



Оптимизация рекламных кампаний
ВКонтакте



За 2013 год оборот рекламы
интернет-магазинов ВКонтакте
достиг **500 млн рублей.**

Это в 2 раза выше чем в 2012 г.



Как?



Таргетированная реклама



Базовые знания о пользователе



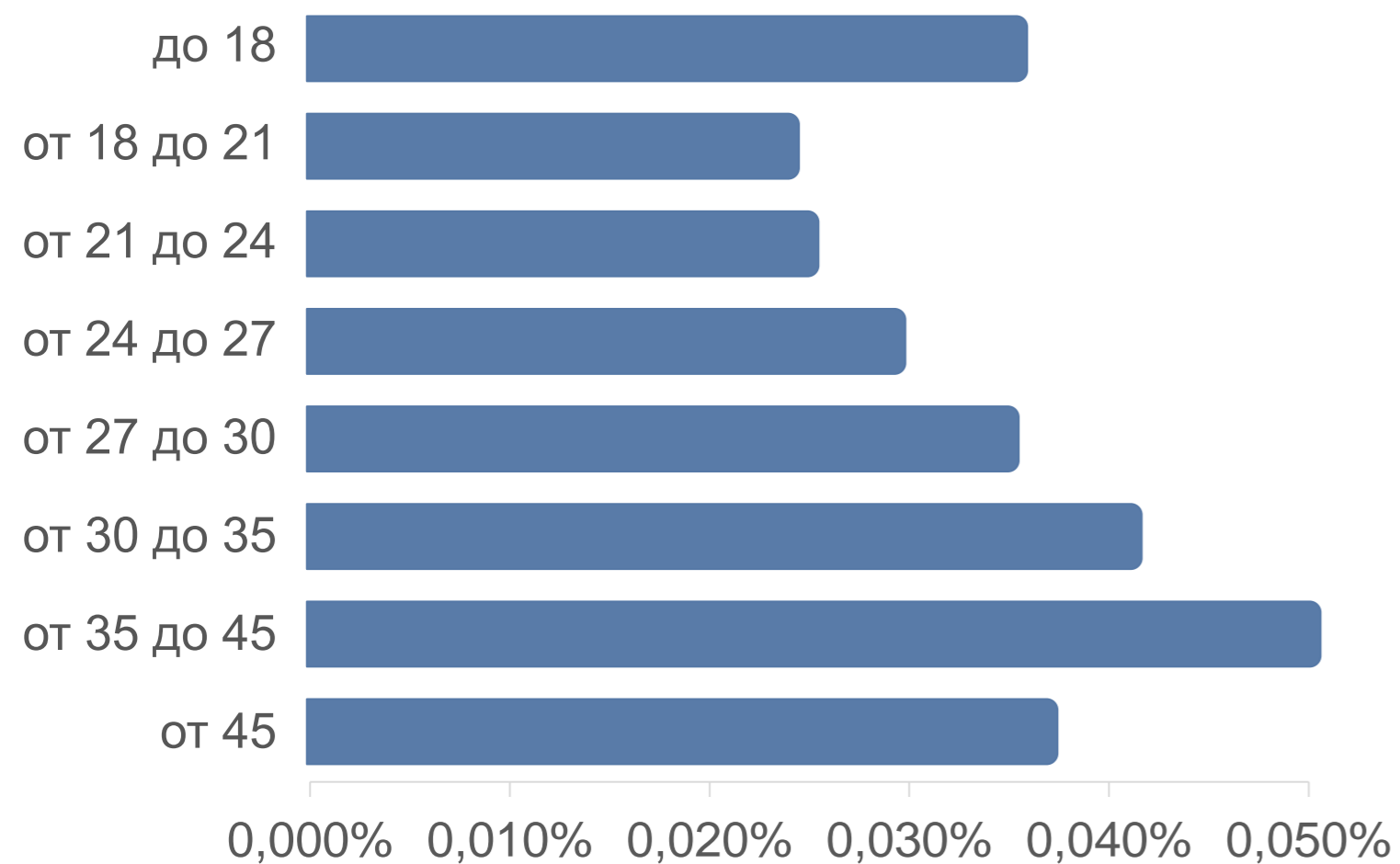
- анкетные данные (соц-дем, география, образование, интересы, дни рождения)
- технологические данные (устройства, браузеры)



