



Привет!

Александра Дудкина

Менеджер по работе с рекламными агентствами,
Aitarget One. Сертифицированный Facebook-специалист
по закупке медийной рекламы

“

Помогаю 150+ агентствам разобраться во всех сложностях ведения рекламных кампаний в Facebook/Instagram/других рекламных площадках и получить от рекламы высокие результаты

”

aitarget one

TikTok
Marketing Partners

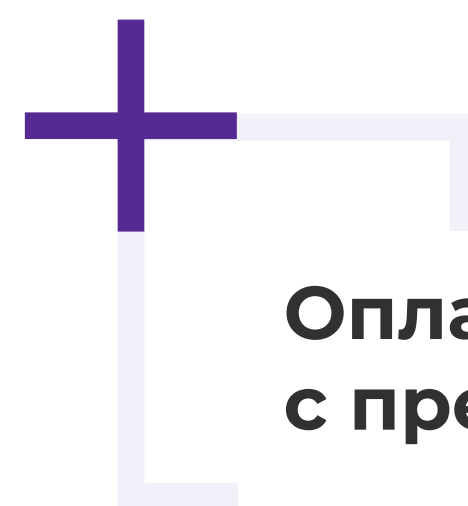
FACEBOOK
MARKETING PARTNER

Instagram
Partner

PREMIER
Google
Partner

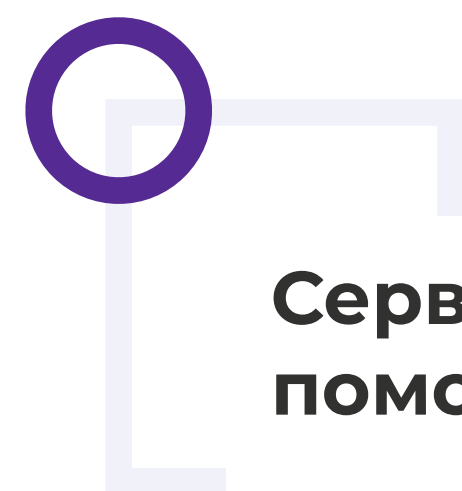
AITARGET ONE

Упрощаем рутину в работе с интернет-рекламой:
оплату, таргетинг, проверку настроек



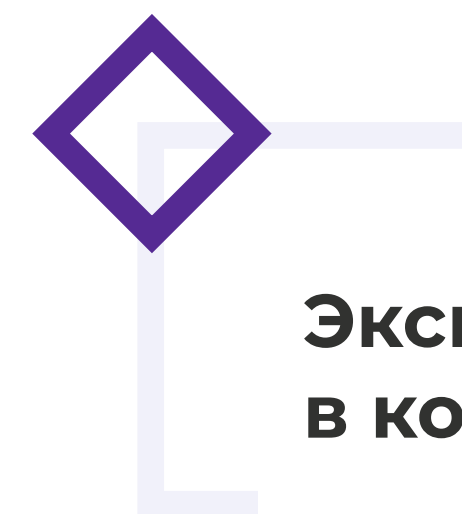
Оплата с преимуществами

- + В одном окне без лишних кликов
- + Кешбэк и бонусы
- + Закрывающие документы
- + Зачисление в тот же день
- + Перевод денег между площадками и аккаунтами



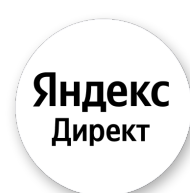
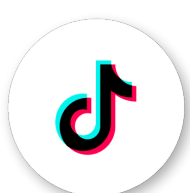
Сервисы- помощники

- + Автоматический поиск ошибок
- + Рекомендации для каждой кампании
- + Своевременные уведомления (баланс, ошибки)
- + Готовые Аудитории для таргетинга
- + Страховка от блокировок



Эксперты в команде

- + Инструкции, вебинары, чек-листы на понятном языке
- + Поддержка без «не кладите трубку»
- + Специалисты с сертификатами экспертизы площадок
- + Сообщество диджитал-профи



aitarget one

TikTok
Marketing Partners

FACEBOOK
BUSINESS PARTNER

Instagram
Partner

PREMIER
Google
Partner

Вебинары

Все вебинары
на нашем
YouTube-канале.

Подписывайтесь
и узнавайте
о новых выпусках
первыми

The screenshot displays the YouTube channel page for 'aitarget one'. The interface includes a top navigation bar with the YouTube logo and a search bar containing 'aitarget one'. On the left, a sidebar menu lists various sections: Главная, Навигатор, Подписки, Библиотека, История, Ваши видео, Смотреть позже, Вебинары Aitarget O..., and Развернуть. Below this, a 'подписки' (subscriptions) section lists categories like Музыка, Спорт, Видеоигры, and Фильмы. The main content area features a video player for a webinar titled 'Бан аккаунта в Facebook: что делать (и не делать), чтобы его избежать' by Татьяна Субботина. Below the player, it states 'Вебинары Aitarget One' with 18 videos, 962 views, and an update date of 'сегодня'. A description for the selected video reads: 'Открытые вебинары Aitarget One: делимся советами, инструкциями, рекомендациями и лучшими практиками по ведению кампаний в соцсетях!'. To the right, a list of other webinar videos is shown, including 'Реклама в Instagram и Facebook: как оптимизировать новых клиентов', 'Реклама в Instagram и Facebook: главные инструменты для бизнеса', 'Aitarget One и Voxberry реклама в соцсетях и логистика в условиях нового времени', 'Как вырастить бизнес с помощью рекламы в Instagram и Facebook', 'Google Ads для интернет-магазинов: лучший формат, инструкции и лайфхаки', and 'Реклама в Instagram и Facebook новые правила 2020 (проверенные на вирусы)'.



Реклама

В2В в Facebook: **как привлечь** **целевую аудиторию** **через рекламу**

aitarget one

TikTok
Marketing Partners

FACEBOOK
MARKETING PARTNER

 **Instagram**
Partner

PREMIER **Google**
Partner

О чем будем говорить

- + Как подготовить аккаунт к запуску рекламы
- + Что такое рекламная воронка и как ее выстроить для B2B
- + Как определить портрет клиента и собрать аудиторию
- + Как выбрать контент для каждого этапа продвижения
- + Какие ошибки допускают B2B чаще всего и как их избежать

Чек-лист



Как подготоВИТЬ аккаунт к запуску рекламы

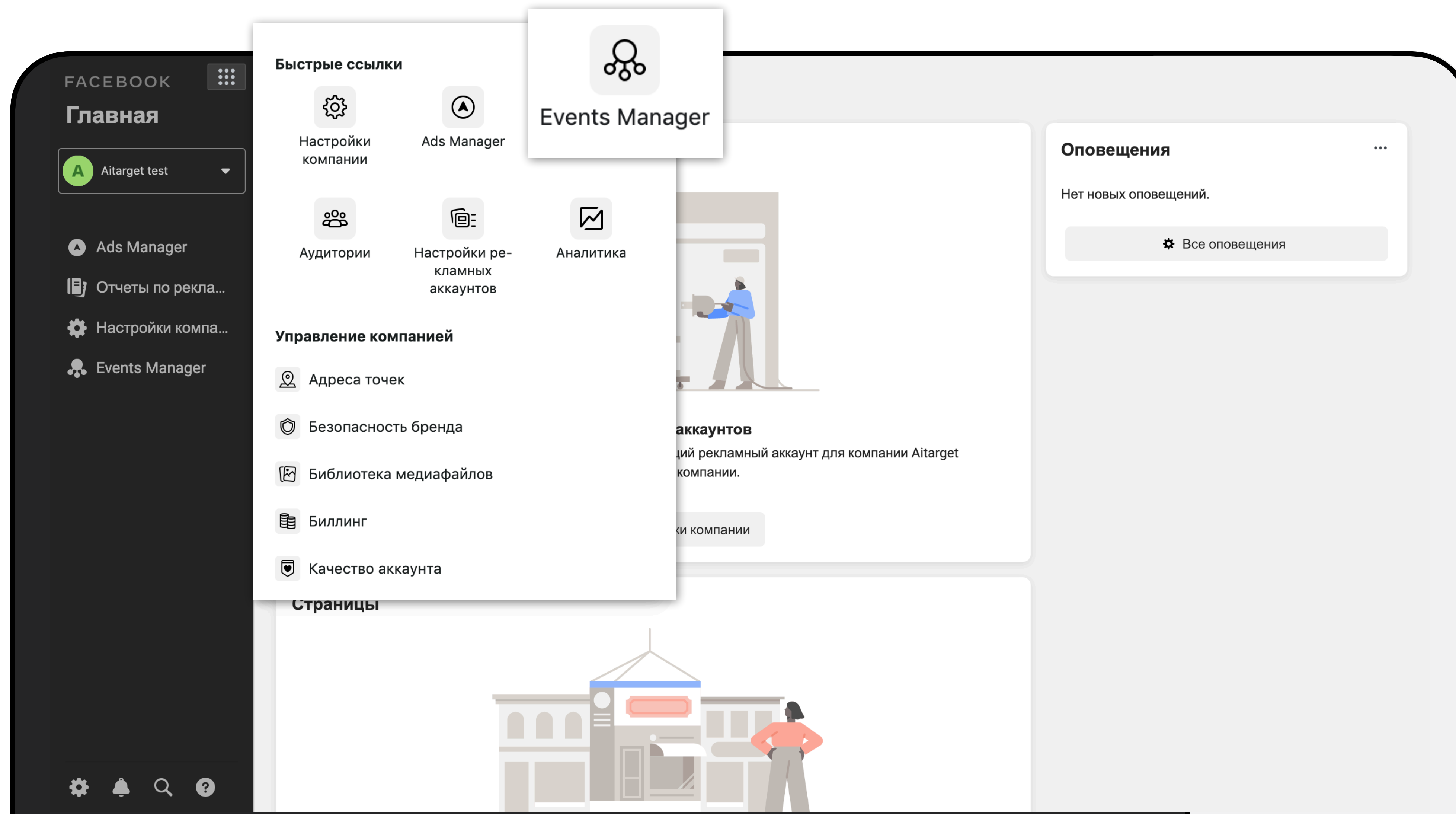
Что важно сделать перед началом работы?

Перед началом работы
установите **Pixel** на сайт.

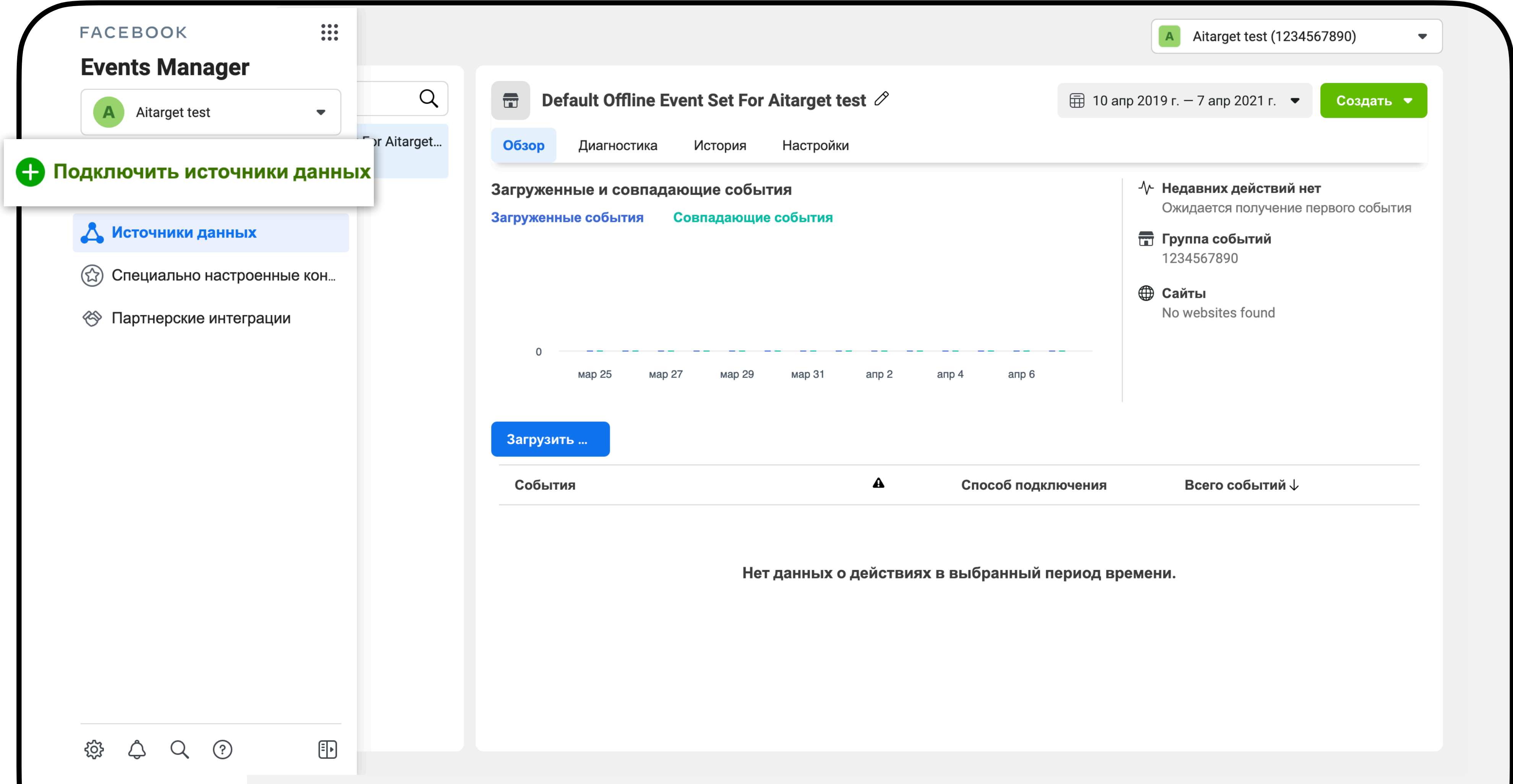
- + Это необходимо
для ретаргетинга
и оптимизации рекламы.
- + Это можно сделать
в Events Manager.



