



Ремаркетинг в Facebook Ads

Константин Найчуков
eLama.ru



Организационные вопросы

- Длительность вебинара до 2 часов
- Задавайте вопросы по теме
- Запись будет, презентацию скинем

План вебинара

- Что необходимо настроить для запуска
- Что такое динамическая реклама
- Варианты пользовательских аудиторий
- Настройки кампании и группы объявлений
- Рекомендации по созданию креативов
- Способы оплаты рекламы в Facebook Ads

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Давайте знакомиться" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the lower half of the image.

Давайте знакомиться

Яндекс Директ

 Google Ads

 calltracking.ru

OneRetarget

 Calltouch

myG





[YAGLA]

facebook

A white llama with long, fluffy fur is centered in the frame. It has large, upright ears and a small, dark nose. It is wearing a bright red, knitted scarf around its neck. The background is a solid, medium-blue color.

Facebook Ads

Facebook Ads

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Messenger
- Audience Network

Facebook Ads

- Начинаем всегда с **ремаркетинга**

Facebook Ads

- Начинаем всегда с **ремаркетинга**
- Потом тестируем **похожие аудитории**

Facebook Ads

- Начинаем всегда с **ремаркетинга**
- Потом тестируем **похожие аудитории**
- Потом **широкий таргетинг**
с оптимизацией на конверсии

Facebook Ads

- Начинаем всегда с **ремаркетинга**
- Потом тестируем **похожие аудитории**
- Потом **широкий таргетинг**
с оптимизацией на конверсии
- И только потом выход на новую аудиторию через **детальные таргетинги**

A white llama with a red scarf is centered against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The red scarf is knotted around its neck.

Пиксель

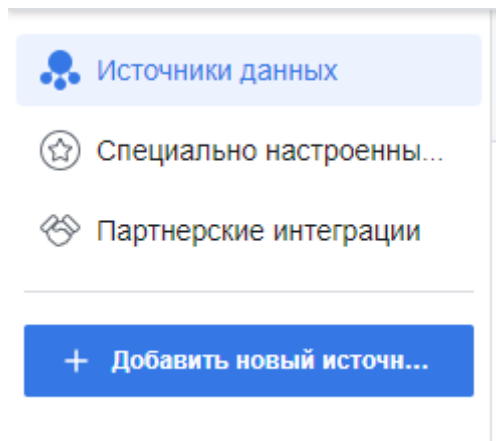
Установка Пикселя

1. Создание Пикселя в рекламном кабинете
2. Внедрение кода на сайт
3. Проверка работоспособности

Создание Пикселя

fb Events Manager			
☰ План	+ Создание и управление	📊 Измерения и отчетность	🗄️ Ресурсы
Креативный центр	Business Manager	Отчеты по рекламе	Аудитории
	Ads Manager	Тесты и результаты	Изображения
	Commerce Manager	Attribution	Каталоги
	Публикации Страницы	Analytics	Точки компании
	Панель приложений	Events Manager	Безопасность бренда
	Помощник по рекламе приложений	Пиксели	Черные списки
	Автоматические правила	Офлайн-события	
		События в приложении	
		Специально настроенные конверсии	
		Партнерские интеграции	

Создание Пикселя



Чтобы отслеживать события, нужно добавить на сайт пиксель, который представляет собой скрипт кода.



Подключение партнерской платформы

Установите пиксель без кода, подключив платформу, которую уже используете, например **BigCommerce**, **Google Tag Manager**, **Magento**, **Сегмент**, **Shopify**, **Squarespace**, **Wix**, **WooCommerce** или другую. [Подробнее об интеграции с платформами.](#)



Самостоятельно установите код пикселя вручную

Мы дадим вам пошаговые инструкции по установке кода.



Отправить инструкции разработчику по эл. почте

Отправить инструкции по установке кода пикселя разработчику.

Facebook Pixel Helper



интернет-магазин chrome



k.naychukov@elama.ru ▾



Facebook Pixel Helper

Установить

Автор: Facebook

★★★★★ 833

[Инструменты разработчика](#)



Пользователей: 991 641

[https://developers.facebook.com/docs/
facebook-pixel/pixel-helper](https://developers.facebook.com/docs/facebook-pixel/pixel-helper)

A white llama with a red scarf is centered against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The word "События" is written in large, white, bold Cyrillic letters across the lower part of the llama's body.

