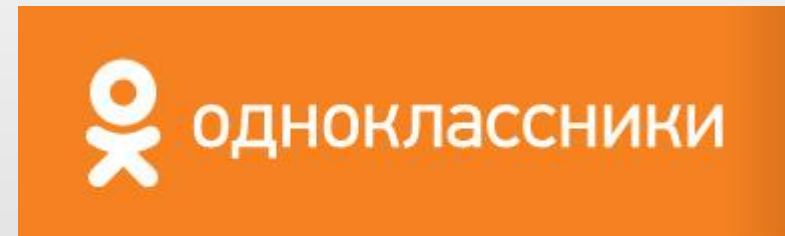


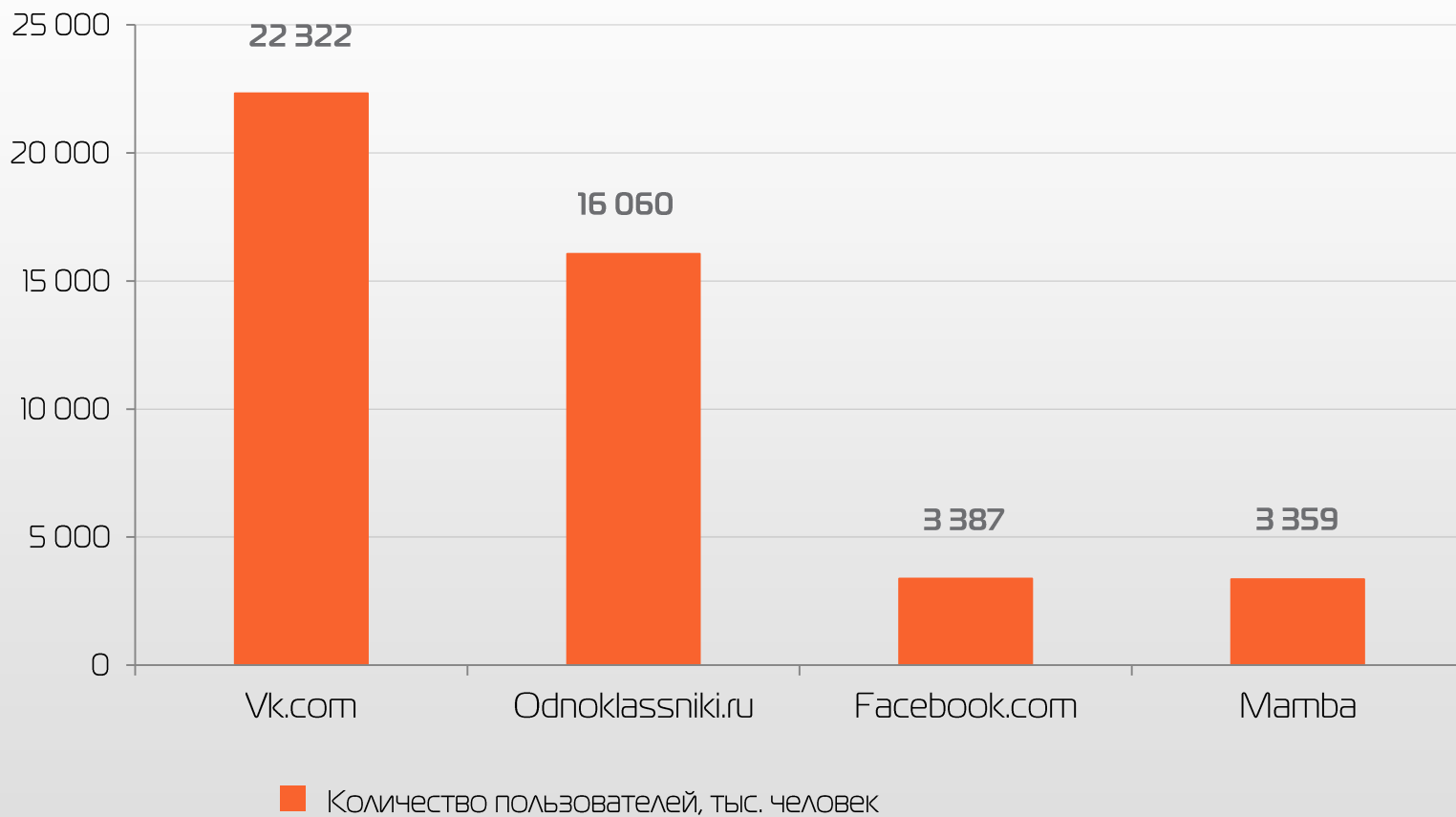
# Типичные ошибки при старте таргетированной рекламы. Оценка эффективности рекламной кампании

**Таргетированная реклама** - способ рассказать о себе целевой аудитории, которая еще не сформировала явно потребность в товарах или услугах.