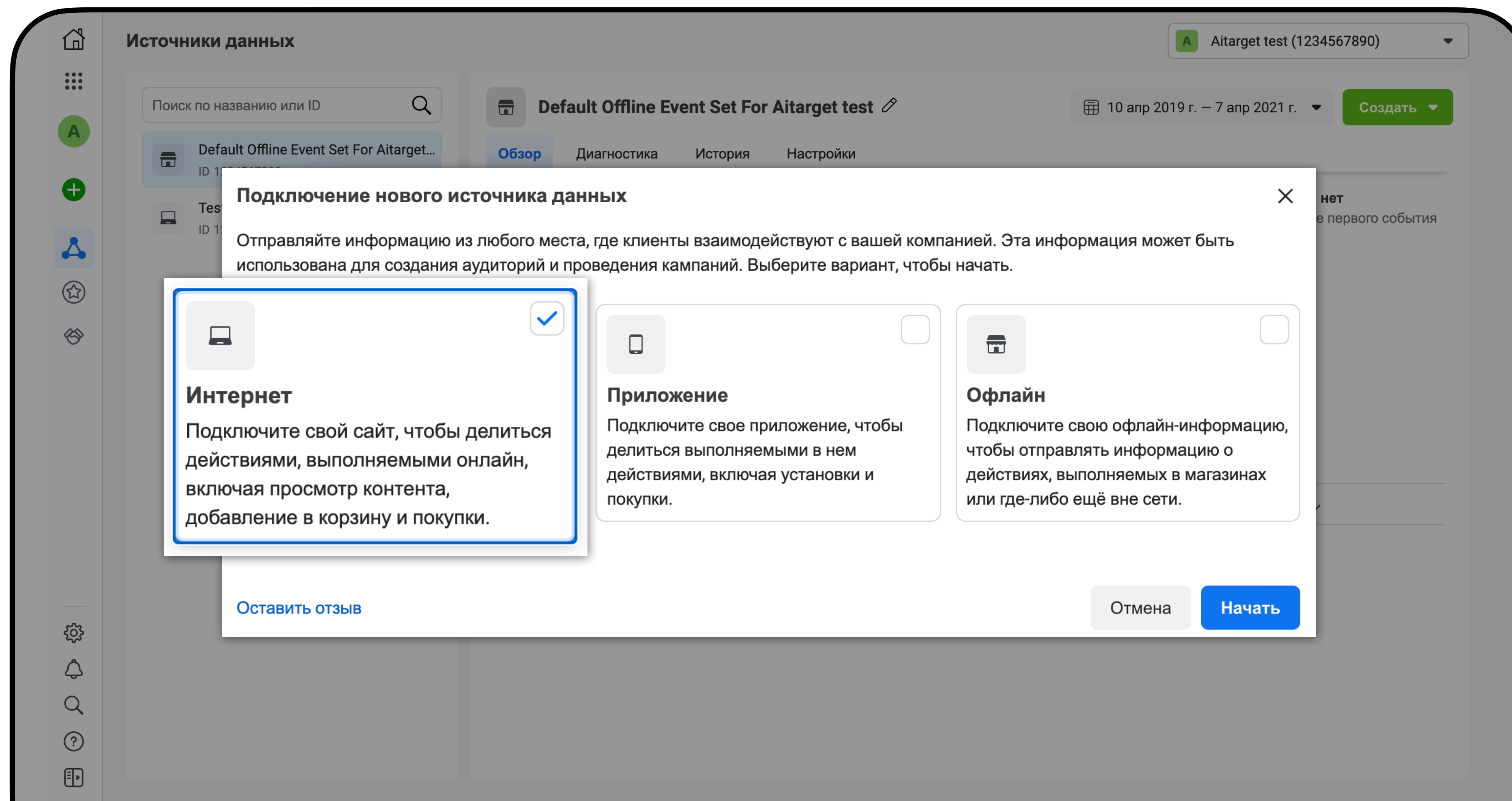
Как создать Facebook Pixel?



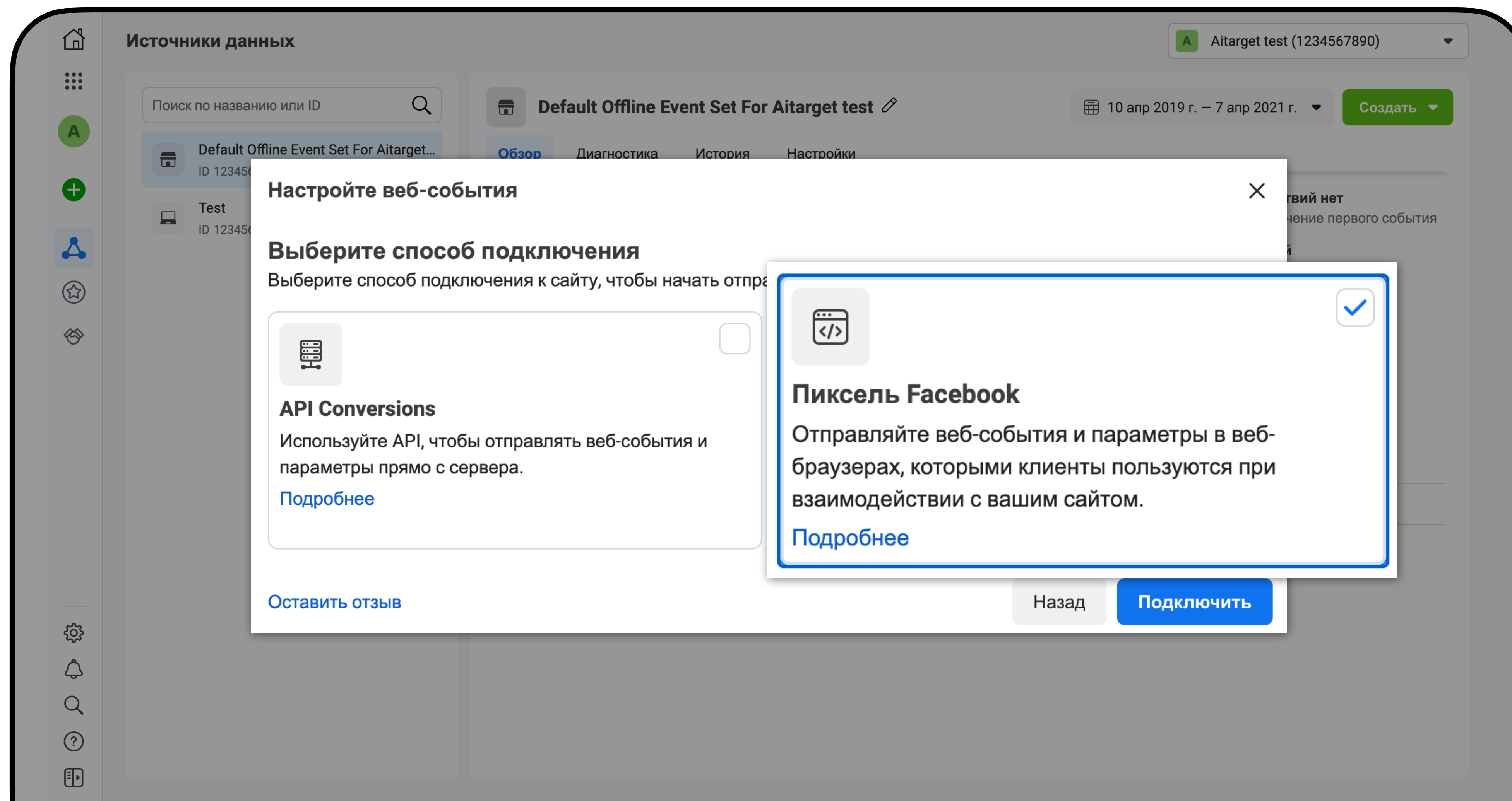
Как создать Facebook Pixel?



Как создать Facebook Pixel?



Как создать Facebook Pixel?



Что важно сделать перед началом работы?

Подтвердите домен

+ во вкладке
«Безопасность бренда»
в Business Manager

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface. On the left, the 'Настройки компании' (Company Settings) menu is open, showing options like 'Пользователи', 'Аккаунты', and 'Источники данных'. A 'Безопасность бренда' (Brand Safety) overlay is visible, with the 'Домены' (Domains) tab selected. The main area shows the 'Домены' section with a search filter and a 'Добавить' (Add) button. Below this, a domain is listed as 'Не подтвержден' (Not verified). To the right, a detailed verification page is shown for the domain 'a.dudkina.com'. It indicates the domain is 'Не подтвержден' (Not verified) and provides instructions on how to verify it by adding a meta-tag to the website's HTML code. A green button labeled 'Подтвердить домен' (Verify domain) is prominently displayed at the bottom right of the verification page.

Что важно сделать перед началом работы?

Настройте
приоритетные
конверсии
в Events Manager

пиксель

Последние 28 дней

Создать

Обзор

Тестирование событий

Диагностика

История

Настройки

Добавить события

Поиск по мероприятию 0/50

Все события

Измерение на основе агрегированных данных о событиях

Новое

Просматривайте все полученные от доменов вашего сайта события, которые на данный момент обрабатываются с использованием протокола "Измерение на основе агрегированных данных о событиях". Когда эти события поступают одновременно через пиксель Facebook и через API Conversions, для расчета общего числа событий используются данные из того источника, который отправляет события с наивысшим приоритетом. Чтобы просмотреть специально настроенные конверсии, включенные в протокол "Измерение на основе агрегированных данных о событиях", посетите [страницу специально настроенных конверсий](#).

События

Всего событий с наивысшим приоритетом

Конфигурация веб-событий

Что важно сделать перед началом работы?

Подтвердите
Business Manager

+ во вкладке
«Информация
о компании»

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Настройки компании' (Company Settings), 'Системные пользователи' (System Users), 'Аккаунты' (Accounts), 'Страницы' (Pages), 'Рекламные аккаунты' (Ad Accounts), 'Группы объектов компании' (Company Groups), 'Приложения' (Apps), 'Аккаунты Instagram' (Instagram Accounts), 'Аккаунты WhatsApp' (WhatsApp Accounts), 'Источники данных' (Data Sources), 'Безопасность бренда' (Brand Safety), 'Регистрации' (Registrations), 'Приложения для интег...' (Integration Apps), 'Способы оплаты' (Payment Methods), 'Центр безопасности' (Security Center), 'Запросы' (Requests), and 'Уведомления' (Notifications). The main area shows the 'Информация о компании' (Company Information) tab, which includes sections for 'Информация о компании' (Company Information), 'Сведения о компании' (Company Details), 'Статус подтверждения компании' (Company Verification Status), 'История компании' (Company History), and 'Опции компании' (Company Options). A modal dialog is open over the 'Статус подтверждения компании' section, showing that the company is 'Не подтверждена' (Not Verified) and providing instructions on how to get verified. A blue button at the bottom left of the screenshot is labeled 'Информация о компании'.

FACEBOOK

Настройки компании

Sasha Dudkina

Системные пользователи

Аккаунты

Страницы

Рекламные аккаунты

Группы объектов компании

Приложения

Аккаунты Instagram

Аккаунты WhatsApp

Источники данных

Безопасность бренда

Регистрации

Приложения для интег...

Способы оплаты

Центр безопасности

Запросы

Уведомления

Информация о компании

Безвозвратно удалить компанию

Sasha Dudkina

Идентификатор Бизнес-менеджера: 210118676276033

Основная Страница: [Земельные участки](#)

Редктировать

Сведения о компании

Юридическое название компании

Без названия

Адрес

Нет адреса

Телефон компании

Телефон не указан

Сайт

Сайт не указан

Статус подтверждения компании

Не подтверждена

Чтобы вы могли получить доступ к некоторым продуктам Facebook, ваша организация должна быть подтверждена.

Подробнее

История компании

Экспортируйте историю действий по управлению, которые совершают люди в этом бизнес-аккаунте.

Экспортировать

Лимит создаваемых рекламных аккаунтов

3

Опции компании

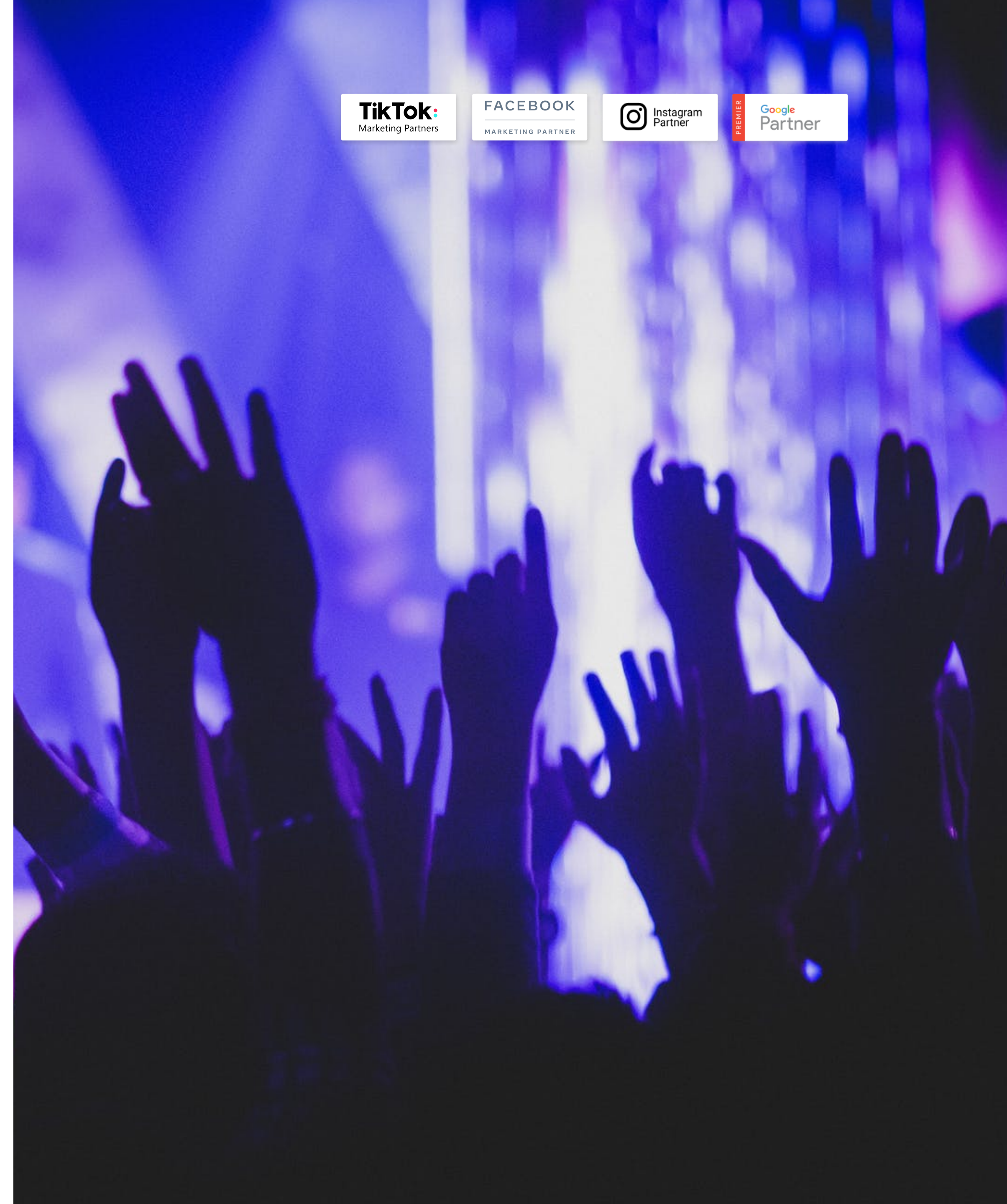
Двухфакторная аутентификация

Никто

Что такое рекламная воронка и как ее выстроить для B2B

Особенности рекламной воронки Facebook для B2B

+ Очень важно выстроить
“диалог” с клиентом
с помощью воронки



Стратегия
зависит от
вашей **цели** на
данный момент

Поиск новых клиентов

Ремаркетинг

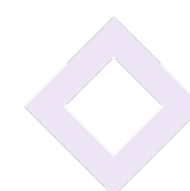
Повышение узнаваемости и конверсии

Какой цели вы хотите достичь на данный момент?