События

Настройка событий

- Индивидуально настроенные (по URL)
- Стандартные — через внедрение кода (напрямую или через GTM)
- Через Event Setup Tool (не рекомендую)

Стандартные события

1 Добавьте события, которые вы хотите отслеживать

Выберите важные для вашей компании категории событий, а затем выберите, как вы хотите их отслеживать.

 Электронная и розничная ... ▼

Название события	Описание	
Просмотр контента	Посещение важной для вас страницы с контентом, например страницы продукта, целевой страницы или статьи. Информация о просмотренной странице может передаваться Facebook для использования в динамической рекламе.	✓
Поиск	Поиск, произведенный на вашем сайте, в приложении или другом объекте монетизации (например, поиск товаров, поиск, связанный с путешествиями).	✓
Добавление в список «отложенное»	Добавление товаров в список желаний (например, нажатие кнопки "Добавить в список желаний" на сайте).	✓
Добавление в корзину	Добавление товаров в корзину (например нажатие кнопки "Добавить в корзину" на сайте).	✓
Начало оформления заказа	Начало процесса оформления заказа.	✓
Добавление платежной информации	Добавление платежной информации клиента при оформлении заказа.	✓
Покупка	Покупка, факт которой обычно отмечается получением заказа, подтверждением покупки или чеком транзакции.	✓

Для разработчиков

- <https://developers.facebook.com/docs/facebook-pixel/reference#standard-events>

Пиксель и События

- [Запись вебинара по установке и настройке Пикселя](#)



Динамическая реклама

Динамическая реклама

1. Загрузка каталога
2. Настройка сигналов
3. Связать каталог с пикселем
4. Настройка кампаний

Выбор аудитории

Аудитория

Определите аудиторию для своей рекламы. [Подробнее](#)

Новая

Сохраненная ▼

- ☒ Ретаргетируйте продукты на людей, которые посещали ваш сайт или открывали приложение.

[Подробнее](#)

- ☐ Показывайте актуальные товары потенциальным клиентам, даже если они не посещали ваш сайт или не открывали ваше приложение.

[Подробнее](#)

- ☒ **Посмотрели или добавили в корзину, но не совершили покупку**

Продвигайте продукты из группы «Все продукты» людям, которые смотрели или добавили эти продукты в корзину за последние дней

- ☐ **Добавили в корзину, но не совершили покупку**

Продвигайте продукты из группы «Все продукты» людям, которые добавили эти продукты в корзину за последние дней

- ☐ **Продажа более дорогих или дополнительных товаров или услуг**

Продвигайте группу продуктов «Все продукты» людям, которые смотрели нижеуказанную группу продуктов за последние дней

- ☐ **Перекрестная продажа продуктов**

Продвигайте продукты из группы «Все продукты» людям, которые купили что-либо из нижеуказанной группы продуктов за последние дней

- ☐ **Индивидуально настроенная комбинация**

Продвигайте группу продуктов "Все продукты" для пользовательской аудитории на основе того, как люди взаимодействуют с продуктами

Динамическая реклама

- [Запись вебинара про настройку динамической рекламы](#)

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Свои аудитории" is overlaid on the lower half of the image, partially covering the llama's body.

Свои аудитории

Использовать собственные источники



Трафик сайта



Список клиентов



Действия в
приложении



Действия офлайн

Использовать источники Facebook



Видео



Бизнес-профиль
Instagram



Форма генерации
лидов



Мероприятия



Instant Experience



Страница Facebook



Про пользовательские
аудитории

Создавайте актуальные аудитории,
добавляя людей из самых подходящих
источников.



Этот процесс защищен, а сведения о ваших
клиентах будут храниться конфиденциально.

Отмена

[Показать](#)

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

● Пиксель eЛамы на разных сайтах

Все посетители сайта за посл. 30 д. [i](#)



✓ Все посетители сайта [i](#)

Люди, посещавшие определен... [i](#)

Посетители с сортировкой по про...

From your events

PageView

agency_client

my.elama.ru

[+ Включить ещё людей](#) [- Исключить людей](#)

2 Настроить аудиторию

50 [X](#) [Показать описание](#)

Отмена

Назад

Создать аудиторию

1 Подготовьте файл с данными ваших клиентов

[Показать](#)

Доступны для использования: Идентификаторы (15) ⓘ

Эл. адрес

Номер телефона

Идентификатор рекламодателя на мобильном устройстве

Имя

Фамилия

Почтовый индекс

Город

Регион/область

Страна

Дата рождения

Год рождения

Пол

Возраст

Идентификатор пользователя приложения Facebook

ID пользователя Страницы Facebook

2 Добавьте файл

Первоначальный источник данных ⓘ

Выберите источник загрузки

☒ Добавить новый файл (CSV или TXT)[Скачать шаблон файла](#)

Перетащите сюда свой файл или

Загрузить файл

☐ Скопируйте и вставьте

3 Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию

50

[Показать описание](#)

Отмена

Назад

Далее

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Страница: eLama

Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей за посл. 365 д.