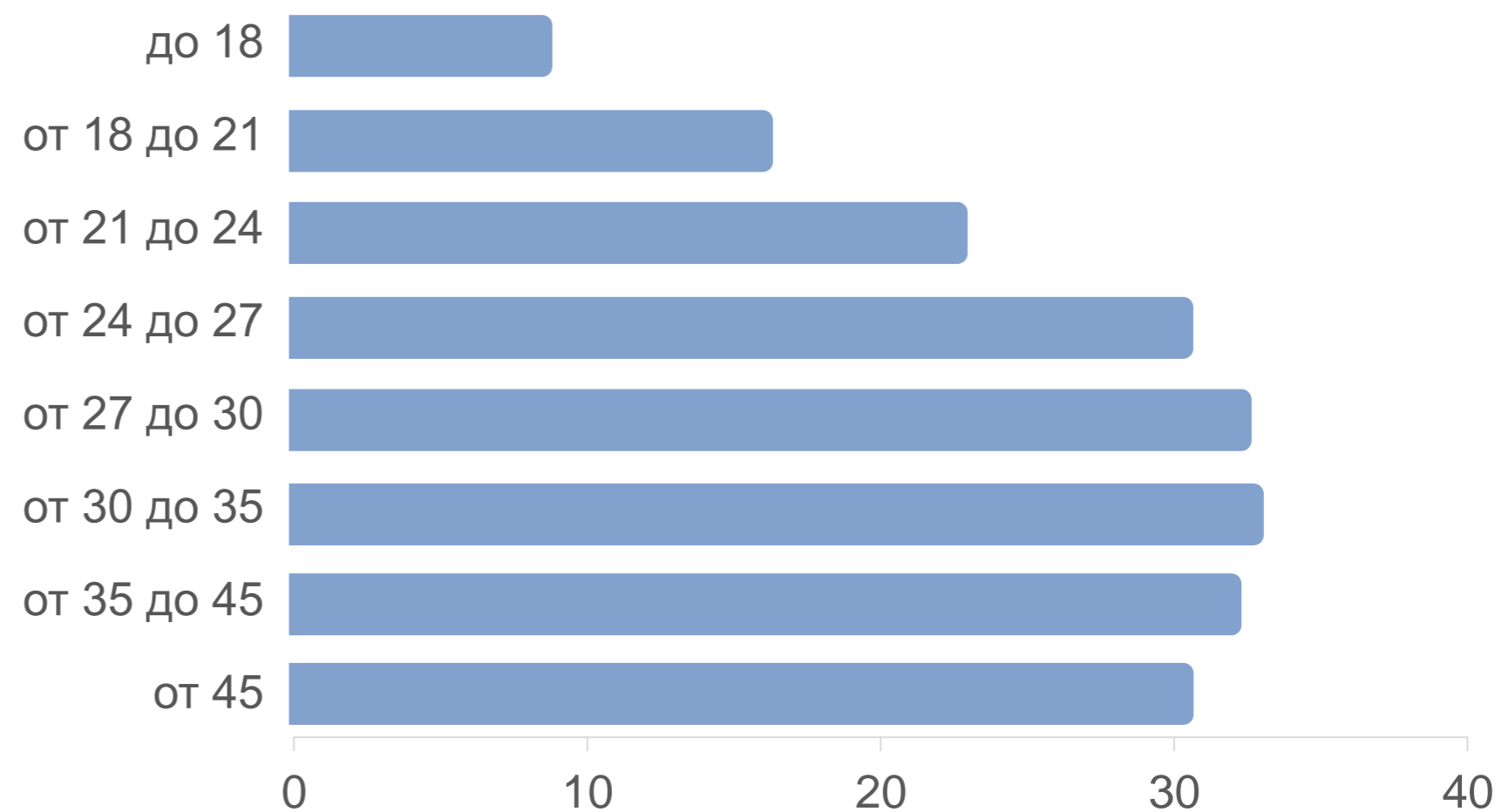


Рекламная активность пользователей

Самая активная аудитория (возраст-CTR)



Самая дорогая аудитория (возраст-CPC)