Поиск новых клиентов

Холодная аудитория

+ люди, у которых еще нет осознания проблемы/потребности. Эти люди еще не знают ничего про компанию и продукт



Информированность целевой аудитории о компании

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

- ☒ Узнаваемость бренда
- ☐ Охват

Рассмотрение

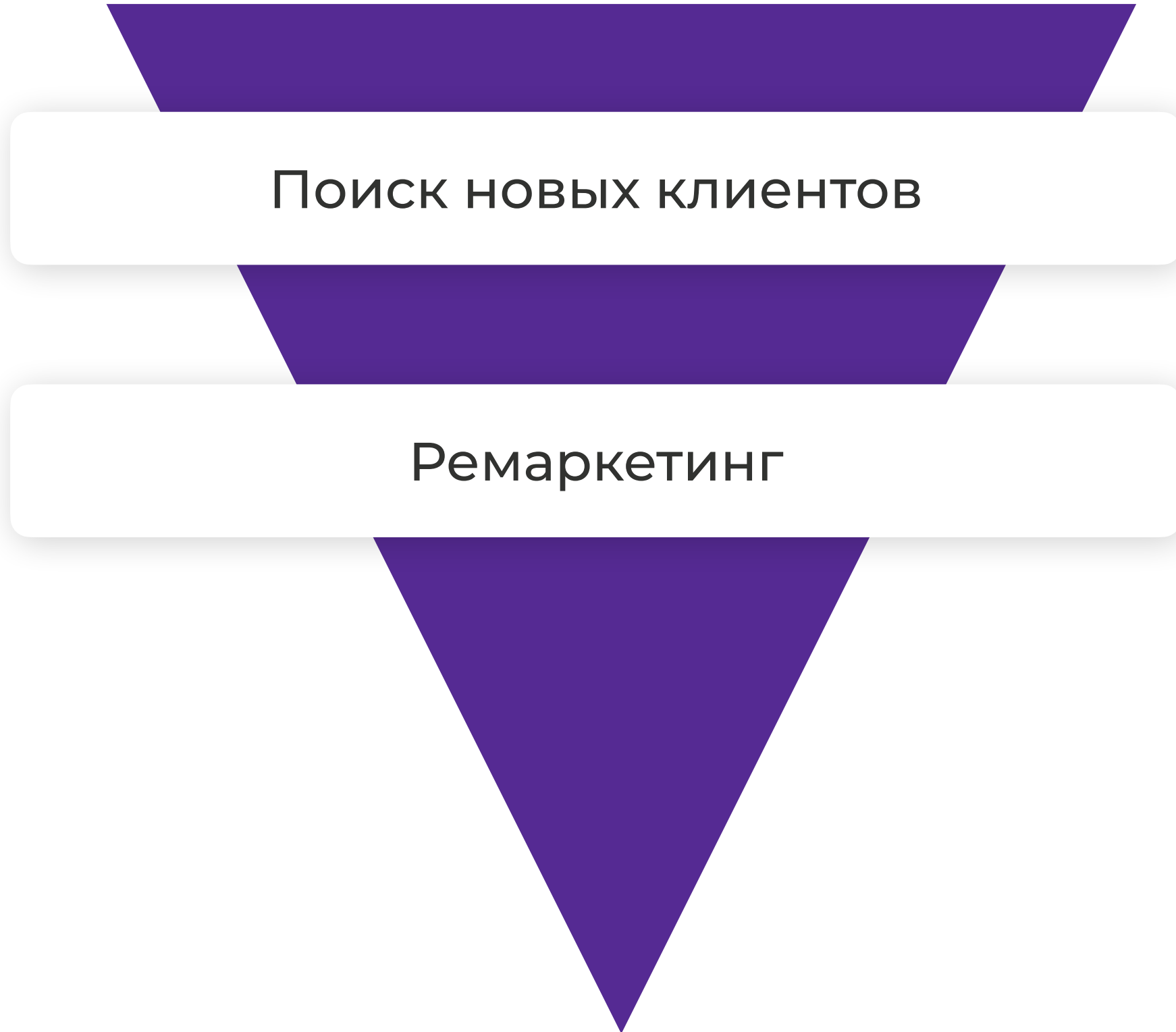
- ☐ Трафик
- ☐ Вовлеченность
- ☐ Установки приложения
- ☐ Просмотры видео
- ☐ Генерация лидов
- ☐ Сообщения

Конверсия

- ☐ Конверсии
- ☐ Продажи по каталогу
- ☐ Посещаемость точек

Основная **цель** на этом этапе – показать объявление как можно большему количеству пользователей

Какой **цели** вы хотите достичь на данный момент?



Поиск новых клиентов

Ремаркетинг

Теплая аудитория

+ уже вовлеченные пользователи, у которых есть проблема, но еще нет ее решения

Стимулирование у целевой аудитории интереса к продукту компании

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

- ☐ Узнаваемость бренда
- ☐ Охват

Рассмотрение

- ☐ Трафик
- ☐ Вовлеченность
- ☐ Установки приложения
- ☐ Просмотры видео
- ☐ Генерация лидов
- ☐ Сообщения

Конверсия

- ☐ Конверсии
- ☐ Продажи по каталогу
- ☐ Посещаемость точек

Взаимодействие/ установка контакта

Для чего?

Чтобы люди заинтересовались вашей компанией, начали искать информацию о ней и рассмотрели возможность покупки ваших товаров и услуг

Как можно «догнать» пользователя

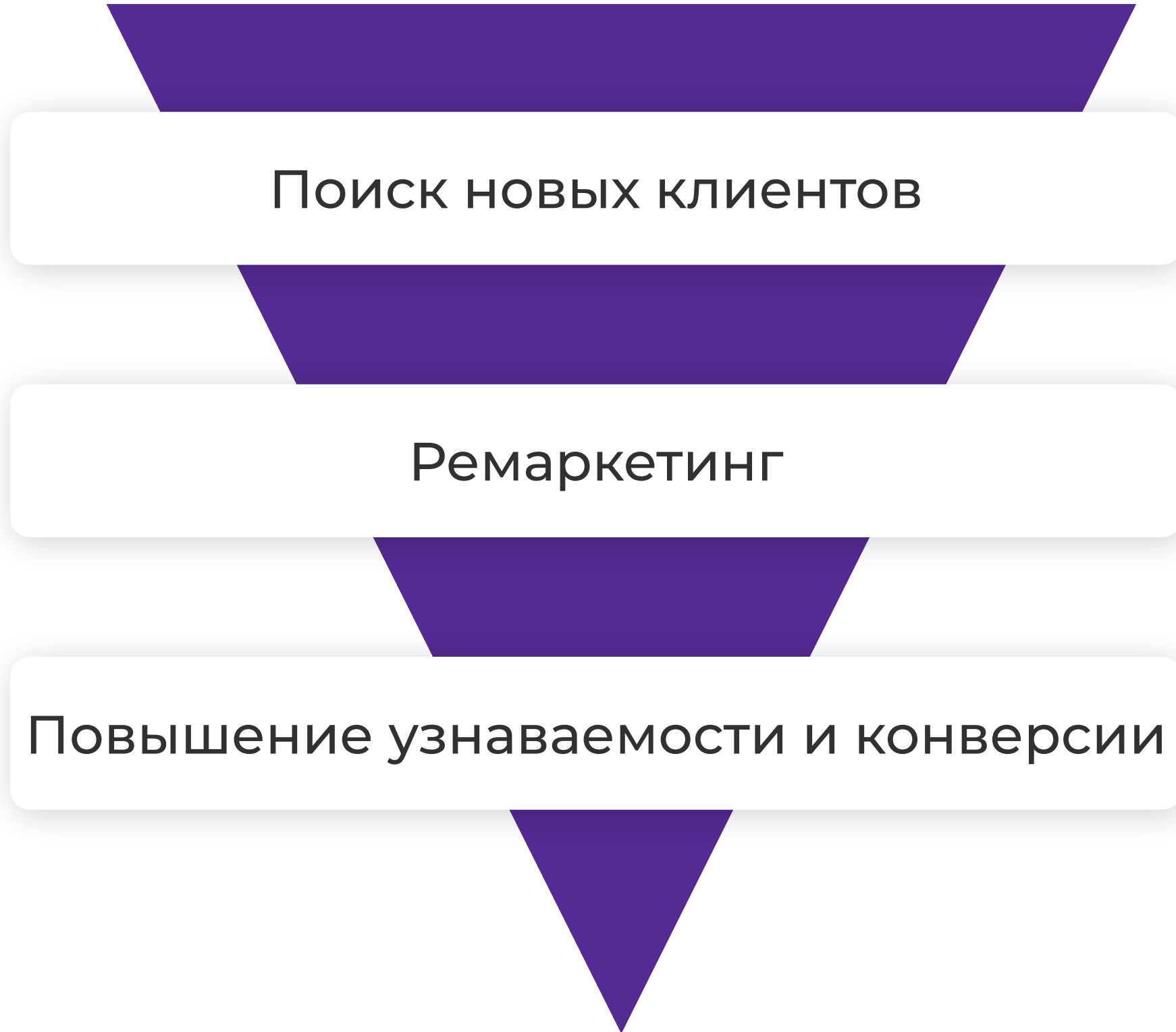


Показывать рекламу
пользователям, которые
зашли на ваш сайт



Показывать рекламу
пользователям, которые
**заходили в ваш
профиль Instagram**

Какой **цели** вы хотите достичь на данный момент?



Поиск новых клиентов

Ремаркетинг

Повышение узнаваемости и конверсии

Горячая аудитория

+ у людей есть на примете несколько решений. На данном этапе важно склонить их к выбору именно нашего бренда

Выход на потенциальных клиентов и прямое взаимодействие с ними

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

- ☐ Узнаваемость бренда
- ☐ Охват

Рассмотрение

- ☐ Трафик
- ☐ Вовлеченность
- ☐ Установки приложения
- ☐ Просмотры видео
- ☐ Генерация лидов
- ☐ Сообщения

Конверсия

- ☐ Конверсии
- ☐ Продажи по каталогу
- ☐ Посещаемость точек

Совершение покупки

Для чего?

Мотивировать к покупке/использованию товара или услуги

Как можно «догнать» пользователя



Повторно запускать рекламу на пользователей, которые уже **заходили на целевые страницы сайта**



Показывать рекламу пользователям, которые **посмотрели ваши видео**



Показывать рекламу пользователям, которые **уже взаимодействовали с вашим профилем Instagram**



Повторно показывать рекламу людям, которые:

- 1)** Открыли форму генерации лидов, но не заполнили и не отправили ее
- 2)** Начали заполнять форму генерации лидов, но не заполнили до конца и не отправили

Распределение бюджета

Поиск новых клиентов

~50% бюджета

Ремаркетинг

~30% бюджета

Повышение узнаваемости и конверсии

~20% бюджета

Как определить портрет клиента и собрать аудиторию

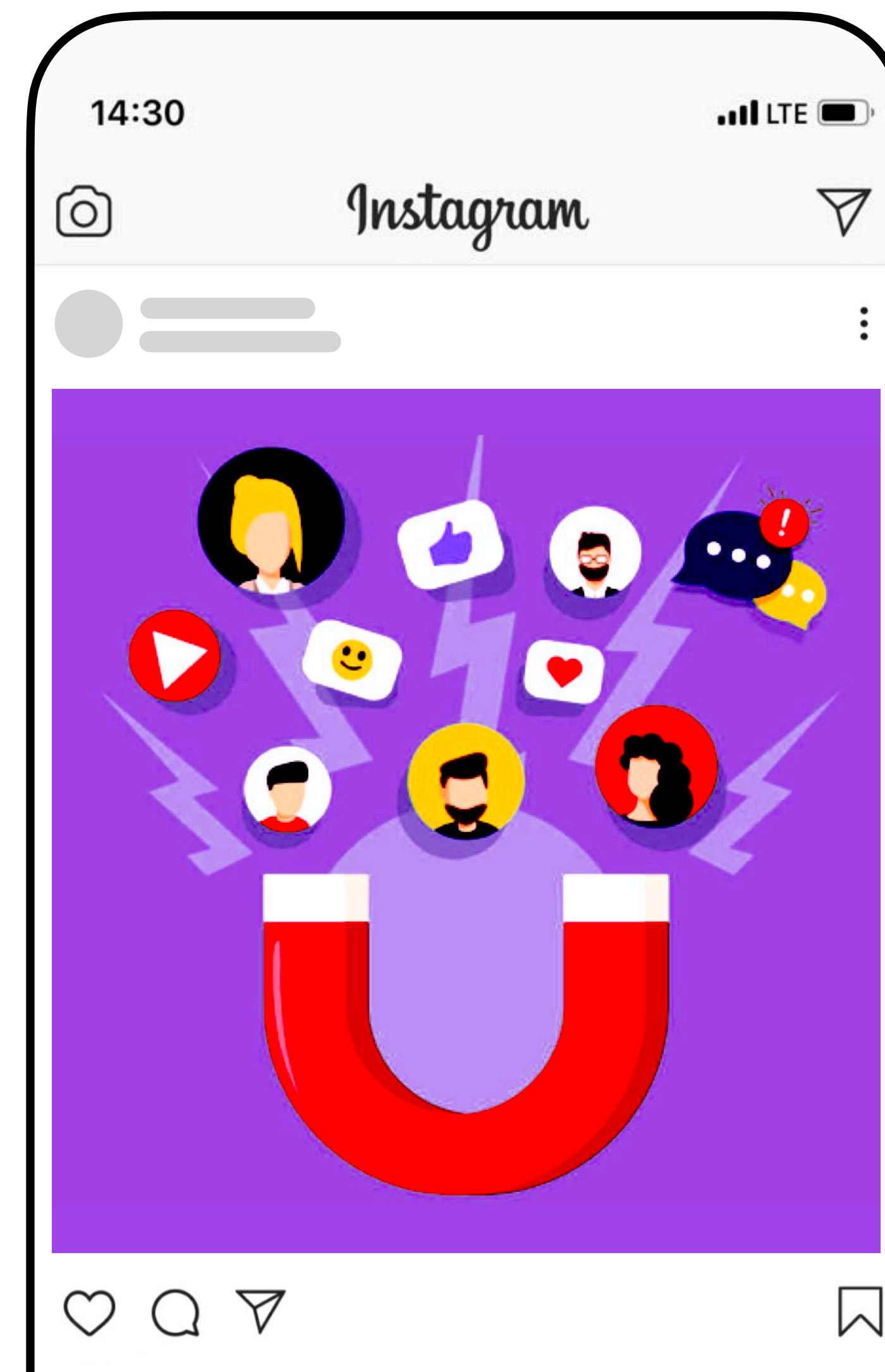
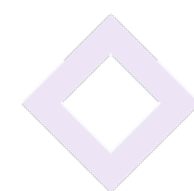
Виды таргетингов для B2B

Таргетинг
по компаниям
и индустриям

Таргетинг по
должностям

Таргетинг по
пользовательской
и похожей
аудиториям

Таргетинг по
сообществам



Таргетинг по компаниям и индустриям

+ Выберите в окне детального таргетинга **Демографические интересы > Работа > Работодатели + Интересы > Бизнес и индустрия**

+ Введите данные целевых компаний и индустрий

Детальный таргетинг

Включить людей, соответствующих критериям ⓘ

Демографические интересы > Работа > Работодатели

Instagram

Интересы > Бизнес и индустрия

Маркетинг

🔍 Добавьте демографические данные, интересы и Рекомендации Просмотр

Исключить

Сузить аудиторию

Размер: 470 117

Демографические интересы >
Работа > Работодатели >
Instagram

Описание: Люди, которые указали своего работодателя как *Instagram* в своем профиле Facebook.

