

Чек-лист по запуску рекламной кампании ВКонтакте

С помощью этой памятки вы сможете избежать многих ошибок при запуске рекламных кампаний в социальной сети ВКонтакте. А также поймёте, как работать с настройками.

Шаг 1. Выполните подготовительную работу перед запуском рекламной кампании

- Проанализируйте и сегментируйте целевую аудиторию
- Проанализируйте конкурентов
- Продумайте стратегию рекламной кампании
- Подготовьте базы аудиторий и базы для ретаргетинга
- Пропишите рекламные предложения для каждого сегмента целевой аудитории
- Продумайте заголовки и напишите тексты
- Подготовьте креативы

Шаг 2. Пополните баланс рекламного кабинета

Перейдите в раздел «Бюджет» и нажмите кнопку «Пополнить счет».

Шаг 3. Создайте новое объявление в разделе «Кампании» в рекламном кабинете

Выберите кампанию, в которую хотите сохранить объявление.

Шаг 4. Выберите цель рекламного объявления

Подберите цель наиболее подходящую под вашу стратегию.

Чек-лист по запуску рекламной кампании ВКонтакте

Шаг 5. Выберите рекламируемый объект, целевое действие, стратегию ставок и бюджет

- Укажите рекламируемый объект: сайт, сообщество, мобильное приложение и т.д.
- Определите целевое действие в зависимости от рекламируемого объекта
- Выберите стратегию ставок: минимальная цена (автоматическая) или предельная цена (ручное управление ставками)
- Установите бюджет: дневной или на все время проведения кампании

Шаг 6. Установите время показа рекламы

- Через удобный интерфейс можно выбрать расписание показа рекламных объявлений как в будни, так и в выходные дни, если это необходимо. По умолчанию показ установлен 24*7
- Включите режим «Учитывать праздники», если хотите, чтобы в дни государственных праздников рекламу видели по расписанию воскресенья

Шаг 7. Создайте новое объявление в разделе «Кампании» в рекламном кабинете

Регионы показа можно указать на карте, выбрать через поисковую строку, добавить списком как из файла, или через запятую указать названия стран, регионов или городов. Помимо названий можно вводить числовые идентификаторы регионов.

Шаг 8. Выберите цель рекламного объявления

- В блоке «Демография» укажите пол и возраст целевой аудитории, либо установите автоматический выбор
- Также при необходимости установите возрастную маркировку

Чек-лист по запуску рекламной кампании ВКонтакте

ИНТЕРЕСЫ И ПОВЕДЕНИЕ (не все шаги на этом этапе обязательны, ориентируйтесь на подготовительный этап и целевую аудиторию)

Шаг 9. Установите подбор интересов в соответствующем блоке

Выберите интересы вашей целевой аудитории, чтобы показывать рекламу тем, кто сейчас покупает товары и услуги ВКонтакте в данной категории. Или используйте автоматический подбор.

Шаг 10. Подберите аудиторию по ключевым фразам

Перечислите фразы, которые могут использовать ваши потенциальные клиенты при поиске товаров или услуг. Учитываются как прямые поиски на ресурсах VK, так и действия пользователей — переходы по категориям или карточкам товаров.

Минус-фразы:

- Добавьте исключающие запросы, чтобы не показывать рекламу аудитории, которая вместе с запросом использовала нежелательные для вашего продукта фразы. Если в запросе пользователя встречаются минус-фразы, он не увидит рекламу.

Установите период поиска от 1 до 30 дней.

Шаг 11. Привлеките аудиторию подписчиков конкурентов

Выберите сообщества, подписчикам которых вы хотите показывать рекламу вручную, либо загрузите список сообществ конкурентов в поле «Добавить списком».

Шаг 12. Привлеките слушателей определенных артистов

При необходимости собирайте аудиторию по музыкальным предпочтениям.

Чек-лист по запуску рекламной кампании ВКонтакте

Шаг 13. Загрузите пользовательские аудитории

Используйте собственные или импортированные списки пользователей, которым вы хотите показывать рекламу.

Шаг 14. Добавьте тексты и креатив

В специальные окна добавьте логотип, изображение или видео, пропишите заголовок и описание.

Шаг 15. Пройдите модерацию объявлений ВКонтакте

Рекламное объявление отправится на модерацию после нажатия кнопки «Опубликовать». Она может занимать от 1-3 часов до суток.

