



Ретаргетинг ВКонтакте

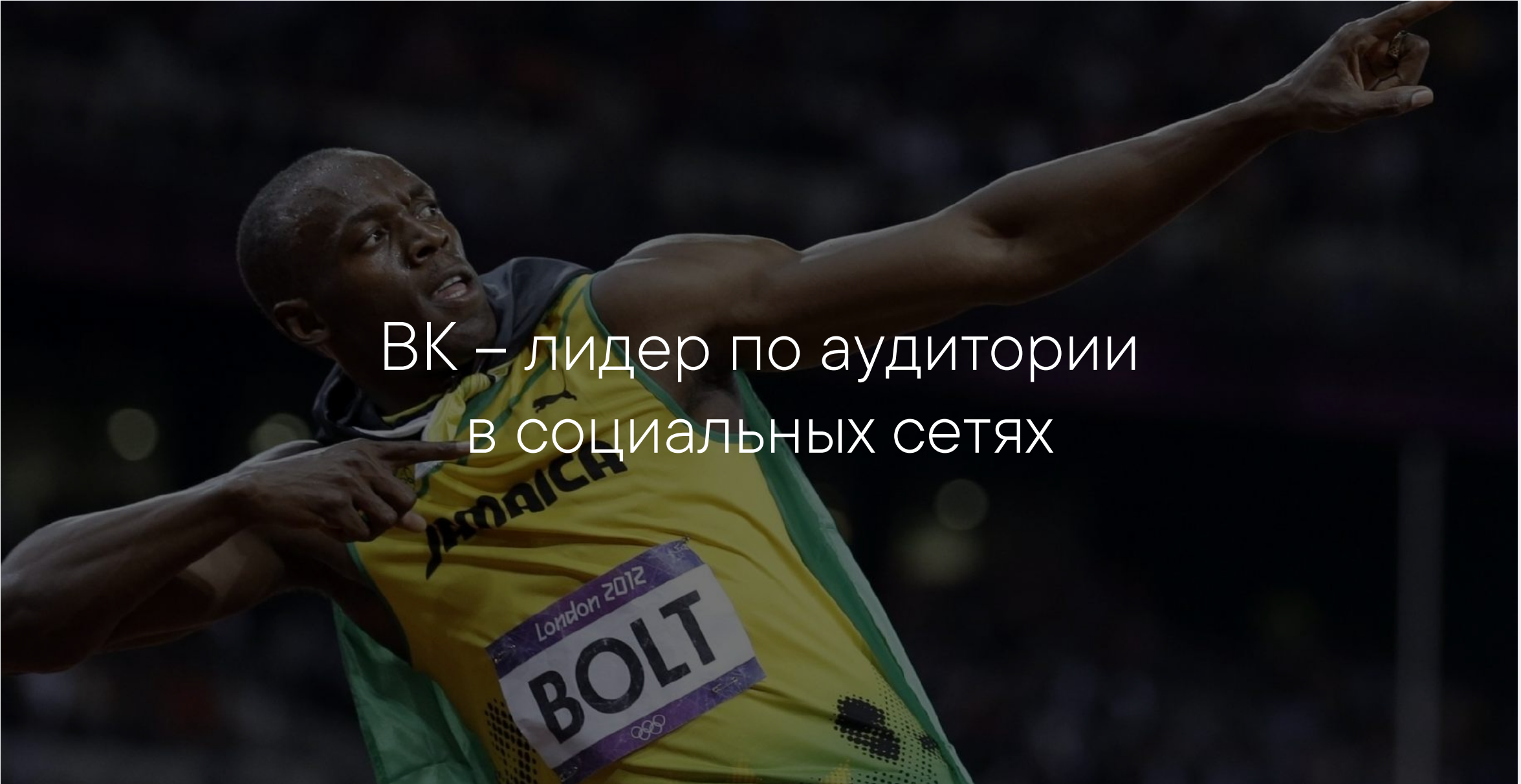
Почему ретаргетинг – это важно?



В эту аудиторию
вложены ресурсы



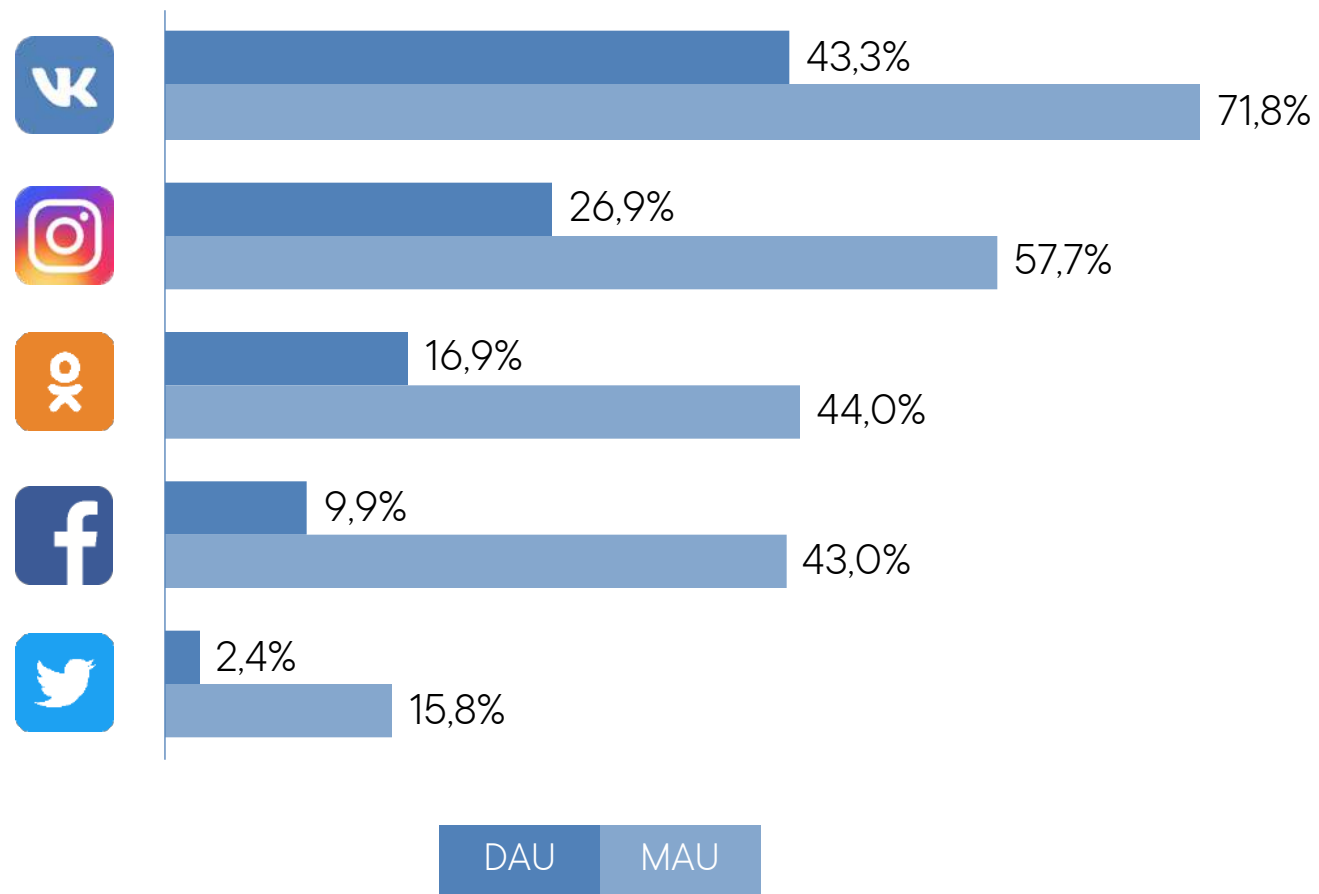
Аудитория уже проявила
интерес к бренду

A photograph of Jamaican sprinter Usain Bolt in a celebratory pose after a race. He is wearing a yellow and green Jamaican national team singlet with "JAMAICA" printed on it. A race bib is pinned to his chest that reads "London 2012" and "BOLT" with the Olympic rings logo below. He is pointing his right index finger towards the sky and his left index finger towards the ground. The background is a blurred stadium filled with spectators.

ВК – лидер по аудитории
в социальных сетях

70 млн
активных пользователей

Самый охватный социальный сервис



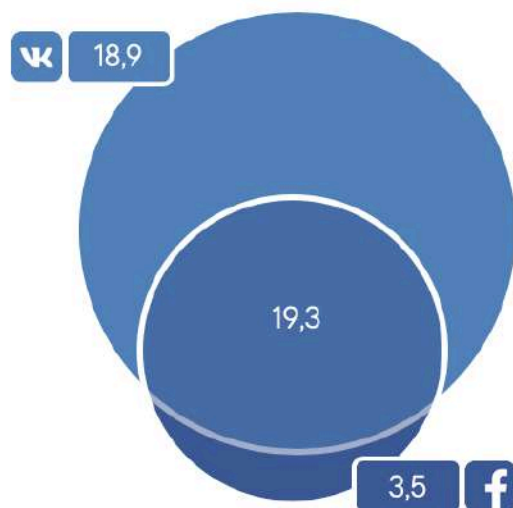
Пересечение аудитории социальных сервисов