✓ Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей

Любой посетитель вашей Страницы

Люди, взаимодействовавшие с любой публикацией или рекламой

Люди, нажавшие кнопку призыва к действию

Люди, которые написали вашей Странице

Люди, сохранившие вашу Страницу или любую публикацию

[+ Включить ещё людей](#) [- Исключить людей](#)

2 Настроить аудиторию

Показать 50 результатов [Показать описание](#)

[Отмена](#)[Назад](#)[Создать аудиторию](#)

[← Показать](#)

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

 elama.ru ▼

Все, кто взаимодействовал с вашей компанией ▼ за посл. 365 д. ⓘ

✓ Все, кто взаимодействовал с вашей компанией ⓘ

Любой посетитель вашего бизнес-профиля ⓘ

Люди, взаимодействовавшие с любой публикацией или рекламой ⓘ

Люди, отправлявшие сообщения вашему бизнес-профилю ⓘ

Люди, сохранившие любую публикацию или объявление ⓘ

[+ Включить ещё людей](#) [- Исключить людей](#)

2

50 ✕ [Показать описание](#)

[Отмена](#)[Назад](#)[Создать аудиторию](#)

Создать пользовательскую аудиторию для вовлеченности для видео



Показать

Вовлеченность ⓘ

Выберите тип контента

Просмотр

За посл. ⓘ

Название
аудитории

Люди, которые посмотрели как минимум 3 секунды вашего видео

Люди, которые посмотрели как минимум 10 секунд вашего видео

Люди, посмотревшие ваше видео полностью или как минимум 15 секунд (ThruPlay)

Люди, которые посмотрели 25 % вашего видео

Люди, которые посмотрели 50 % вашего видео

Люди, которые посмотрели 75 % вашего видео

Люди, которые посмотрели 95 % вашего видео

Отмена

Аудиторию

[⏪ Показать](#)

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Люди, которые открыли форму, но не отправили ее ▼

за посл. 90 д. ⓘ

Любой человек, который открыл эту форму

✓ Люди, которые открыли форму, но не отправили ее

Люди, которые открыли и отправили форму

[+ Включить ещё людей](#) [- Исключить людей](#)

2 Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию

50



[Показать описание](#)

Отмена

Назад

Создать аудиторию



Похожие аудитории

1 Выберите источник похожей аудитории ⓘ[← Показать](#)[Создайте новый источник](#) ▼**2 Выберите местоположение аудитории**[Просмотр](#)**3 Выберите размер аудитории**Количество похожих аудиторий ⓘ ▼

Размер аудитории может на 1-10 % состоять из людей из выбранных вами местоположений. Похожая на 1 % аудитория состоит из людей, имеющих больше всего сходства с вашим источником похожей аудитории. Чем больше процент, тем больше и шире становится аудитория.

[Отмена](#)[Создать аудиторию](#)



Исключение аудиторий

Создайте новую аудиторию

Используйте сохраненную аудиторию ▼

Индивид. настроенная
аудитория ⓘ

ВКЛЮЧИТЬ людей, которые входят хотя бы в ОДНУ из следующих категорий

Вовлеченность — Страница

Посетители группы eLama

Добавьте созданную ранее пользовательскую или похожую аудиторию

ИСКЛЮЧИТЬ людей, которые входят хотя бы в ОДНУ из следующих категорий

Веб-сайт

Посетители eLama











Добавьте созданную ранее пользовательскую или похожую аудиторию

Создать ▼

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Настройка кампании" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the lower half of the image, partially obscuring the llama's body.

