

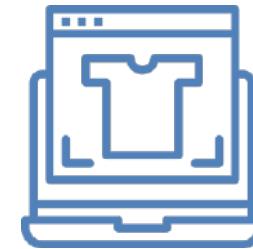


Ретаргетинг ВКонтакте

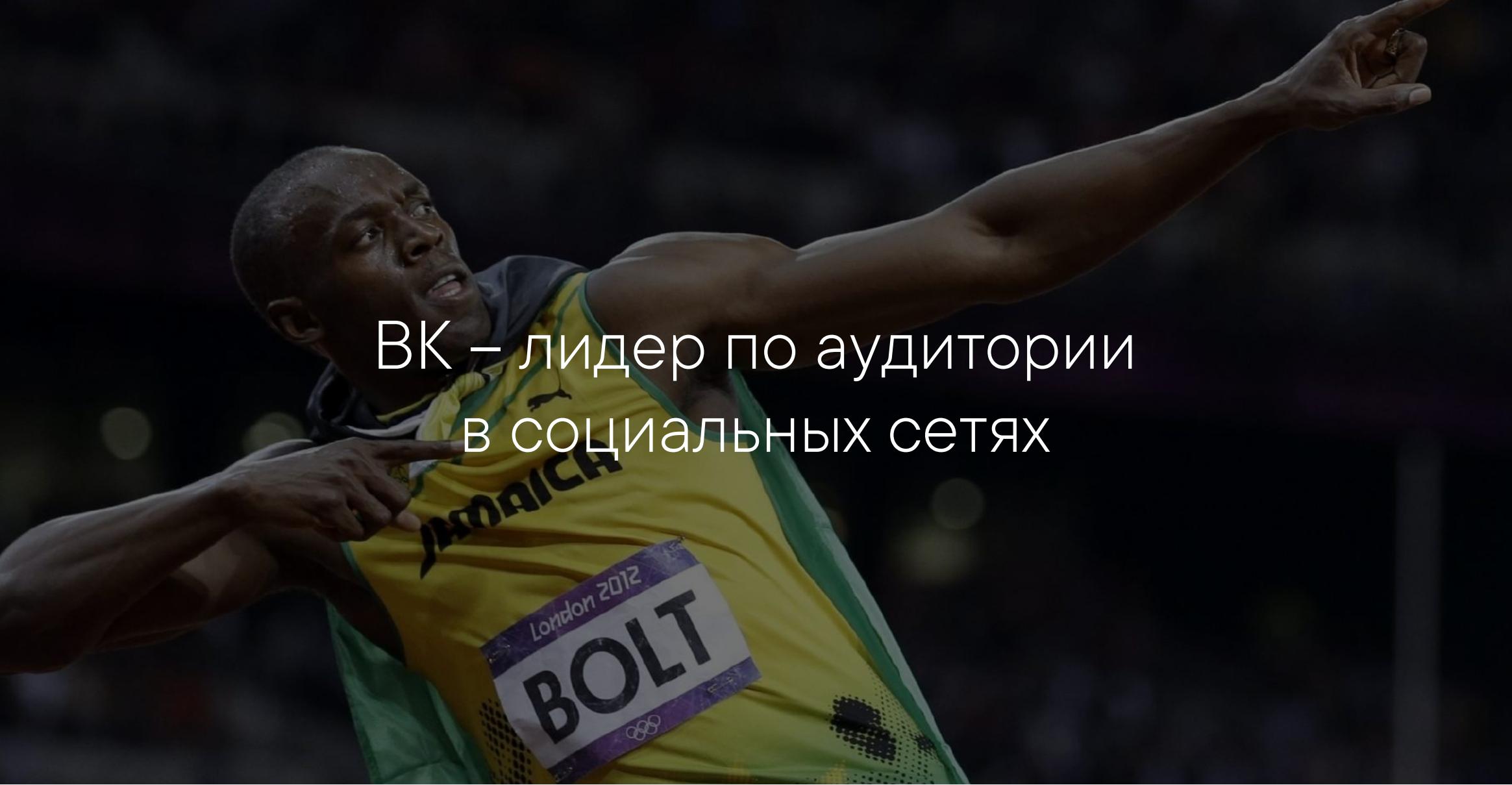
Почему ретаргетинг – это важно?



В эту аудиторию
вложены ресурсы



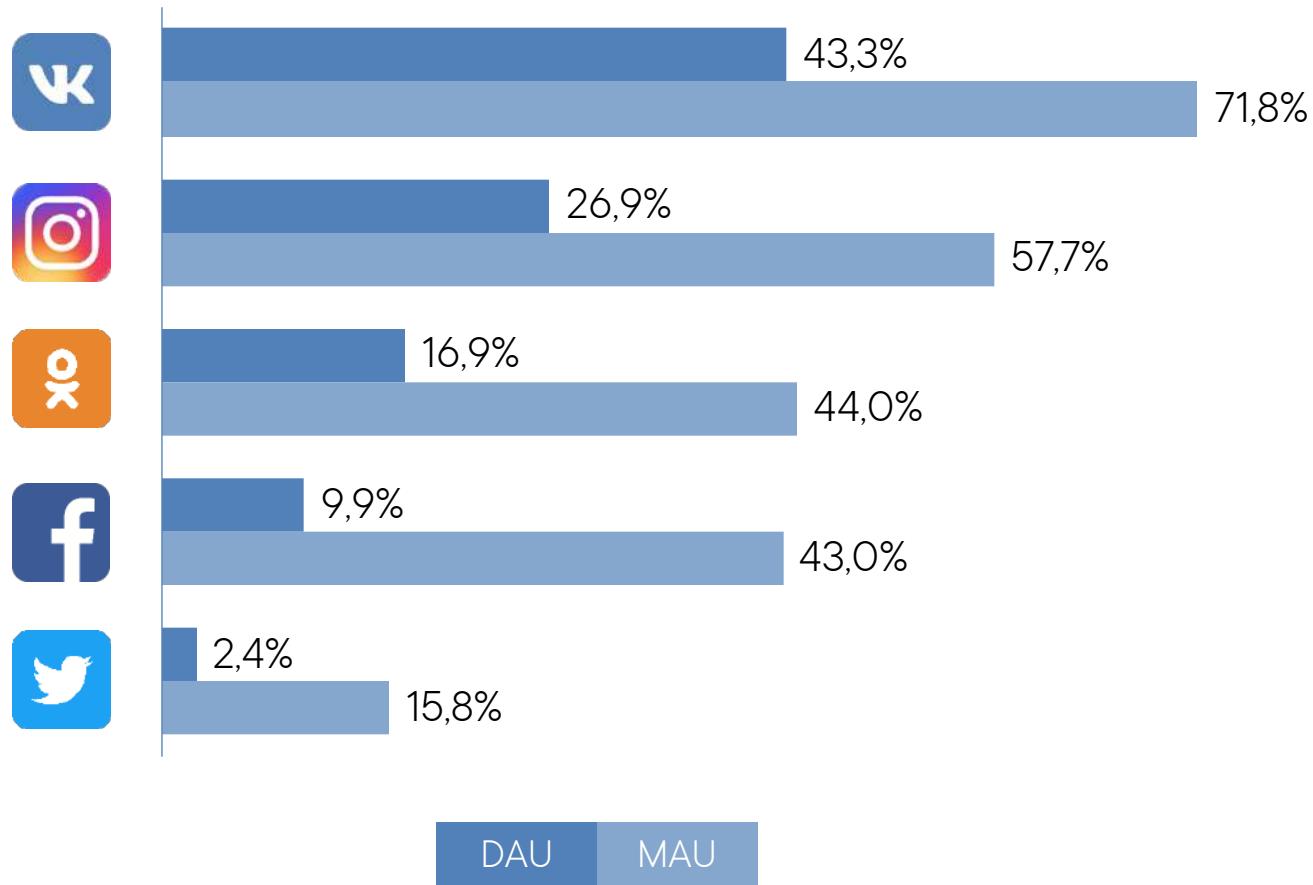
Аудитория уже проявила
интерес к бренду



ВК – лидер по аудитории
в социальных сетях

70 млн
активных пользователей

Самый охватный социальный сервис



Источник: Mediascope, март 2019, Россия (города 100К+, 12–64 лет), desktop + mobile, % населения страны

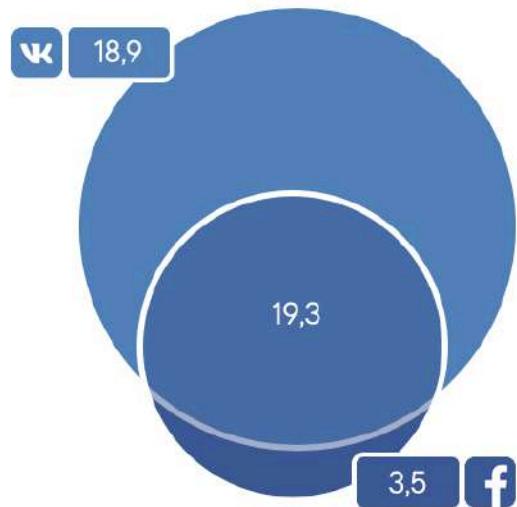
Пересечение аудитории социальных сервисов

В течение месяца пользователи посещали

Только ВКонтакте — 19,3 млн

только Facebook — 3,5 млн

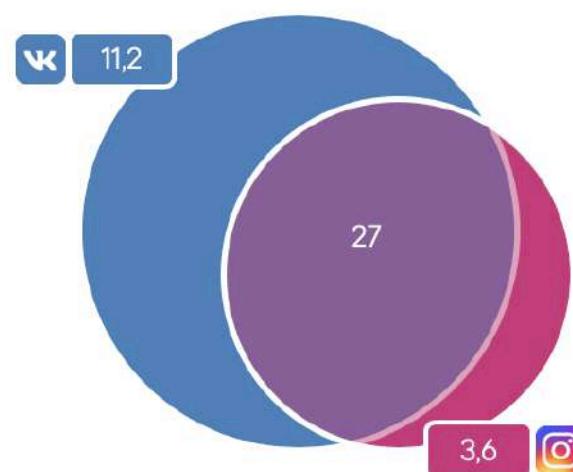
ВКонтакте и Facebook — 19,3 млн



Только ВКонтакте — 11,2 млн

только Instagram — 3,6 млн

ВКонтакте и Instagram — 27 млн



Ретаргетинг



CRM

E-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте



Пиксель

Посетители различных разделов сайта
Ретаргетинг по событиям на сайте

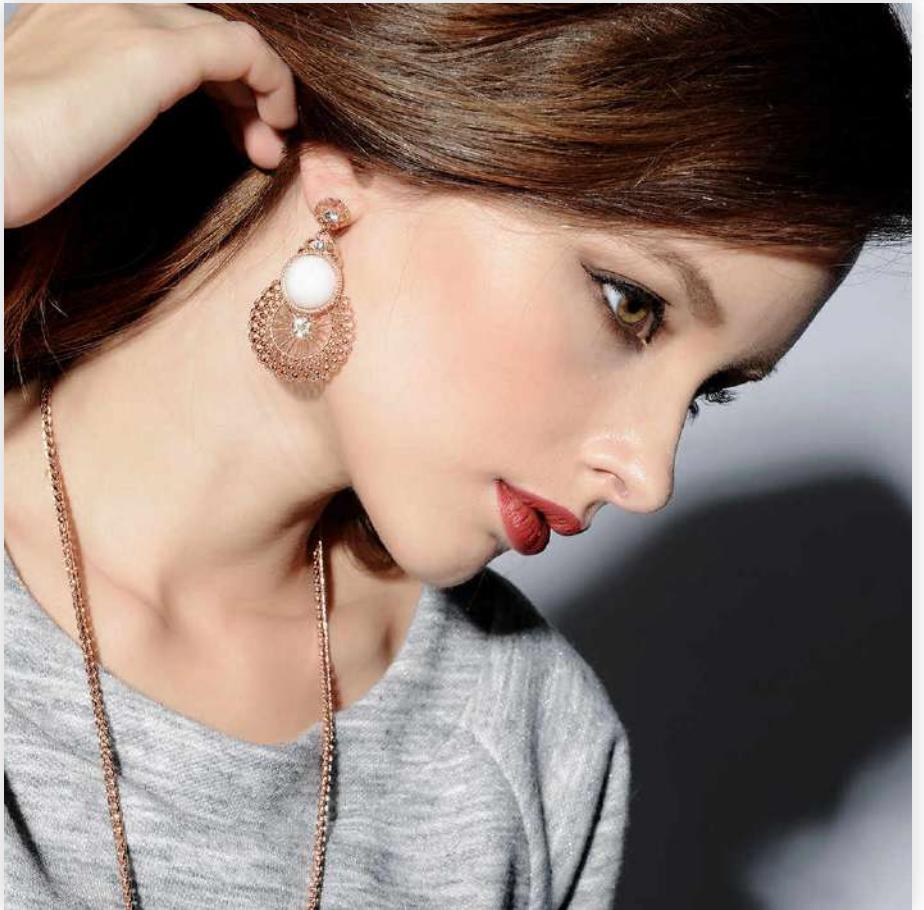


Взаимодействия
с рекламой



Look-alike

Масштабирование результатов за счёт поиска похожей аудитории



Кейс: привлечение трафика на сайт магазина ювелирных изделий

- Клиент — сеть ювелирных магазинов в северо-западном федеральном округе;
- AdsTarget — агентство продвижения бизнеса в соцсетях;
- Цель: оформление заказов на сайте;
- Период: 1 месяц;
- Бюджет: 160 000 рублей.