Применение расширенных знаний о пользователе

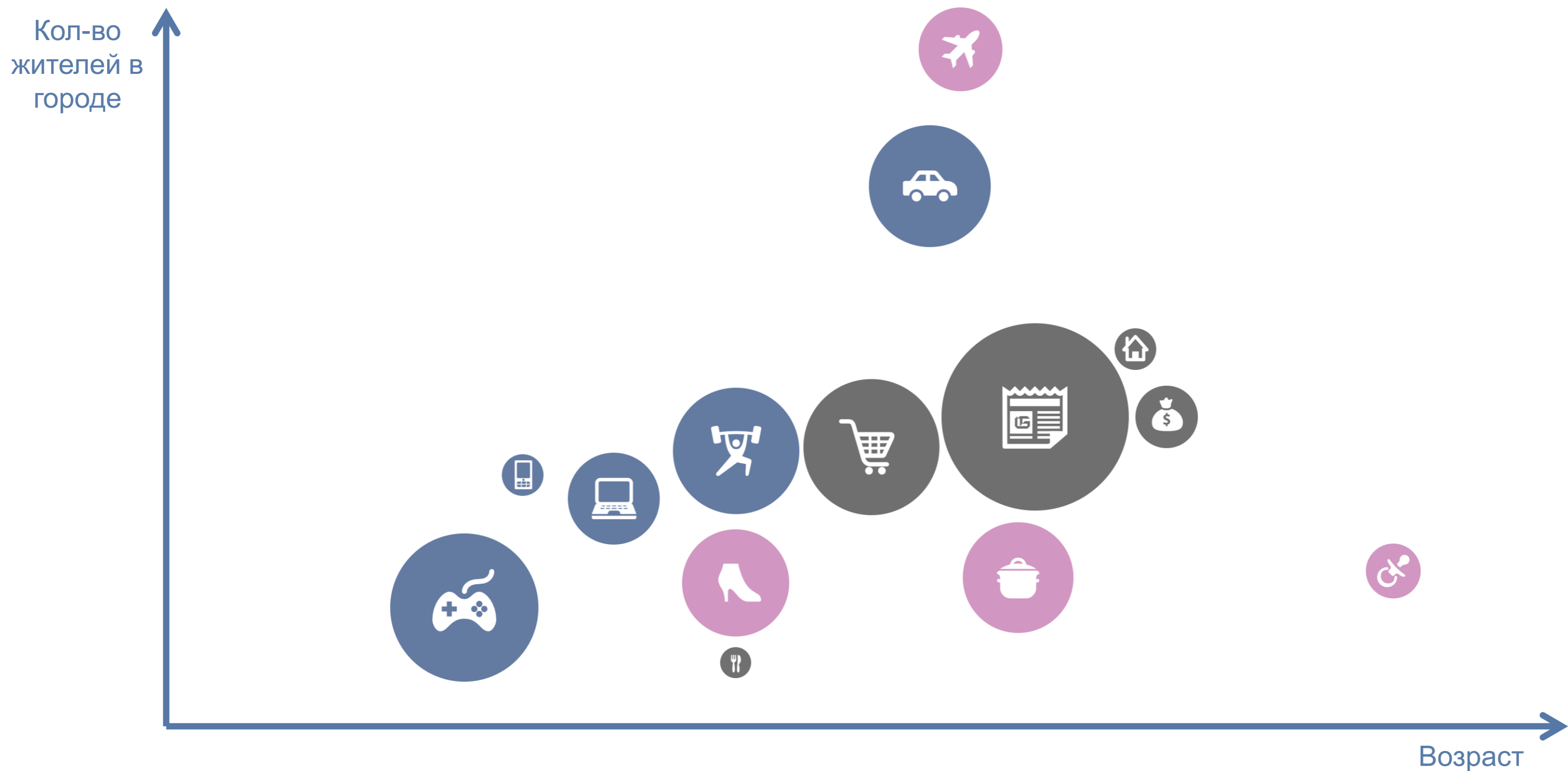


Оценка текущей активности пользователя:

- тематика посещаемых сообществ
- активность пользователя в сообществах определенной тематики
- тематика посещаемых сайтов рекламной сети
- взаимодействие с виджетами на сайтах
- реакция пользователя на рекламу (скрытия, переходы)
- ретаргетинг (id, e-mail, телефоны, пиксель)