Настройка кампании

Выберите цель [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
 Узнаваемость бренда	 Трафик	<input checked="" type="checkbox"/> Конверсии
 Охват	 Вовлеченность	 Продажи товаров из каталога
	 Установки приложения	 Посещаемость точек
	 Просмотры видео	
	 Генерация лидов	
	 Сообщения	

Узнаваемость



Узнаваемость бренда



Охват

Рассмотрение



Трафик



Вовлеченность



Установки приложения



Просмотры видео



Генерация лидов



Сообщения

Конверсия



Конверсии



Продажи товаров из каталога



Посещаемость точек

Оптимизация бюджета кампании ⓘ



Оптимизация бюджета по всем группам объявлений

Бюджет кампании ⓘ

Дневной бюджет ▼

10,00 \$

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

Стратегия ставок кампании ⓘ

Предельная цена ▼

Планирование графика рекламы ⓘ

Минимальная цена
получайте больше результатов типа "результаты" при вашем бюджете

✓ Предельная цена

Контролируйте затраты на рекламу, в то же время получая наибольшее количество результатов при вашем бюджете

Тип доставки ⓘ

Предельная ставка

Контролируйте размер ставки в каждом аукционе

Целевая цена

Получайте стабильную цену за результат

Скрыть ра

Места ⓘ

Местные жители ▼

Россия

📍 Санкт-Петербург, Saint Petersburg +17 км ▼

📍 Включить ▼

Введите точки, чтобы добавить их

Просмотр



Добавить несколько мест сразу

Возраст ⓘ

18 ▼

- 65+ ▼

Пол ⓘ

Все

Мужчины

Женщины

Языки ⓘ

Русский

×

Укажите язык...

Места размещения

Показывайте свою рекламу нужным людям в нужных местах.

☒ **Автоматические плейсменты (рекомендуется)**

Используйте автоматический выбор мест размещения, чтобы максимально задействовать бюджет и охватить как можно больше людей. Система показа Facebook распределит бюджет вашей группы объявлений по различным местам размещения в зависимости от того, где вероятен наилучший результат.

[Подробнее](#)

☐ **Редактировать плейсменты**

Вы можете сами выбирать места размещения вашей рекламы. Чем больше мест размещения вы выберете, тем больше возможностей у вас будет охватить целевую аудиторию и достичь своих бизнес-целей. [Подробнее](#)

Оптимизация и управление затратами

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

Оптимизация для показа
рекламы ⓘ

Конверсии ▼

Контрольная цена ⓘ

2,00 \$

средняя цена за завершённая регистрация

Стратегия ставок с предельной ценой будет направлена на получение максимального результата (завершённые регистрации), при этом средняя цена будет не больше 2,00 \$.

Расписание ⓘ

- ☒ Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня
- ☐ Установить даты начала и окончания

Окно конверсии ⓘ

7 дней после клика или 1 день... ▼

Лимиты расходов для группы
объявлений ⓘ

Эта группа объявлений является частью кампании с оптимизацией бюджета. Если у вас есть требования относительно затрат на эту группу объявлений, укажите их здесь.

[Добавить лимиты затрат для этой группы объявлений](#)

Когда вы платите ⓘ

Показ

Планирование графика
рекламы ⓘ

Показывать рекламу постоянно

Тип доставки ⓘ

Стандартно (рекомендуется)

получайте результаты в рамках выбранного графика

[Скрыть расширенные настройки ▲](#)

Создать рекламу

Использовать существующую публикацию

Формат

Выберите, как будут построены ваши объявления.



Кольцевая галерея

2 и более изображений или видео с
возможностью прокрутки



Одно изображение или видео

Одно изображение или видео либо слайд-шоу
из нескольких изображений



Подборка

Группа объектов, открывающихся в
полноэкранном режиме на мобильных
устройствах



☐ Добавьте Instant Experience


Моментально привлекайте внимание пользователей с помощью быстро загружающегося и оптимизированного под мобильные устройства режима, который открывается при взаимодействии с объявлением. [Подробнее](#)

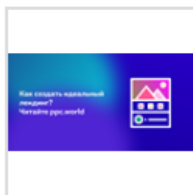
Медиаобъекты

Выберите изображение или видео либо создайте новое видео или слайд-шоу, используя шаблон. Посмотрите рекомендуемые [параметры изображения](#) и [параметры видео](#).


[Сбросить изображения](#)

Объявление 1 + Добавить изображение

Это изображение используется в 11 местах размещения 



promo+page.png
1910 × 1000


☐ Автоматически обрезать под квадратный формат 

Ред. изображение ▼

Преобразовать в видео

Вы можете сделать так, чтобы реклама выглядела по-разному в разных местах размещения.