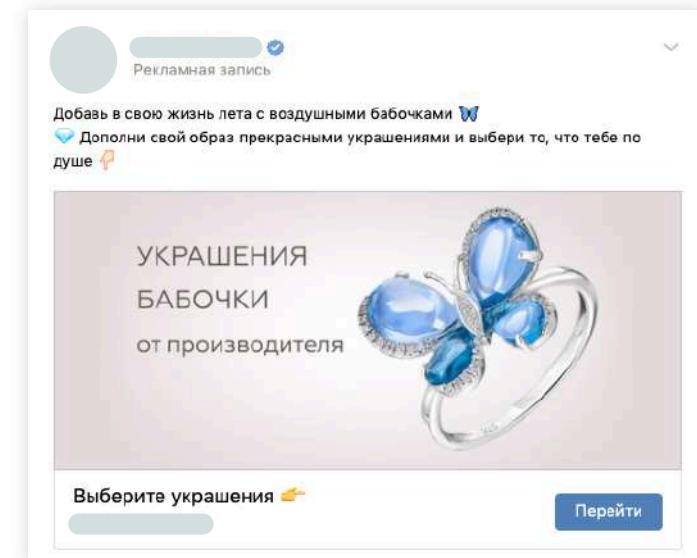
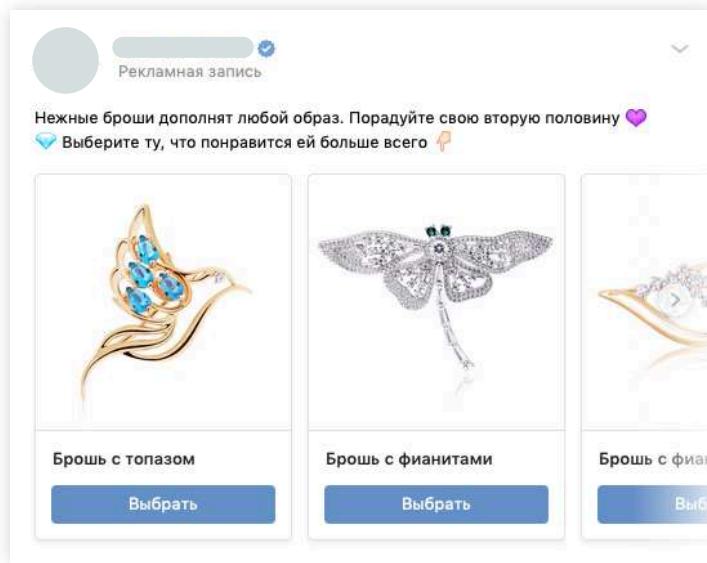


Настройка рекламной
кампании

Таргетинги



Примеры объявлений



AdsTarget

Детальный сбор аудиторий взаимодействия с рекламными записями

▼ Настройки сохранения аудитории
Сбор пользователей, отреагировавших на объявление

Аудитория ретаргетинга: Интерес
События: Перешли по ссылке или в сообщество X
Перешли в сообщество X

Аудитория ретаргетинга: Негатив
События: Все негативные действия X

Аудитория ретаргетинга: Активности
События: Понравилась запись X
Поделились записью X
Подписались на сообщество X

Добавить аудиторию

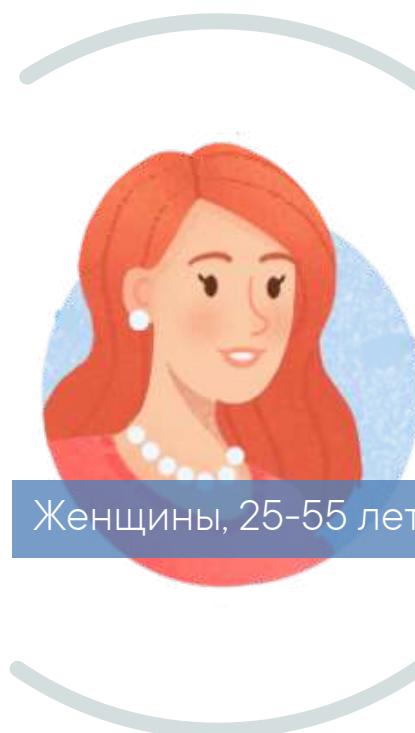


Негативно реагирующие пользователи были исключены



Положительно реагирующие аудитории использовали повторно в таргетинге

Дополнительные инструменты



1

CRM-база

Номера телефонов* карт лояльности

2

Взаимодействия

с рекламными записями

Перешли по ссылке, поставили лайк, поделились записью, вступили в группу

3

Пиксель на сайте

Все посетители сайта, отдельные аудитории посетителей страниц акций и каталога товаров

Look-alike аудитории

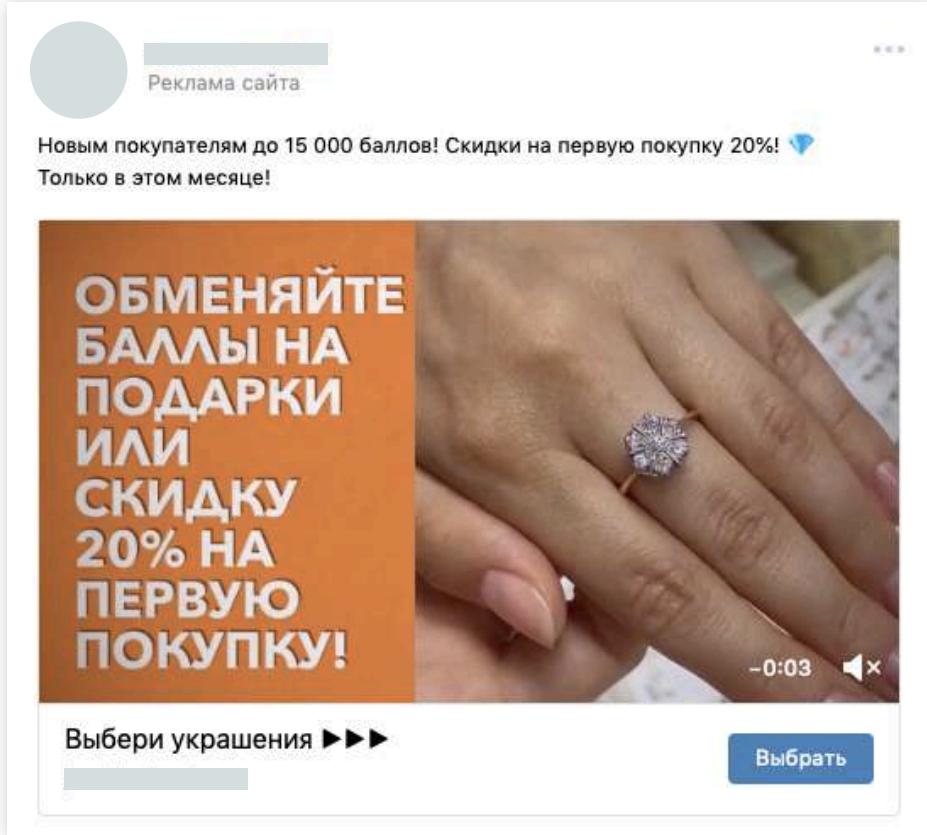
- CRM-база клиента
- Взаимодействия с рекламными записями
- Посетители сайта

AdsTarget

*номера телефонов, оставленные пользователями при оформлении карт лояльности



Результаты

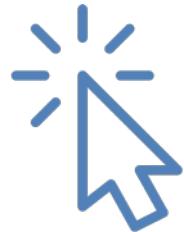


Результативность по форматам

У объявлений «Реклама сайта» с видео максимальный CTR и наименьшая стоимость клика.

Дата	Июль 2019
Показы	691 023
Переходы	6 323
CTR	0,915%
eCPC	11,34 ₽
eCPM	103,80 ₽

Результаты по рекламной кампании



15 511

КЛИКОВ



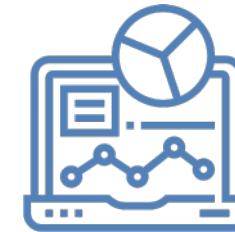
0,83%

CTR



11,45₽

CPC



37

прямых продаж*

AdsTarget

*учтены только те заказы, которые были выкуплены без изменения после бронирования. Если покупатель в магазине менял размер или что-то докупал, то данная продажа в статистике не учитывалась.

Сравнение с другими каналами*

				
Бюджет в месяц	158 980 ₽	52 751 ₽	259 389 ₽	167 542 ₽
Цель 1 – Проверка наличия в магазине товара	1 122	109	805	171
Цена	142 ₽	484 ₽	322 ₽	980 ₽
Цель 2 – Добавление в резерв товара	321	58	264	41
Цена	495 ₽	910 ₽	983 ₽	4 086 ₽
Цель 3 – Добавление в корзину	283	36	173	52
Цена	562 ₽	1 465 ₽	1 499 ₽	3 222 ₽
Цель 4 – Заказ оформлен	37	5	30	4
Цена	4 297 ₽	10 550 ₽	8 646 ₽	41 886 ₽

AdsTarget 

Ретаргетинг



CRM

E-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте



Пиксель

Посетители различных разделов сайта
Ретаргетинг по событиям на сайте



Взаимодействия
с рекламой



Look-alike

Масштабирование результатов за счёт поиска похожей аудитории

Оптимизация стоимости заявки для Банка Зенит



Банк ЗЕНИТ – крупный российский универсальный коммерческий банк;



i-Media – агентство performance-маркетинга;



задача: увеличить количество заявок из ВКонтакте и оптимизировать их стоимость;

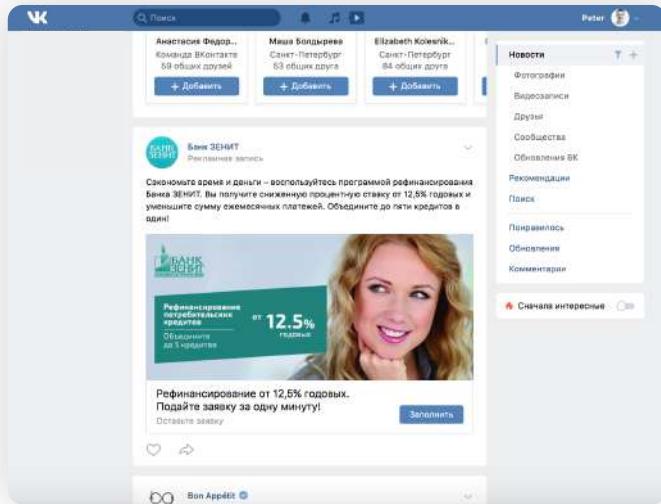


формат таргетированной рекламы ВКонтакте – Сбор заявок.