В течение месяца пользователи посещали

Только ВКонтакте — 19,3 млн

только Facebook — 3,5 млн

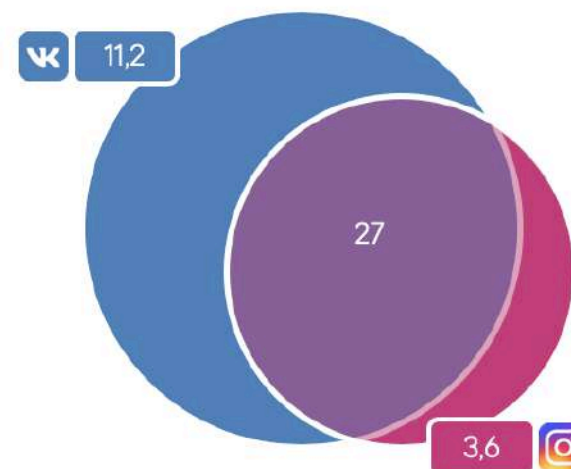
ВКонтакте и Facebook — 19,3 млн



Только ВКонтакте — 11,2 млн

Только Instagram — 3,6 млн

ВКонтакте и Instagram — 27 млн



Ретаргетинг



CRM

Е-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте

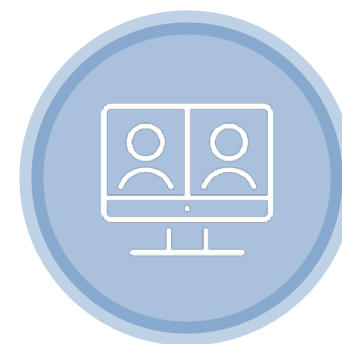


Пиксель

Посетители различных
разделов сайта
Ретаргетинг
по событиям на сайте

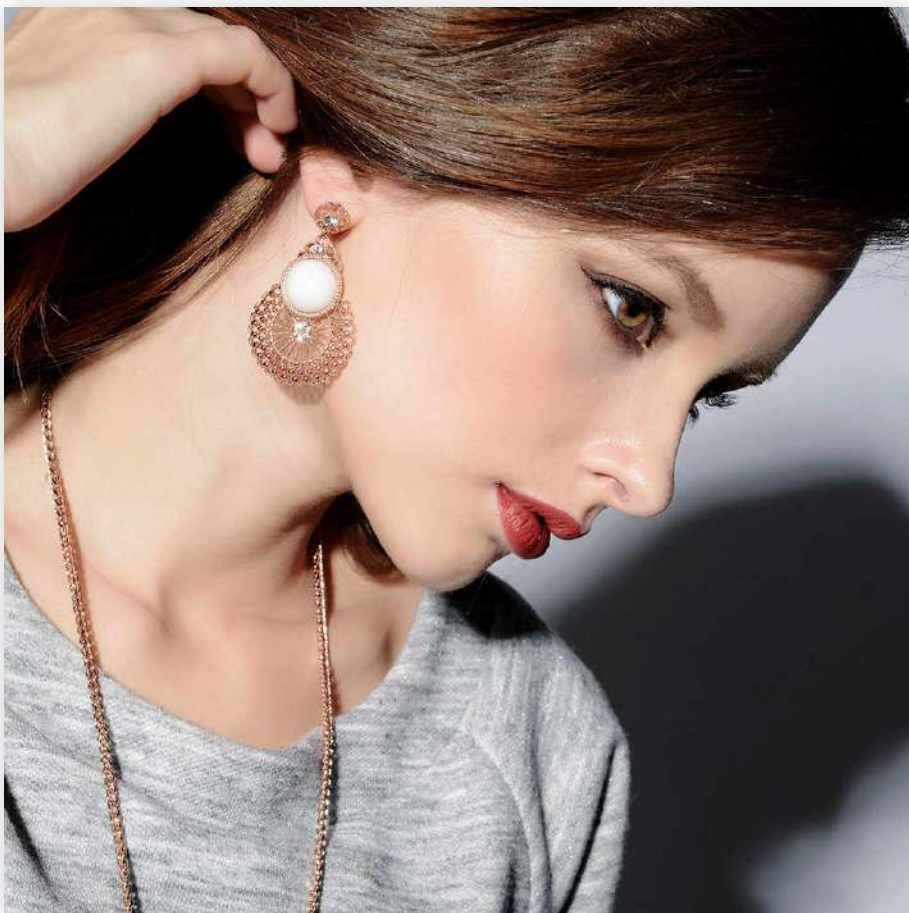


Взаимодействия с рекламой



Look-alike

Масштабирование
результатов за счёт
поиска похожей
аудитории



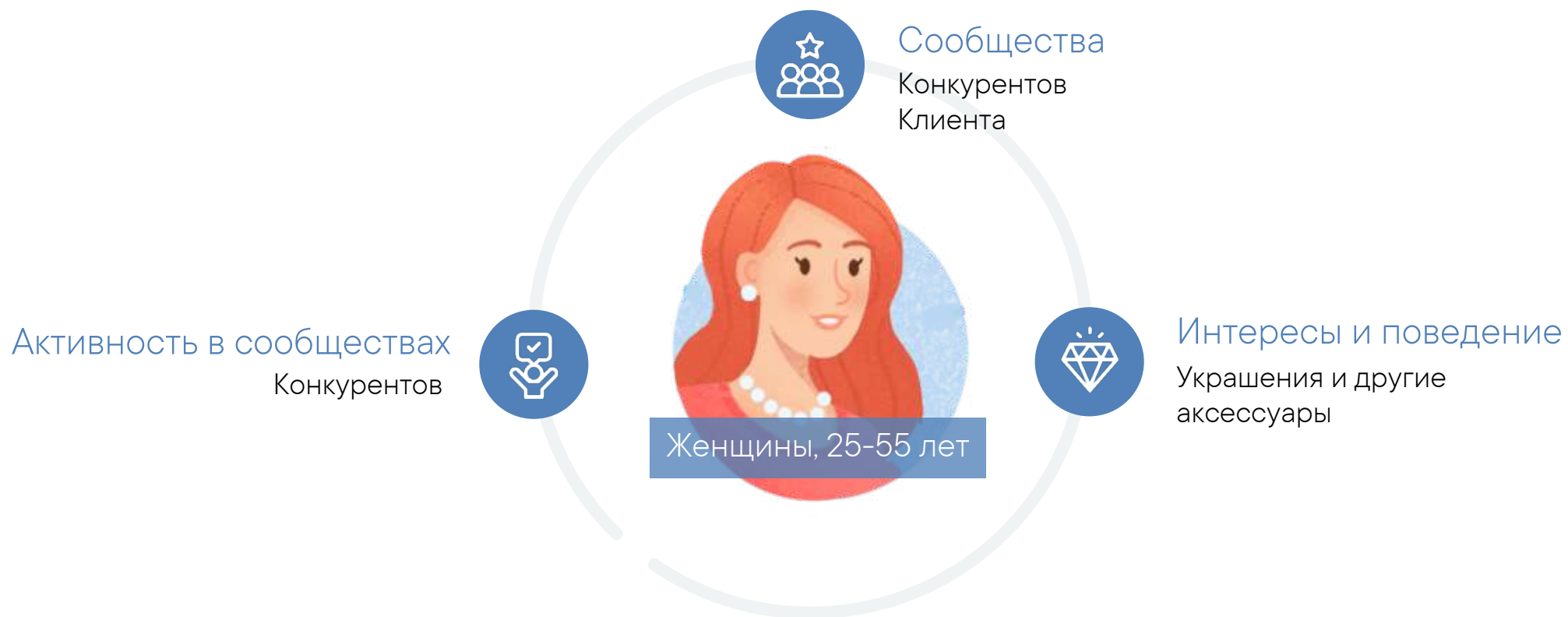
Кейс: привлечение трафика на сайт магазина ювелирных изделий

- 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.

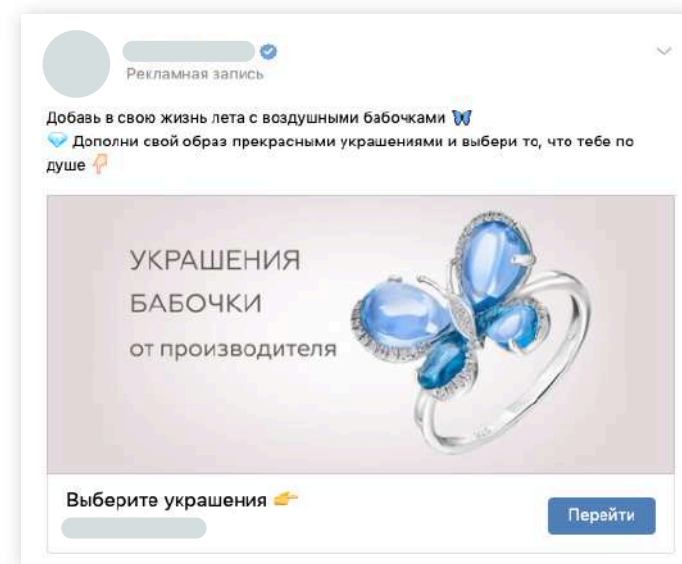
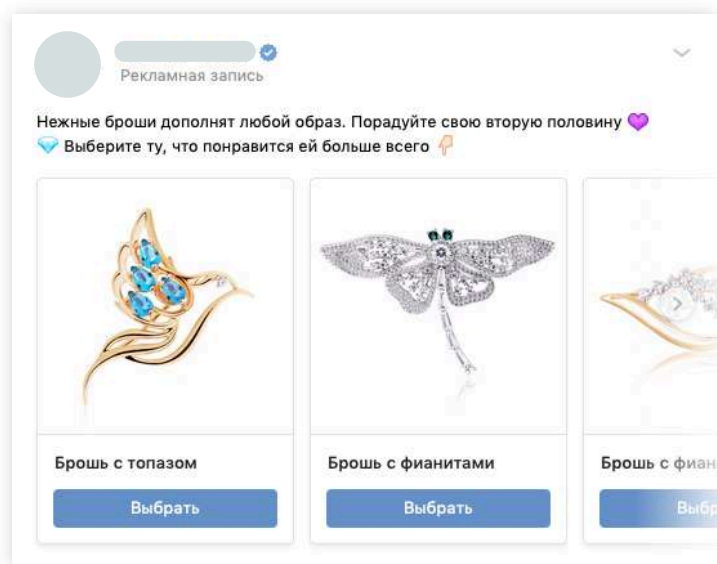