[Подробнее](#)

 Выберите место размещение для настройки ▼



Instagram: Лента

не менее 500 × 262 пикселей



Instagram: Истории

минимум 500 × 889 пикселей (портрет)



Лента новостей Facebook

не менее 254 × 133 пикселей



Facebook: Истории

минимум 500 × 262 пикселей



Audience Network: Нативная, баннерная и межстраничная реклама

не менее 254 × 133 пикселей



Facebook: Моментальные статьи


не менее 254 × 133 пикселей

Рекомендации по выбору изображений

- Загрузите **изображение самого высокого разрешения** (минимум 500 пикселей; без максимального разрешения).
- Рекомендуемый тип файла: **.JPG или .PNG**
- Рекомендуемое соотношение сторон:
 - Квадратное (1:1)** для мест размещения в ленте и видеорекламе In-Stream
 - Полноэкранное вертикальное (9:16)** для мест размещения в историях
- Для обеспечения максимальной результативности рекламы используйте изображение, которое содержит **мало наложенного текста или совсем без него**.

[Подробнее](#)

ных устройств

 See in Context

ировать



.ama

клама · 



Текст и ссылки

Настройка текста и ссылок для вашей рекламы. [Подробнее](#)

Основной текст будет состоять из трех строк ...

Теперь перед ссылкой "Ещё" в ленте новостей Facebook для мобильных устройств будут показываться три строки основного текста. Используйте предпросмотр объявления, чтобы понять, как оно будет отображаться в ленте новостей мобильных устройств.

[Подробнее](#)

Основной текст

Расскажите, о чем ваше объявление

Заголовок (необязательно)

Напишите короткий заголовок

Описание (необязательно)

Дополнительные сведения

Место назначения

- ☒  Сайт
- ☐  Мероприятие на Facebook



Facebook



Лента новостей мобильны...



Лента новостей на ПК



Моментальные статьи



Видеореклама In-Stream на F...



Видеореклама In-Stream на F...



Правый столбец на ПК



Ленты видео на Facebook (на...



Ленты видео на Facebook (Л...



Marketplace на мобильных ус...



Marketplace на ПК



Facebook Stories




Instagram



Audience Network

устройств

 See in Context



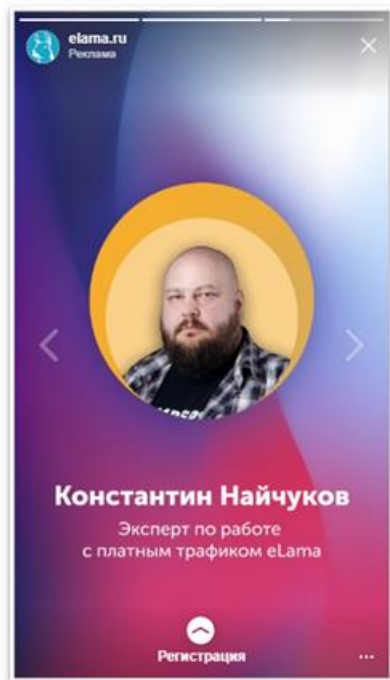
аданные для своей рекламы

Facebook Stories

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Надо делать видео" is overlaid in white at the bottom.

Надо делать видео

Почему лучше использовать видео



Почему лучше использовать видео

Вебинар про ошибки в настройке рекламных кампаниях

Место размещения - Stories Instagram

Название объявления	Тип результата	Результаты	Цена за результат	Охват	Потраченная сумма (USD)
video	Регистрация на вебинар	354	\$1,82	68060	\$643,95
<u>banner_karusel</u>	Регистрация на вебинар	114	\$2,18	26610	\$248,34

A white llama with a red scarf is centered in the frame against a solid blue background. The llama is looking directly at the camera with a neutral expression. The text "Оплата для юрлиц" is overlaid on the lower half of the image, partially covering the llama's body.

Оплата для юрлиц

Варианты оплаты рекламы

- С банковской карты физлица (НДС)
- С корпоративной банковской карты (НДС)
- [Через eLama](#) (10% + НДС)

Преимущества оплаты через eLama

- Полный комплект закрывающих документов
- [Возмещение НДС](#)
- Помощь в работе с Facebook Ads на русском языке
- Возвращаем до 5% от расходов на Facebook участникам [партнерской программы](#) eLama

A white llama with long, fluffy fur is centered in the frame. It has large, upright ears and a small, dark nose. It is wearing a bright red, knitted scarf around its neck. The background is a solid, medium-blue color.