**Основные рекламные площадки**, которые в настоящее время широко используются для таргетированной рекламы, – это **ВКонтакте**, **Facebook**, **Одноклассники** и **Mamba**.

## Рейтинг социальных площадок в России, сентябрь 2012 г.



Источник: по данным TNS Gallup Media

Самая популярная  
социальная сеть  
в России

Аудитория – **18-34 лет**  
из России и стран СНГ

**В**контakte

Подходит для  
**B2C** сектора

Широкие возможности  
для рекламируемых товаров  
благодаря настройкам таргетинга

*Источник: по данным ВКонтакте*

Аудитория – **взрослые** и платежеспособные люди

Подходит для крупных брендов, автомобилей, недвижимости

Возможность рекламы на **разных языках**



### **Минусы:**

- Цена клика выше, чем у других;
- Достаточно малочисленная социальная сеть в нашей стране;
- Отсутствие официальной русскоязычной поддержки.

*Источник: по данным Facebook*



Аудитория – **30-50 лет**,  
в основном **женщины**  
Средний уровень дохода

Подходит для косметики и  
парфюмерии, одежды,  
товаров для детей и дома

*Источник: по данным Одноклассники*

# мамба<sup>tm</sup> Сеть сайтов ЗНАКОМСТВ

Отлично подходит для рекламы  
цветочной продукции, украшений,  
увеселительных заведений

*Источник: по данным Мамба*

**Спешите купить!**  
site.com



Купальники,  
футболки, пуховики  
по низким ценам!

**Молодежная  
одежда здесь!**  
site.com



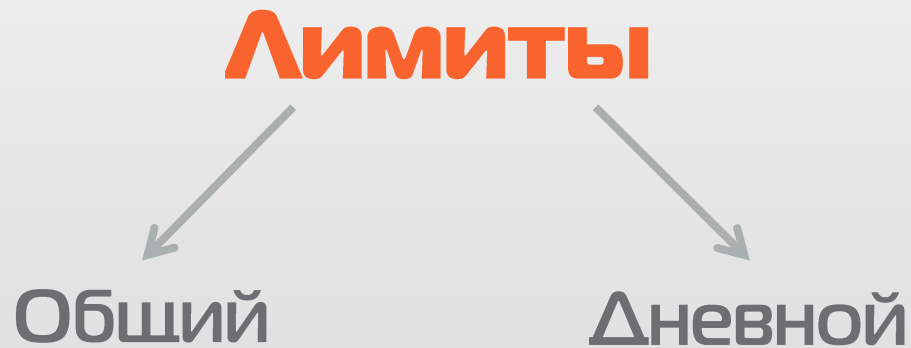
StreetStyle поможет  
встретить зиму в  
стильной одежде!





Основные проблемы, с которыми рекламодатели сталкиваются при планировании средств:

- > СЛИШКОМ завышенные бюджеты;
- > СЛИШКОМ маленький бюджет;
- > ОТСУТСТВИЕ ЛИМИТОВ.




Пример нецелевой аудитории  
Тематика: **швейцарские часы**

Пол: мужской

Возраст: от 24 - до 45

Должности: Предприниматель x Бизнесмен x  
Директор x  
Руководитель отдела x  
Руководитель направления x