The screenshot shows a VKontakte advertisement from the 'Банк ЗЕНИТ' page. The ad is titled 'Потребительский кредит на выгодных условиях.' It highlights a 'Процентная ставка от 10% годовых' with a fire emoji, a 'Сумма до 3 млн. руб.' with a dollar sign emoji, and 'Возможность оформления без залога и поручителей' with a thumbs-up emoji. A call-to-action button says 'Оставьте заявку и узнайте подробнее!'. The ad features the Bank Zenit logo and a TATNEFT logo. To the right is a photo of a woman with long dark hair wearing a white fur-trimmed coat. Below the main text, there's a section for 'Кредит наличными на любые цели' with a 'Заполнить' button.



Как работает Сбор заявок ВКонтакте?



Пользователь видит
рекламную запись
в ленте новостей

A screenshot of the first step of a 'Forma sborni zayvok' (Form collection) for Bank Zenit. The title is 'РЕФИНАНСИРОВАНИЕ' (Refinancing). It asks for contact information: Name (Peter), Email address (pe***@mail.ru), Phone number (+7 **** * * * 50), and City/Country (Russia, Moscow). There is a checkbox for terms and conditions and a 'Send' button at the bottom.

При переходе к следующему шагу
пользователю открывается приложение
с предзаполненными полями формы

A screenshot of the second step of the same form. It shows a confirmation message: 'Предоставьте информацию для обратной связи' (Provide information for feedback), a checkmark icon, and the text 'Спасибо! Наши специалисты свяжутся с вами в ближайшее время.' (Thank you! Our specialists will contact you shortly). A 'Send to site' button is at the bottom.

Заявка отправлена
и пользователь может
перейти на сайт

i-media

БАНК
ЗЕНИТ

Таргетинг:

- возраст: от 35 до 55 лет;
- геотаргетинг по регионам присутствия;
- интересы: потребительские кредиты, кредитные карточки, кредиты и займы;
- ретаргетинг по посетителям, которые провели на сайте больше 30 секунд, но не оставили заявку.

БАНК ЗЕНИТ

Банк ЗЕНИТ
Рекламная запись

Планируете купить автомобиль, но не хватает денег?
Мы поможем! Потребительский кредит на сумму до 3 млн. рублей.
Процентная ставка от 10% годовых.
Подайте заявку онлайн за одну минуту!



БАНК ЗЕНИТ | Альянс банки TATNEFT

Потребительский кредит
от 10% годовых
Реализуйте свои мечты!

Потребительский кредит для реализации
вашей мечты
Оставьте заявку

Заполнить



Как работает оптимизация по лидам?



Результаты: доли площадок по количеству заявок

25 сентября - 13 ноября

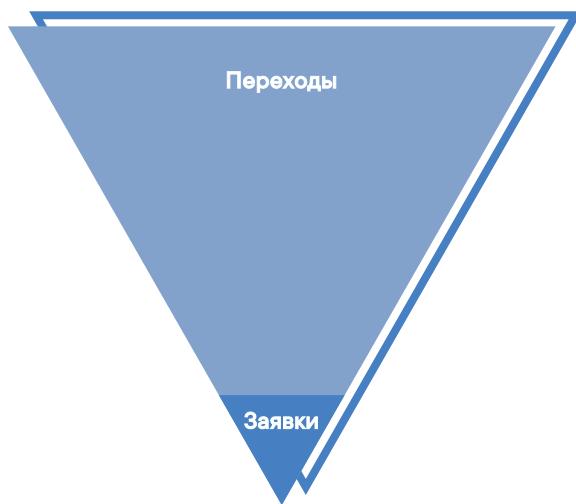


13 ноября - 26 декабря



Результаты: конверсионность ВКонтакте (CR)

До оптимизации



+148%

Переходы

+11%ПП

CR

x3

Заявки

После оптимизации

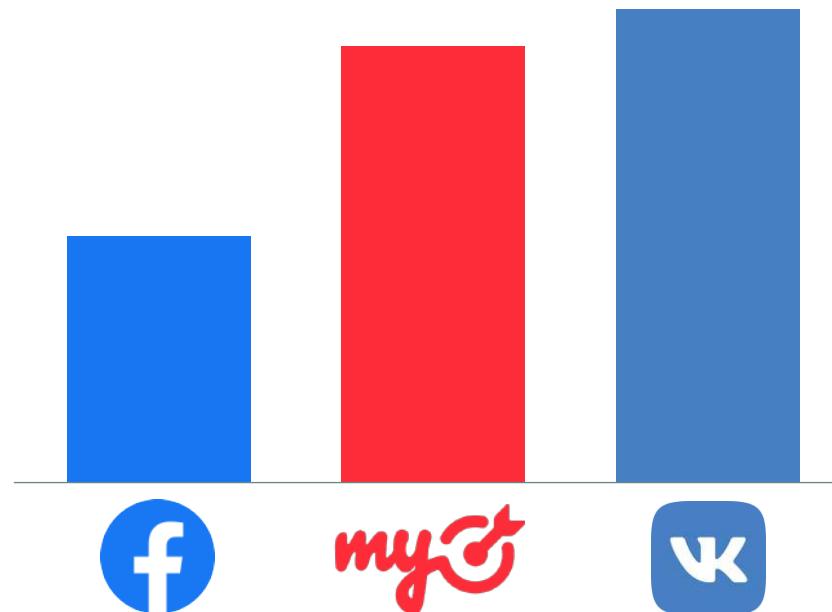


i-media

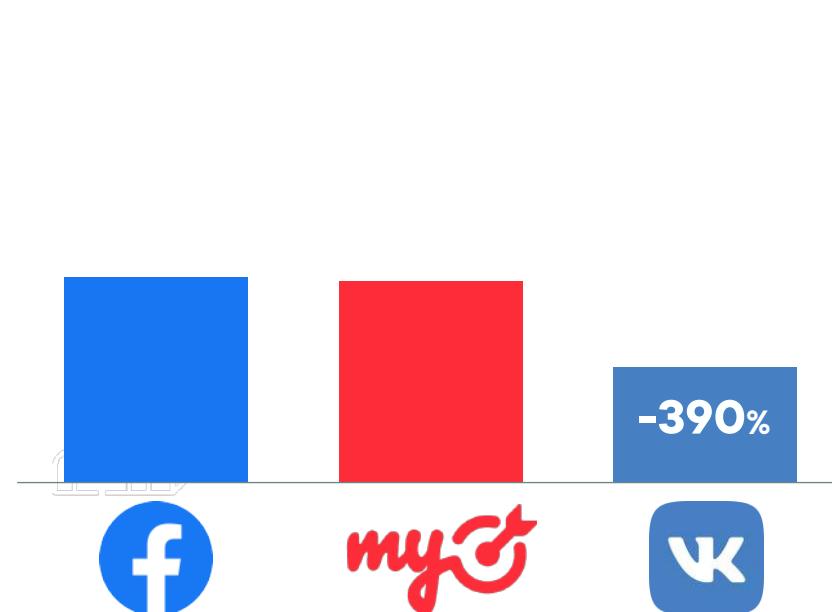
БАНК
ЗЕНИТ

Результаты: динамика стоимости заявки

До оптимизации



После оптимизации



i-media

БАНК
ЗЕНИТ

По итогам кампании



**Количество заявок выросло
в 3 раза** при том же бюджете
и настройках таргетинга



**CPL из ВКонтакте
снизился в 4 раза**



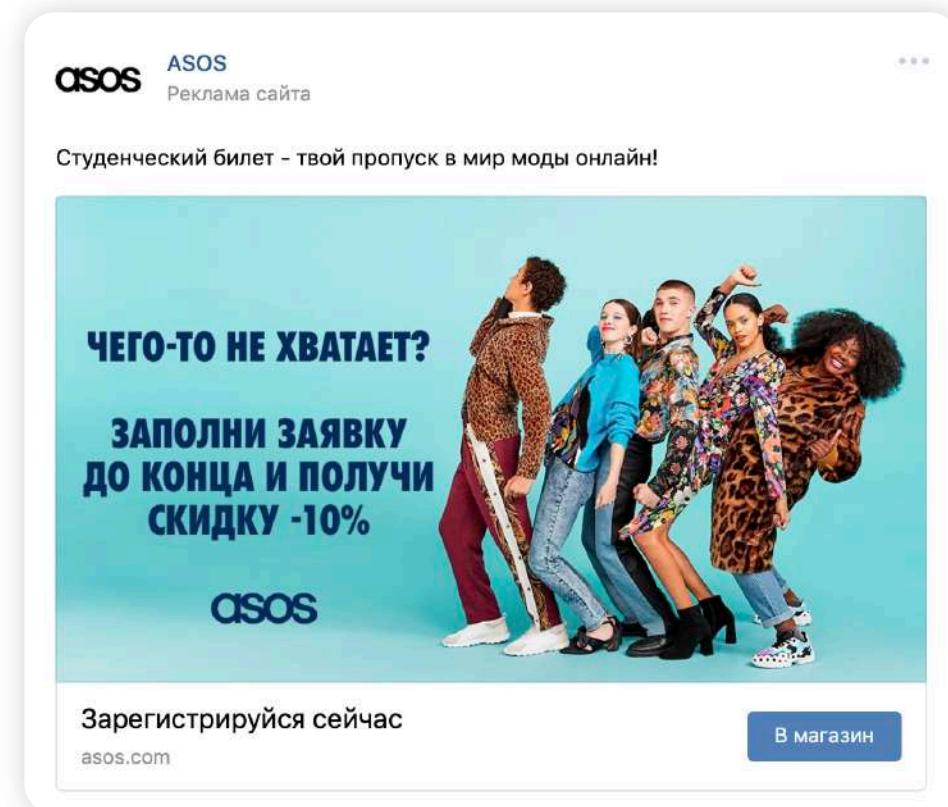
**CPL из ВКонтакте ниже в 2 раза
по сравнению с другими
performance-каналами**



**CR вырос с 6% до 17%.
Доля ВКонтакте по количеству
заявок среди других социальных
сетей увеличилась с 17% до 41%.**

Кейс: Скидка для студентов в интернет-магазине ASOS

- Продукт — персональная скидка для российских студентов в интернет-магазине ASOS;
- Pishesky — полносервисное digital агентство, специализирующиеся на стратегии, медиа, креативе и социальных сетях;
- период кампании: 3,5 месяца;
- задача: подтверждённая регистрация студента, для получения персональной скидки.



Рекламные форматы

Для привлечения пользователей на страницу сайта с формой заявки использовались:



Рекламные записи со сниппетом



Карусель



Реклама сайта



Реклама в Историях

A screenshot of an ASOS Instagram Stories ad. It features a large image of a man in a yellow beanie and blue coat. Above him is a smaller image of a group of diverse young people. The main text reads: "Зачёт сдан? Теперь можно побаловать себя шоппингом со скидкой -10%!" Below this, another section says: "Мы знаем, что студентом быть непросто. Особенно непросто твоему бюджету. Поэтому мы дарим всем студентам в России скидку -10% до момента выпуска из ВУЗа." There are three smaller cards below, each showing a different group of people and a "Скидка -10% здесь, жми!" button with a "В магазин" button underneath. A "Перейти" button is also visible. The ASOS logo and a checkmark are at the top left, and the word "Рекламная запись" is at the top right.

asos



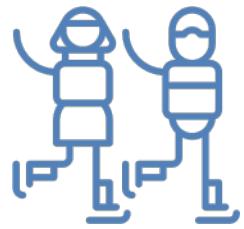
Pichesky

Сегменты аудитории для таргетинга



Сообщества

Подписчики тематических сообществ с ограничением по году выпуска из ВУЗа.



Интересы

Мода и стиль (с ограничением по возрасту).



ВУЗы

Таргетинг по крупнейшим ВУЗам страны.



Ретаргетинг

Посетители раздела сайта, не совершившие целевого действия.