Пожаловаться

Таргетинг по должностям

+ Выберите в окне детального таргетинга **Демографические интересы > Работа > Должности**

Местоположение

Местоположение:

- Беларусь

Возраст

18 - 65+

Пол

Лица любого пола

Детальный таргетинг

Включить людей, соответствующих критериям ⓘ

🔍 Добавьте демографические данные, интересы или | Рекомендации Просмотр

▶ Родители

▶ Семейное положение

▼ Работа

Работодатели 🔍

▶ Индустрия

Должности

▶ Интересы ⓘ

▶ Поведение ⓘ

Таргетинг по сообществам

+ Выберите в окне детального таргетинга **Интересы** > **Дополнительные интересы**

+ Введите названия страниц Конкурентов и профильных сообществ

Детальный таргетинг

Включить людей, соответствующих критериям ⓘ

[Интересы](#) > [Дополнительные интересы](#)

Instagram



🔍 Добавьте демографические данные, интересы ил [Рекомендации](#) [Просмотр](#)

Исключить

Сузить аудиторию

Размер: 1 082 441 750

Интересы > Дополнительные интересы > Instagram

Описание: Пользователи, которые выразили интерес, или которым понравились Страницы, связанные с *Instagram*

Таргетинг по пользовательской и похожей аудиториям

01

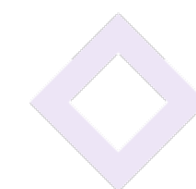
Загрузите список существующих клиентов в раздел «Аудитории»

02

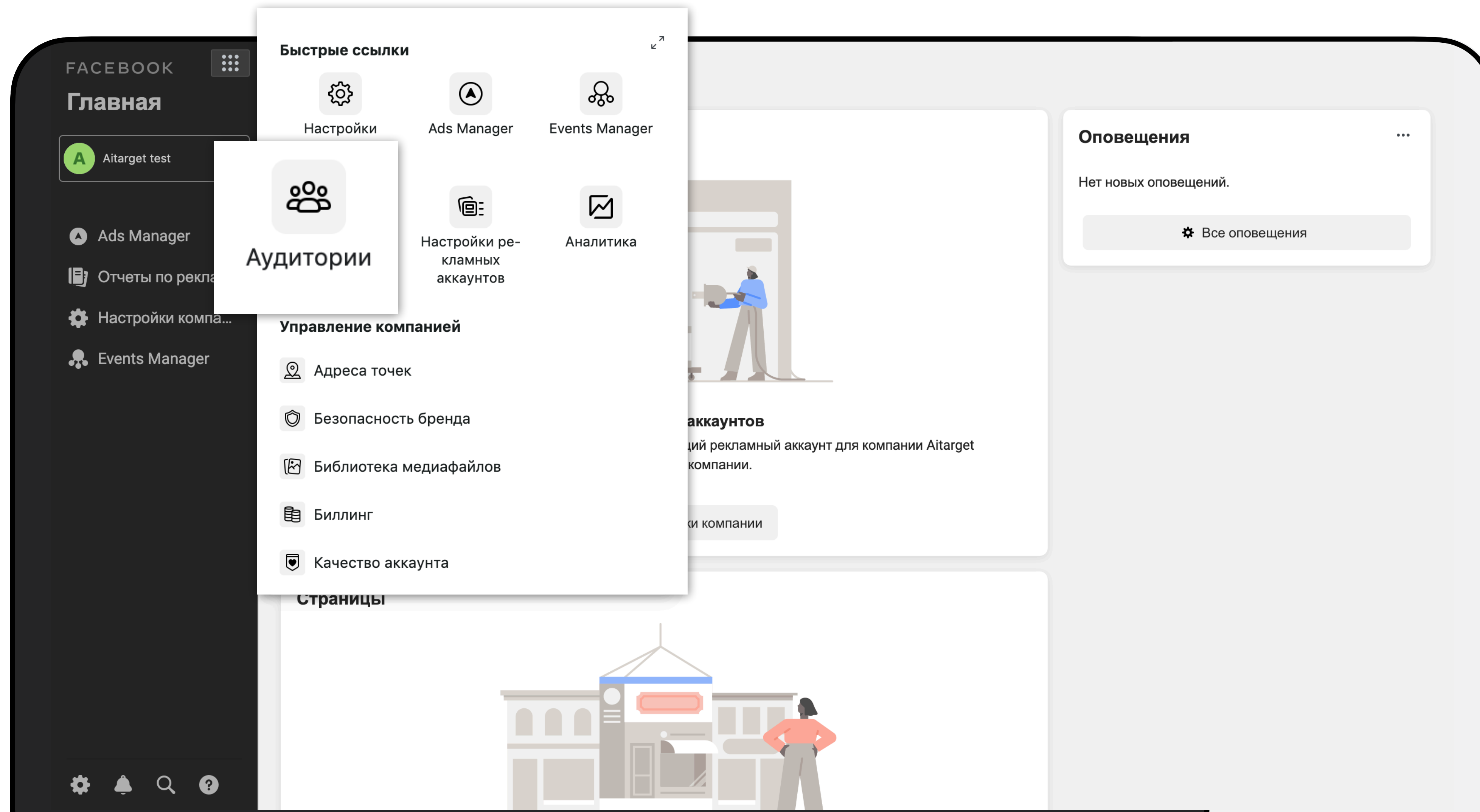
Сформируйте Похожую аудиторию (LAL) на основе списка ваших клиентов и используйте ее при запуске рекламы



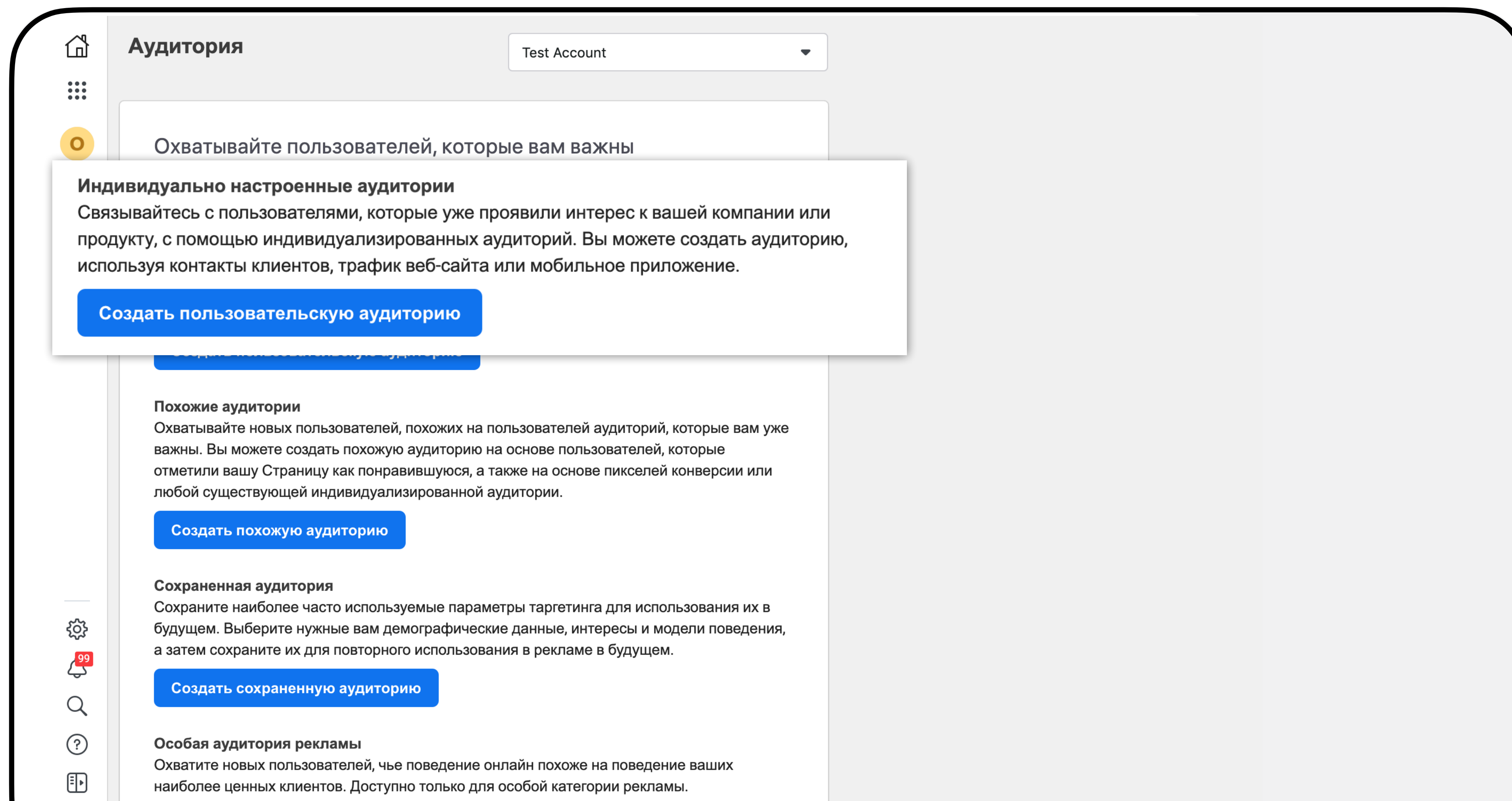
Минимальный размер аудитории - 1000 пользователей



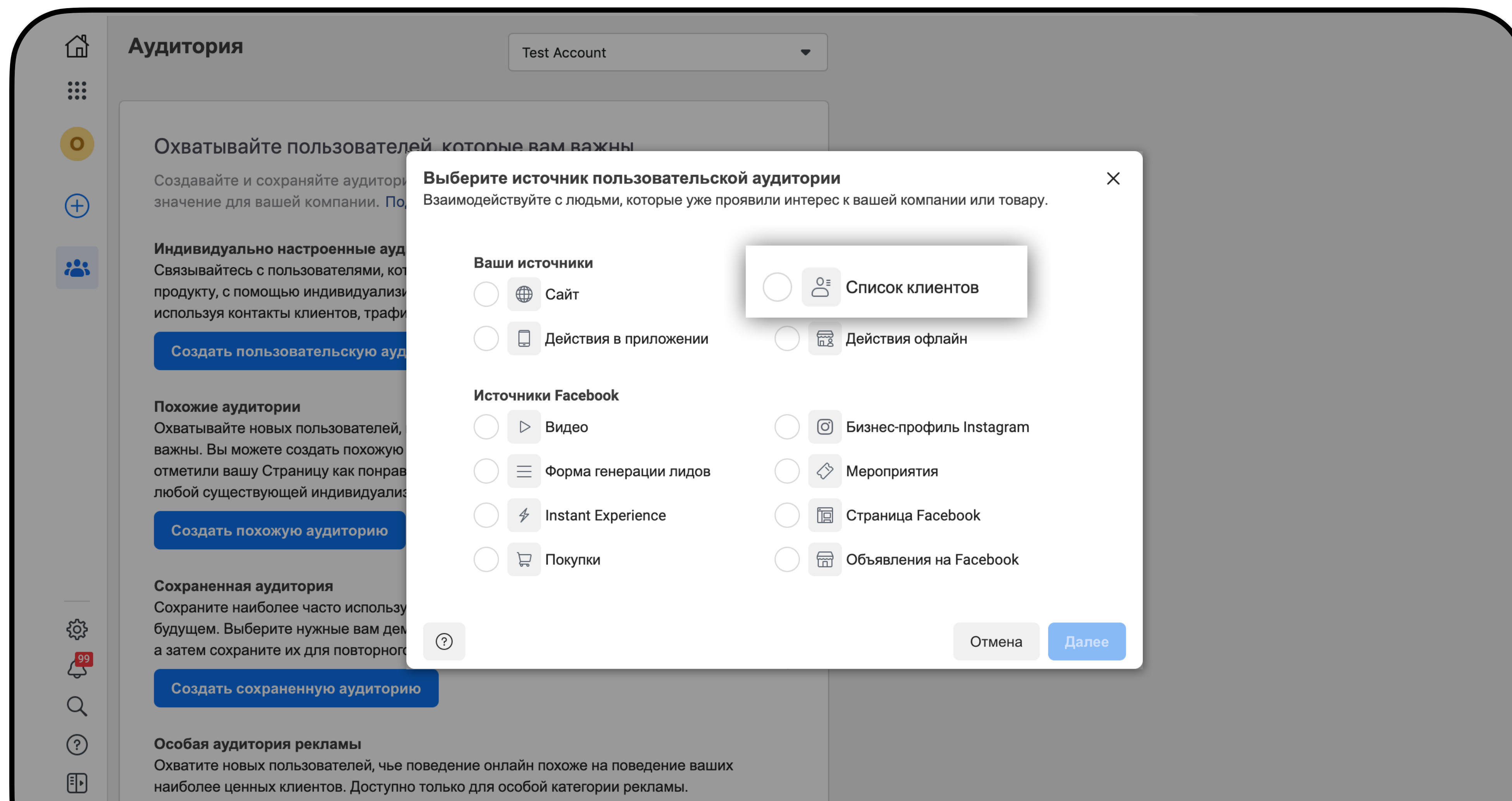
Как создать пользовательскую аудиторию?



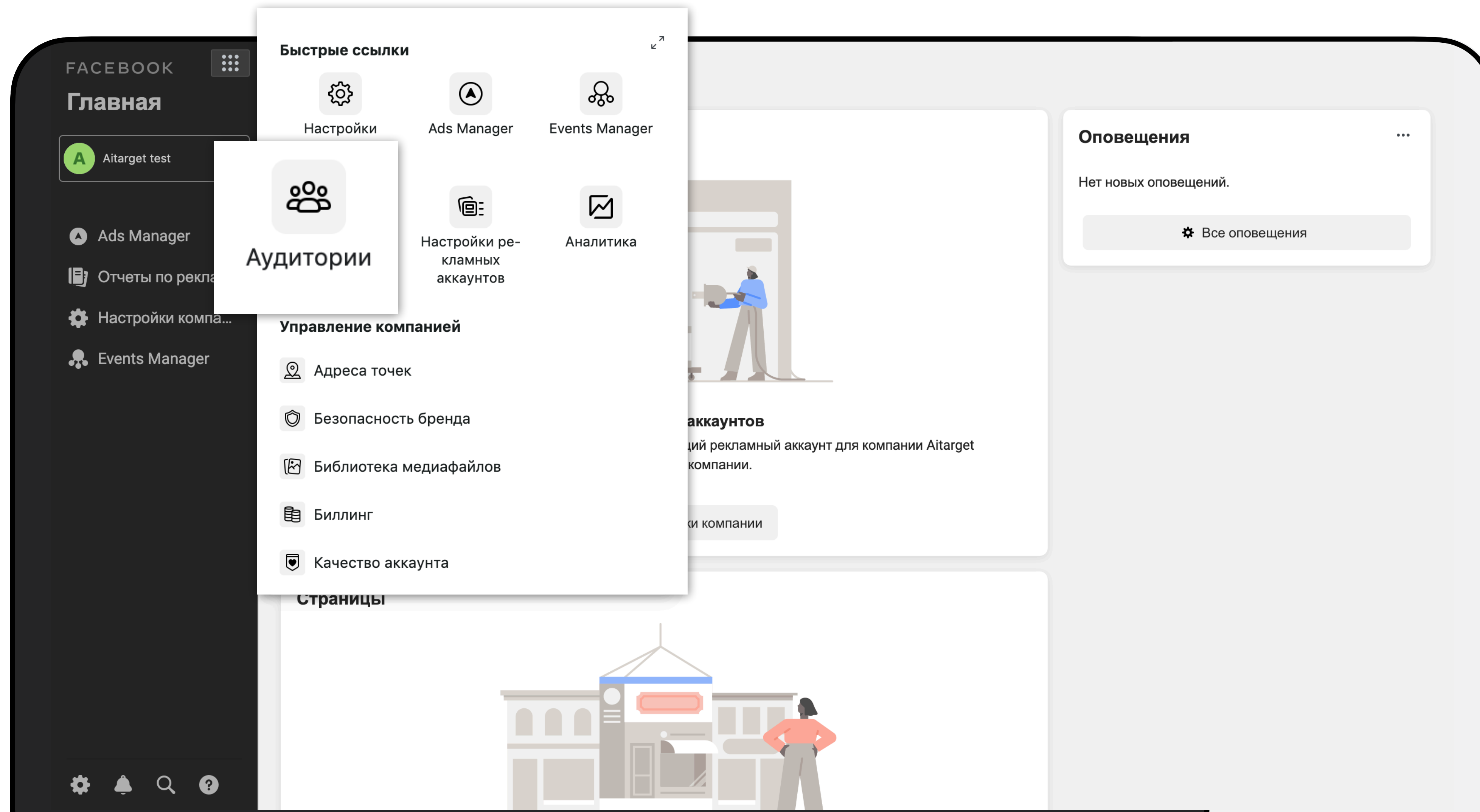
Как создать пользовательскую аудиторию?