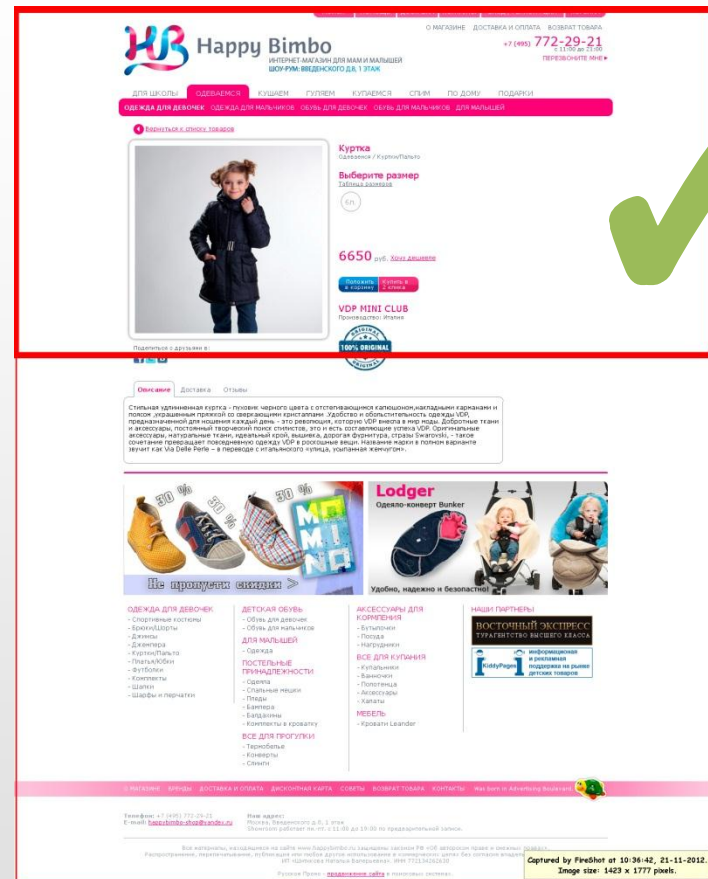
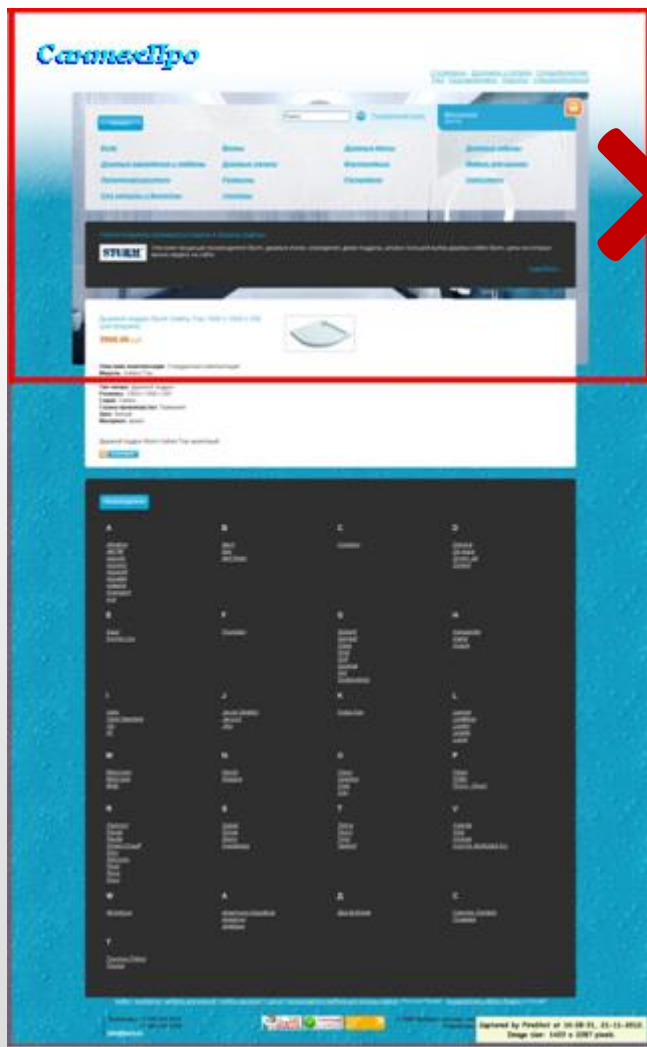
Пол: Любой

Возраст: от 18 - до 50

Сообщества: Бизнес-секреты x  
Секреты счастья. Законы успеха. x  
Бизнес-идеи x Я Предприниматель x  
БИЗНЕС ТРЕНИНГ ДЛЯ ВСЕХ x  
Красивые, успешные, счастливые x  
Предприниматели нового поколения x  
Бизнес|Портал x  
Мы научили деньги работать x

## Типичные ошибки таргетинга:

- > Слишком широкая аудитория
- > Слишком узкая аудитория
- > Нецелевая аудитория



**Спешите купить!**

site.com



Купальники,  
футболки, пуховики  
по низким ценам!

**Молодежная  
одежда здесь!**

site.com



StreetStyle поможет  
встретить зиму в  
стильной одежде!