Look-alike

На основе CRM базы валидированных пользователей.

asos

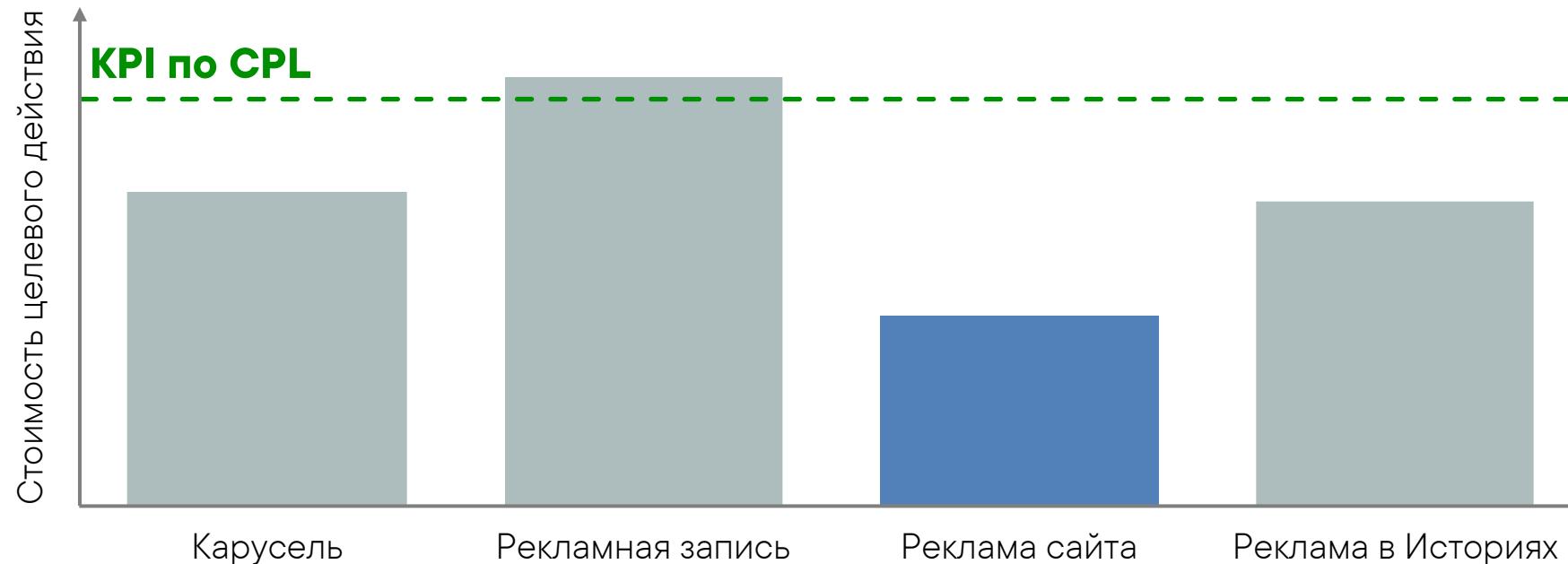


Pichesky

CPL по форматам ВКонтакте

Наибольшее количество валидированных заявок было получено с формата «Реклама сайта».

Стоимость заявки по этому формату оказалась самой низкой.



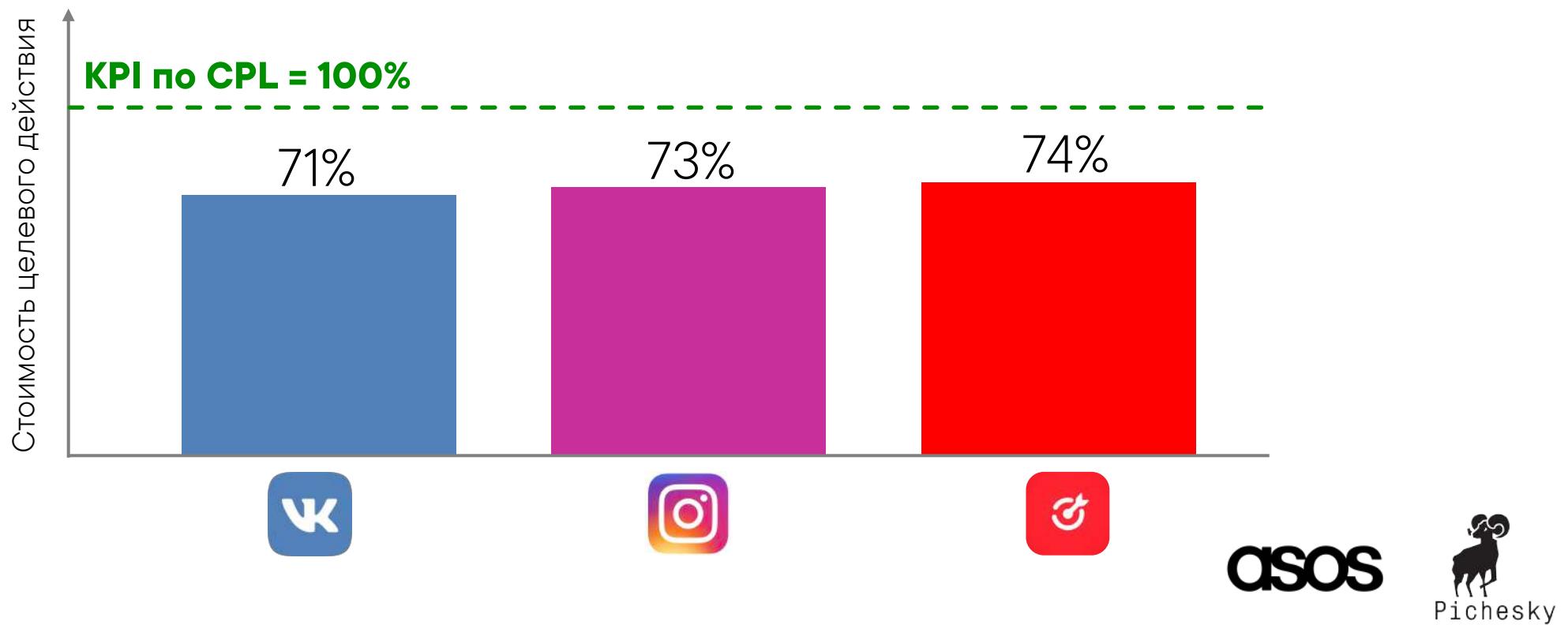
asos



Pichesky

Средний CPL по площадкам

По итогам флайта средняя стоимость валидированной заявки из ВКонтакте ниже, чем из других площадок в среднем на 2,5%.



Ретаргетинг



CRM

E-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте



Пиксель

Посетители различных разделов сайта
Ретаргетинг по событиям на сайте



Взаимодействия
с рекламой



Look-alike

Масштабирование результатов за счёт поиска похожей аудитории



Кейс: продажа автомобилей Mitsubishi

- Клиент – ведущий дилер Mitsubishi в Москве;
- Tandem Advertising Group – агентство performance-маркетинга;
- цель: генерация целевых звонков;
- период: 9 дней;
- бюджет: 178 000 рублей.

TANDEM
GROUP

Цели кампании



60

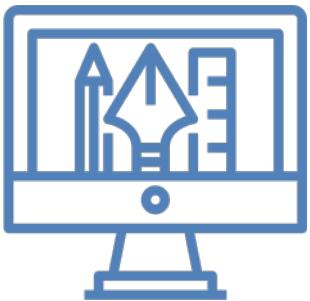
целевых звонков



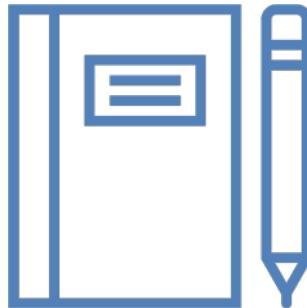
3 000 руб.

максимальная стоимость
целевого звонка

Ограничения со стороны клиента



Посадочная страница была предоставлена клиентом без возможности редактирования.

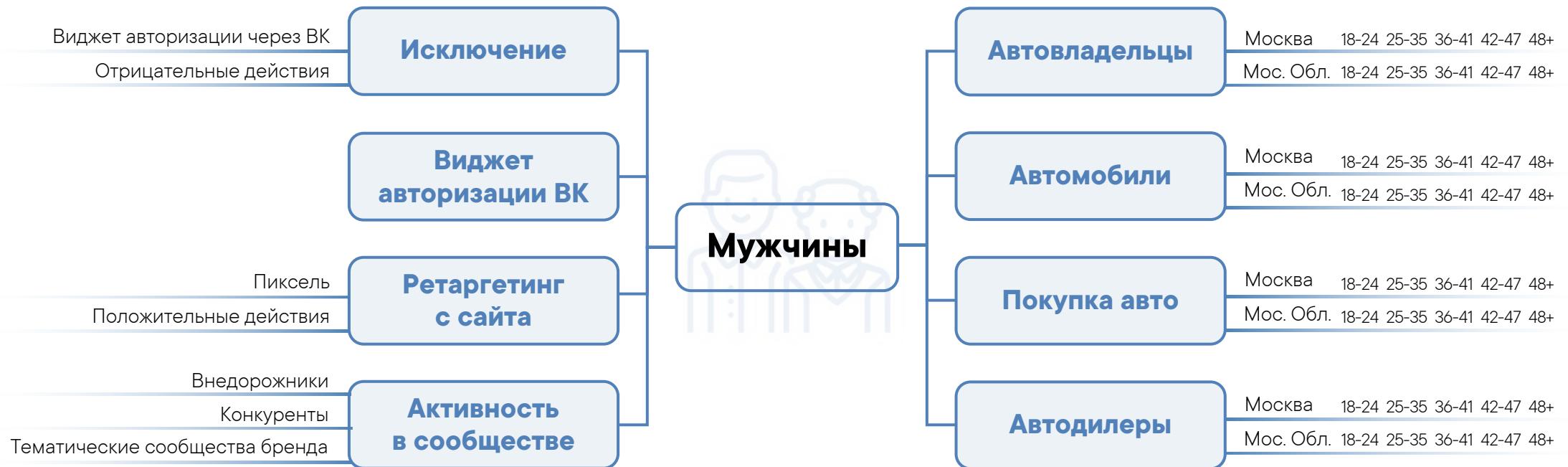


Использовались официальные гайдлайны, утвержденные Mitsubishi.



В коммуникациях использованы только утвержденные материалы с Импортером.

Выделенные сегменты аудитории для таргетирования



Автовладельцы

Москва 18-24 **25-35 36-41 42-47 48+**

Мос. Обл. 18-24 25-35 **36-41 42-47 48+**

Автомобили

Москва 18-24 25-35 36-41 **42-47 48+**

Мос. Обл. 18-24 25-35 **36-41 42-47 48+**

Покупка авто

Москва 18-24 25-35 **36-41 42-47 48+**

Мос. Обл. 18-24 25-35 36-41 42-47 **48+**

Автодилеры

Москва 18-24 **25-35 36-41 42-47 48+**

Мос. Обл. **18-24 25-35 36-41 42-47 48+**

Категории интересов

В рамках каждой категории интересов аудитория была разбита на подгруппы с делением по географии (Москва и МО) и возрастным группам.

Сегментация аудитории позволяет снизить стоимость при работе с аукционными форматами и оценить наиболее конверсионные сегменты.

День рождения:	 Внедорожники Самодельные Вез... Группа, 51 000 участников
Семейное положение:	 ВНЕДОРОЖНИКИ Публичная страница, 240 000 подписчиков
Интересы и поведение:	 Презентация внедорожника ŠKODA... Мероприятие, 95 участников
Сообщества:	 Внедорожник УАЗ Группа, 18 000 участников
За исключением:	 МИР ВНЕДОРОЖНИКОВ Публичная страница, 240 000 подписчиков
Активность в сообществах:	внедорожник 
Приложения и сайты:	Введите название приложения или сайта 
За исключением:	Введите название приложения или сайта 

Активность в сообществах

Выявлены самые оптимальные группы сообществ:

- внедорожники;
- конкуренты;
- любители Mitsubishi.