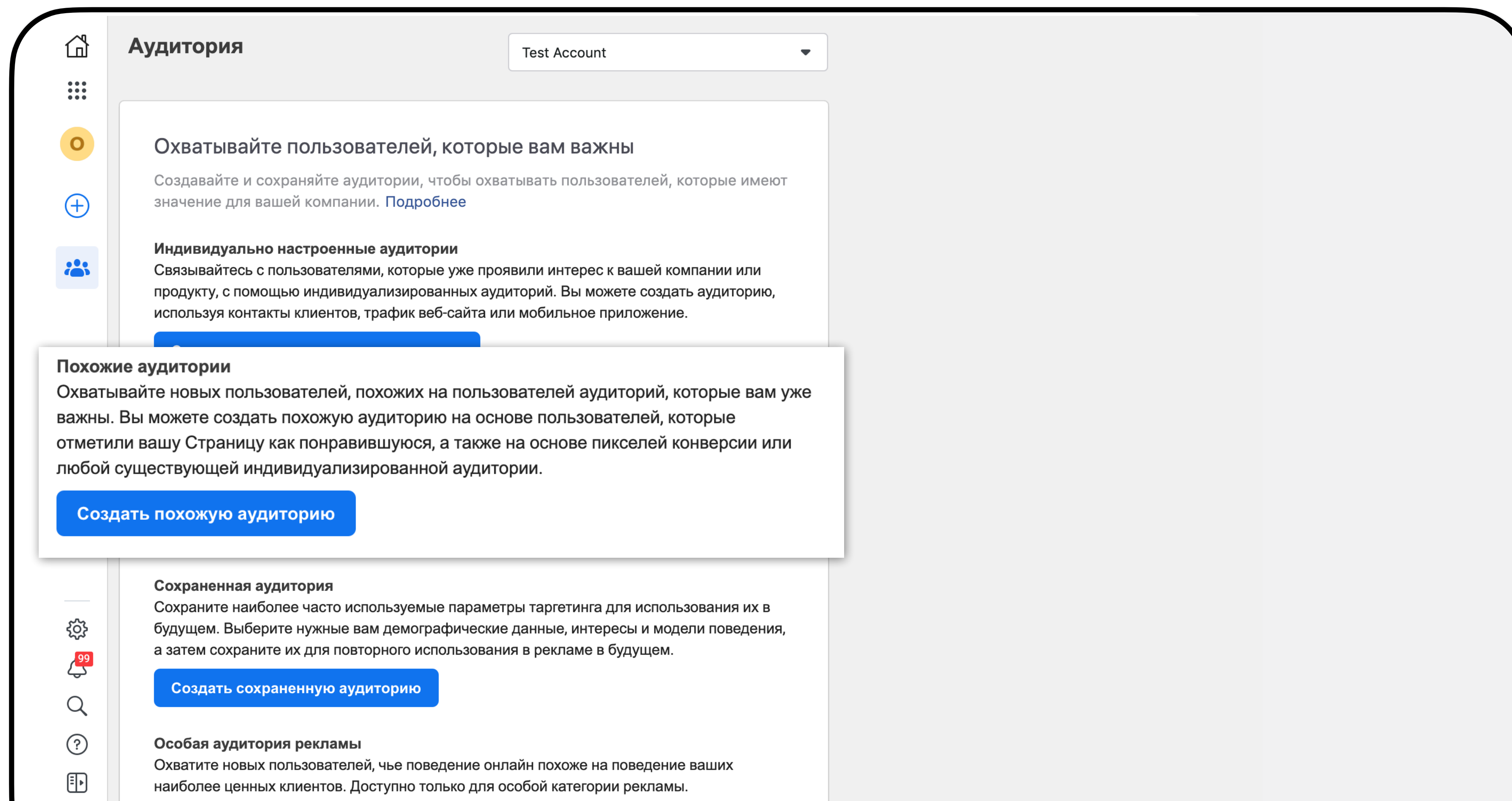
Как создать пользовательскую аудиторию?



Как создать **похожую** аудиторию?



Как создать похожую аудиторию?



Как создать похожую аудиторию?

Аудитория Test Account

Создайте похожую аудиторию

1 Выберите источник похожей аудитории [Показать советы](#)

Выберите существующую аудиторию или источник данных

Создайте новый источник ▼

2 Выберите местоположение аудитории

Поиск регионов и стран [Просмотр](#)

3 Выберите размер аудитории

Количество похожих аудиторий **1**

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6% 7% 8% 9% 10%

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

[Отмена](#) [Создать аудиторию](#)

Особая аудитория рекламы
Охватите новых пользователей, чье поведение онлайн похоже на поведение ваших наиболее ценных клиентов. Доступно только для особой категории рекламы.

Типы аудитории на каждом этапе воронки

Поиск новых клиентов

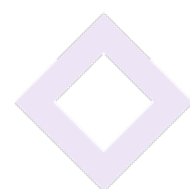
Общий таргетинг по интересам, должностям, сообществам, демографический таргетинг

Ремаркетинг

Пользовательские аудитории

Повышение узнаваемости и конверсии

Пользовательские аудитории
+ Похожие аудитории (LAL)



Готовые Аудитории



17 индустрий на выбор



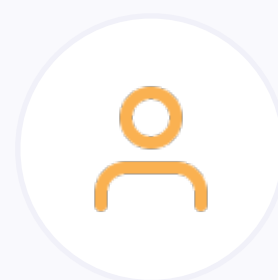
Найти аудиторию
для сложных
продуктов и услуг



Подобрать таргетинги,
если бюджет на
рекламу ограничен



Запустить рекламу
на новый сегмент
аудитории



Старые аудитории
выгорели – нужны
свежие идеи



Недвижимость



Туризм



Финансы



Кафе и рестораны



Дети



Бытовая техника и
электроника



Красота и забота о себе



Досуг, развлечения и
медиа



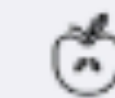
Образование



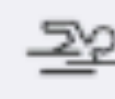
Товары и услуги для
бизнеса



Здоровье



Продукты и товары
повседневного спроса



Спорт и активный отдых



Дом и ремонт



Мода и стиль



Авто



Домашние животные



Что может быть полезно

Оптимизатор

Найти ошибки в моих кампаниях



Готовые Аудитории

Подобрать таргетинги для моего бизнеса



Помощь

Найти ответы на самые частые вопросы



Анализер

Проверить рекламный аккаунт Facebook



Генератор фидов

Создать фид для рекламы



Аккаунты

Создать аккаунт ▾



Facebook (2)



Google (3)



Вконтакте (1)



myTarget



TikTok (1)



Архив (8)

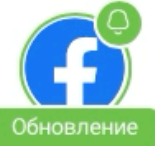
Добавить площадку



Требуются действия с выделенными аккаунтами до конца мая

Видите этот значок на аккаунте? Нужна ваша помощь. **Ничего не происходит** — вам просто нужно создать новый аккаунт Facebook через Aitarget One и дальше запускать кампании (а в отмеченном — остановить). Никакой угрозы, все условия сохраняются, все будет работать, как раньше. **Изменится только ваш кешбэк: он станет больше на 3% в апреле и мае. Обратите внимание, что все нужно сделать до конца мая.**

Инструкция



#443/O Client Gamma

ID act_592569474616660 [ya.ru](#)

Действия с аккаунтом

Советы (3)

- дня ?

до окончания средств в аккаунте

209,09 ₽

Остаток на балансе

Пополнить аккаунт



#443/O test (3)

ID act_1206037743066322 [ya.ru](#)

Действия с аккаунтом

Советы (5)

- дня ?

до окончания средств в аккаунте

61 072 ₽

Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Кейс Символ роста

“

Одна из ключевых особенностей Готовых Аудиторий – возможность использовать концентрированный опыт коллег. Благодаря инструменту в одной рекламной кампании снизилась стоимость лида на 33%. В другой кампании удалось повысить вовлеченность, так как выборка была точнее

”

Сергей Полторак

Руководитель, SMM-агентство «Символ роста»

-33%
CPL

12%

Ваши контакты и клиенты
из CRM

47%

Аудитория, похожая на клиентов

37%

Активная аудитория
в Instagram

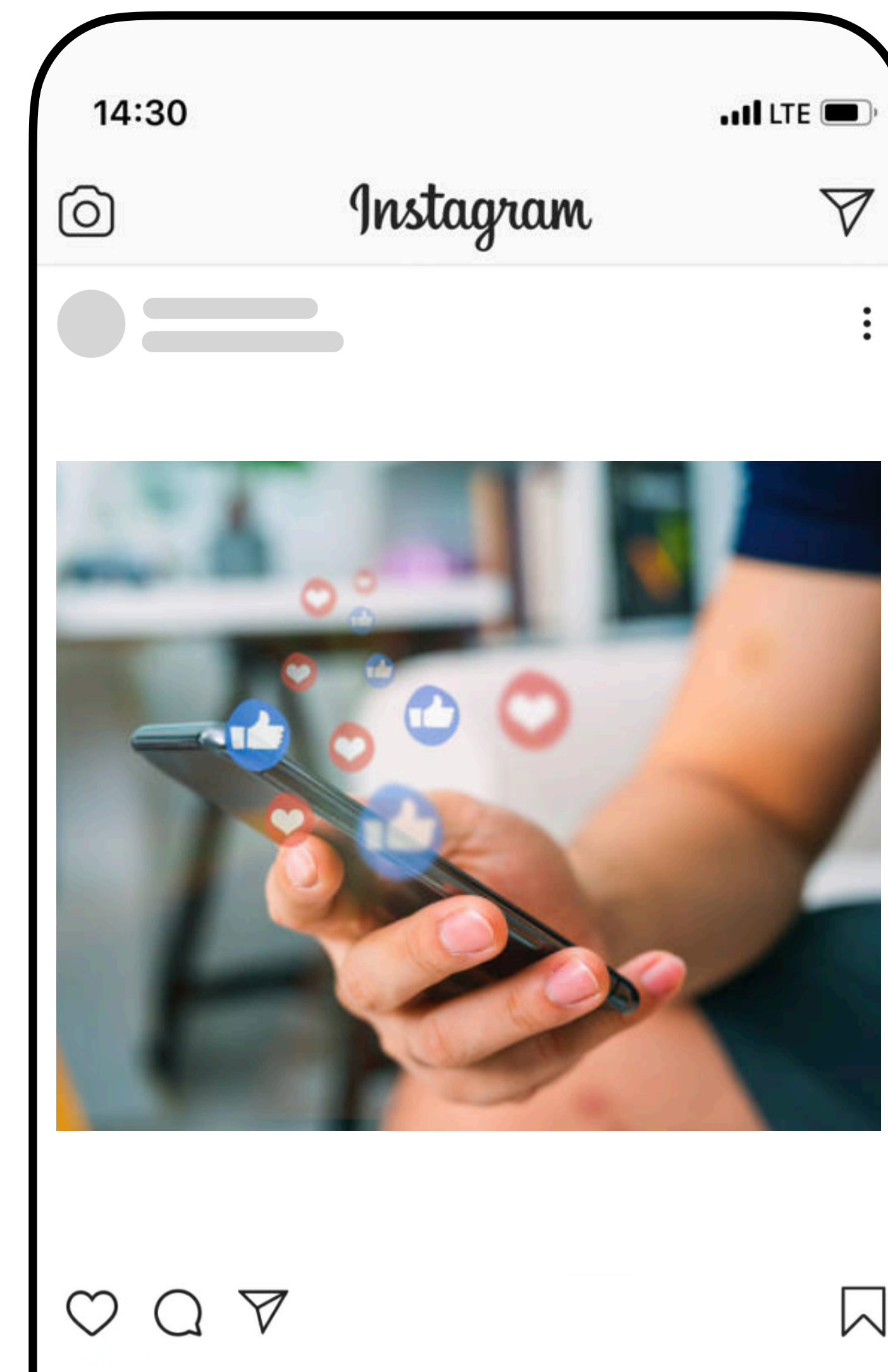
% - столько компаний, похожих на вашу, используют этот тип таргетинга

Какие ошибки допускают B2B чаще всего и как их избежать

01. Пересечение аудиторий

К чему приводит сильное пересечение аудиторий?

Рекламные кампании будут конкурировать между собой, что **повысит цену** за результат



Проверьте аудитории на пересечение во вкладке «Аудитории»

Аудитория

Создать аудиторию

Редактировать

Поделиться

Удалить

Поиск по названию или ID а...

All Audiences

Filter

Status

Type

Название

аудитория 2

аудитория 1

Размер

2 200 000

3 800 000

Создать аналог

Посмотреть элемент

Показать пересечение аудиторий

Создать объявления

Желательно, чтобы пересечение аудиторий не превышало 20%

Пересечение аудиторий

Выберите аудиторию и сравните количество людей с другими аудиториями (не более четырех), а также пересечение этих аудиторий.