Настройка рекламной
кампании

Таргетинги



Примеры объявлений



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 ✕
Перешли в сообщество ✕ ▼

Аудитория ретаргетинга: Негатив ▼ ✕

События: Все негативные действия ✕ ▼

Аудитория ретаргетинга: Активности ▼ ✕

События: Понравилась запись ✕
Поделиться записью ✕
Подписались на сообщество ✕ ▼

Добавить аудиторию

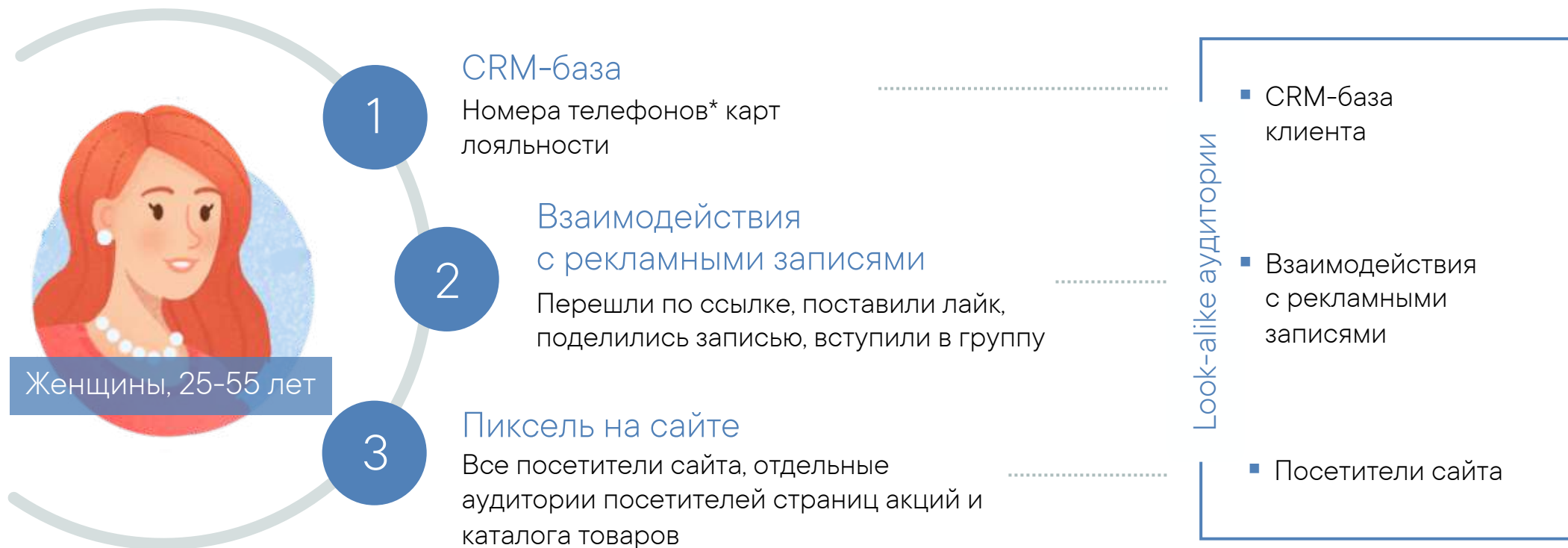


Негативно реагирующие пользователи были исключены



Положительно реагирующие аудитории использовали повторно в таргетинге

Дополнительные инструменты

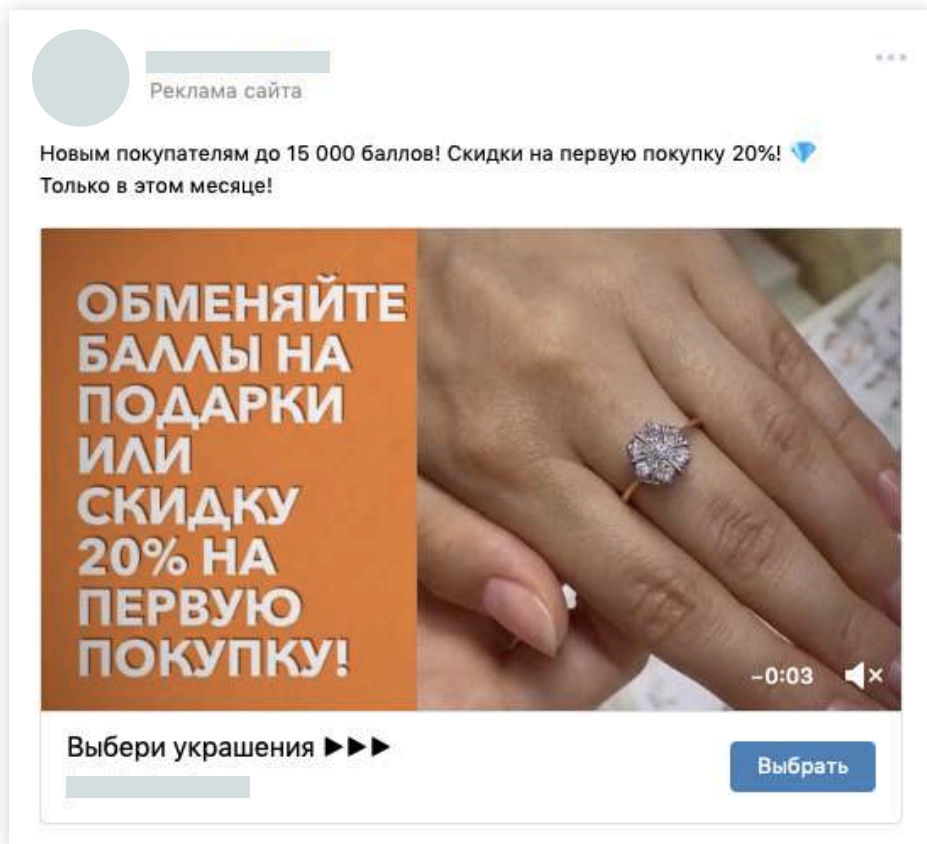


AdsTarget 

*номера телефонов, оставленные пользователями при оформлении карт лояльности



Результаты

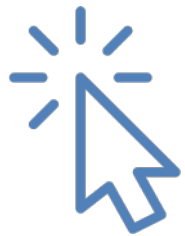


Результативность по форматам

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 

*данные: Яндекс Метрика

Ретаргетинг



CRM

Е-mail адреса
Номера мобильных телефонов
IDFA устройств
ID ВКонтакте

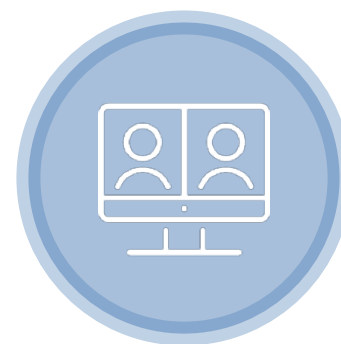


Пиксель

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.

 **Банк ЗЕНИТ**
Рекламная запись


Потребительский кредит на выгодных условиях.
Процентная ставка от 10% годовых 🔥 Сумма до 3 млн. руб. 💰 Возможность оформления без залога и поручителей 👍
Оставьте заявку и узнайте подробнее!



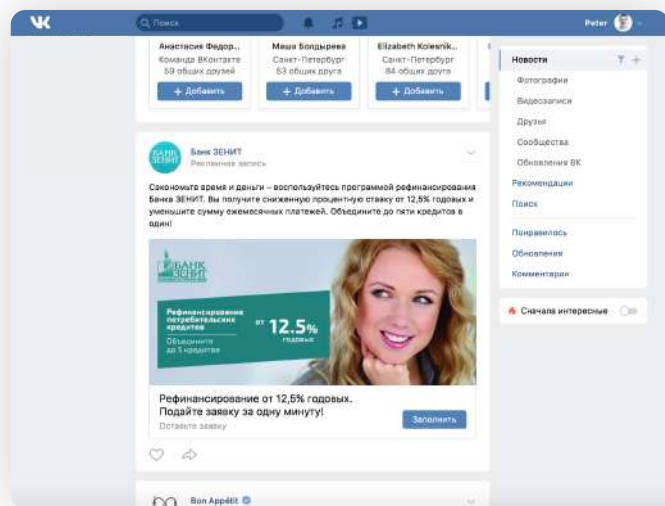
Потребительский кредит
от **10%** годовых
Реализуйте свои мечты!

Кредит наличными на любые цели
Оставьте заявку

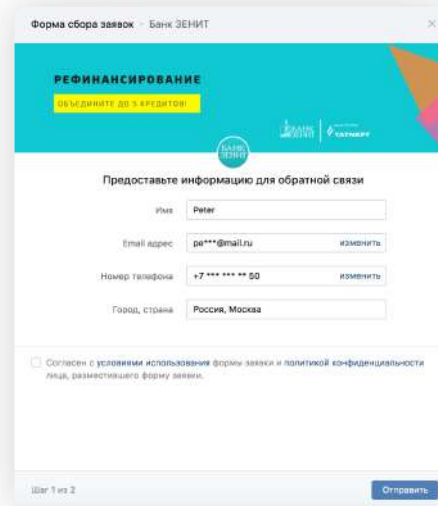
[Заполнить](#)



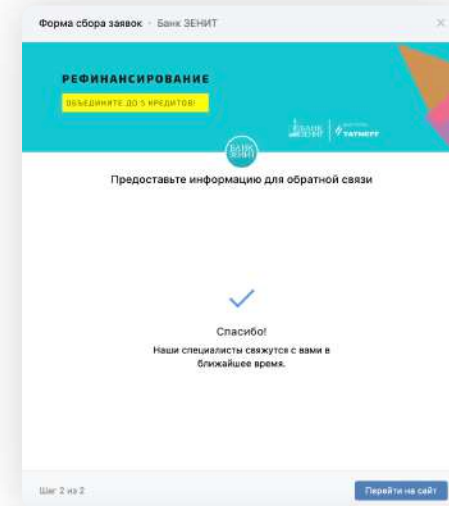
Как работает Сбор заявок ВКонтакте?



Пользователь видит
рекламную запись
в ленте новостей




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



Заявка отправлена
и пользователь может
перейти на сайт


Таргетинги:


- 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
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!





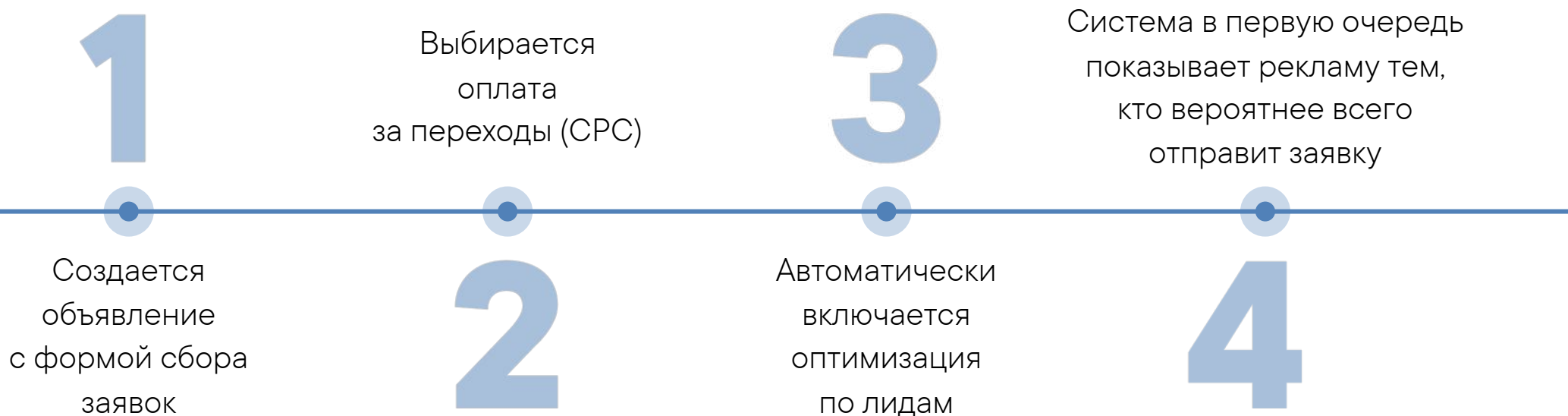
**Потребительский
кредит**

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

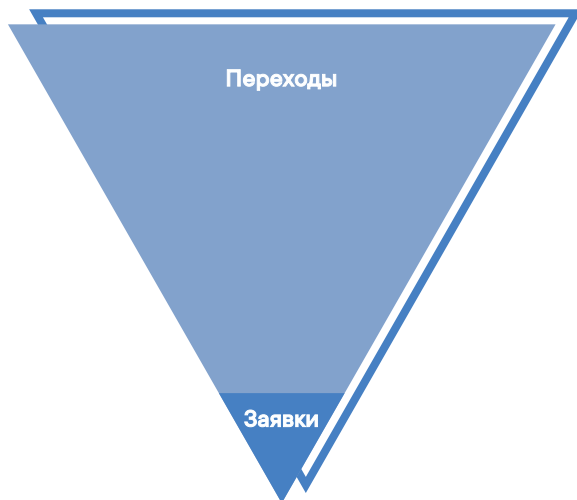


13 ноября - 26 декабря



Результаты: конверсионность ВКонтакте (CR)