Таргетинг осуществлялся не только на активных подписчиков, но и на не подписавшихся посетителей выбранных сообществ.

**TANDEM
GROUP**

Ретаргетинг на посетителей сайта

The image displays two overlapping interface windows from a digital marketing platform.

Left Window: Создать пиксель (Create Pixel)

- Название (Name):** Mitsubishi Москва
- Разрешённый домен (Allowed Domain):** [Redacted]
- Тематика сайта (Site Theme):** Автодилеры
- Buttons:** Создать (Create) at the bottom right.

Right Window: Создать аудиторию (Create Audience)

- Название (Name):** Mitsubishi Москва
- Источник (Source):** Получить с помощью пикселя Загрузить из файла
- Правило (Rule):** Все посетители сайта
За последние 30 дней
- Text:** Вы также можете использовать JavaScript API, чтобы добавить пользователей в эту аудиторию.
- Buttons:** Отмена (Cancel) and Создать (Create) at the bottom right.

Установили пиксель на сайт клиента и настроили сбор аудиторий посетителей сайта для возврата наиболее конверсионной аудитории.

Виджет авторизации через ВКонтакте

The screenshot shows the configuration options for a VKontakte authorization widget. It includes fields for interests, behavior, communities, and applications. A specific application named 'AUTORU' is selected.

Интересы
Интересы, поведение, сообщества, приложения

Интересы и поведение: Выберите категорию

Сообщества: Введите название сообщества

За исключением: Введите название сообщества

Активность в сообществах: Введите название сообщества

Приложения и сайты: 4383229

За исключением:
 AUTORU
Внешний сайт, 470 000 участников
<http://auto.ru>

Скрыть дополнительные настройки

24auto.ru (id 2018072) drive.ru (id 4751959)
4tochki.ru (id 4733148) drom.ru (id 5741732)
am.ru (id 3756841) exist.ru (id 3798730)
auto.ru (id 4383229) isnext.ru (id 6032698)
auto.ngs.ru (id 3319237) kolesa.ru (id 5525658)
avito.ru (id 5091356) kolesa-darom.ru (id 5703824)
avtomarket.ru (id 5387328) quto.ru (id 3210582)
avtopoisk.ru (id 5440414) zr.ru (id 3730705)
autovvisor.ru (id 4919447)
avtovzglyad.ru (id 4773399)
carsguru.ru (id 2962724)

Отбрали список сайтов с целевой аудиторией, где есть возможность регистрации через профиль ВКонтакте (виджет регистрации ВК). Это позволяет получить доступ к аудитории, не только посещающей, но и зарегистрированной на сайтах релевантной тематики.

Пересечение аудитории

Сообщества: Введите название сообщества

За исключением: Введите название сообщества

Активность в сообществах: Введите название сообщества

Приложения и сайты: 4383229

За исключением:
 **AUTORU**
Внешний сайт, 470 000 участников
<http://auto.ru>

Категория интересов «Авто/МОТО»:

- Автовладельцы
- Автомобили
- Покупка автомобиля
- Автодилеры



«Минус» (за исключением): пользователи, зарегистрированные на площадках по поиску б/у авто.



Гипотеза: возможно, заинтересованы в приобретении б\у автомобиля.

Детальный сбор аудиторий по взаимодействию с рекламной записью

▼ Настройки сохранения аудитории
Сбор пользователей, отреагировавших на объявление

Аудитория ретаргетинга: Создать новую

Название аудитории: Перешли на сайт Mitsubishi

События:

- Перешли по ссылке или в сообщество ×
- Перешли в сообщество ×
- Понравилась запись ×
- Поделились записью ×
- Подписались на сообщество ×

Аудитория ретаргетинга: Создать новую

Название аудитории: Скрыли Mitsubishi

События:

- Скрыли все записи сообщества ×
- Скрыли запись из новостей ×

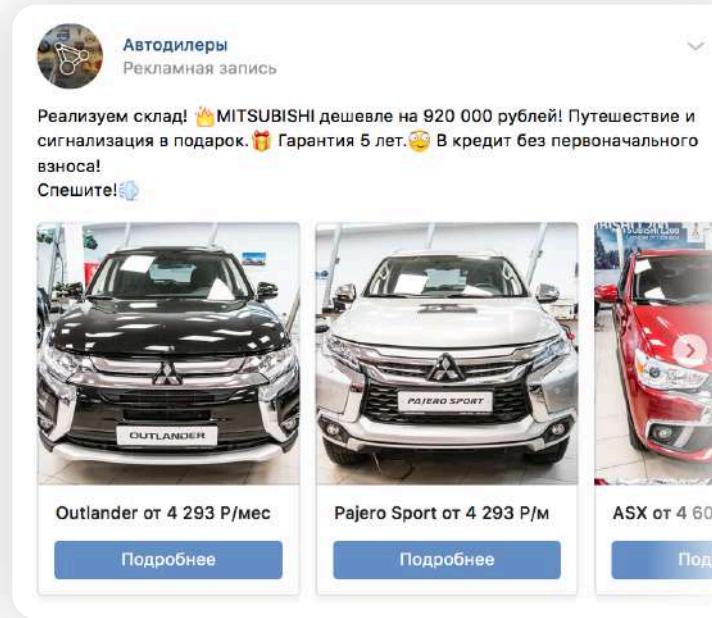
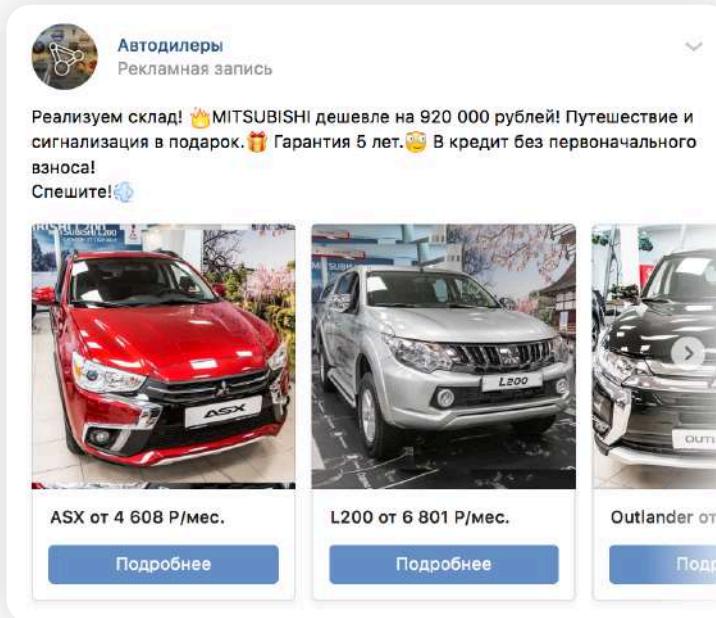


Негативно реагирующие пользователи были исключены.



Созданы дополнительные объявления на аудиторию пользователей, которые отреагировала положительно.

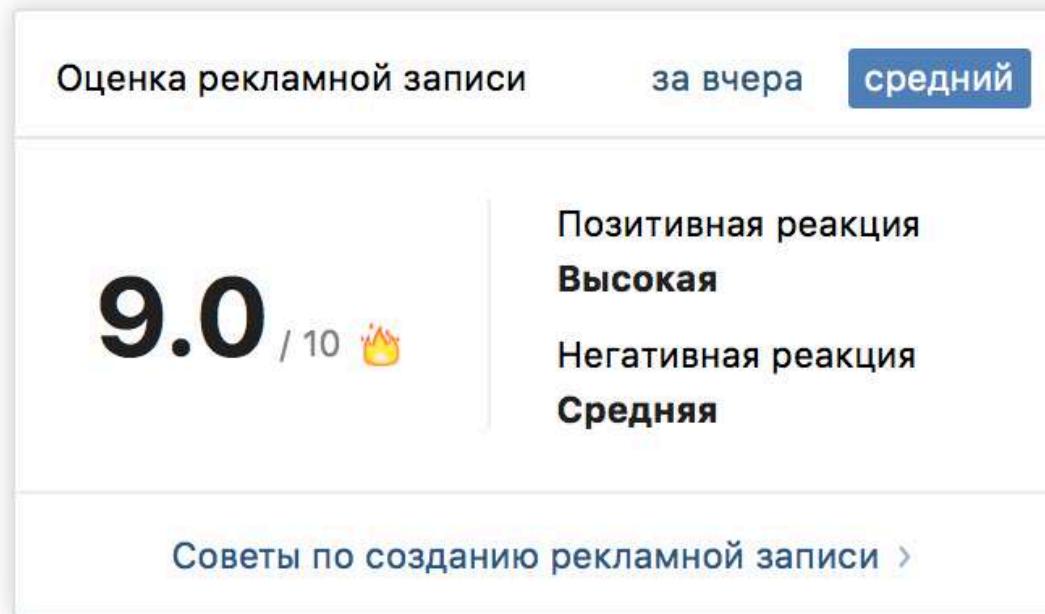
Примеры объявлений



Креативы с предложением о кредитном платеже, оказались самыми конверсионными.

TANDEM
GROUP

Оценка рекламной записи



Сегментация целевой аудитории и направленная коммуникация с каждым сегментом позволяет получить высокие результаты.

TANDEM
GROUP

Результаты



0,85%

CTR



100

Количество
звонков



1 780 руб.

CPL

(стоимость звонка)



5

автомобилей
Mitsubishi продано

TANDEM
GROUP

Сравнение результатов с контекстной рекламой

Канал		
Длительность РК	9 дней	31 день
CPL, руб.	1 780	3 200
Кол-во целевых звонков	100	68
Кол-во продаж	5	6
Бюджет, руб.	178 000	217 600
Цена продажи, руб.	35 600	36 266

Кейс: «Молодёжная карта» от Сбербанка

- Продукт — «Молодёжная карта», ориентированная на молодую аудиторию в возрасте от 14 до 25 лет;
- iConText — крупнейшее независимое интернет-агентство России, специализирующееся на omni digital marketing;
- период кампании: 1 месяц (февраль 2019);
- задача: получить заявки на выпуск карты через сайт.

The screenshot shows a Facebook post from 'Сбербанк' (Sberbank) with a green checkmark and the status 'Рекламная запись' (Ad). The post text reads: 'Только для молодежи от 14 до 25 лет 😊'. Below this, there is a bulleted list of benefits:

- ✓ Обслуживание 150 руб./год
- ✓ До 10% стоимости от покупок на карту
- ✓ Бесконтактная оплата Android Pay и Apple Pay
- ✓ Индивидуальный дизайн

The main image of the ad features a green background with the Sberbank logo and the text 'СБЕРБАНК' at the top. In the center, it says 'Молодежная карта Сбербанка' and 'Карта, с которой ты зарабатываешь бонусы'. To the right is an image of a white credit card with a woman riding a bicycle on it. At the bottom, it says 'ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015г.' and 'Молодежная карта Сбербанка sberbank.ru'.