Бонусы

Импорт лидов из соцсетей

- Facebook Ads, Вконтакте и myTarget
- В личный кабинет и на почту
- Из Fb Ads в Telegram

Импорт лидов

ЛИДЫ НАСТРОЙКИ

Все аккаунты

12 июнь 2019

Поиск по фильтрам и названию

Вид: по умолчанию

Скачать в CSV

Кампания	Группа объявлений	Объявление	Форма	Страница	Дата	phone_number	first_name	email
promo_agency_lead_ads	интересы (бизнес)	интересы (бизнес)	Форма ИО		2018-11-14 17:02:11			
promo_agency_lead_ads	интересы (бизнес)	интересы (бизнес)	Форма ИО		2018-11-15 07:02:02			
promo_agency_lead_ads	должности (предприниматели)	должности (предприниматели)	Форма ИО		2018-11-15 10:02:05			
promo_agency_lead_ads	интересы (бизнес)	интересы (бизнес)	Форма ИО		2018-11-15 16:02:09			
promo_agency_lead_ads	интересы (бизнес)	интересы (бизнес)	Форма ИО		2018-11-16 05:02:11			
promo_agency_lead_ads	должности (ген.директор)	должности (ген.директор)	Форма ИО		2018-11-16 16:02:08			

Отправка на почту



Вы получили новый лид из кампании в Facebook
promo_agency_lead_ads.

Время и дата: 16:08, 2018-11-21

Имя:

Телефон:

Email:

Вы получили это сообщения так как подписались на инструмент
синхронизации лидов в аккаунте eLama.

8 800 500-31-90



mil@elama.ru

Вы получили это письмо, так как регистрировались в сервисе eLama



Бесплатно настроим кампании

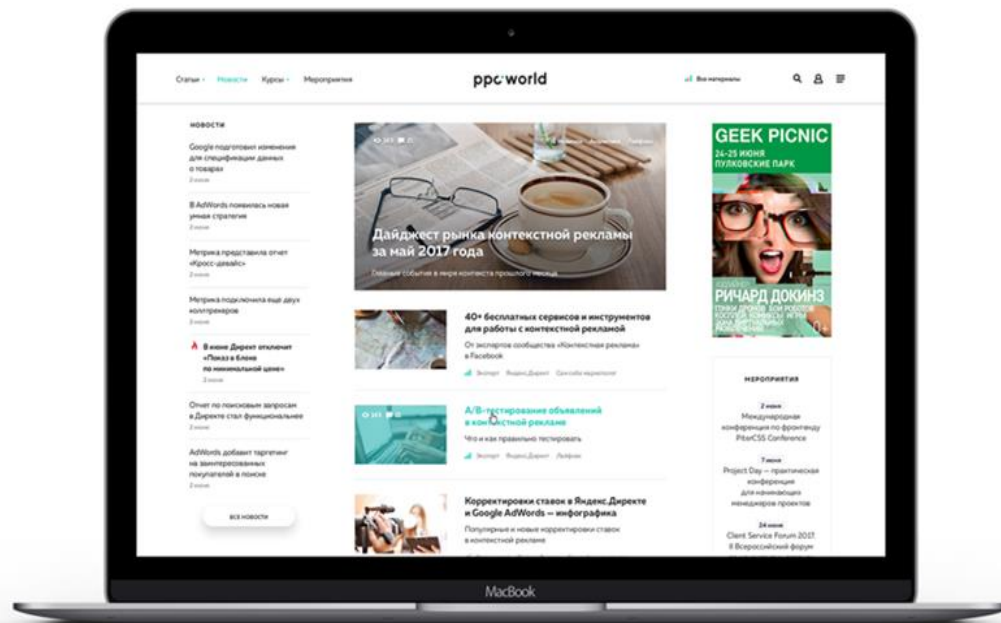
- Кампании для Facebook Ads и Вконтакте
- При пополнении баланса в eLama от 10 000 рублей
- pl.eLama.ru/promo_vk_fb

Бесплатные обучающие вебинары

- Яндекс.Директ и Google Ads
- Facebook Ads, Вконтакте, myTarget
- Яндекс.Метрика и Google Analytics
- Для агентств и фрилансеров
- Для интернет-магазинов
- eLama.ru/webinar

ppc.world

- Оперативные новости
- Материалы практикующих специалистов и экспертов
- Бесплатные видеокурсы по рекламным системам, практические онлайн-курсы





Вопросы?

Вы можете задать их тут:

vk.com/elama

facebook.com/allcontext