До оптимизации

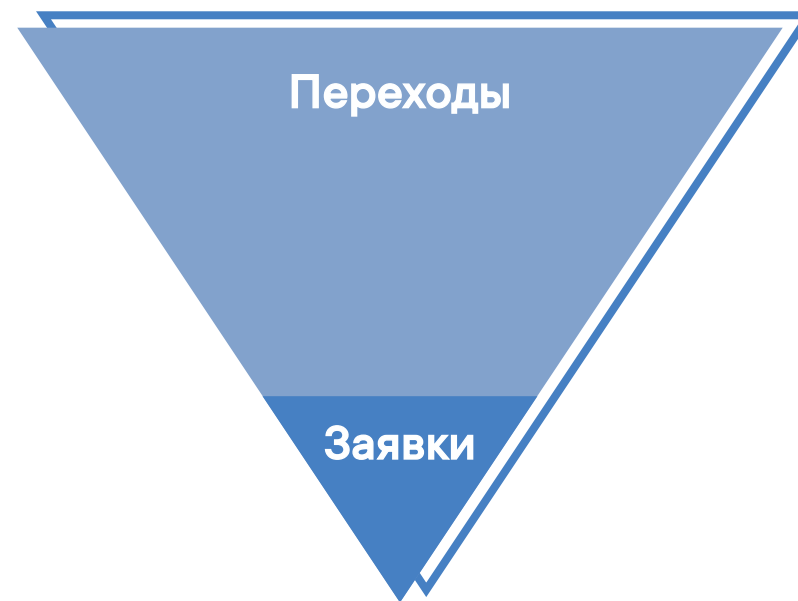


+148%
Переходы

+11%пп
CR

x3
Заявки

После оптимизации

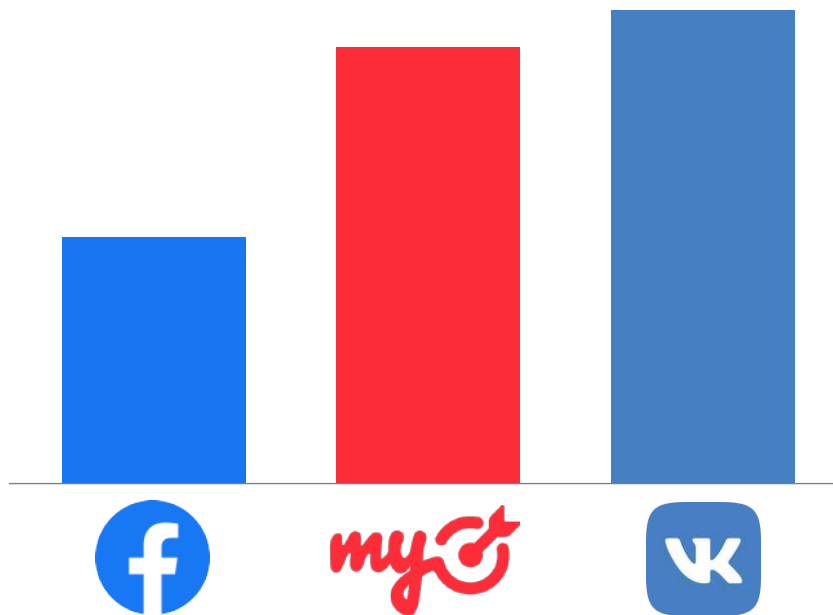


i-media

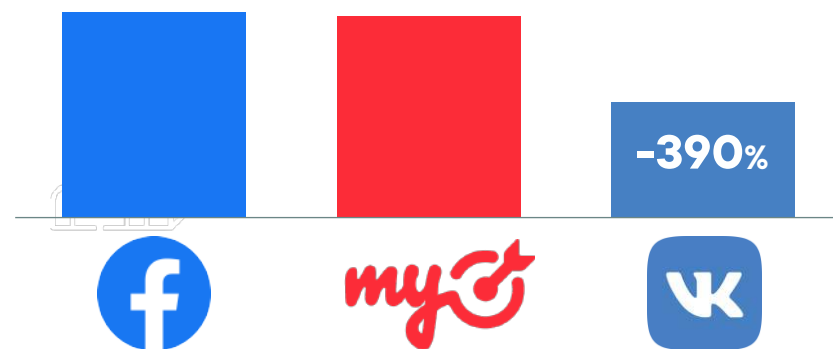
**БАНК
ЗЕНИТ**

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



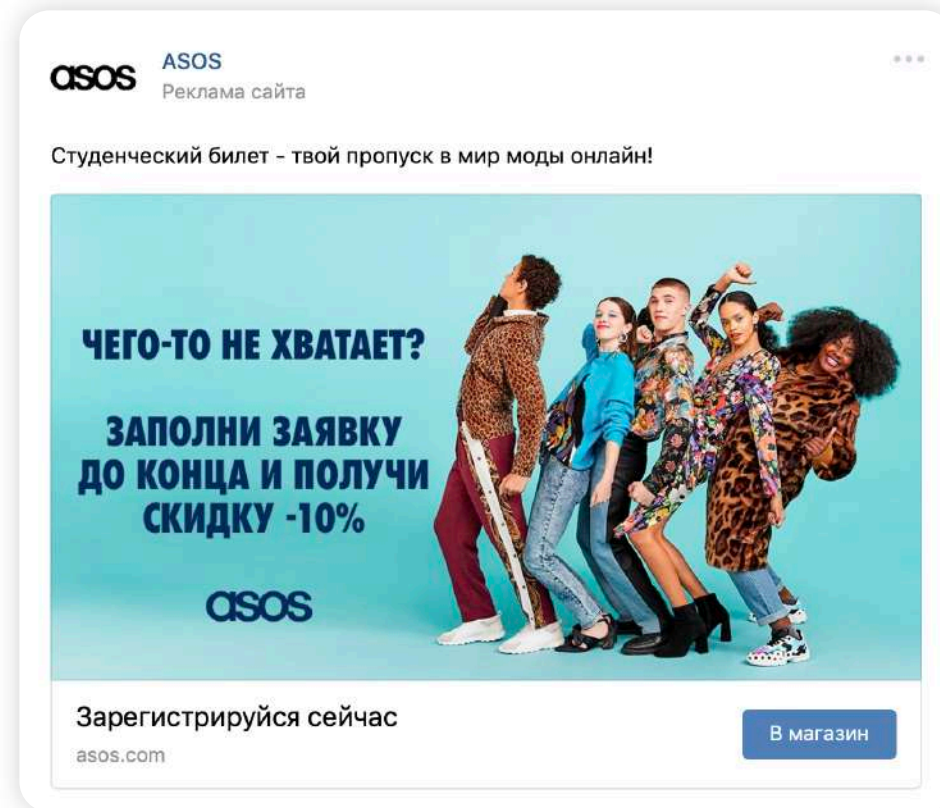
CPL из ВКонтакте ниже в 2 раза по сравнению с другими performance-каналами



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



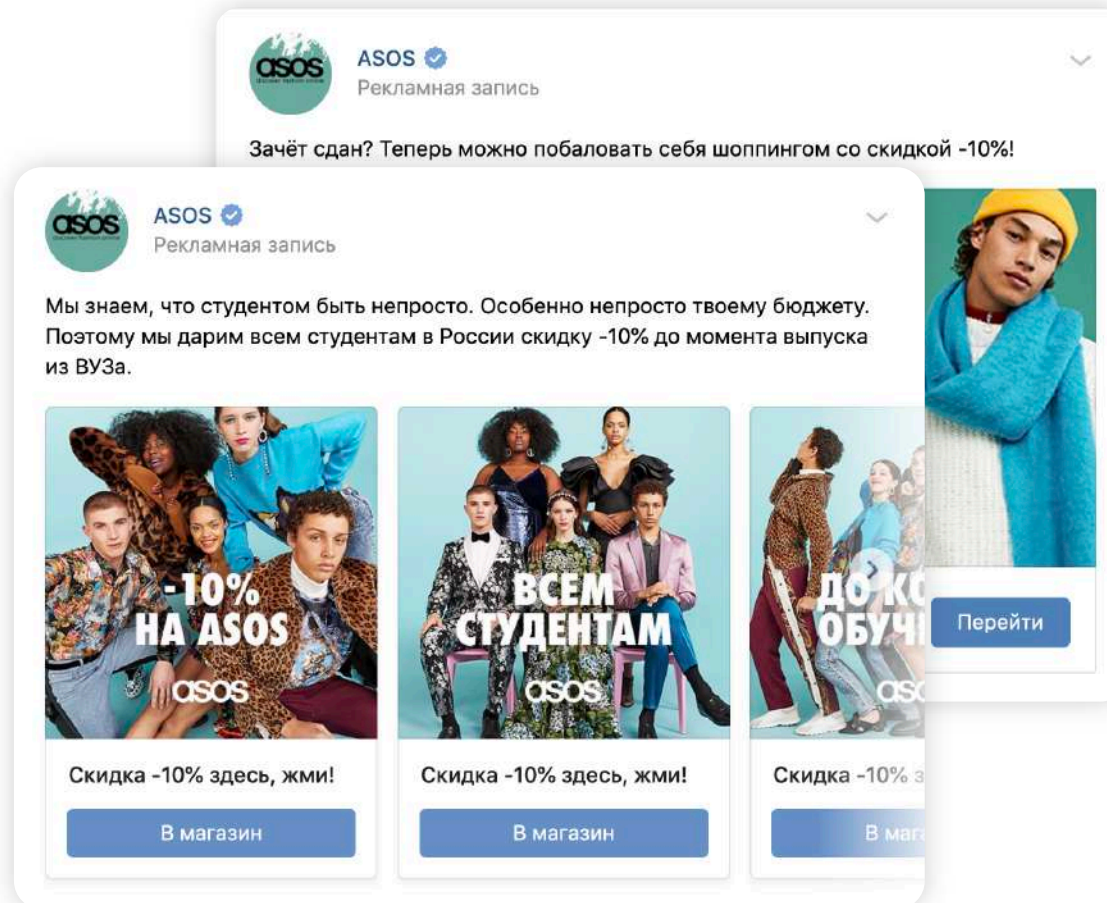
Карусель



Реклама сайта



Реклама в Историях



asos

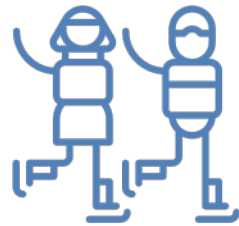


Сегменты аудитории для таргетинга



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.

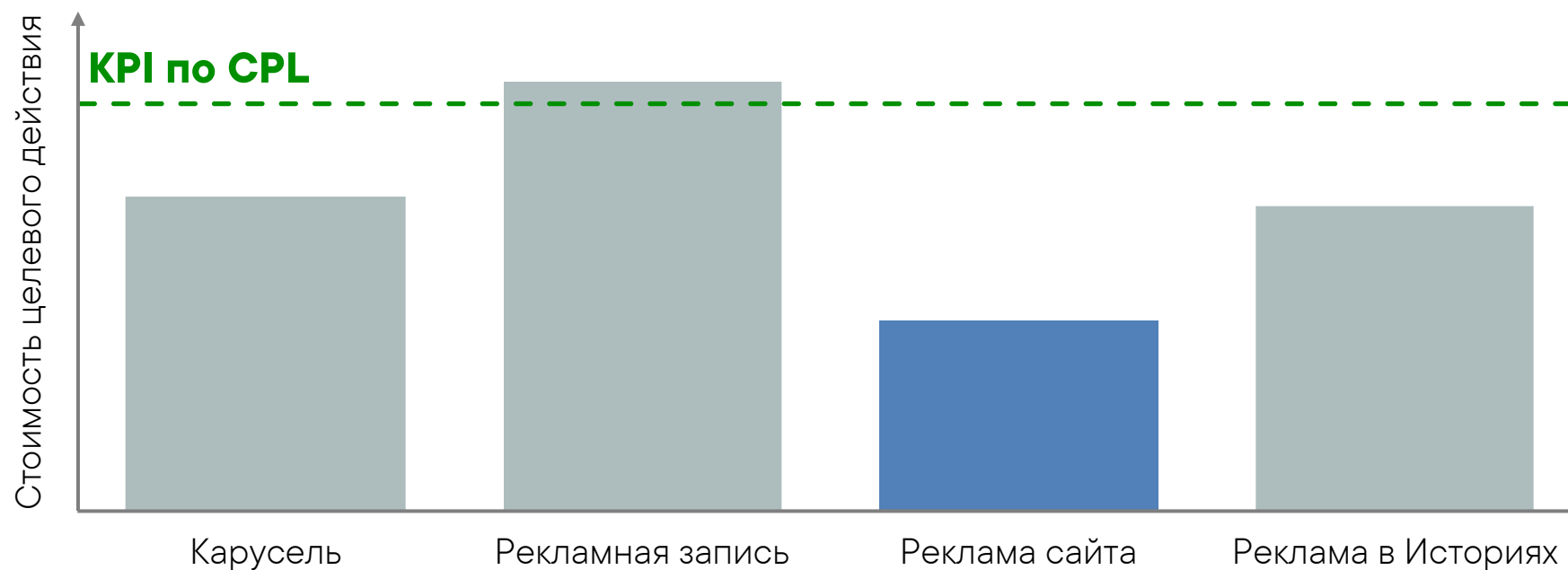


Look-alike

На основе CRM базы валидированных пользователей.

CPL по форматам ВКонтакте

Наибольшее количество валидированных заявок было получено с формата «Реклама сайта». Стоимость заявки по этому формату оказалась самой низкой.