**А Вы ГОТОВЫ К  
зиме?**

site.com



**Стильная  
молодежная одежда!  
Новая коллекция!  
Зима-2012!**

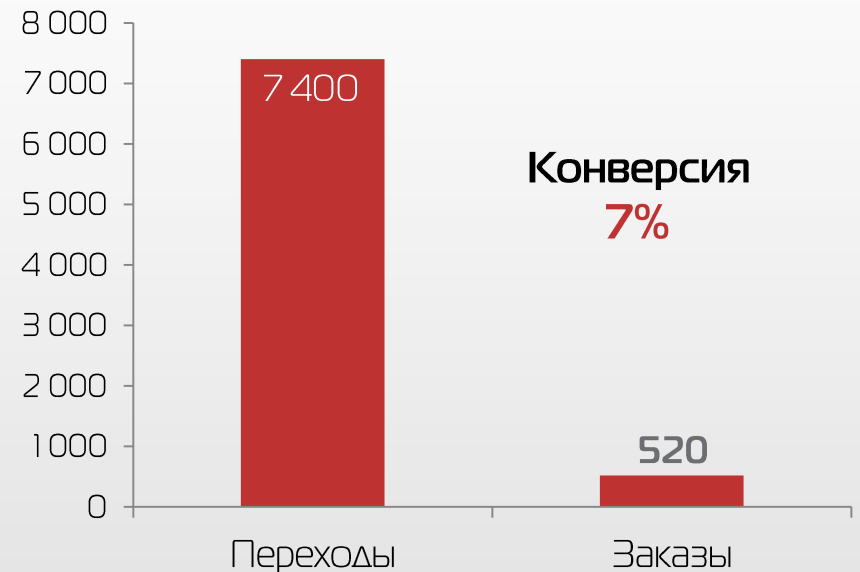


## Вечерние платья



- > Низкая стоимость перехода (больше переходов)
- > Низкая конверсия

## Мужские костюмы



- > Высокая стоимость перехода (меньше переходов)
- > Высокая конверсия

**Бренд «Радуга ТВ»** – услуги спутникового телевидения для всей семьи.



**Задача:** привлечение целевого трафика на сайт компании  
<http://www.raduga-tv.ru/> с целью увеличения количества заявок на подключение.

Охват незнакомых с брендом людей и создание спроса среди потенциальной целевой аудитории, выбранной по критериям.

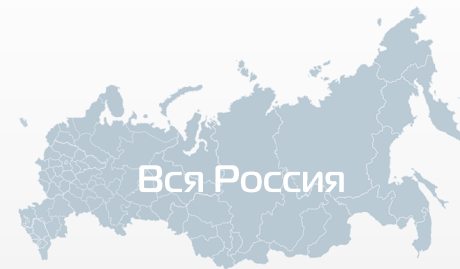
**Бюджет:** рассчитывался исходя из необходимости охвата представителей целевой аудитории на всей территории России.



## Таргетинг:

### Выделение 3 географических групп:

- > Крупные города (миллионники)
- > Средние города (свыше 500 тыс. человек)
- > Малые города и области



### Рекламные объявления были разбиты по тематикам телеканалов:

Общее (брендированные объявления на охват); Семья; Кино; Спорт; Юмор.

Для точного совпадения был настроен таргетинг вплоть до интересов и сообществ, в которых состоят пользователи. Возраст всей аудитории 18+.

### Сложности с РК Радуга-ТВ:

- > управление сотнями объявлений
- > высокая первичная стоимость перехода


**Посадочные страницы:** объявления категорий «Семья», «Кино» и «Юмор» вели на главную страницу сайта «Радуга ТВ», где были представлены пакеты каналов для подключения.

Посадочной для объявлений категории «Спорт» стала страница со спецпредложением по подключению дополнительного пакета спортивных каналов.




## Примеры объявлений:

**Нечего смотреть по ТВ?**  
raduga-tv.ru



Отборное спутниковое ТВ!  
Всегда есть, что посмотреть!

**Ни дня без спорта!**  
raduga-tv.ru



Не пропустите ни одного гола  
ЕВРО-2012 вместе с Радуга-ТВ!