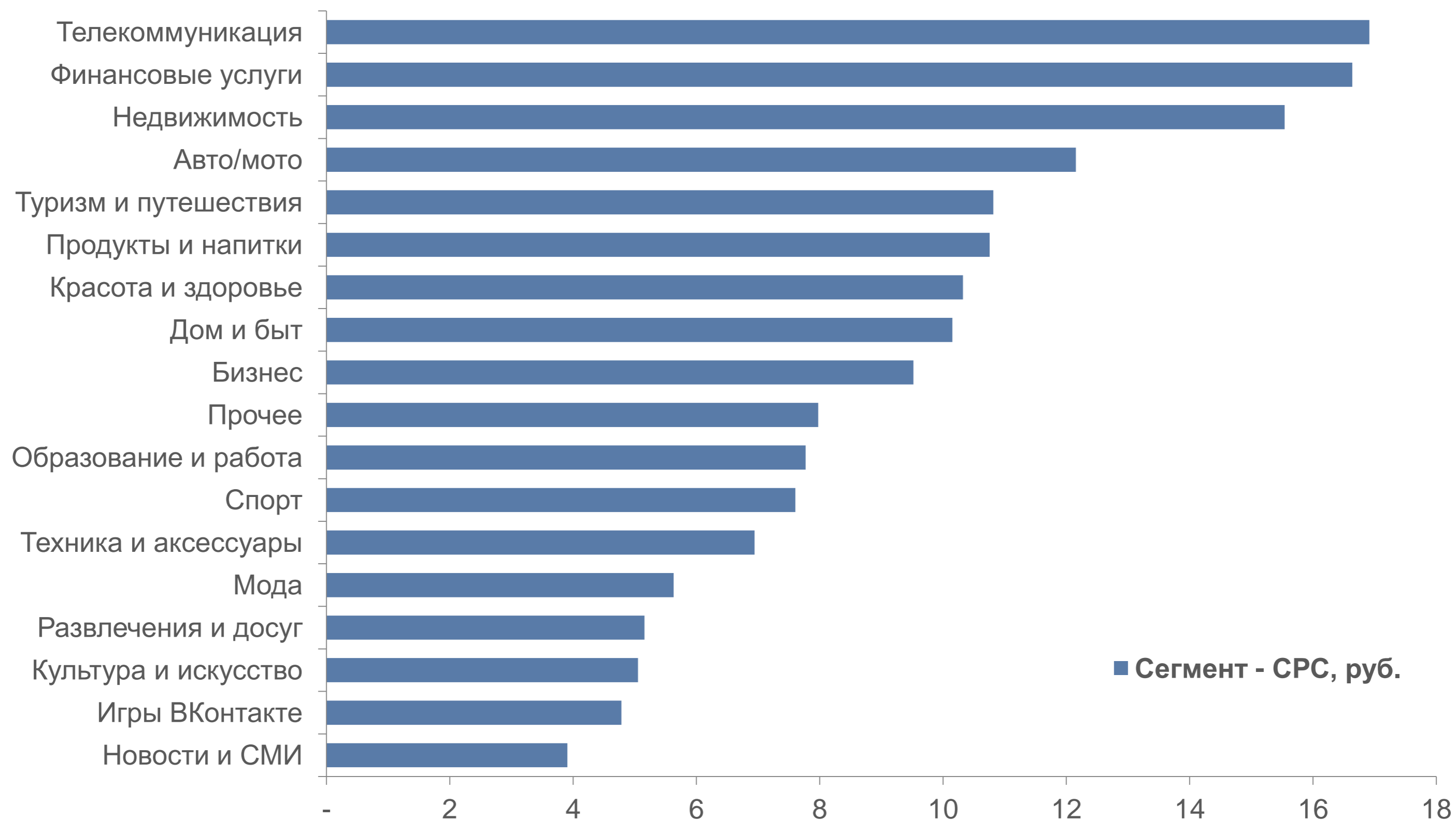
Поведение аудитории в социальной сети



Источник: ВКонтакте, размер круга соответствует охвату аудитории, цвет – преимущественному полу аудитории