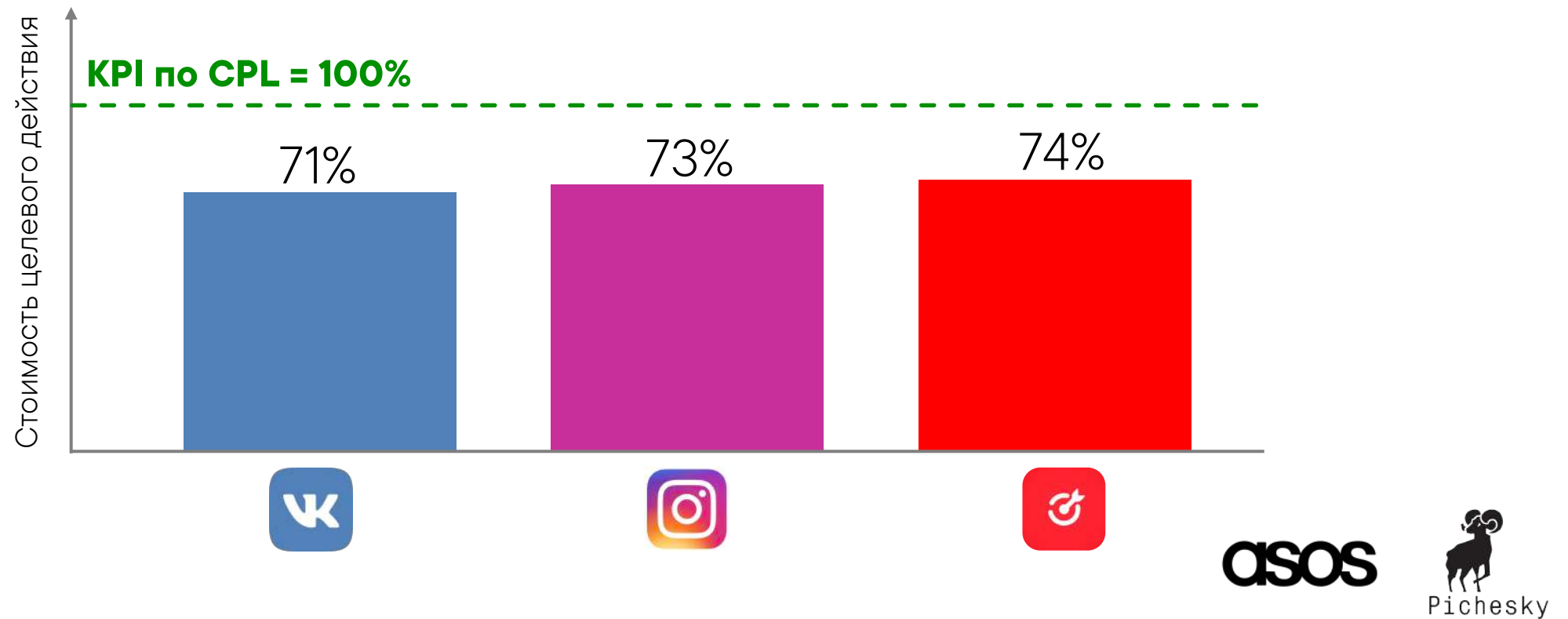


asos



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

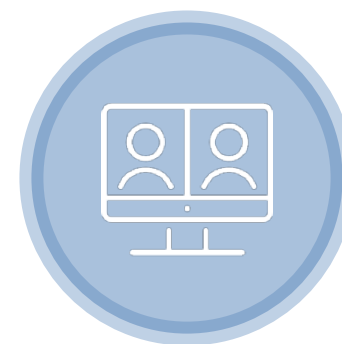


Пиксель

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.

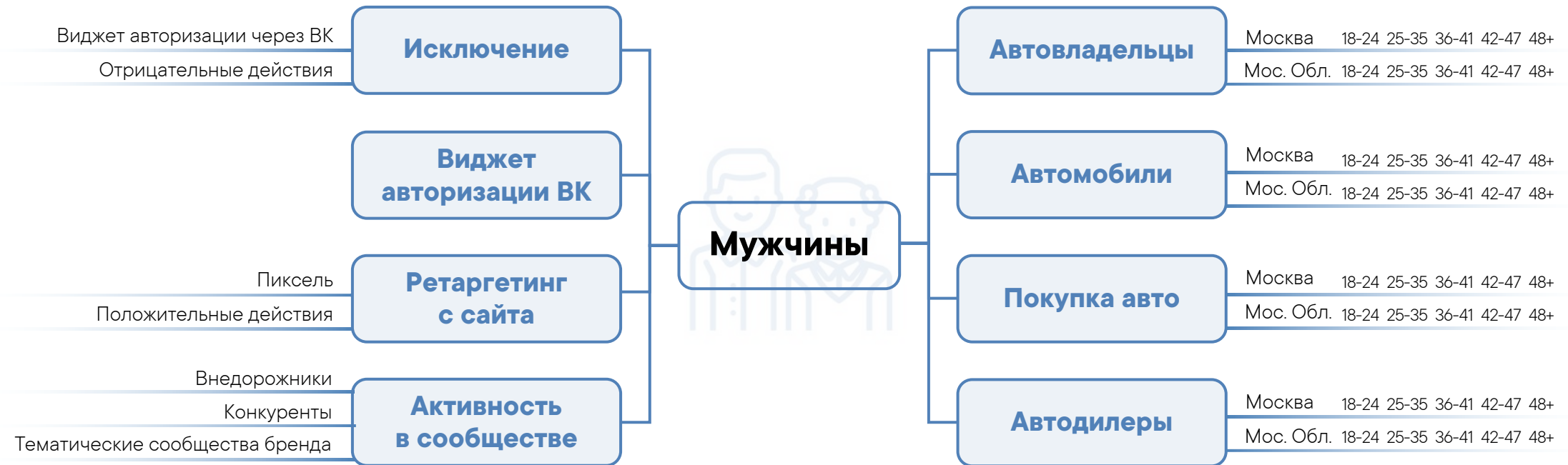


Использовались официальные гайдлайны, утвержденные Mitsubishi.



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

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.

Ретаргетинг на посетителей сайта

Создать пиксель

Название

Mitsubishi Москва

Разрешённый домен ?

Тематика сайта ?

Автодилеры

Создать

Создать аудиторию

Название

Mitsubishi Москва

Источник

☒ Получить с помощью пикселя ☐ Загрузить из файла

Правило ?

Все посетители сайта

За последние 30 дней

Вы также можете использовать JavaScript API, чтобы добавить пользователей в эту аудиторию.

Подробнее читайте в справке.

Отмена Создать

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

Виджет авторизации через ВКонтакте

▼ **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)

4tochki.ru (id 4733148)

am.ru (id 3756841)

auto.ru (id 4383229)

auto.ngs.ru (id 3319237)

avito.ru (id 5091356)

avtomarket.ru (id 5387328)

avtopoisk.ru (id 5440414)

autovisor.ru (id 4919447)

avtovzglyad.ru (id 4773399)

carsguru.ru (id 2962724)

drive.ru (id 4751959)

drom.ru (id 5741732)

exist.ru (id 3798730)

isnext.ru (id 6032698)

kolesa.ru (id 5525658)

kolesa-darom.ru (id 5703824)


quto.ru (id 3210582)

zr.ru (id 3730705)

Отобрали 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.

**TANDEM
GROUP**

Пересечение аудитории

Сообщества:	<input type="text" value="Введите название сообщества"/>
За исключением:	<input type="text" value="Введите название сообщества"/>
Активность в сообществах:	<input type="text" value="Введите название сообщества"/>
Приложения и сайты:	<input type="text" value="4383229"/>
За исключением:	<div> AUTORU Внешний сайт, 470 000 участников http://auto.ru</div>

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: ✕

Название аудитории:

События:

Перешли по ссылке или в сообщество ✕
Перешли в сообщество ✕
Понравилась запись ✕
Поделиться записью ✕
Подписались на сообщество ✕

Аудитория ретаргетинга: ✕

Название аудитории:

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


 Автодилеры
Рекламная запись

Реализуем склад! 🔥 MITSUBISHI дешевле на 920 000 рублей! Путешествие и сигнализация в подарок. 🎁 Гарантия 5 лет. 😊 В кредит без первоначального взноса! Спешите! 📞




ASX от 4 608 P/мес.

Подробнее




L200 от 6 801 P/мес.

Подробнее




Outlander от 4

Подробнее


 Автодилеры
Рекламная запись

Реализуем склад! 🔥 MITSUBISHI дешевле на 920 000 рублей! Путешествие и сигнализация в подарок. 🎁 Гарантия 5 лет. 😊 В кредит без первоначального взноса! Спешите! 📞




Outlander от 4 293 P/мес

Подробнее



Pajero Sport от 4 293 P/м

Подробнее

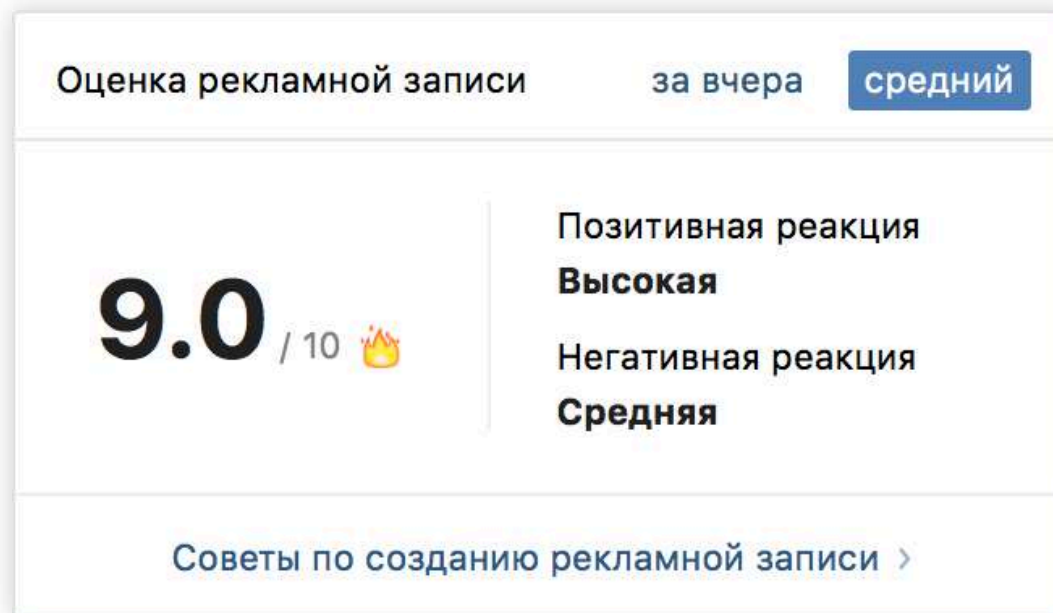


ASX от 4 608

Подробнее

Креативы с предложением о кредитном платеже, оказались самыми конверсионными.

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

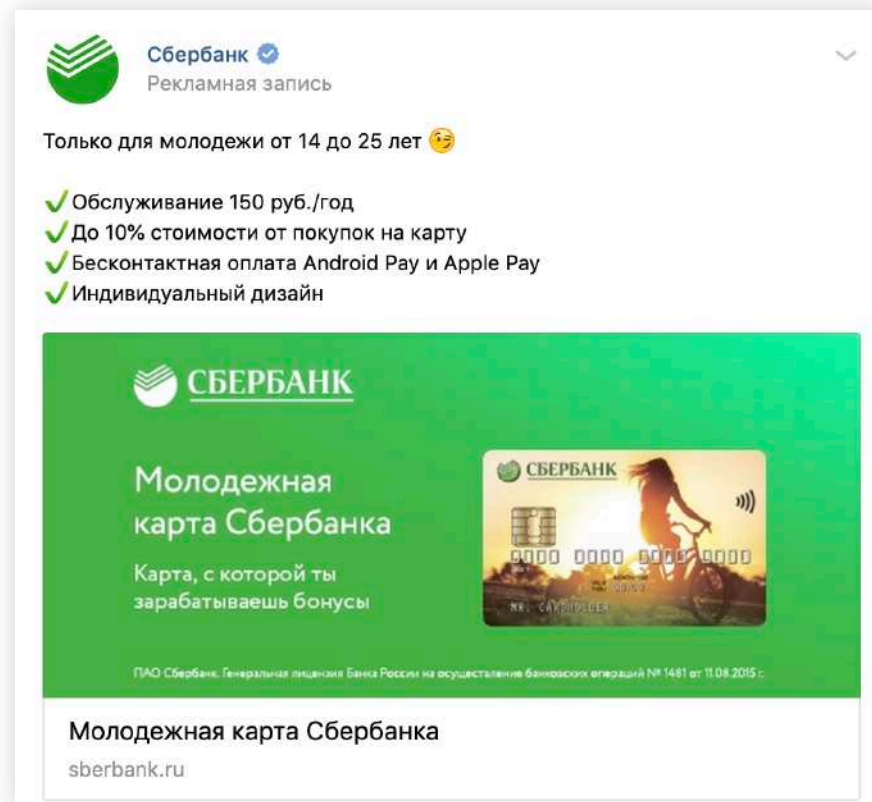
**TANDEM
GROUP**

Сравнение результатов с контекстной рекламой

Канал		 Google Ads
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.



