

aitarget one

Эффективный таргетинг как попасть в свою целевую аудиторию в Facebook и Instagram

Алгоритмы Facebook постоянно меняются и умнеют. Разбираемся по пунктам, какие подходы к привлечению аудитории сейчас эффективны

TikTok:
Marketing Partners

FACEBOOK
MARKETING PARTNER

 Instagram
Partner

PREMIER
Google
Partner

Доверьтесь алгоритмам

Лучше не сегментировать аудиторию так сильно и дать возможность машинному обучению социальной сети самостоятельно анализировать интересы и поведение потенциальных клиентов.

Деление не позволяет провести настоящий тест. Один пользователь может потреблять контент и в Facebook, и в Instagram. К тому же, имея различные интересы, он может одновременно попадать в несколько ваших групп.

Пример: женщины в возрасте 25-40 лет могут заинтересоваться рекламой и салонов красоты, и турагентств.

Тестировать объявления с разными посылами и продуктами тоже не стоит. Для этого используйте инструменты в разделе «Эксперименты».

Несколько узких аудиторий принесут в среднем более дорогой результат, чем объединенные под одной группой. Алгоритмы Facebook находят пользователей из ЦА и решают на какой площадке их охватить дешевле и с лучшим результатом.

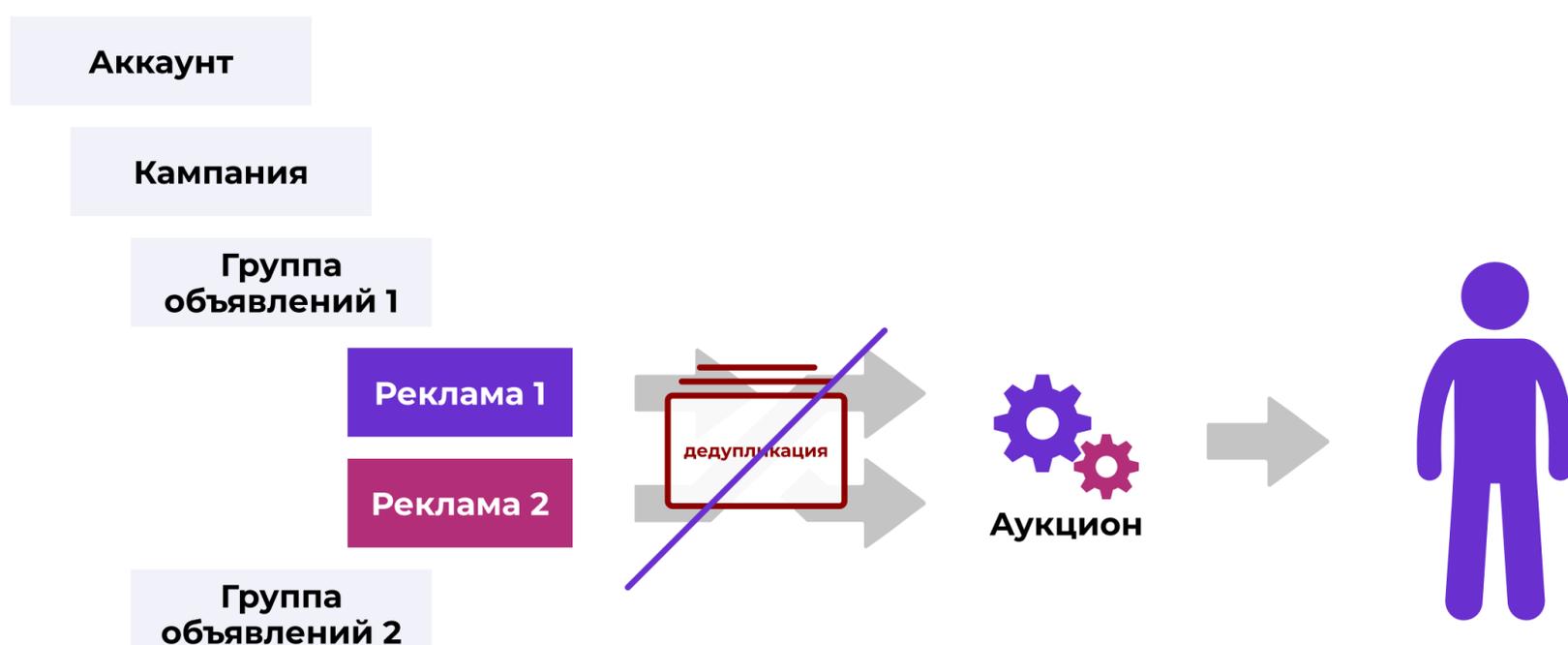
Пример: пользователь часто смотрит Stories в Instagram, никогда не реагирует на рекламу в них, но при этом активно взаимодействует с объявлениями в ленте. Вы могли этого не знать, но алгоритмы видели.