Выбранная аудитория

аудитория 1
3 800 000 people

Аудитории для сравнения	Пересечение	Пересечение с выбранной аудиторией (%)
аудитория 2 2 200 000 people	2 200 000 чел.	58%

Добавьте другую аудиторию

Процент пересечения аудиторий

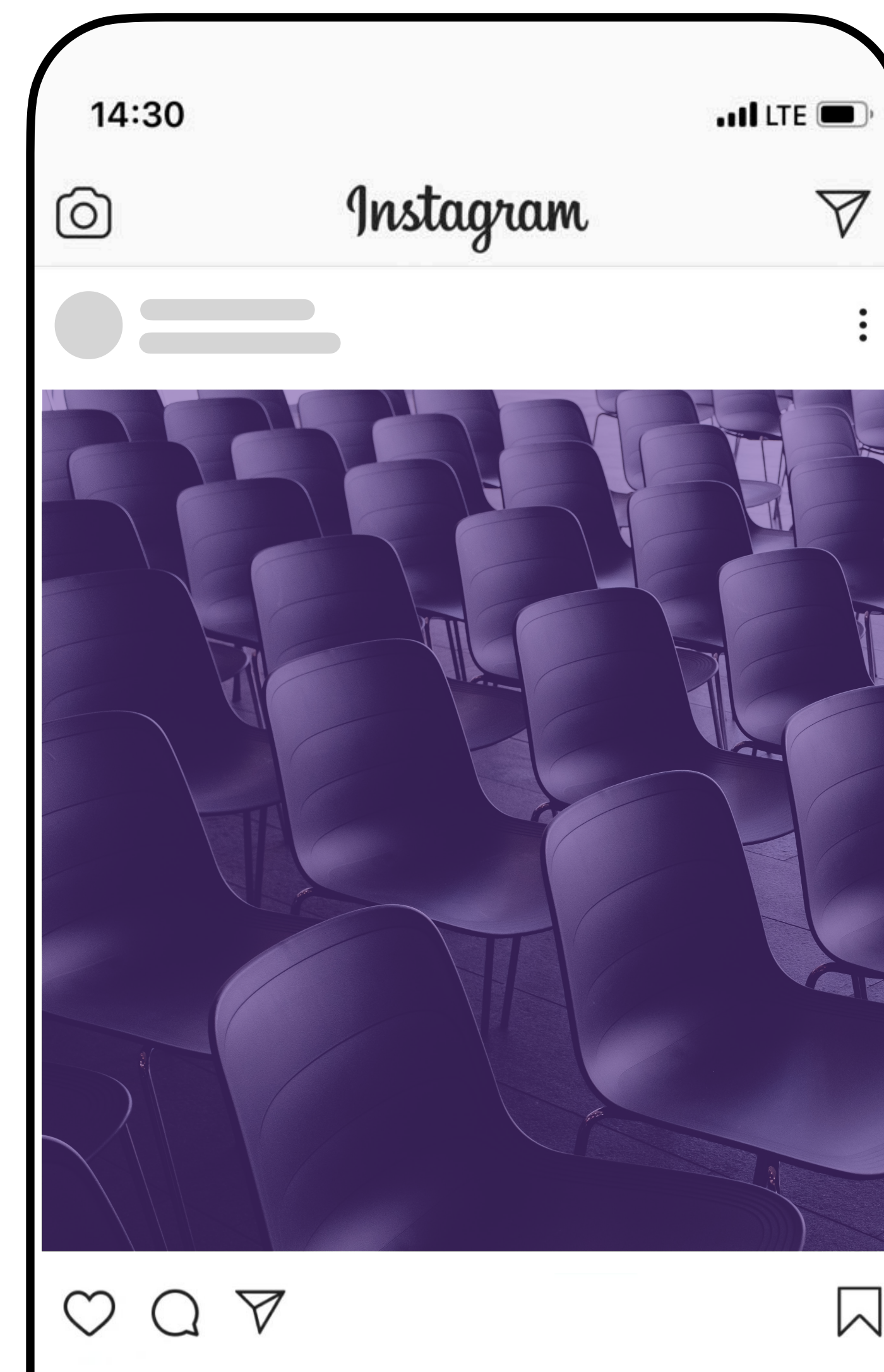
Что делать, чтобы снизить пресечение аудиторий?

01.

Объединять
аудитории
в одной группе
объявлений

02.

Исключать
меньшие
аудитории
из больших



Что важно:

При настройках Аудитории не забудьте **Исключить** уже существующих клиентов

Аудитория

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

Создать новую аудиторию

Использовать сохраненную аудиторию ▼

Пользовательская аудитория

Создать ▼

🔍 Поиск существующих аудиторий

Исключить

📘 Местоположение

Реклама таргетируется для группы магазинов.

[Таргетировать географический регион](#)

Возраст

18 - 65+

Что будет, если не **исключить** существующих клиентов?

- + Рекламный бюджет будет расходоваться впустую
- + Реклама будет плохо оптимизироваться

Аудитория

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

Создать новую аудиторию

Использовать сохраненную аудиторию ▼

Пользовательская аудитория

Создать ▼

🔍 Поиск существующих аудиторий

Исключить

📘 Местоположение

Реклама таргетируется для группы магазинов.

[Таргетировать географический регион](#)

Возраст

18 - 65+

02. Слишком узкая или слишком широкая аудитория

Достаточно ли широкий охват аудитории в адсетах?

трагетолог пост инстаграм — Ц/ СТР > BY - 18+ > 1 рекламу

Выключено

Редактировать Проверка

Аудитория

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

Создайте новую аудиторию **Используйте сохраненную аудиторию**

аудитория 1

Местоположение (место проживания):
Россия: Москва (+57 км) Moscow; Санкт-Петербург (+17 км) Saint Petersburg

Возраст:
22–35

Язык:
Русский

Определение аудитории

Ваша аудитория определена.

Узкая Широкая

Потенциальный охват: 3 700 000 человек

Приблизительные результаты за день

Прогнозируемые результаты за день недоступны для данной кампании, поскольку ее бюджет оптимизирован для всех групп объявлений.

03. Неправильно выбрана цель кампании

+ На какие цели созданы кампании?

+ Насколько разнообразен выбор целей?

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

☐ Узнаваемость
бренда

☐ Охват

Рассмотрение

☐ Трафик

☐ Вовлеченность

☐ Установки
приложения

☐ Просмотры видео

☐ Генерация лидов

☐ Сообщения

Конверсия

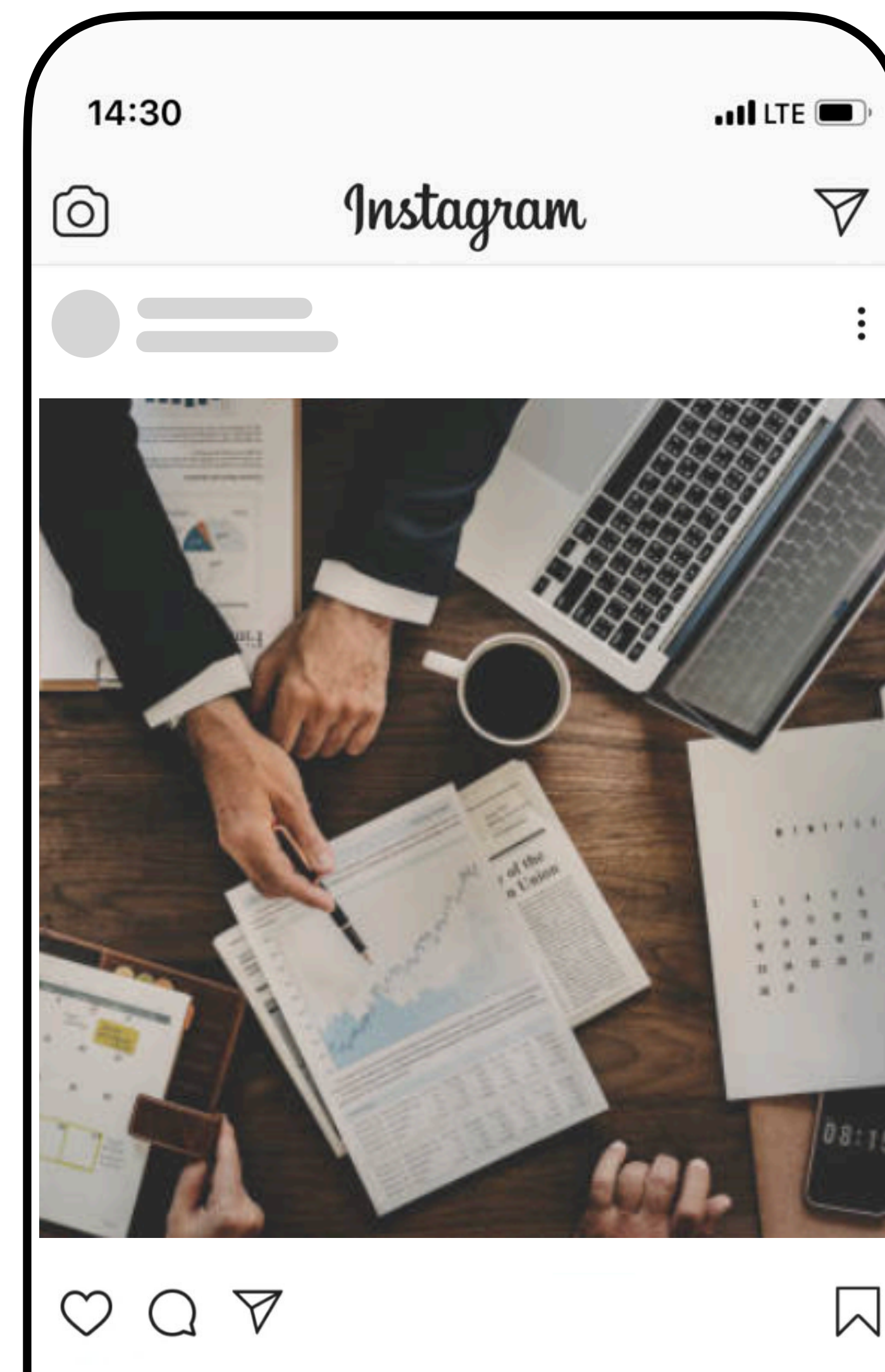
☐ Конверсии

☐ Продажи по
каталогу

☐ Посещаемость
точек

04. Неправильно настроена оптимизация

На какой результат оптимизирована реклама (показы/клики и т.д.)?



Новая кампания с целью "Трафик" ...

Новая группа объявлений с целью "..." ...

Новое объявление с целью "Тра..." ...

Новая кампания с целью "Трафик" > Новая группа объявлений с целью "Т..."

Редактировать Проверка

Места размещения

☒ Автоматические места размещения (рекомендуется)

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

☐ Выбор мест размещения вручную

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

Показать дополнительные параметры ▾

Оптимизация и показ

Оптимизация для показа рекламы

Клики по ссылке ▾

Просмотры целевых страниц

Мы будем показывать вашу рекламу людям, которые, скорее всего, перейдут по ссылке из вашей рекламы на сайт или в Instant Experience и дождутся загрузки страницы.

Клики по ссылке

Мы будем показывать вашу рекламу людям, которые с наибольшей вероятностью нажмут на нее.

Показы

Мы будем показывать вашу рекламу максимально возможное количество раз.

RUB

а на то, чтобы получить

и этом весь бюджет. Чтобы

Оптимизация

Для каждой из целей рекламной кампании необходимо выбрать правильную оптимизацию. Например, оптимизация **Клики по ссылке** обеспечит много кликов вашей рекламе, но может не привести релевантные лиды

aitarget one

TikTok
Marketing Partners

FACEBOOK
MARKETING PARTNER

Instagram
Partner

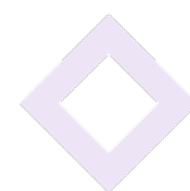
PREMIER
Google
Partner

Оптимизатор

Автоматизируй это!

24/7

Честно проверяет
рекламу, автоматически



aitarget one

Биллинг

Оптимизатор

Генератора фидов

Готовые Аудитории

New

100 000,00 Р

Помощь

Оптимизатор

Мониторим вашу рекламу и даем персонализированные рекомендации с учетом специфики вашей индустрии

#103/O Aitarget Marketing // Inner Promotion // SMB // Video Creative

ID 1138233366323730

Все (31)

Ошибки (21)

Предупреждения (10)

Советы (10)

На сайте не настроено событие ViewContent

Новый

На сайте не настроено событие AddtoCart

Новый

На сайте не настроено событие Purchase

Новый

Не настроен автоматический расширенный поиск отслеживаний

Новый

В каталоге товаров есть ошибки

Новый

Настройте автоматическую выгрузку лидов в вашу CRM

На сайте не настроено событие ViewContent

ViewContent - это стандартное событие, которое соответствует действию "просмотр карточки товара". Стандартные события Pixel соответствуют этапам воронки продаж. Они необходимы, чтобы фиксировать основные действия пользователей на сайте. Минимальный набор событий для e-commerce: ViewContent – просмотр карточки товара, AddtoCart – добавление товара в корзину и Purchase – покупка.

Как работает динамический ретаргетинг на Facebook и зачем нужны стандартные события

Какие бывают события

Как быстро установить события Pixel на сайте без кода

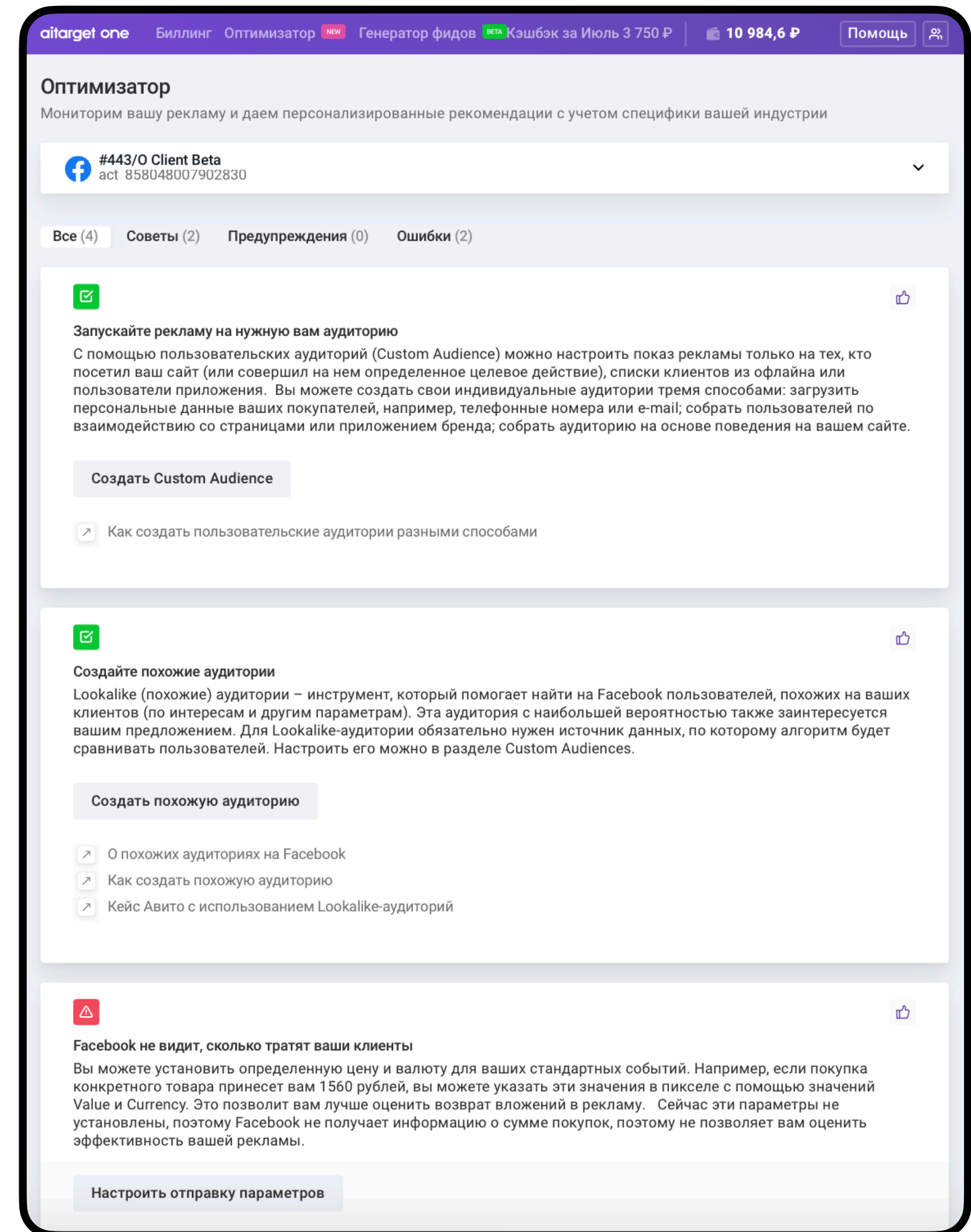
Настроить Facebook Pixel

Мне это не подходит

Оптимизатор

Что делает?