Рекламные форматы

Для привлечения пользователей на страницу сайта с формой заявки использовались:



рекламные записи со сниппетом



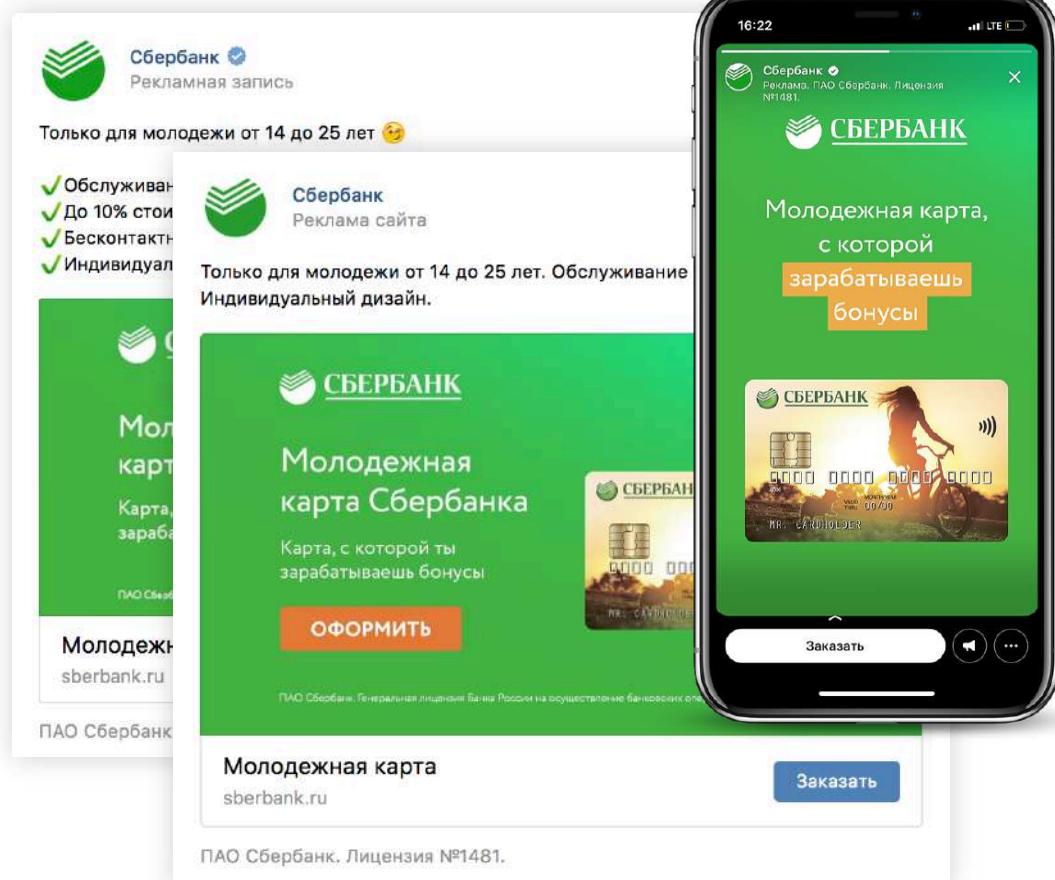
рекламные записи с видео



реклама сайта



реклама в Историях



Сбербанк

icon**text**
OMNI
DIGITAL
MARKETING

Настройки рекламной кампании

- Возраст 14-25 лет;
- сегментация по географии (Москва, Санкт-Петербург, остальная Россия);
- таргетинг по поведенческим интересам;
- ретаргетинг на посетителей страницы с формой заявки на сайте, не оставивших заявку;
- ретаргетинг на пользователей, положительно отреагировавших на рекламные объявления (отметки «Нравится», «Поделиться»).



Не видели рекламу

- те, кто оставил заявку;
- те, кто негативно отреагировал на рекламные материалы.



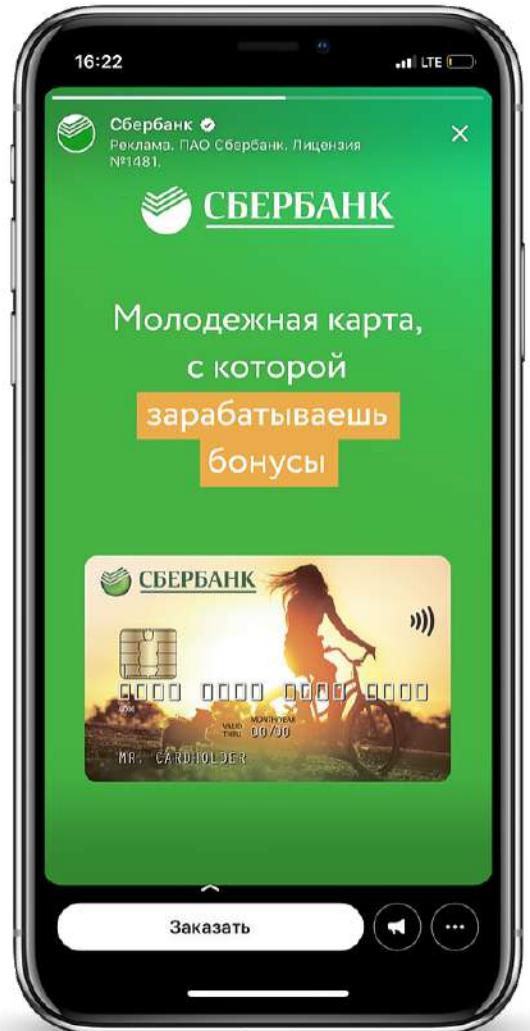
Сбербанк

icontext<sup>OMNI
DIGITAL
MARKETING</sup>

Распределение заявок по форматам



Доля заявок, пришедшая с формата, к общему числу заявок, полученных из ВКонтакте.



Сравнение CPL* по форматам

Реклама сайта



Рекламная запись
со сниппетом



Рекламная запись
с видео



Реклама в Историях



Появление формата реклама в Историях ВКонтакте в сплите инструментов позволило снизить среднюю стоимость заявки на 7%, увеличив при этом объем заявок на 22,1%.



*CPL (cost per lead) – стоимость заявки.

Ретаргетинг



CRM

E-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте



Пиксель

Посетители различных разделов сайта
Ретаргетинг по событиям на сайте



Взаимодействия
с рекламой



Look-alike

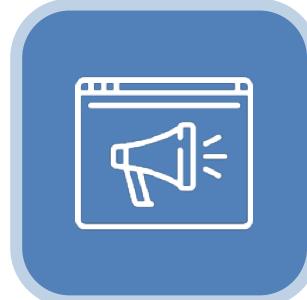
Масштабирование результатов за счёт поиска похожей аудитории

Динамический ретаргетинг

Возможность показывать в объявлении те товары, которые пользователи ранее просматривали на вашем сайте



Динамическая подстановка товаров в рекламную карусель: достаточно создать и запустить всего одно рекламное объявление



Гибкая настройка правил и сценариев: исключайте тех, кто уже приобрел товар на вашем сайте

Возможность выдачи рекомендованных или сопутствующих основной покупке товаров «вместе с этим обычно покупают»

Учитывайте действия пользователей на сайте
для применения различных сценариев формирования подборки
товаров в рекламной карусели



просмотр главной страницы



просмотр страницы поиска



удаление из корзины / из списка желаний



просмотр страницы категории



добавление в корзину / в список желаний



начало оформления покупки



просмотр страницы товара



совершение покупки



добавление платёжной информации

С чего начать?

Подключите динамический
ретаргетинг по ссылке:
<https://vk.cc/getdinret>

Установите нужные
параметры
на сайте

Загрузите прайс-лист
в рекламный кабинет
ВКонтакте

Создайте рекламную
карусель из 3-х
и более карточек

Подключение динамического ретаргетинга

The screenshot shows the VKontakte advertising dashboard. The left sidebar has a navigation menu with the following items:

- Таргетинг
- Маркет-платформа
- Личный кабинет
- Рекламные кампании
- Бюджет
- Экспорт статистики
- Настройки
- Ретаргетинг** (highlighted)

The main content area displays the "Рекламные кампании > Ретаргетинг" section. At the top right is a blue button labeled "Добавить прайс-лист". Below it, there are four tabs: Аудитории, Похожие аудитории, **Динамический ретаргетинг**, and Пиксели. The "Динамический ретаргетинг" tab is selected.

Three dynamic retargeting lists are listed:

Название	Проверен	Количество товаров	Охват за сутки	Охват за 30 дней
Отличный прайс-лист / id: 1845 · Обновлён сегодня в 17:06 · Подробнее	Проверен Подробнее	283K Товаров	0	0
Прайс-лист поуже / id: 1832 · Обновлён сегодня в 20:30 · Подробнее	Проверен Подробнее	20 Товаров	0	0
Первый прайс-лист комом / id: 1831 · Обновлён сегодня в 21:31 · Подробнее	Проверен Подробнее	20 Товаров	0	0

```
1  <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
2  <!DOCTYPE yml_catalog SYSTEM "shops.dtd">
3  <yml_catalog date="04-05-2018 11:10">
4  <shop>
5      <name>oodji</name>
6      <company>oodji</company>
7      <url>http://www.oodji.com/</url>
8      <platform>1C-Bitrix</platform>
9      <currencies>
10         <currency id="RUR" rate="1"/>
11     </currencies>
12     <categories>
13         <category id="319">Женская коллекция</category>
14         <category id="3487" parentId="319">Носки</category>
15         <category id="4355" parentId="319">Домашняя одежда</category>
16         <category id="3569" parentId="319">Легинсы</category>
17         <category id="3491" parentId="319">Шорты</category>
18         <category id="3481" parentId="319">Комбинезоны</category>
19         <category id="3485" parentId="319">Юбки</category>
20         <category id="3489" parentId="319">Брюки</category>
21         <category id="3503" parentId="319">Трикотаж</category>
22         <category id="4295" parentId="319">Топы</category>
23         <category id="3497" parentId="319">Блузки</category>
24         <category id="3475" parentId="319">Жакеты</category>
25         <category id="3477" parentId="319">Платья</category>
26         <category id="3493" parentId="319">Верхняя одежда</category>
27         <category id="322">Мужская коллекция</category>
28         <category id="3863" parentId="322">Носки</category>
29         <category id="3573" parentId="322">Шорты</category>
30         <category id="3509" parentId="322">Брюки</category>
31         <category id="3507" parentId="322">Джинсы</category>
32         <category id="3511" parentId="322">Футболки, толстовки</category>
33         <category id="3517" parentId="322">Трикотаж</category>
34         <category id="3515" parentId="322">Рубашки</category>
35         <category id="3527" parentId="322">Пиджаки</category>
36         <category id="3521" parentId="322">Верхняя одежда</category>
37         <category id="4459" parentId="322">Домашняя одежда</category>
38     </categories>
39     <offers>
```

Где взять прайс-лист?

Прайс-лист - каталог вашего сайта
в формате .xml или .yml

- Возможно, он у вас уже есть
- Создать автоматический в CMS сайта
- Создать с помощью технического специалиста

```
<offer id="3684217" group_id="2432097" type="vendor.model" available="true">
<model>Пальто прямое жаккардовое</model>
<url>http://www.oodji.com/womens_collection/2432097-7900N/</url>
<price>2999.00</price>
<oldprice>3999</oldprice>
<currencyId>RUR</currencyId>
<categoryId>331</categoryId>
<picture>http://www.oodji.com/upload/iblock/9cf/9cf00ca2c73abb31128048f7d288c619.jpg</picture>
<store>true</store>
<delivery>true</delivery>
<vendor>oodji</vendor>
<description>На сайте официального интернет-магазина oodji вы можете заказать одежду для женщин</offer>
<offer id="3684218" group_id="2432097" type="vendor.model" available="true">
<model>Пальто прямое жаккардовое</model>
<url>http://www.oodji.com/womens_collection/2432097-7900N/</url>
<price>2999.00</price>
<oldprice>3999</oldprice>
<currencyId>RUR</currencyId>
<categoryId>331</categoryId>
<picture>http://www.oodji.com/upload/iblock/fb9/fb9b53fc691d0fd0d07de352ba741b92.jpg</picture>
<store>true</store>
<delivery>true</delivery>
<vendor>oodji</vendor>
<description>На сайте официального интернет-магазина oodji вы можете заказать одежду для женщин</offer>
```

Что должно быть в прайс-листе?

Информация о товаре

Обязательные параметры:

- Параметры offer: id
- url, picture
- name или typePrefix+vendor+model

Опциональные параметры:

- available
- price (type), oldprice, currencyId

Подробнее <https://vk.com/faq12163>

Редактирование прайс-листа

Название
Отличный прайс-лист

URL адрес документа
<https://transport.productsup.io/0906dd48a5ae30a5fdb6/channel/1405>

Прайс-лист в формате XML. Можно использовать сжатие в форматы zip и gzip. В файле должны содержаться название товара, категория, цена, ссылка на товар. Подробнее.

Использовать HTTP аутентификацию

Имя пользователя
Введите имя пользователя

Пароль
Введите пароль

Преобразование ссылок товаров из прайс-листа

Удалить UTM-метки ?