Сбербанк

icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING

Рекламные форматы

Для привлечения пользователей на страницу сайта с формой заявки использовались:



рекламные записи со сниппетом



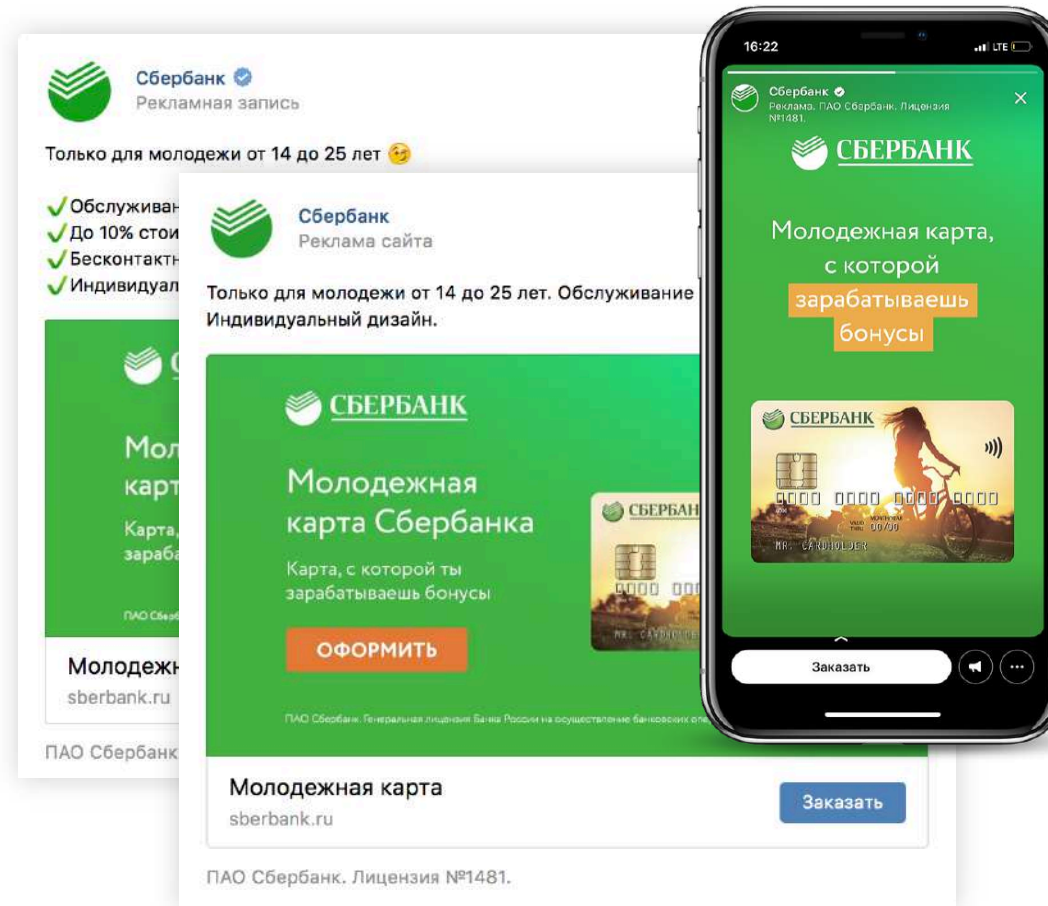
рекламные записи с видео



реклама сайта



реклама в Историях



Сбербанк

icontext 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

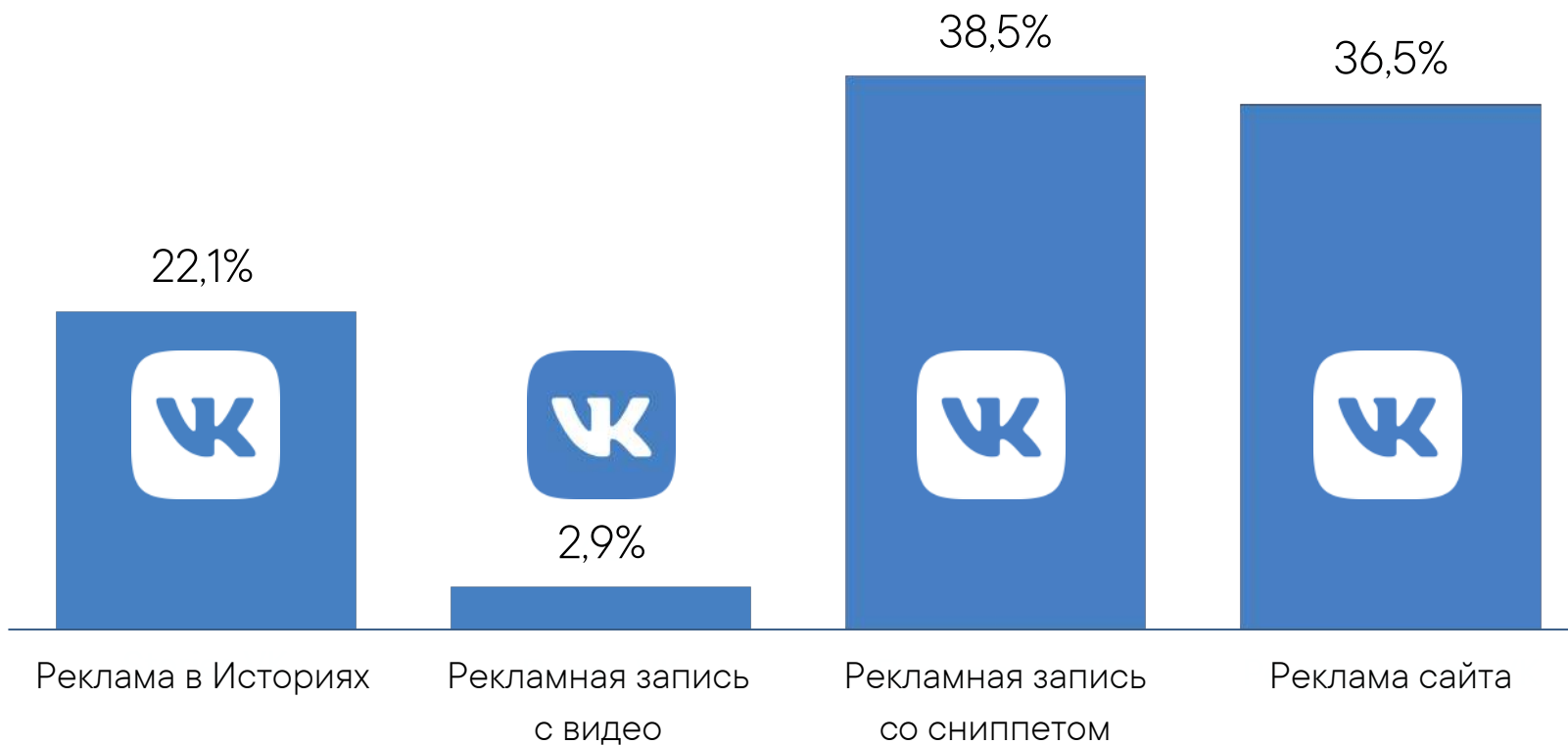
- те, кто оставил заявку;
- те, кто негативно отреагировал на рекламные материалы.



Сбербанк

icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING

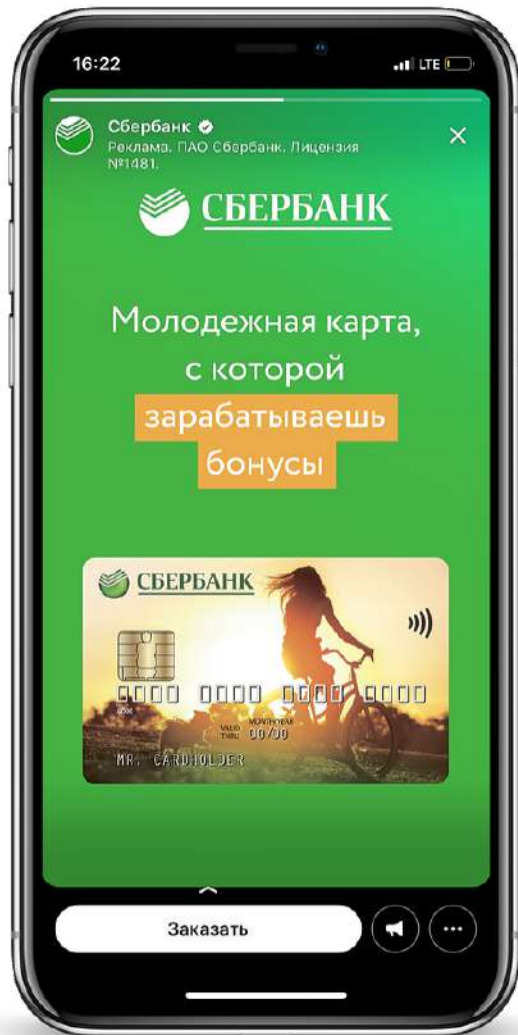
Распределение заявок по форматам



Сбербанк

icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING

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



Сравнение CPL* по форматам



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

Е-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



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

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



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?

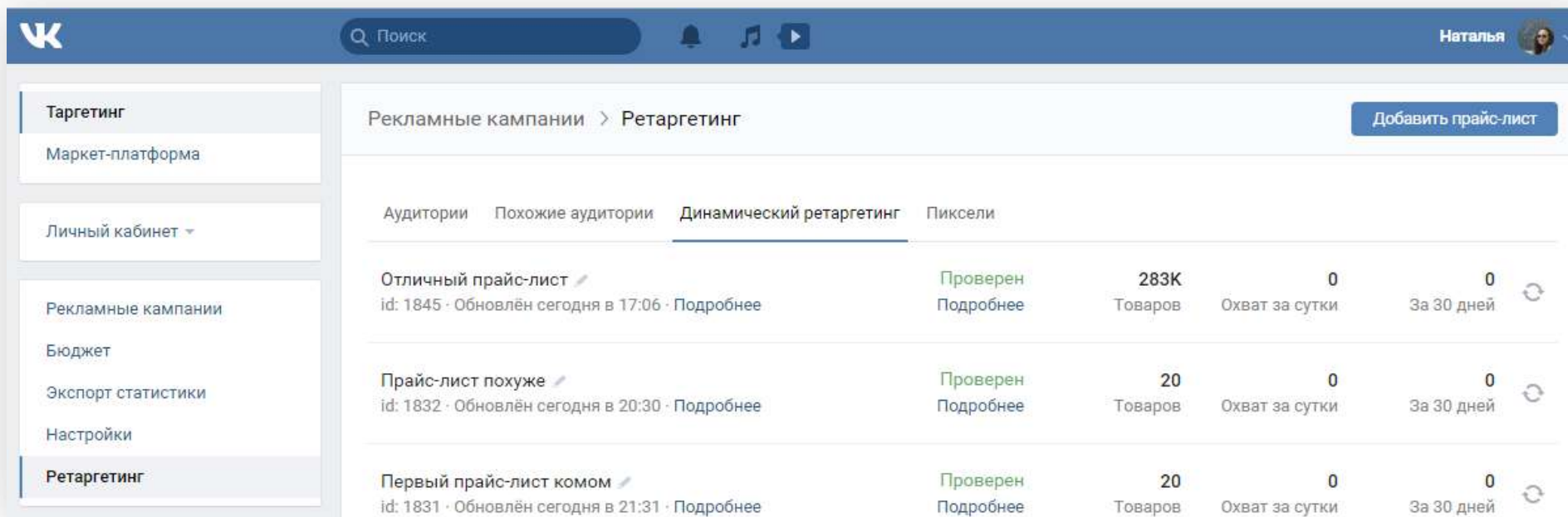
1
Подключите динамический
ретаргетинг по ссылке:
<https://vk.cc/getdinret>