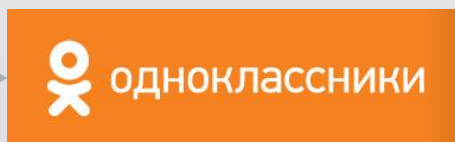




Количество привлеченных пользователей на сайт

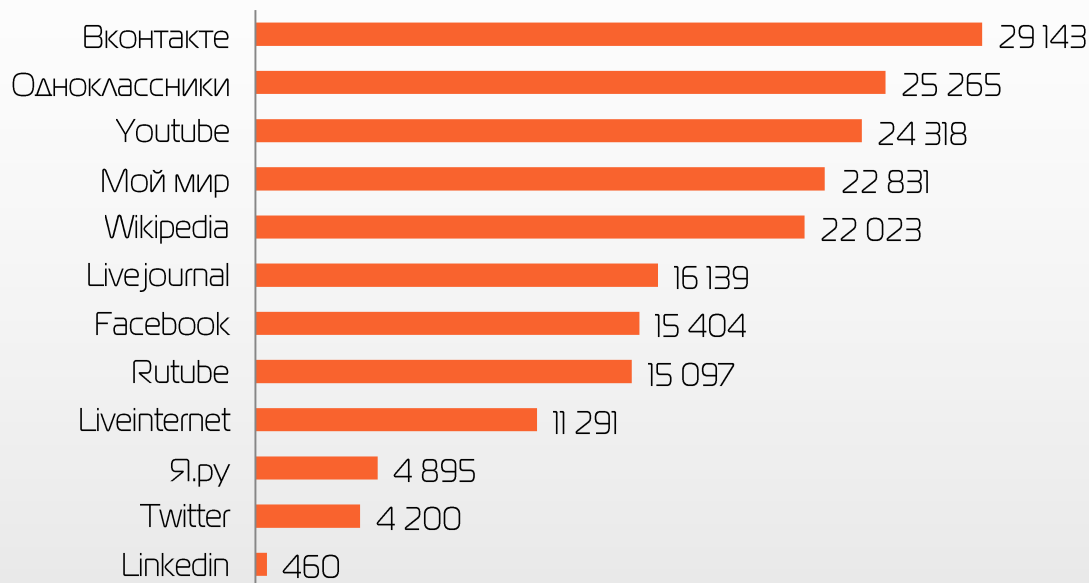
**35 500 чел.**

**РЕЗУЛЬТАТ**



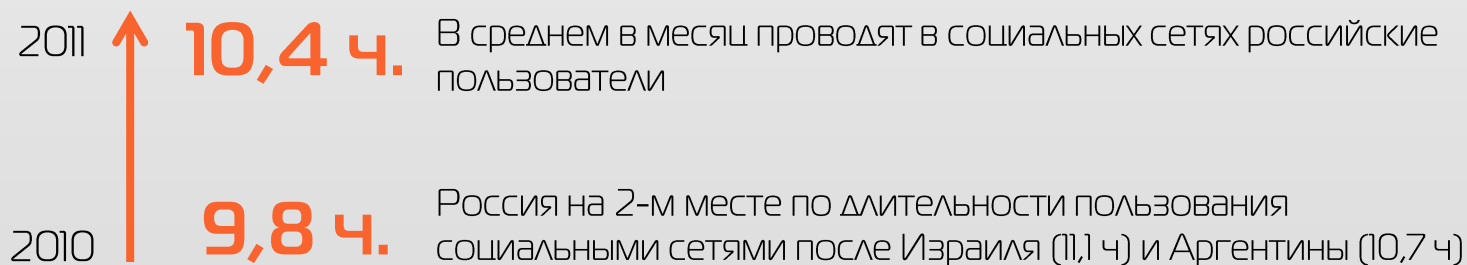
- > Планируемое количество переходов было превышено **в 2,5 раза** при сохранении бюджета
- > В целом, было привлечено порядка **22 000** уникальных посетителей
- > Запланированное количество переходов было превышено **в 1,5 раза** в рамках исходного бюджета
- > В целом, было привлечено более **13 500** уникальных посетителей

## Ежемесячная аудитория, млн. чел., март 2012



Более **82%**  
пользователей  
посещают соцсети

## Время, проводимое в социальных сетях



Источники: TNS Web Index, ComScore, ВЦИОМ



**Russian Promo**  
internet marketing agency

# Спасибо за внимание!

**Светлана Гринёва**

Руководитель группы менеджеров  
по работе с клиентами

[sgrineva@russianpromo.ru](mailto:sgrineva@russianpromo.ru)

+7 (499) 995 05 38

8 (800) 700 38 33