Добавить параметры: UTM-метки и другие ?

Отмена Сохранить

Что делать с прайс-листом?

- 1 Добавить прайс-лист
- 2 Дождаться парсинга прайс-листа
- 3 Проверить статус
- 4 Исправить ошибки
- 5 Запомнить ID

Подробнее <https://vk.com/faq12163>

Результаты обработки прайс-листа

x

⚠ Прайс-лист получает запросы от пикселя с некорректными продуктovыми параметрами. Проверьте ошибки пикселей.

Последний запуск: 2018-09-19 19:46:41

Скачивание прайс-листа

Параметр	Значение
Статус	Успешно скачано
Конечный URL	https://transport.productsup.io/0906dd48a5ae30a5fb6/channel/140568/vk_com.xml.zip

Парсинг прайс-листа

Параметр	Значение
Статус	Успешный парсинг прайс-листа

Обработка товаров

Параметр	Значение
Статус	Товары успешно обработаны
Успешно обработано элементов offers	285777
Товары, которые не менялись	53473
Новые товары, которые успешно созданы	728
Успешно обновлено товаров	231576
Товары, которые успешно удалены	334
Всего товаров	285777

Где можно ошибиться

- Проверьте, что прайс-лист содержит все товары, которые вы хотите показывать пользователю
- Проверьте, что корректно обрабатываются все элементы offer



Пиксель

- Пиксель – это код, встраиваемый на ваш сайт, и выполняющий там определенные действия
- С помощью пикселя можно передавать информацию о действиях пользователя
- Для динамического ретаргетинга понадобится писать код для пикселя

Создать пиксель ×

Название
Динамический ретаргетинг

Разрешённый домен ?
*.wildberries.ru

Тематика сайта ?
Женская и мужская одежда и обувь

Создать

Создание пикселя

- Название: чтобы вам легче было понимать, что это за пиксель
- Домен: чтобы не пробивались лишние запросы (не забывайте про поддомены!)
- Тематика: укажите тематику сайта, на который будет установлен пиксель

Код для вставки на сайт

Код для вставки на сайт

```
<script type="text/javascript">!function(){var t=document.createElement("script");t.type="text/javascript",t.async=!0,t.src="https://vk.com/js/api/openapi.js?159",t.onload=function(){VK.Retargeting.Init("VK-RTRG-285094-1st9L"),VK.Retargeting.Hit()},document.head.appendChild(t)}();</script><noscript></noscript>
```

Скопируйте показанный код JavaScript и вставьте его между тегами `<head>` и `</head>` в коде своего сайта. Пиксель будет отслеживать посетителей всех страниц на Вашем сайте.

Для использования пикселя в JavaScript API вам потребуется его код: **VK-RTRG-285094-1st9L**.

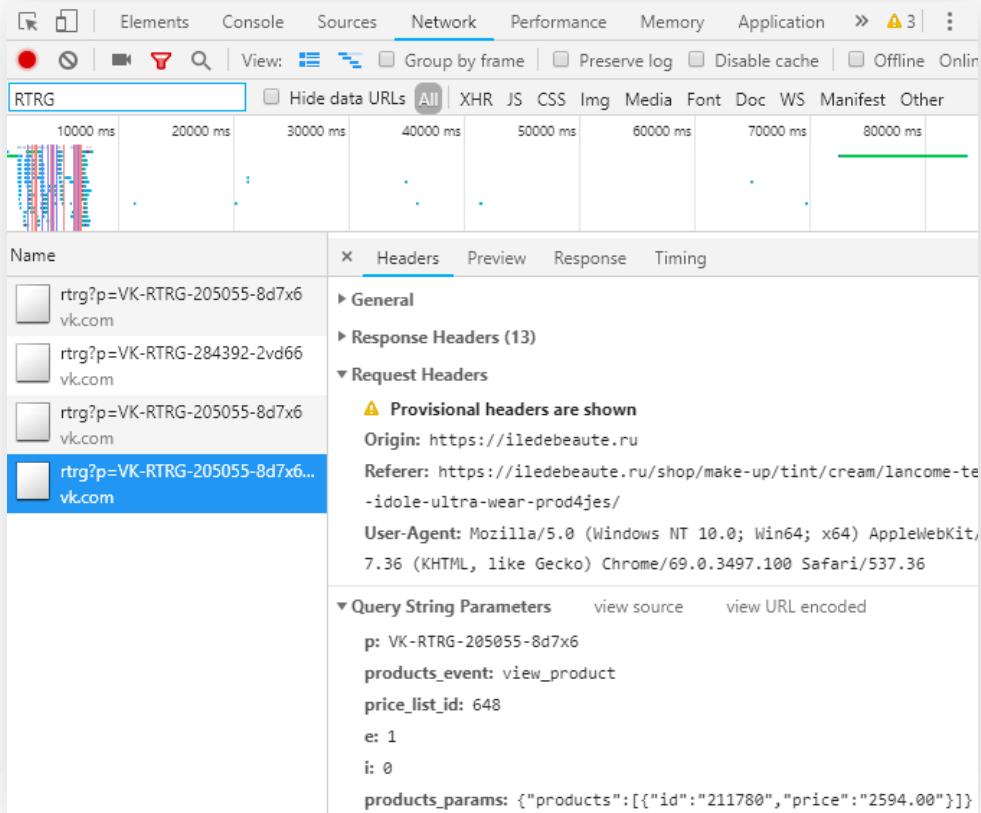
Узнайте больше о том, как правильно установить пиксель на сайт и проверить его работу в справке.

[Копировать код](#) [Закрыть](#)

Добавление пикселя на сайт

- Скопировать код из описания пикселя или
- Делать все поэтапно, как указано в документации или
- Использовать контейнер GTM

Важно! Привлечь технического специалиста.



А теперь настройка событий

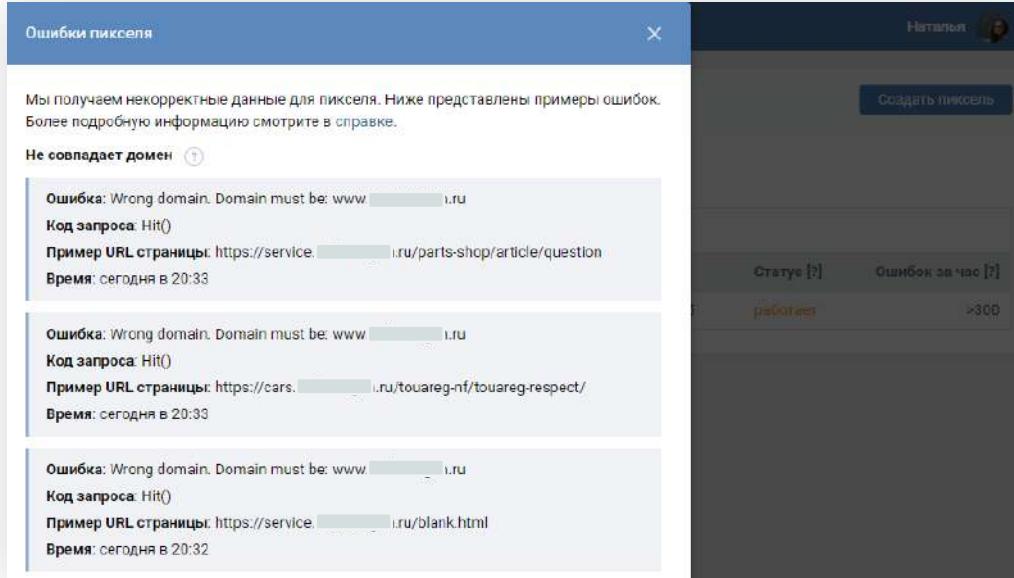
VK.Retargeting.ProductEvent(PRICE_LIST_ID, "view_product", eventParams)

- PRICE_LIST_ID заменяем id нужного прайс-листа из кабинета;
- Вместо "view_product" можем указать любое из поддерживаемых событий;
- eventParams заменяем на объект, содержащий данные о продукте.

```
{"products": [{"id": "456"}]}
```

```
{"products": [{"id": "456", "recommended_ids": "42, 654"}]}
```

Подробнее <https://vk.com/faq12164>

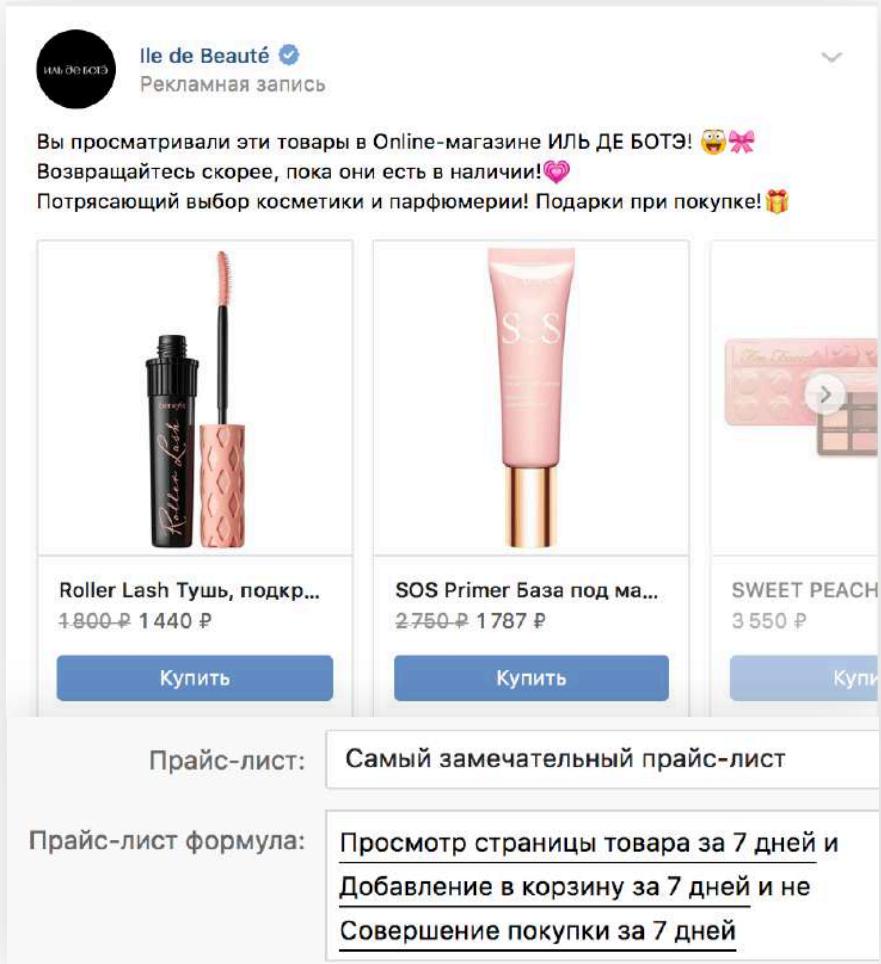


Ошибки

- Пиксель передает информацию с неразрешенного домена
- Пиксель поставлен не на все страницы
- Пиксель передает информацию, не совпадающую с прайс-листом
- Пиксель обращается к прайс-лису из другого рекламного кабинета

Как должно быть

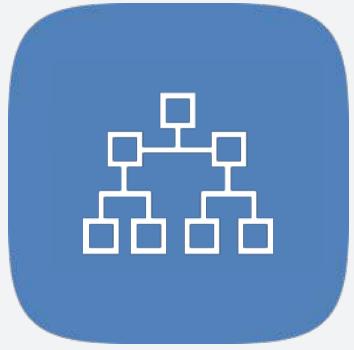
Feed_VK_RU	Проверен Подробнее	195К Товаров	1.6М Охват за сутки	1.9М За 30 дней	↻
id: 80 · Обновлён сегодня в 18:34 · Скрыть					
Действия	1 день	3 дня	7 дней	14 дней	30 дней
Просмотр главной страницы	0	0	0	0	0
Просмотр страницы товара	415 393	531 486	736 973	849 015	1 078 943
Просмотр страницы категории	486 799	632 659	894 157	1 075 110	1 378 099
Просмотр страницы поиска	184 686	228 419	331 952	412 957	528 830
Просмотр другой страницы	92 383	112 285	159 694	190 566	242 241
Добавление в список желаний	20 990	27 548	38 228	44 757	56 965
Добавление в корзину	92 041	114 353	160 187	192 008	243 682
Удаление из списка желаний	10 301	13 619	19 196	22 598	29 100
Удаление из корзины	43 164	54 019	76 138	93 445	118 164
Начало оформления покупки	0	0	0	0	0
Добавление платёжной информации	0	0	0	0	0
Совершение покупки	39 897	45 125	63 799	79 612	101 861