Избегайте пересечений, они мешают

Все объявления на Facebook с таргетингом на одинаковую аудиторию борются между собой за попадание на аукцион – как ваши собственные, так и конкурентов. При этом не важно, из одного аккаунта они запущены или из разных.

Facebook не пропускает всех одновременно: на аукцион за показ рекламы определенной аудитории в каждый момент времени попадает только объявление одного рекламодателя **(страницы бренда в Facebook, Instagram-аккаунта, мобильного приложения, посадочной страницы сайта)**, а остальные ждут своей очереди.

Копировать адсеты или запускать несколько адсетов с таргетингом на одинаковые или пересекающиеся аудитории вредно для бизнеса (даже если аудитории приносят хорошие результаты прямо сейчас). Показы будут либо редкими, либо их не будет вообще.



Выбирайте детальный таргетинг правильно

Для рекламных кампаний, направленных на действие пользователя (например, лиды, продажи или регистрации), доступно три опции таргетинга: широкий, детальный и на пользовательские аудитории.

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

Создайте новую аудиторию Используйте сохраненную аудиторию ▾

Индивид. настроенная аудитория ⓘ Добавьте созданную ранее пользовательскую или похожую аудиторию

Исключить | Создать ▾

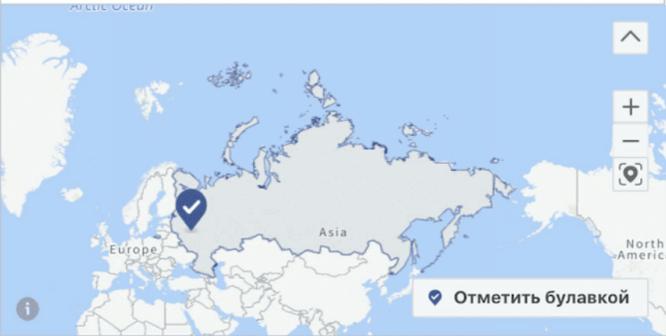
Пользовательские аудитории

Местоположение ⓘ Живущие здесь или недавние посетители ▾

Россия

📍 Россия

📍 Включить ▾ Введите места, которые хотите добавить | [Просмотр](#)



Добавить несколько мест сразу

Возраст ⓘ 18 - 65+

Пол ⓘ Лица любого пола

Широкий таргетинг

Детальный таргетинг ⓘ Включить людей, которые соответствуют ⓘ

Добавьте демографические данные, интер: | [Рекомендации](#) [Просмотр](#)

Исключить людей

Расширьте детальный таргетинг, чтобы охватить больше людей тогда, когда это может повысить результативность рекламы.

[Подробнее о расширении детального таргетинга.](#)

Детальный таргетинг

Скрыть параметры ▾

Языки ⓘ Все языки

Связи ⓘ Все люди

[Сохранить эту аудиторию](#)

Как использовать детальный таргетинг?

1. С целью на действие пользователя

- + Используйте детальный таргетинг (интересы) только **вместе с галочкой расширения**
- + Таргетируйтесь на похожие аудитории (Lookalike), но не сужайте их интересами

Эти две опции могут хорошо работать как одновременно (в качестве двух разных адсетов одной кампании), так и по отдельности – в зависимости от вашего бизнеса, продуктов и источника данных для Lookalike. При заведении двух адсетов с обеими настройками не забудьте исключить аудиторию Lookalike из второй группы, чтобы избежать пересечения аудиторий.