3
Установите нужные
параметры
на сайте

2
Загрузите прайс-лист
в рекламный кабинет
ВКонтакте

4
Создайте рекламную
карусель из 3-х
и более карточек

Подключение динамического ретаргетинга



The screenshot displays the VK Ads management interface. On the left is a sidebar with navigation options: Таргетинг, Маркет-платформа, Личный кабинет, Рекламные кампании, Бюджет, Экспорт статистики, Настройки, and Ретаргетинг (which is currently selected). The main header includes the VK logo, a search bar, notification icons, and the user's name 'Наталья'. The main content area is titled 'Рекламные кампании > Ретаргетинг' and features a 'Добавить прайс-лист' button. Below this, there are tabs for 'Аудитории', 'Похожие аудитории', 'Динамический ретаргетинг' (the active tab), and 'Пиксели'. A table lists three dynamic retargeting price lists:

Аудитории	Похожие аудитории	Динамический ретаргетинг	Пиксели			
Отличный прайс-лист						
id: 1845 · Обновлено сегодня в 17:06 · Подробнее		Проверен Подробнее	283K Товаров	0 Охват за сутки	0 За 30 дней	
Прайс-лист похуже						
id: 1832 · Обновлено сегодня в 20:30 · Подробнее		Проверен Подробнее	20 Товаров	0 Охват за сутки	0 За 30 дней	
Первый прайс-лист комом						
id: 1831 · Обновлено сегодня в 21:31 · Подробнее		Проверен Подробнее	20 Товаров	0 Охват за сутки	0 За 30 дней	


```

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/0906dd48a5ae30a5fbd6/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

⚠

Прайс-лист получает запросы от пикселя с некорректными продуктовыми 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/0906dd48a5ae30a5fbd6/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.

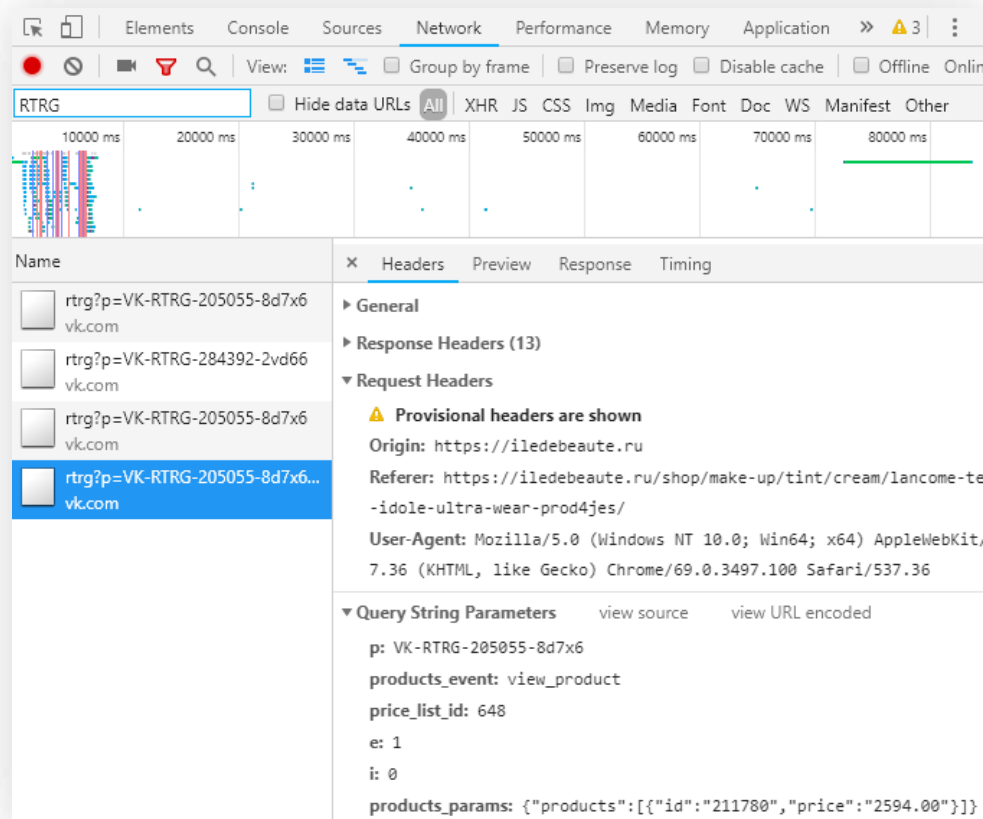
Копировать код

Закреть

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

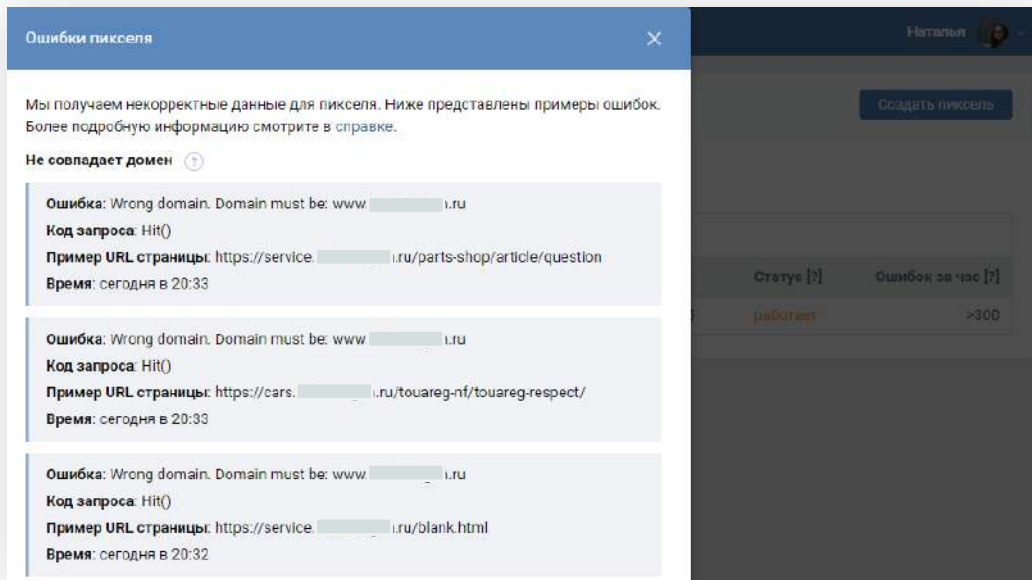
VK.Retargeting.ProductEvent(PRICE_LIST_ID, "view_product", eventParams)

- 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-листу из другого рекламного кабинета

Как должно быть

Feed_VK_RU 

id: 80 · Обновлено сегодня в 18:34 · [Скрыть](#)

Проверен

[Подробнее](#)

195K

Товаров

1.6M

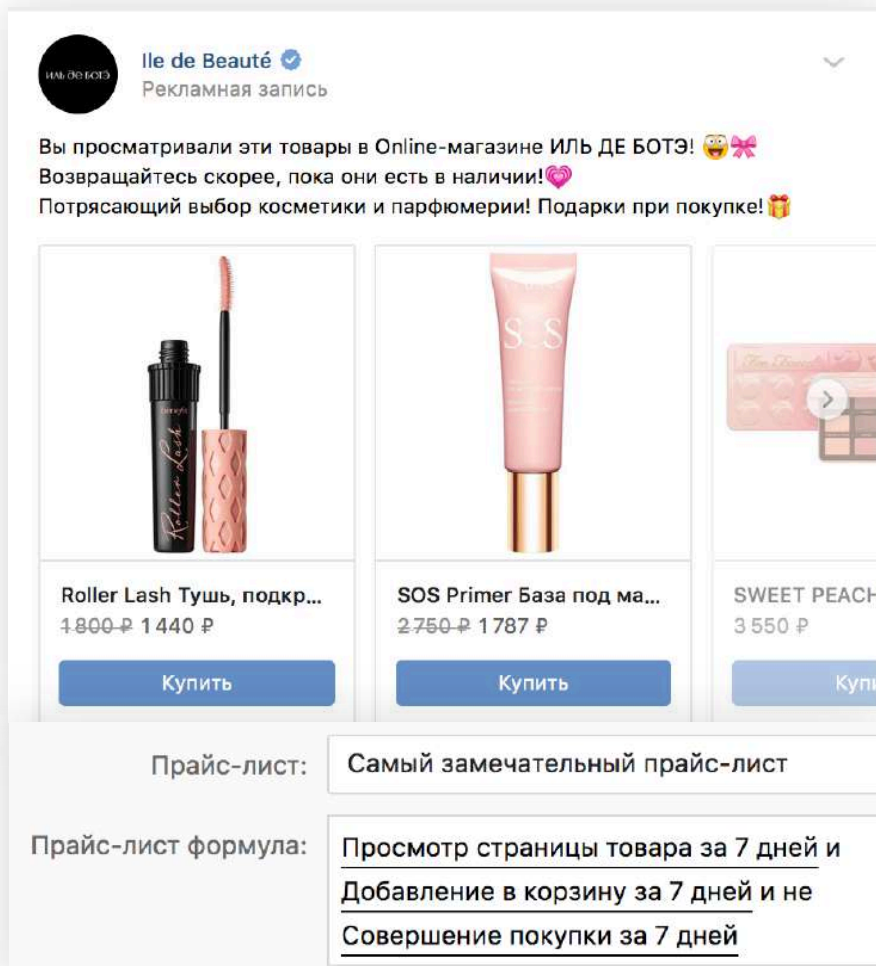
Охват за сутки

1.9M

За 30 дней