Создание объявления

- 1 Создаем объявление Карусель
- 2 Указываем параметры таргетирования
- 3 Подключаем нужный пиксель
- 4 Указываем формулу
- 5 Запускаем

Подробнее <https://vk.com/faq12168>



Цели использования
ретаргетинга

Учитывайте действия пользователей на сайте

для применения различных сценариев формирования
подборки товаров в рекламной карусели



просмотр главной страницы



просмотр страницы поиска



удаление из корзины / из списка желаний



просмотр страницы категории



добавление в корзину / в список желаний



начало оформления покупки



просмотр страницы товара



совершение покупки



добавление платёжной информации

Сценарии

Посещали сайт, но не купили

В правило добавляем:



просмотр главной страницы



просмотр страницы поиска



просмотр страницы категории



просмотр страницы товара

Из правила исключаем:



совершение покупки



удаление из корзины / из списка желаний

Сценарии

Совершили полезное действие, но не купили

В правило добавляем:



добавление в корзину /
в список желаний



начало оформления
покупки



добавление платёжной
информации

Из правила исключаем:



совершение
покупки

Сценарии

Уже купили, но могут купить еще

В правило добавляем:

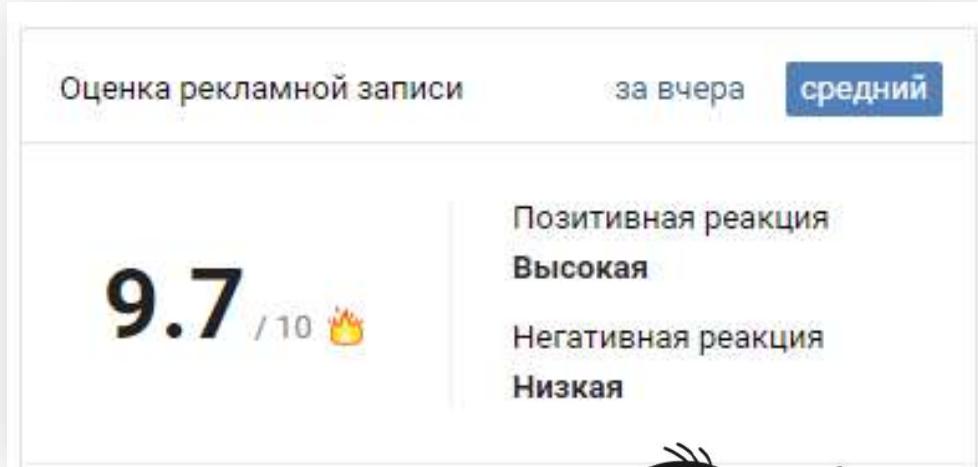


совершение
покупки

Из правила исключаем:

ничего не исключаем 😊

Фишка: купленный товар показываться уже не будет



Как увеличить интенсивность?

- Устранить ошибки
- Использовать разные формулы, стараясь увеличить количество пользователей
- Не бояться делать ставку выше
- Напишите привлекательный текст, поддерживайте актуальный прайс-лист

И вот все заработало



LIKE A BOSS



Кейс: сравнение результатов динамического ретаргетинга в социальных сетях. ИЛЬ ДЕ БОТЭ

Кейс: ИЛЬ ДЕ БОТЭ



ИЛЬ ДЕ БОТЭ – интернет-магазин косметики и парфюмерии;



ProContext – агентство с экспертизой в контекстной и таргетированной рекламе;



Цель – увеличение онлайн продаж (CPO ≤ CPO Facebook)



Инструмент: динамический ретаргетинг ВКонтакте



Период: 6 месяцев
(февраль – август 2018).

иль де ботэ

Ile de Beauté ✅
Рекламная запись

Вы просматривали эти товары в Online-магазине ИЛЬ ДЕ БОТЭ! 😍🎀
Возвращайтесь скорее, пока они есть в наличии! ❤️
Потрясающий выбор косметики и парфюмерии! Подарки при покупке! 🎁

Roller Lash Тушь, подкр...
1800 ₽ 1440 ₽
Купить

SOS Primer База под ма...
2750 ₽ 1787 ₽
Купить

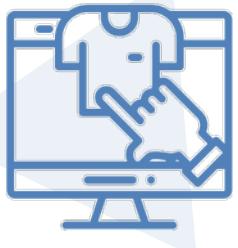
SWEET PEACH
3 550 ₽
Купить

3

ИЛЬ ДЕ БОТЭ



Поведенческие сценарии для ретаргетинга



Просмотр карточки
товара



Добавление
в корзину



Добавление
в список желаний



Начало оформления
покупки

ИЛЬДЕ БОТЭ



Дополнительная сегментация



По времени:
7/ 14/ 30 дней



По платформам:
Мобайл/ Десктоп



По географии:
МСК, СПб, РФ

Иль ѿ ботѣ

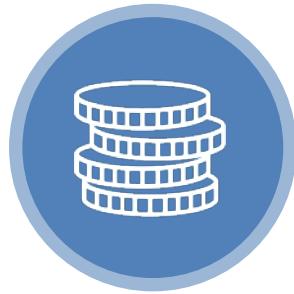


Сравнение результатов с Facebook Dynamic Ads



-3%

ДРР



-38%

средний СРО



+24%

Кол-во транзакций

ИЛЬ ДЕ БОТЭ

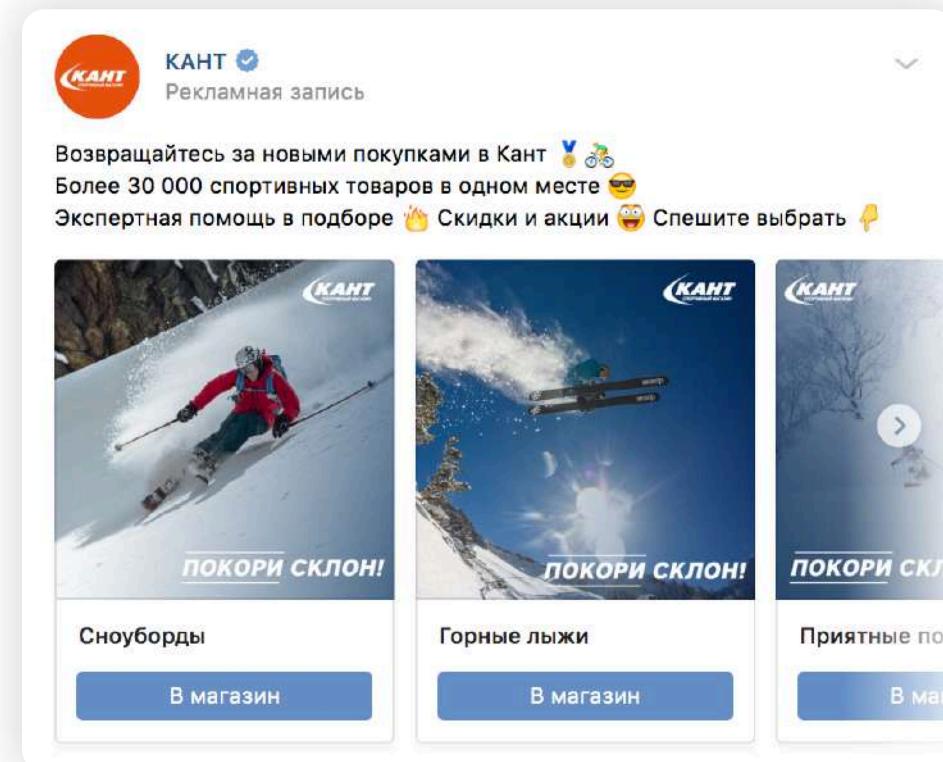




Кейс Кант: снижение расходов
на рекламу с помощью
динамического ретаргетинга

Кейс: снижение рекламных расходов

- Кант — интернет-магазин товаров для спорта, туризма и отдыха;
- МедиаНация — рекламное агентство с подходом «performance for brands»;
- задача: снижение доли рекламных расходов (ДРР*) до 20%*;
- период: 3 месяца (февраль-апрель 2019);
- инструмент: динамический ретаргетинг ВКонтакте.



*Доля рекламных расходов (ДРР) = расходы на рекламу / доходы с рекламы * 100 %

Поведенческие сценарии для ретаргетинга



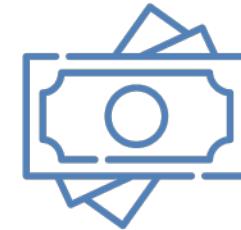
Посетители

Все посетители сайта, 7 дней
Все посетители сайта, 8-30 дней
Все посетители сайта, 31-60 дней



Действия с корзиной

Добавление в корзину, 7 дней
Добавление в корзину, 8-30 дней
Добавление в корзину, 31-60 дней

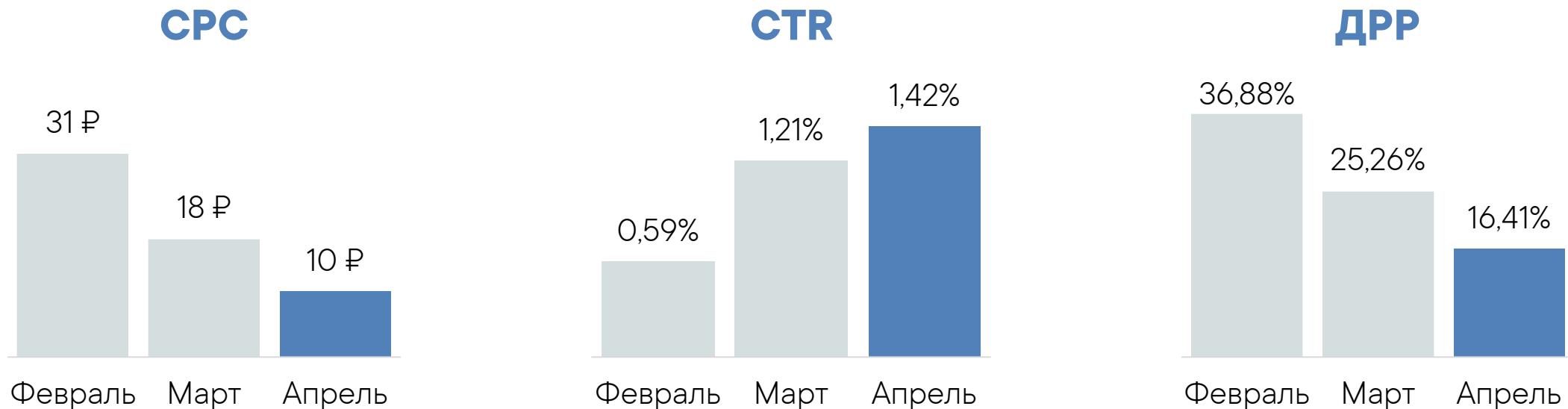


Покупатели

Совершенные покупки, 60 дней



Динамика результатов по мере подключения* динамического ретаргетинга



* Февраль — ДР не подключен. Март — ДР работал половину месяца. Апрель — ДР работал весь месяц

Результаты за весь период кампании

-20 руб.

CPC

+0,84%пп

CTR

-20,47%

ДРР



Подробная инструкция,
фиchi и ответы на вопросы
от Команды ВКонтакте:

<https://vk.com/dinret>



Спасибо
за внимание ;)



ВКонтакте с вами,
Юлия Лазарева
vk.com/business