2. На верх воронки

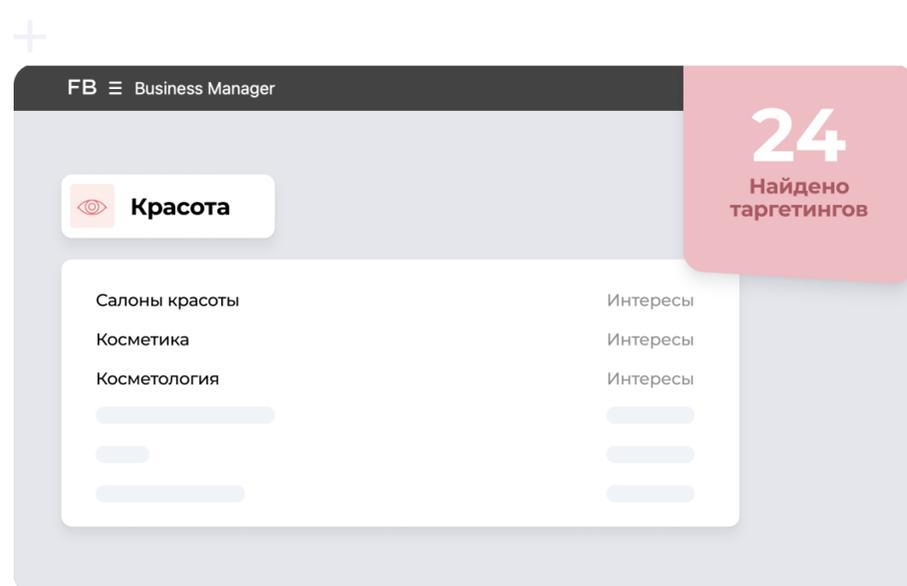
Кампании, направленные на верх воронки (охват, осведомленность, видеопросмотры), отлично работают с детальным таргетингом (галочку расширения использовать необязательно).

Подобрать детальный таргетинг в два клика

Готовые Аудитории

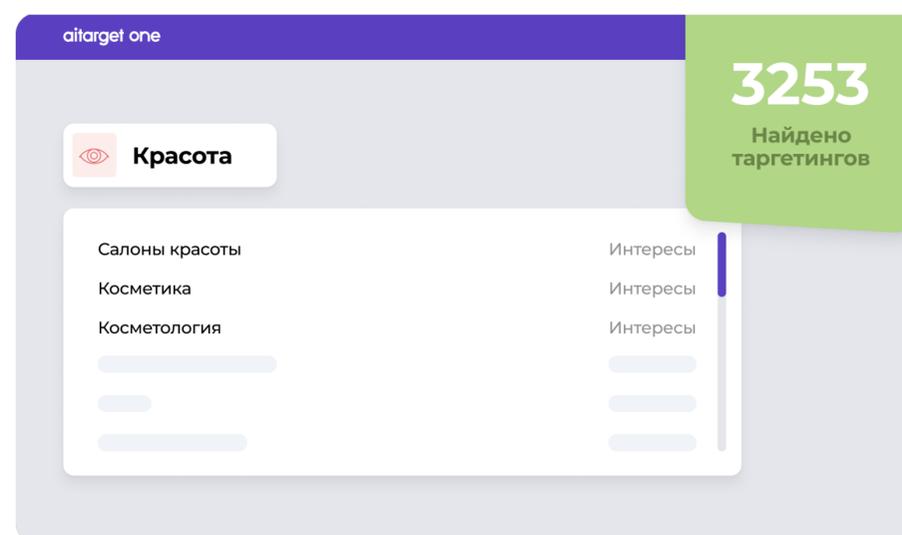
50 000 готовых настроек таргетинга в Instagram и Facebook для 17 индустрий

Facebook



В Ads Manager все рекламодатели видят стандартный набор популярных детальных таргетингов. Это только 1% из всех возможных вариантов

Aitarget One



Мы нашли тысячи вариантов для разных индустрий и составили из них подборки. Ищите заинтересованную аудиторию с максимальной эффективностью

[Подключить!](#)