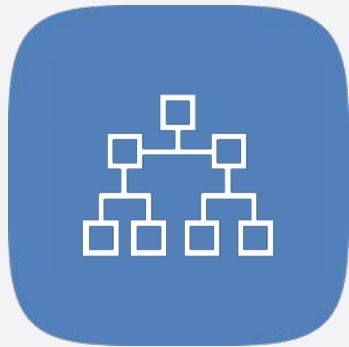
Действия	1 день	3 дня	7 дней	14 дней	30 дней
Просмотр главной страницы	0	0	0	0	0
Просмотр страницы товара	415 393	531 486	736 973	849 015	1 078 943
Просмотр страницы категории	486 799	632 659	894 157	1 075 110	1 378 099
Просмотр страницы поиска	184 686	228 419	331 952	412 957	528 830
Просмотр другой 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:

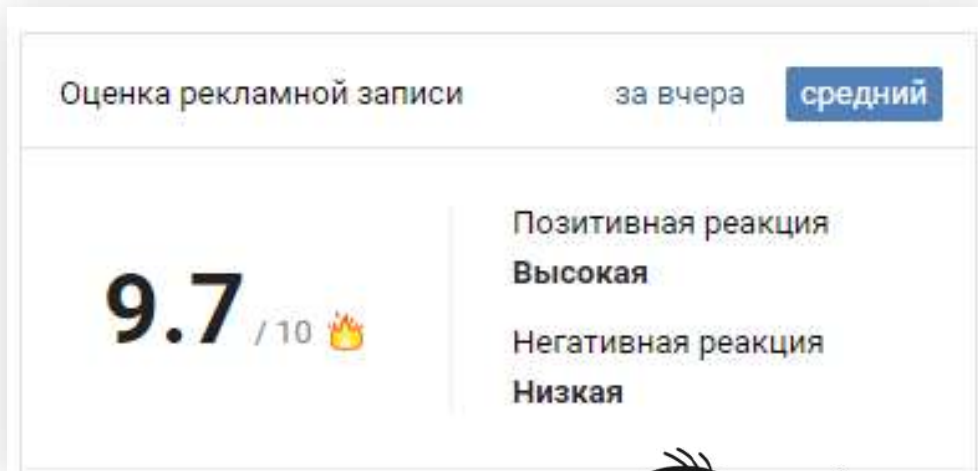


совершение
покупки

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;



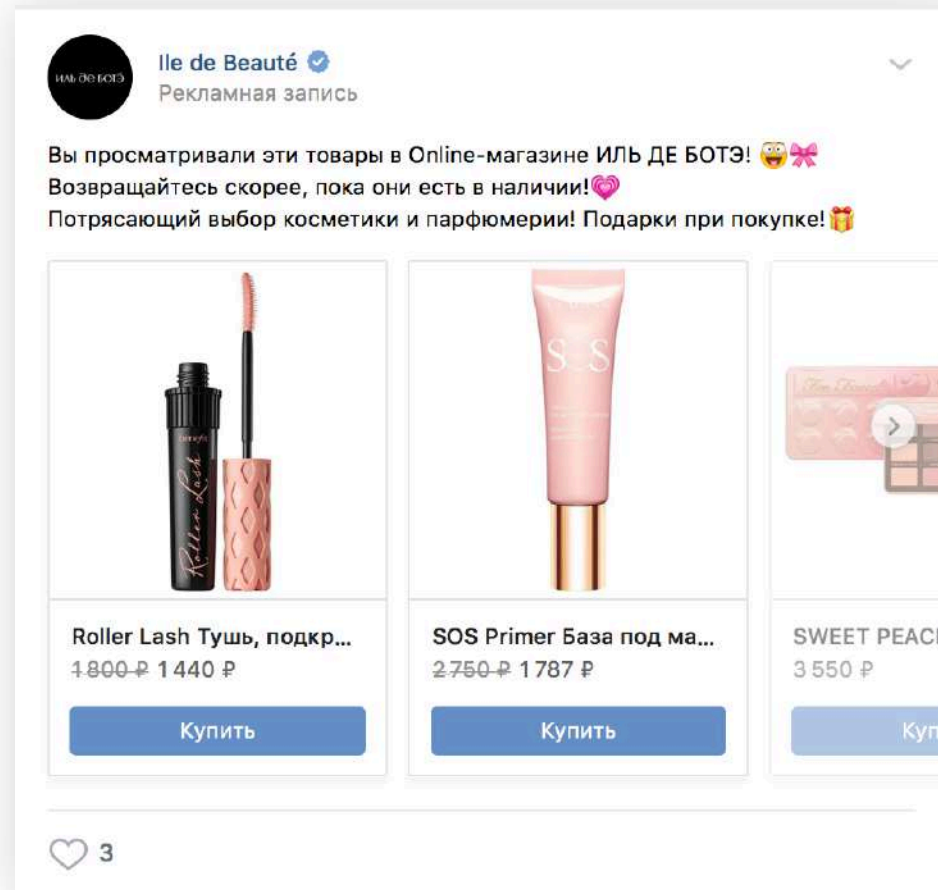
Цель — увеличение онлайн продаж ($CPO \leq CPO \text{ Facebook}$)



Инструмент: динамический ретаргетинг ВКонтакте



Период: 6 месяцев (февраль — август 2018).



иль де ботэ



Поведенческие сценарии для ретаргетинга



Просмотр карточки
товара



Добавление
в корзину



Добавление
в список желаний



Начало оформления
покупки

иль де ботэ



Дополнительная сегментация



По времени:
7/ 14/ 30 дней



По платформам:
Мобайл/ Десктоп



По географии:
МСК, СПб, РФ

иль де ботэ



Сравнение результатов с Facebook Dynamic Ads



-3%

ДРР



-38%

средний CPO



+24%

Кол-во транзакций

иль де ботэ

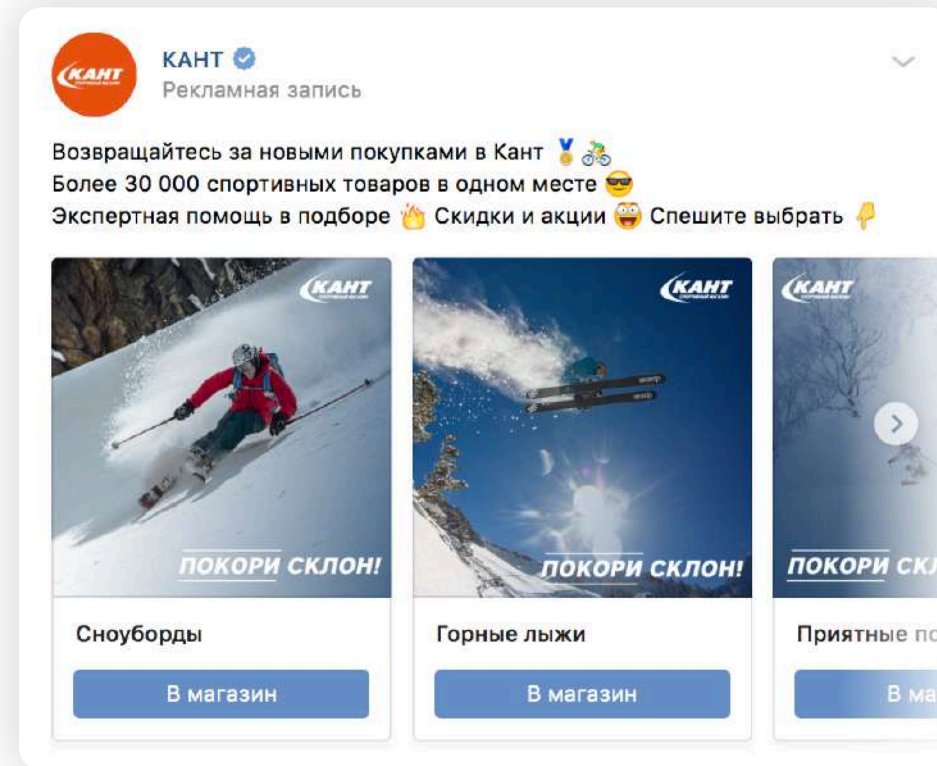




Кейс Кант: снижение расходов
на рекламу с помощью
динамического ретаргетинга

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



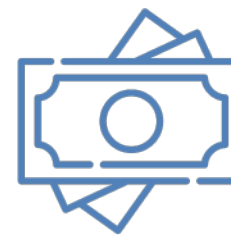
Посетители

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



Действия с корзиной

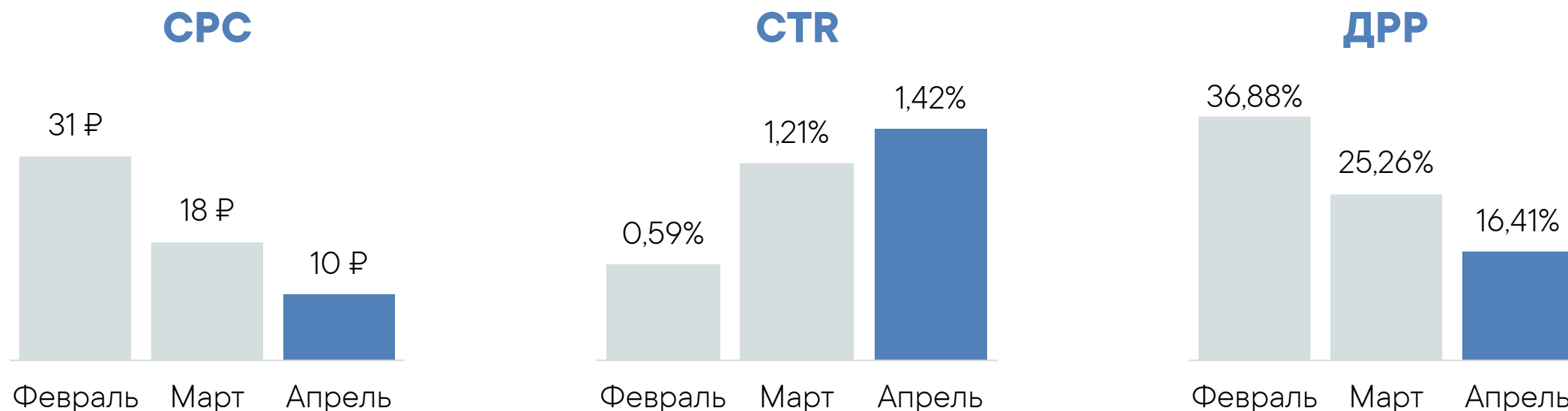
Добавление в корзину, 7 дней
Добавление в корзину, 8-30 дней
Добавление в корзину, 31-60 дней



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%

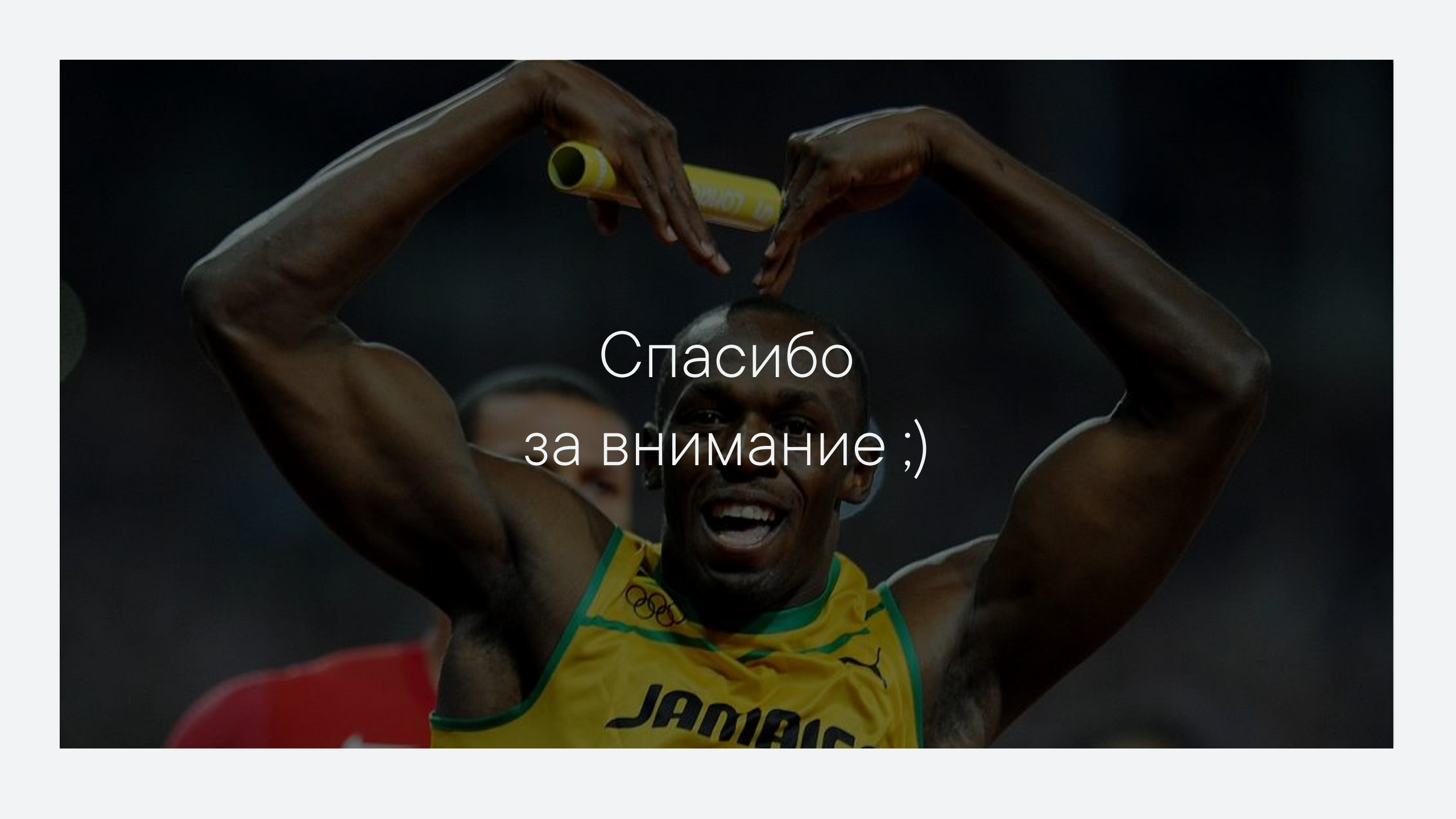
DRP



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

<https://vk.com/dinret>



A close-up photograph of Jamaican sprinter Usain Bolt celebrating. He is wearing a yellow and green Jamaican national team singlet with the word "JAMAICA" and the Olympic rings logo. He is holding a yellow baton with both hands above his head, forming an arch. He has a wide, joyful smile. The background is dark and out of focus.

Спасибо
за внимание ;)



ВКонтакте с вами,
Юлия Лазарева
vk.com/business