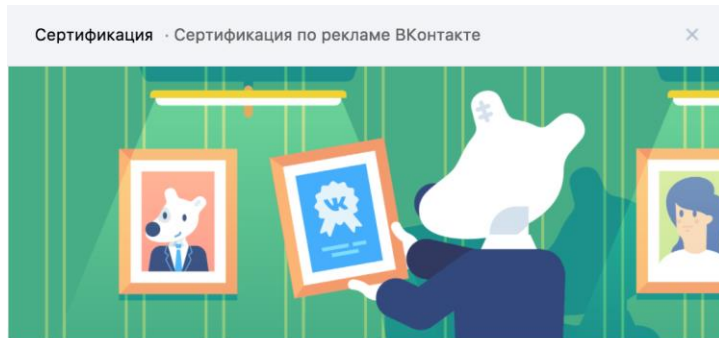
Профессионалы смогут:

- проверить уровень своих знаний;
- получить от площадки подтверждение своих навыков.

Клиенты смогут:

- удостовериться в подлинности сертификата делового партнера на vk.cc/certificate.





Проверка подлинности сертификата

Вы можете проверить статус и подлинность сертификата специалиста по таргетированной рекламе ВКонтакте. Пожалуйста, укажите номер сертификата и фамилию владельца.

Номер сертификата:

3

Фамилия владельца:

Gordeev

Проверить сертификат



Peter Gordeev

Сертификат №3 действителен до 18 августа 2018 года.
Тестирование пройдено с первой попытки.

Как получить сертификат?

Пройдите тестирование в сообществе
«**Сертификация по рекламе ВКонтакте**»*:

- ответьте на **100 вопросов по 7 темам**: от работы в кабинете таргетированной рекламы до стратегий управления ставками и правил модерации;
- успеете ответить на все вопросы за **77 минут**;
- **наберите не менее 80% баллов** в каждой теме для успешного прохождения теста;
- не отчаивайтесь, если не получится сдать тест с первого раза, повторно вы сможете пройти тест через 7/30/90 дней.

Следите за рекламными
обновлениями в сообществе
ВКонтакте для бизнеса:
vk.com/adsnews.





ВКонтакте с вами
adv@corp.vk.com