- + Покажет, где конкретно ошибка
- + Объяснит, в чем причина ошибки и как она влияет на результат
- + Подскажет, что важно
- + Посоветует полезные материалы



Кейс **sabit.ru**

Как Оптимизатор помог увеличить количество заказов в 1,5 раза

“

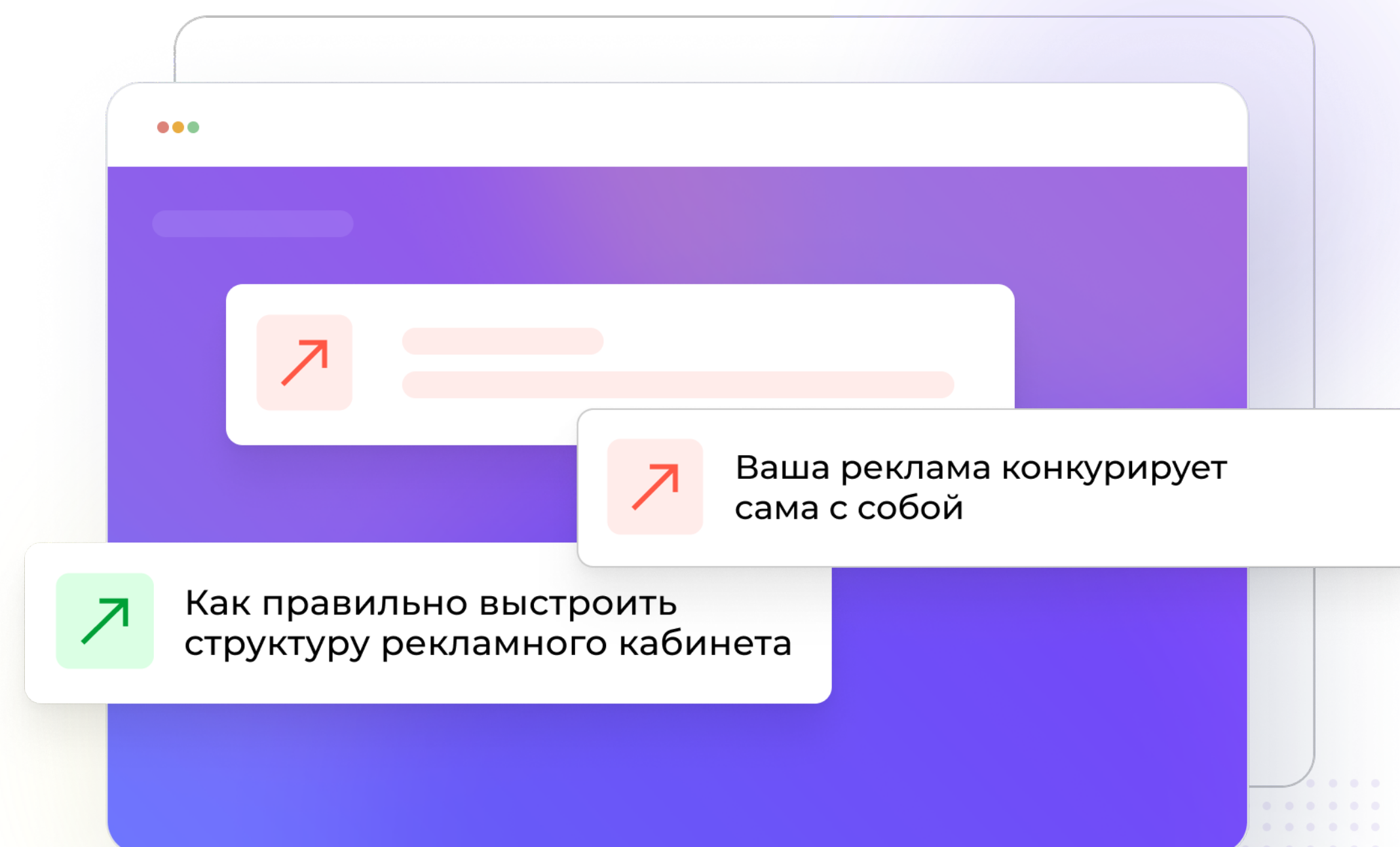
Мы уперлись в потолок по аудитории, реклама таргетировалась на наших клиентов, а мы хотели охватить новых. Оптимизатор посоветовал разделить кампании для новых пользователей и для ретаргетинга и взаимоисключить аудитории.

”

Евгений Иванов

Руководитель SMM, Sabit.ru

+50%
рост продаж



Как выбрать контент для каждого этапа продвижения

Какие офферы использовать на каждом из этапов?

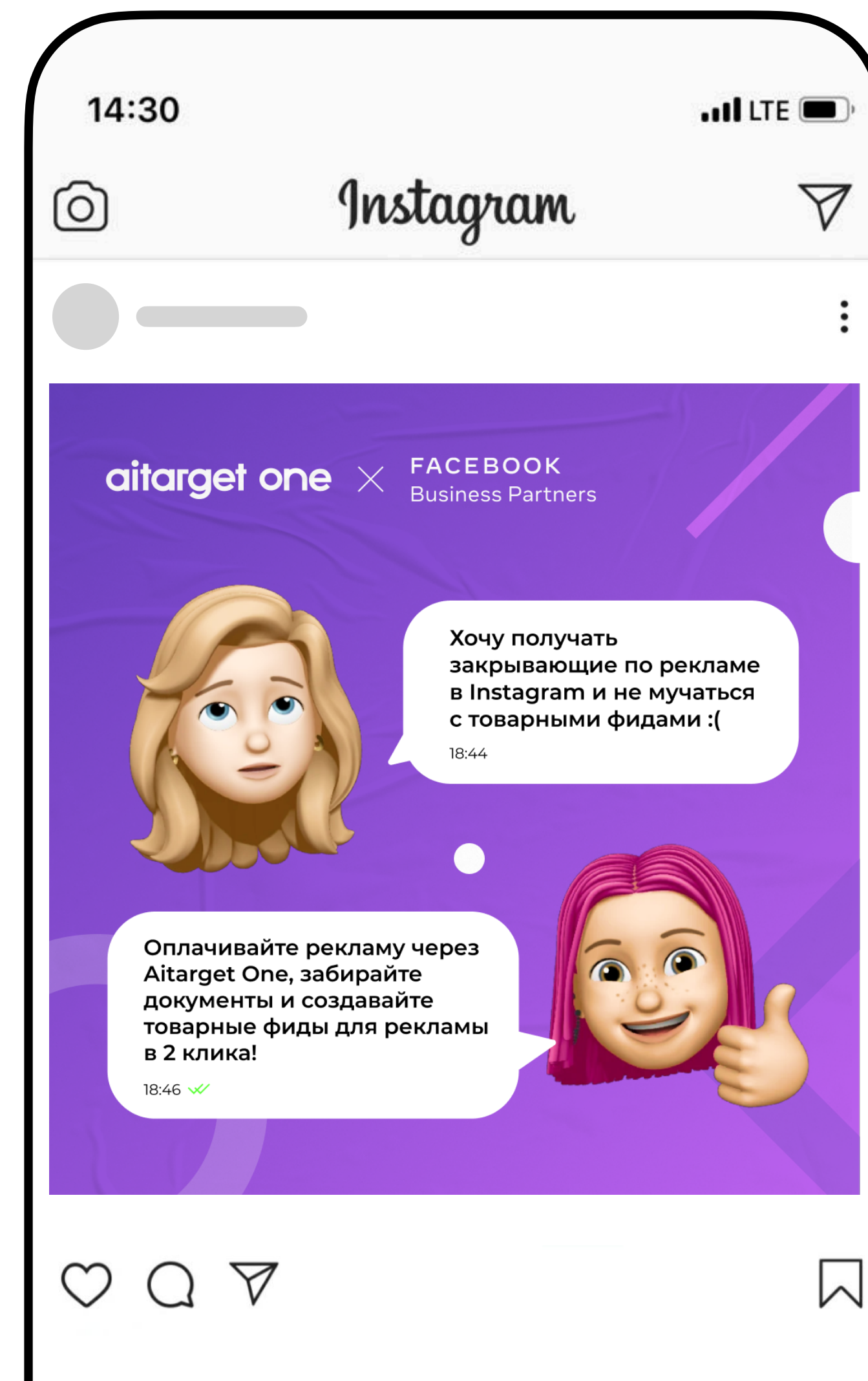
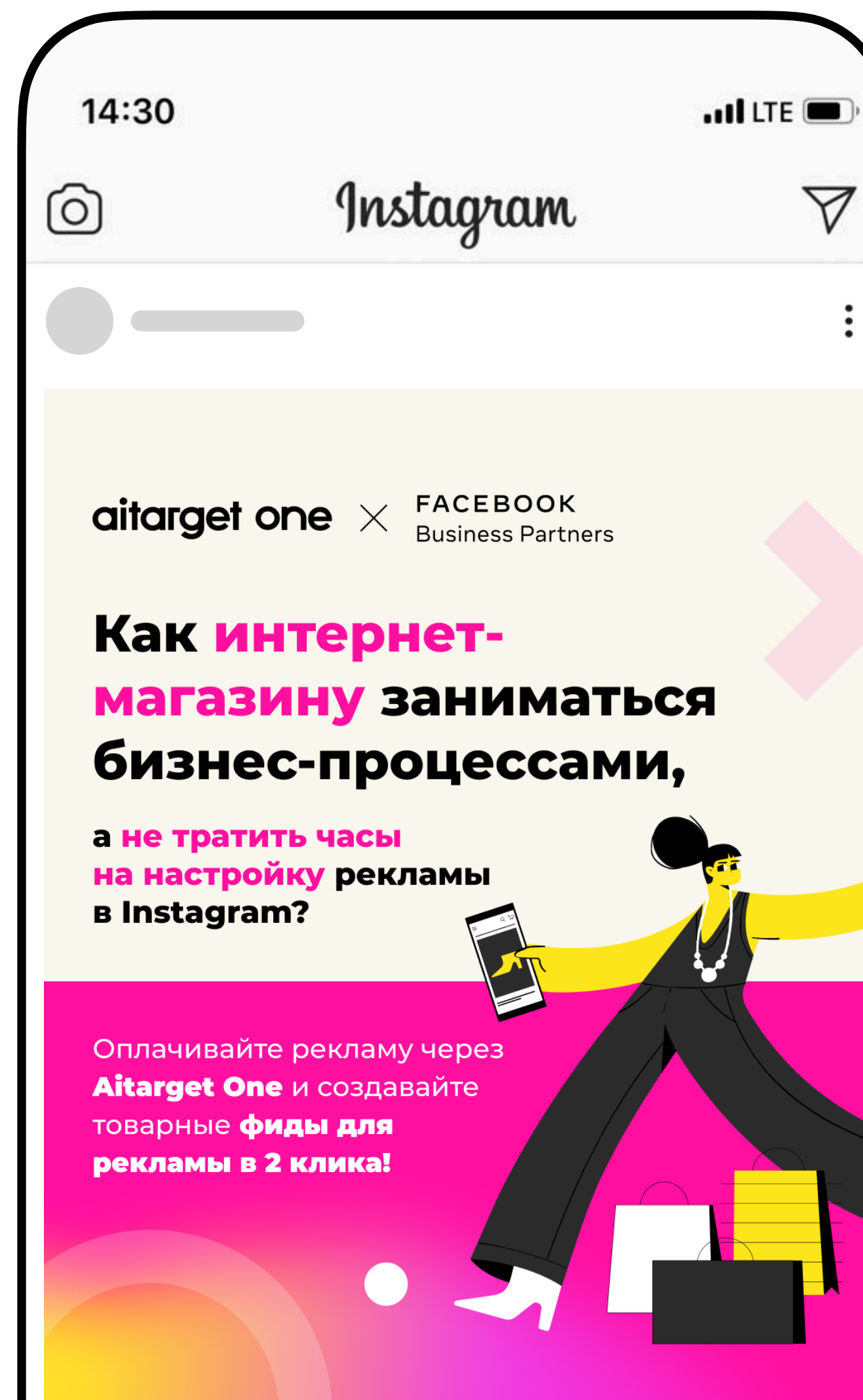
Поиск новых клиентов

Формирование проблематики

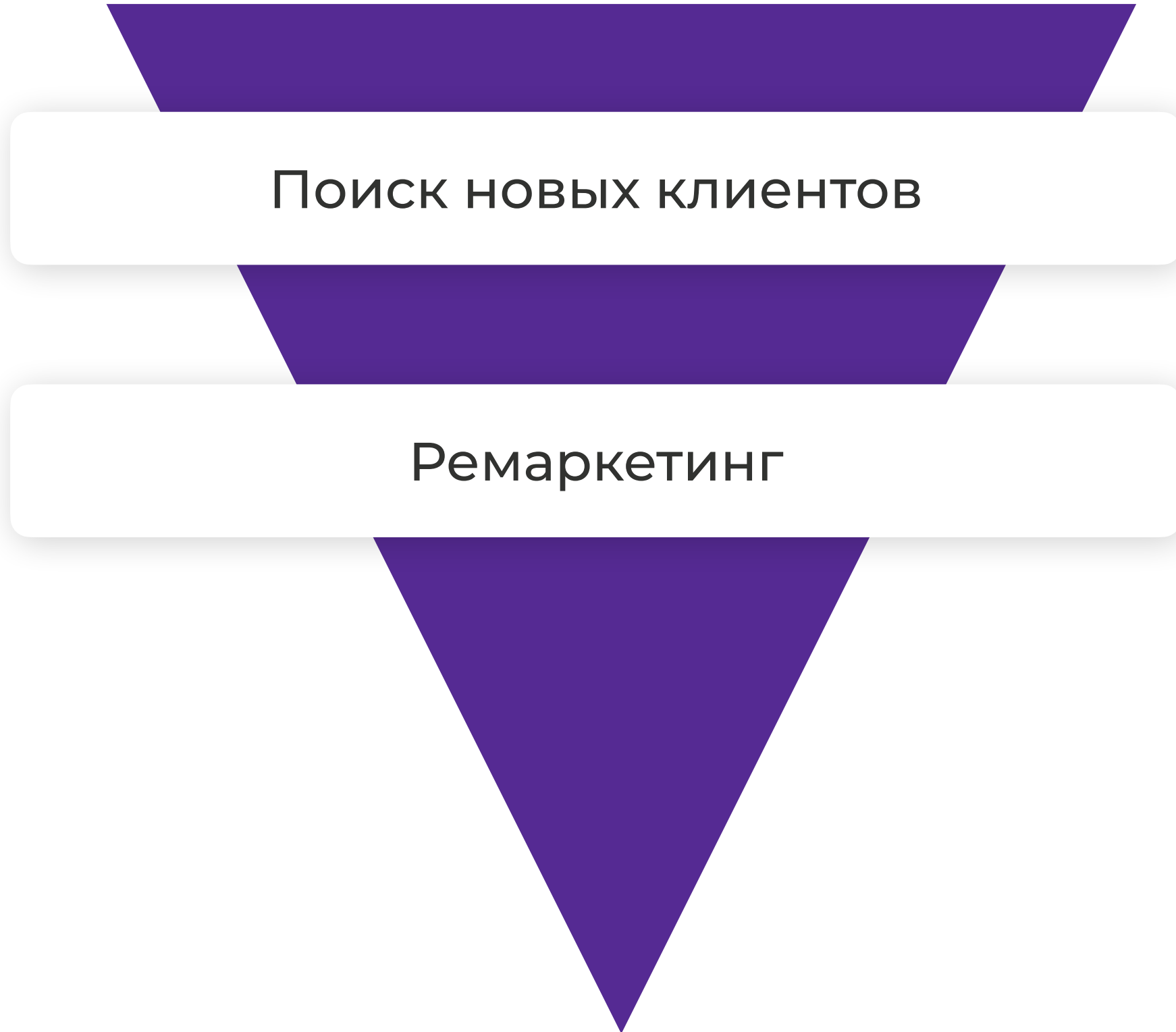
Лишь упоминаем о продукте,
не пытаемся сразу продавать
и добавлять агрессивные
побуждения к покупке (купи!!!)