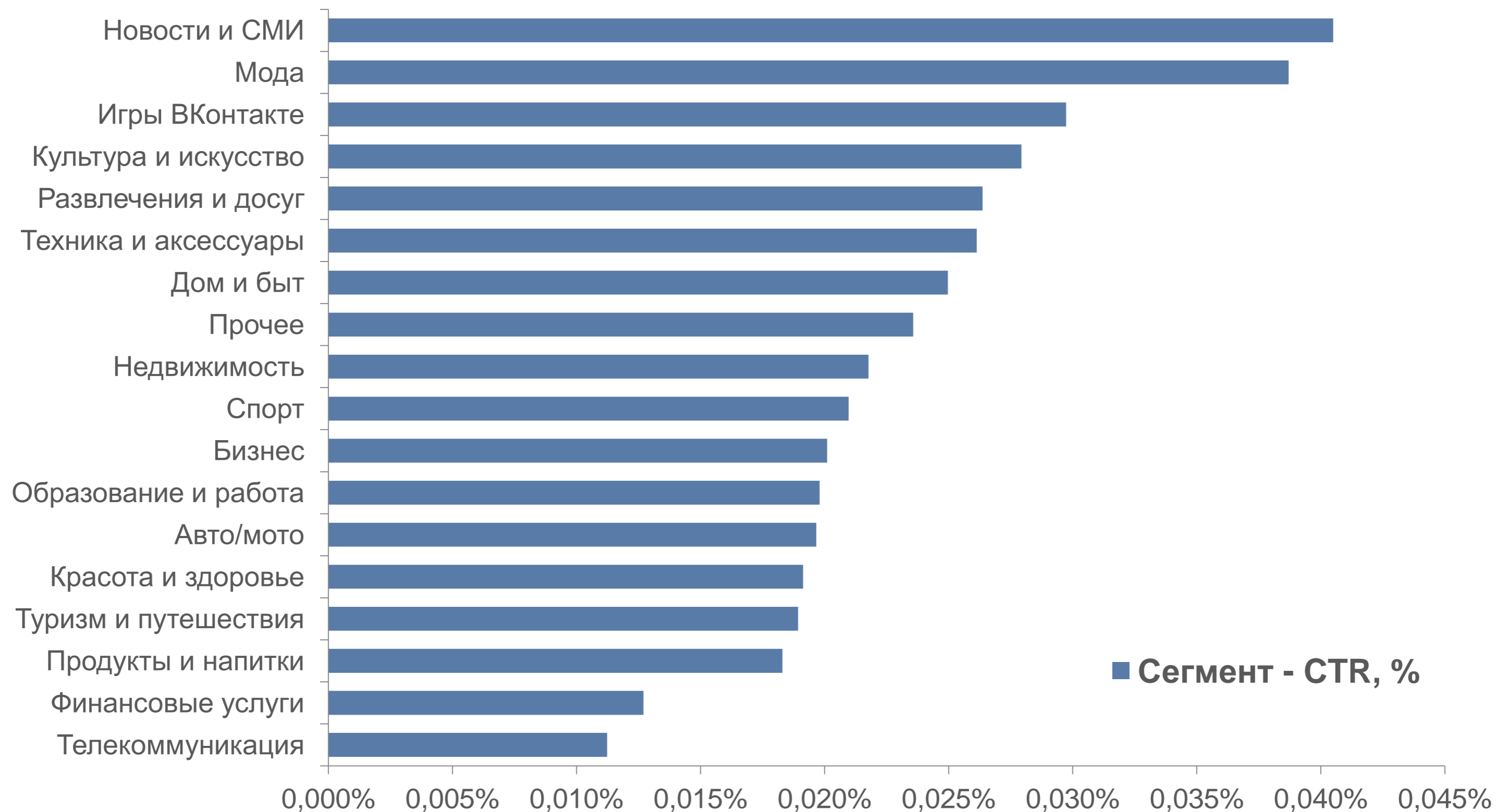


Распределение CPC по тематикам





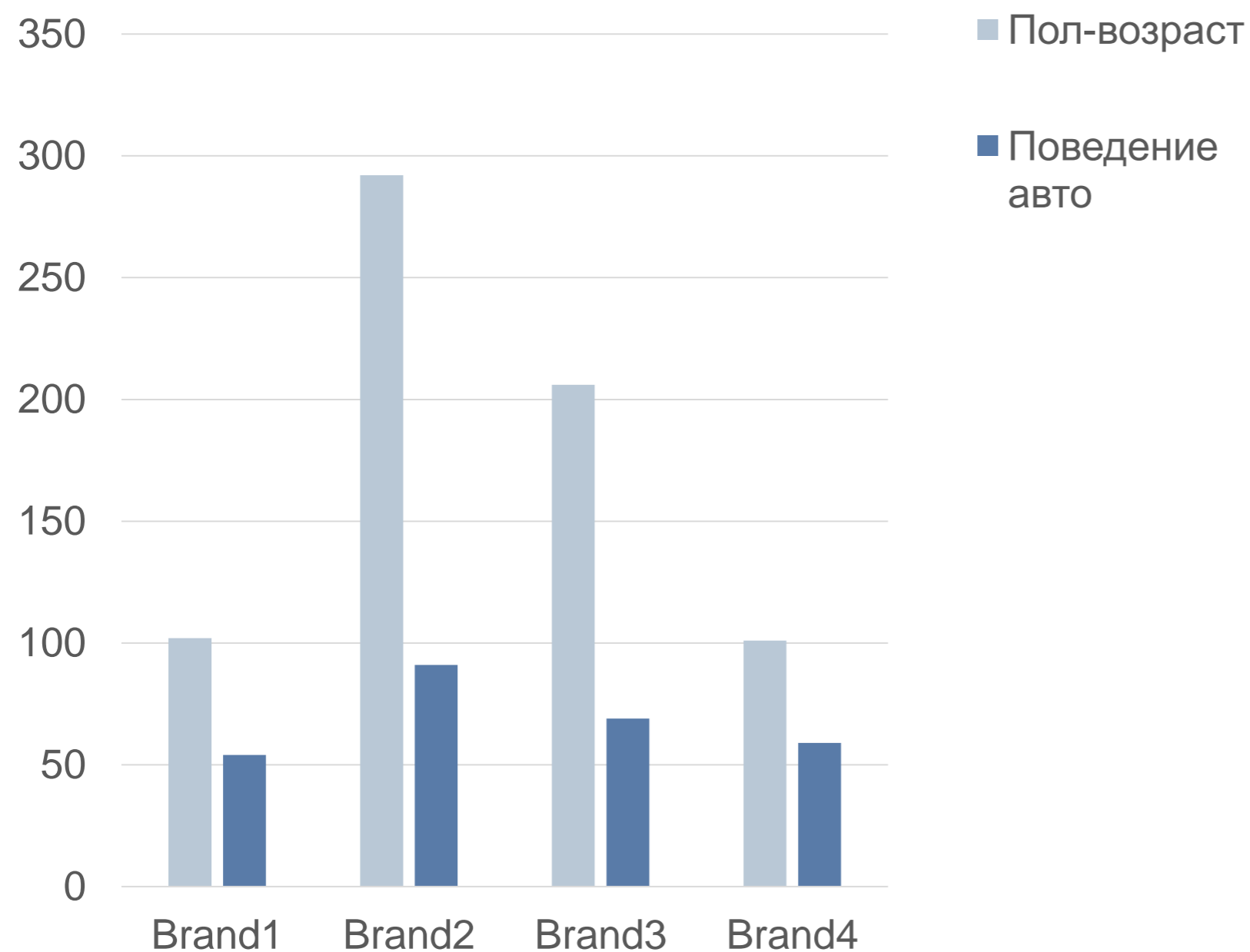
Интерес пользователей к тематикам





Кейс #1: продвижение автомобильных сообществ

Стоимость подписчика



Методология:

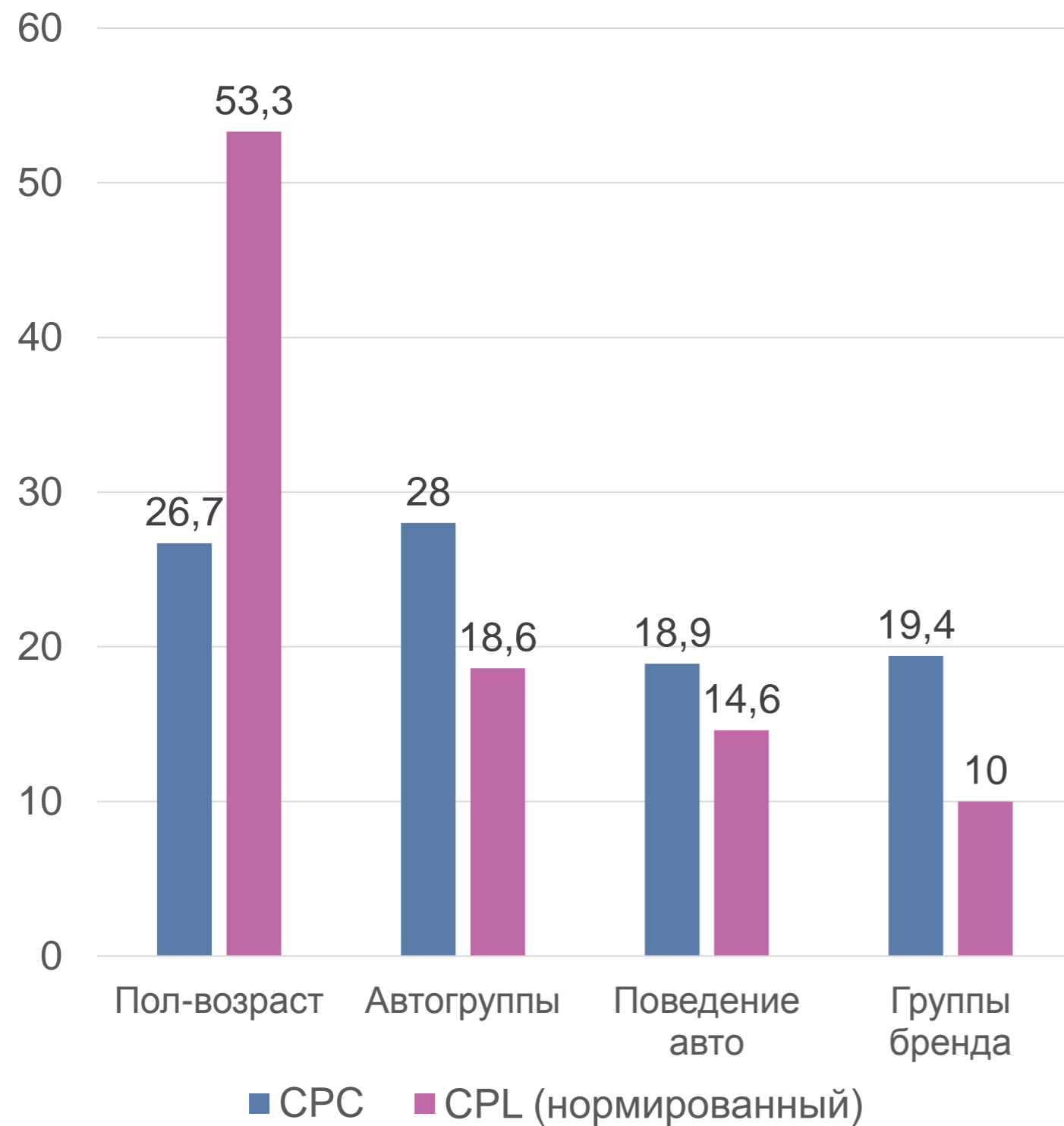
- Одинаковые креативы;
- Рекомендованная ставка;
- Период оценки – неделя.

Результат:

Снижение CPA в 2 раза



Кейс #2: автомобильный бренд



Цель: заявки на тест-драйв

Методология:

- Одинаковые креативы;
- Рекомендованная ставка;
- Период – 3 дня.

Результат:

- Близок к performance каналам



Кейс #3: MMORPG (РА HiConversion)



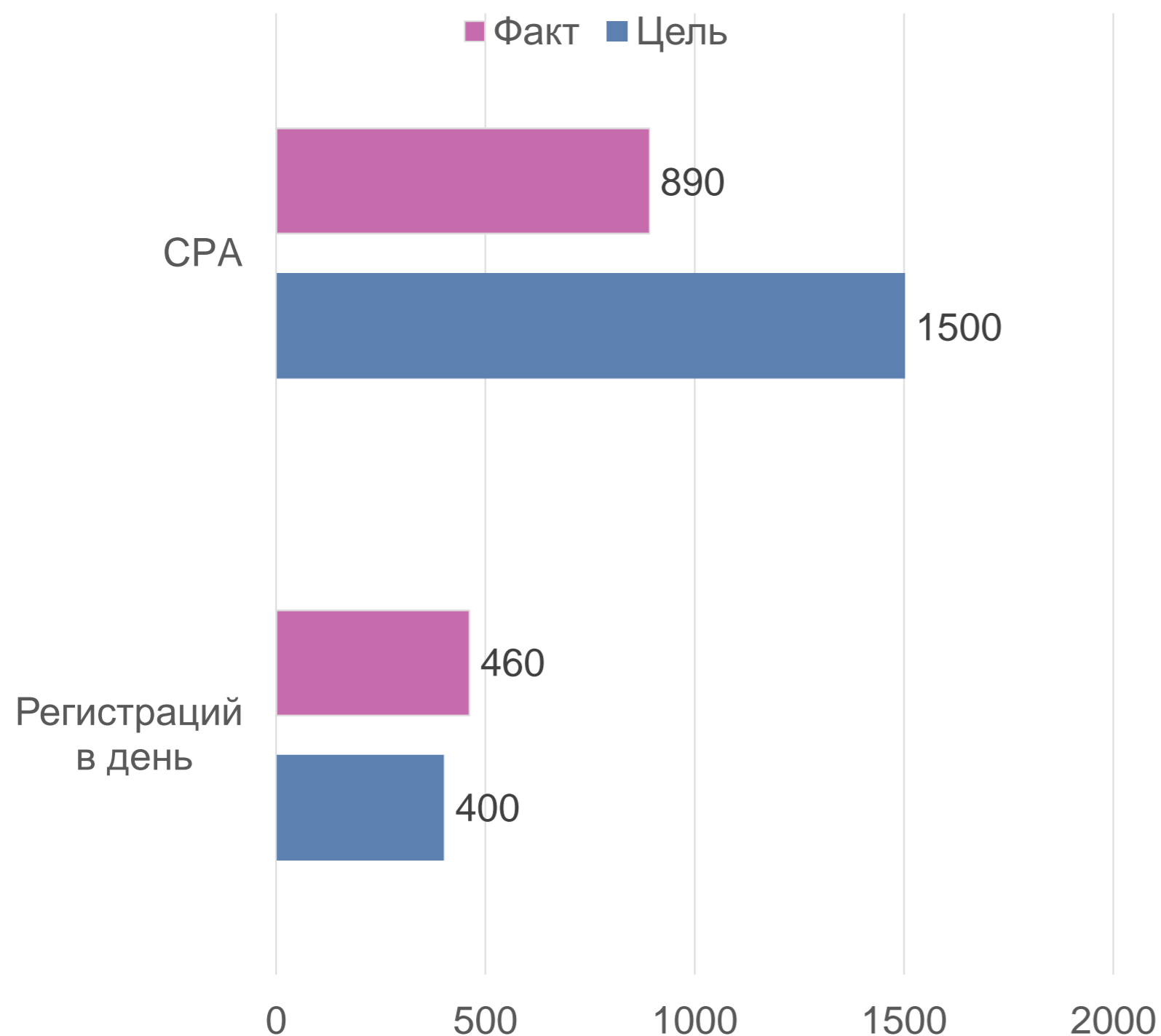
Цель: привлечение новых игроков в онлайн-игру

Методология:

- Использование автоматизации;
- Оптимизация креативов (с 1 200 до 90);
- Дробление аудитории (50 групп на старте, 10 самых конверсионных в итоге);
- Оптимизация ставок по CPA;
- Период - месяц.

Результаты:

- Уменьшение CPA в 1,5 раза
- Стоимость регистрации: 160 руб
- Увеличение кол-ва игроков в 4 раза





Кейс #4: Юлмарт (агентство iConText)



Цели:

- CPC:10 руб
- Прямые конверсии: 1%
- Ассоциативные конверсии: 2,5%
- Оборот на вложенный рубль: 15 рублей



Кейс #4: Юлмарт (РА iConText)

icontext THINK
MEASURE
PROFIT

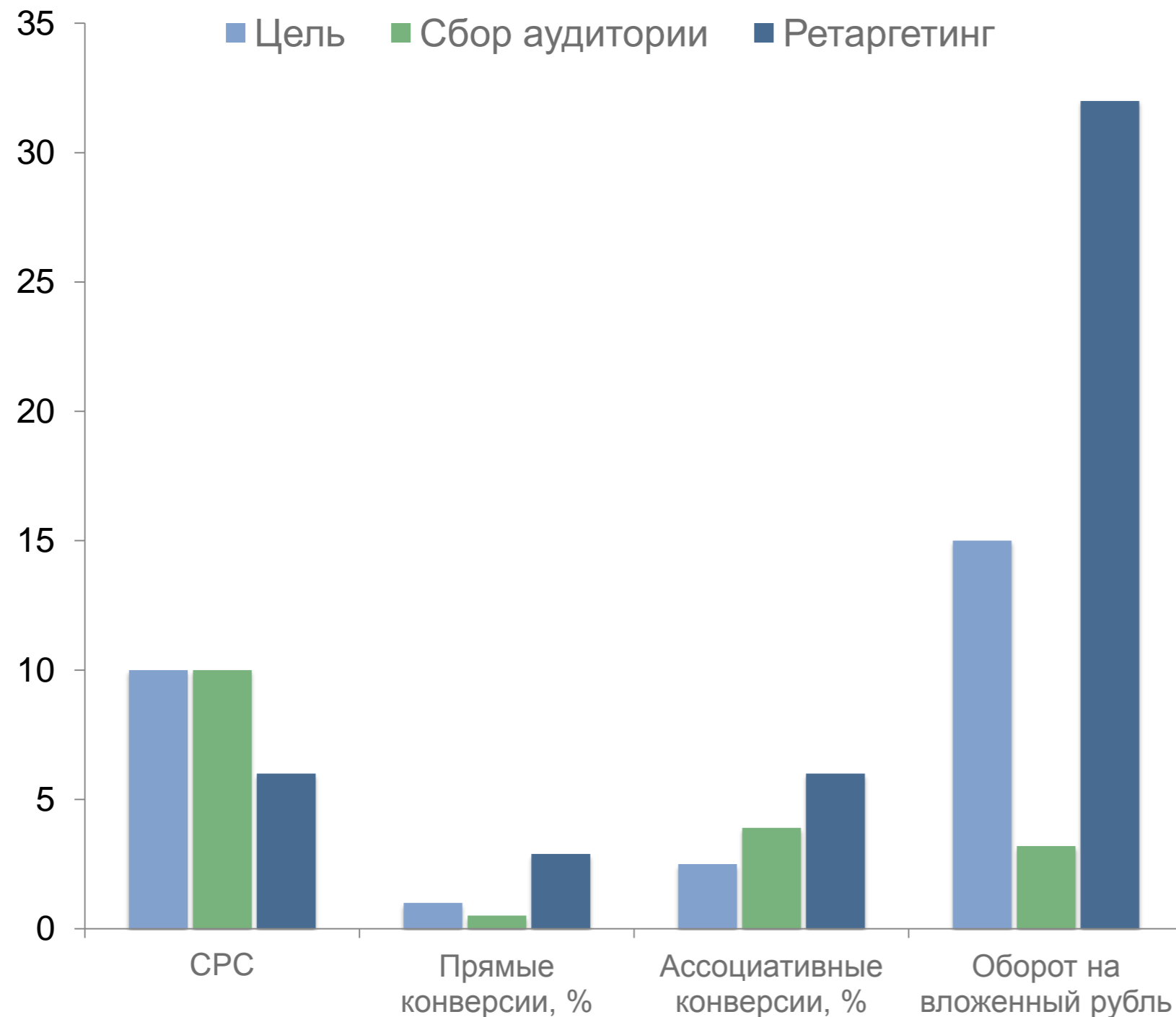


Сбор аудитории:

- Выделение целевых страниц
- Установка кодов ретаргетинга
- Таргетированная реклама ВКонтakte для сбора более широкой аудитории
- Срок кампании: 27 дней



Кейс #4: Юлмарт (РА iConText)



Запуск ретаргетинга:

- Запуск ретаргетинговой рекламной кампании.
- Параллельно продолжается сбор аудитории с помощью установленных ранее кодов.
- Параллельно идет обычная реклама для сбора аудитории / тестируются различные настройки.



Кейс #4: Юлмарт (РА iConText)



	CPC	Прямые конверсии	Ассоциативные конверсии	Оборот на вложенный рубль
Цель	10 руб.	1%	2,50%	15 руб.
Этап 1. Сбор аудитории	10 руб.	0,51%	3,90%	3,2 руб.
Этап 2. Запуск Ретаргетинга	6 руб.	2,89%	6%	32 руб.

Результаты:

- Повышение количества конверсий
- Снижение стоимости заказа
- Снижение стоимости клика
- Повышение ROI



В Контакте с вами

targ@corp.vk.com