**Задача креатива = сформировать
у клиента потребность, зацепить
за проблему**

Формирование проблематики



Какие офферы использовать на каждом из этапов?



Поиск новых клиентов

Ремаркетинг

Знакомим потенциального клиента с нашей компанией

Задача креатива = показать,
что его проблему можно закрыть
с помощью нашего продукта/услуги.
Можно делать акцент на
преимущества компании/продукта.

aitarget one

TikTok
Marketing Partners

FACEBOOK
MARKETING PARTNER

Instagram
Partner

PREMIER
Google
Partner

Знакомим потенциального клиента с нашей компанией

12:22



aitarget one × FACEBOOK
Business Partners

12:22



Aitarget (RU, UA - Русский, BY)

Кем опубликовано: Kate Guselnikova · 6 октября, 18:57

Получайте больше клиентов в Instagram. «Готовые аудитории» есть в Aitarget One!

Заполните профиль компании за 10 минут и получите доступ к 50 000 готовым настройкам таргетинга в Instagram и Facebook для разных задач.

Найдите новых клиентов, даже если рекламный бюджет ограничен, а продукт сложный и с узкой аудиторией.

aitarget one × FACEBOOK
Business Partners

50 000

готовых настроек
таргетинга в Instagram
и Facebook для 17 индустрий

Просто скачайте вашу
подборку настроек и сразу
запускайте рекламу!

AITARGET.ONE
Зарегистрироваться

Подробнее

Какие офферы использовать на каждом из этапов?

Поиск новых клиентов

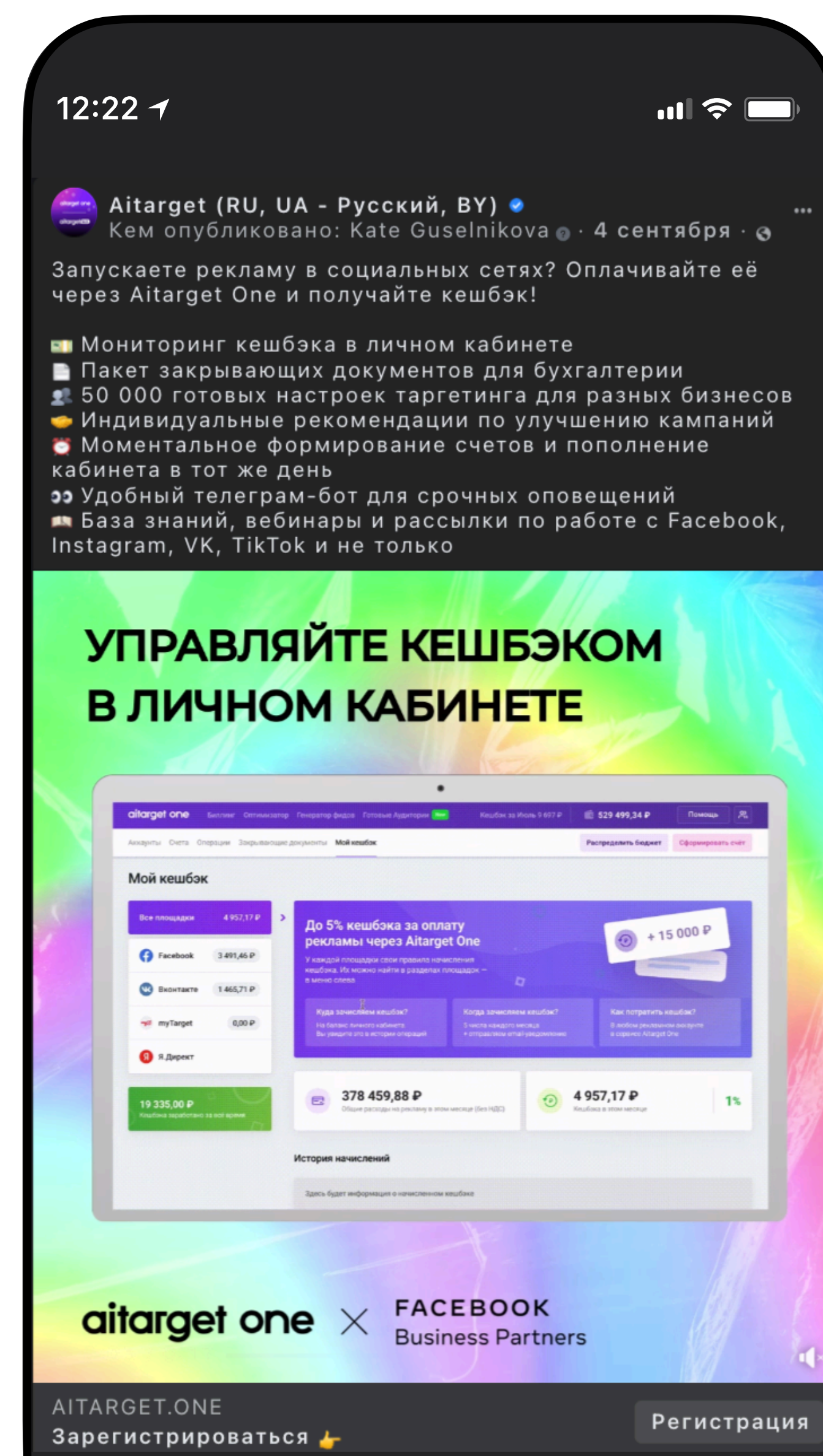
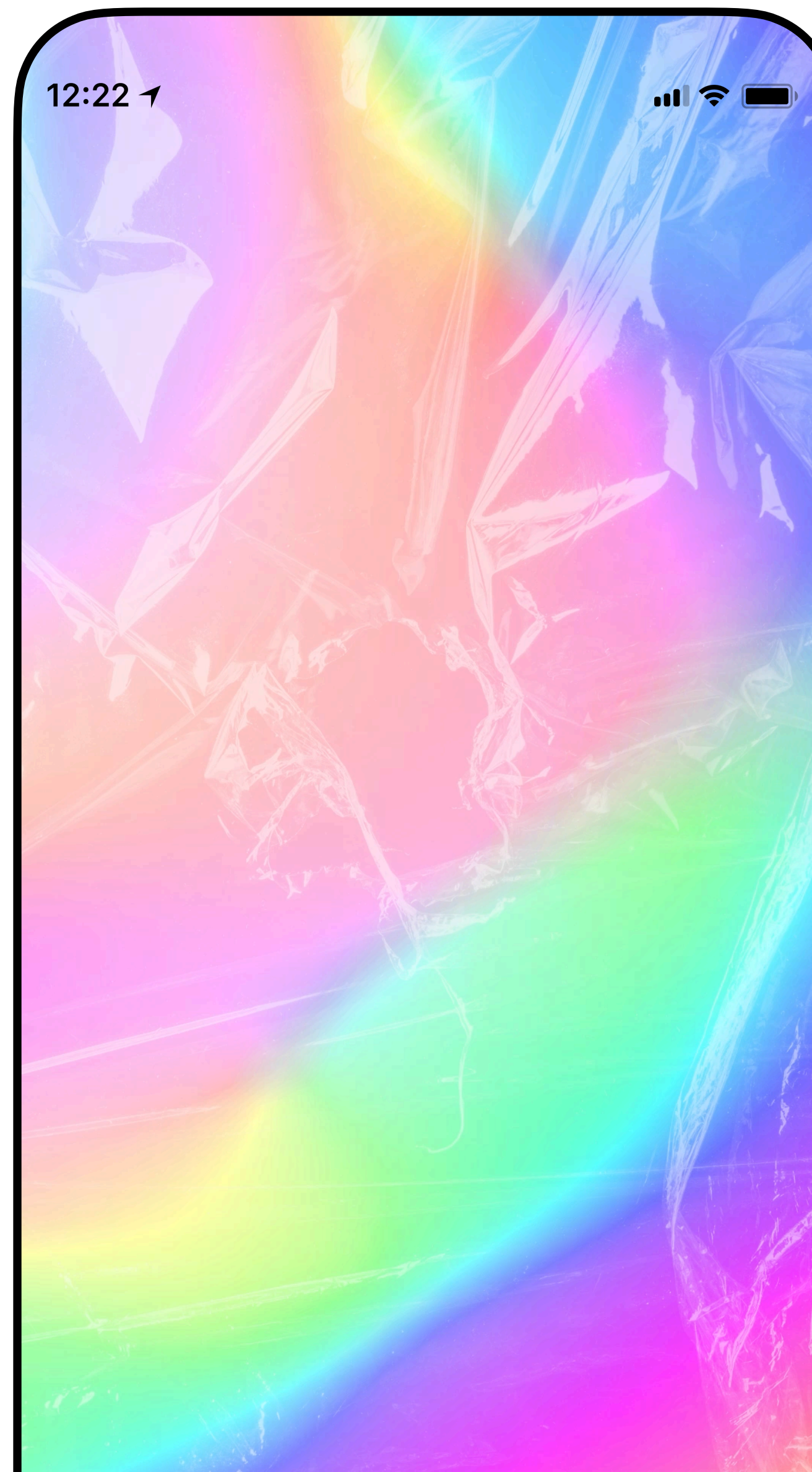
Ремаркетинг

Повышение узнаваемости и конверсии

**Задача креатива = «добить»
потенциального клиента, убедить,
что именно ваша компания/продукт
лучше всего закрывает проблему**

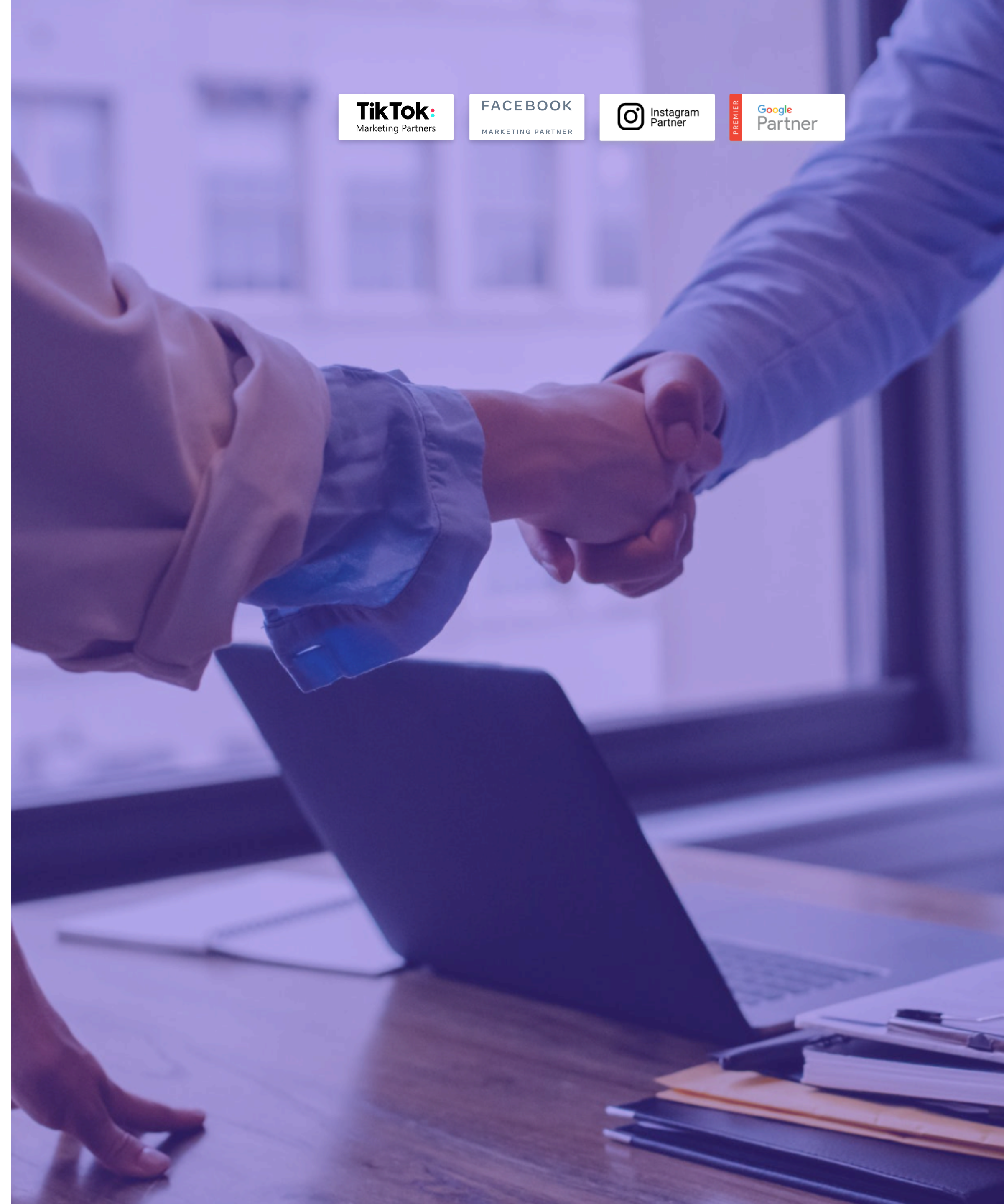
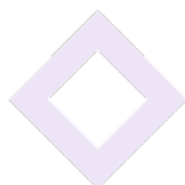
- + Рассказываем про выгодные условия.
- + Делаем акцент на уникальных конкурентных преимуществах.
- + Предлагаем специальные офферы/скидки/подарки.
- + Предлагаем демо-версии, тестовые периоды и пр.

Убеждаем
потенциального
клиента, что
именно ваша
компания/продукт
лучше всего
решит проблему



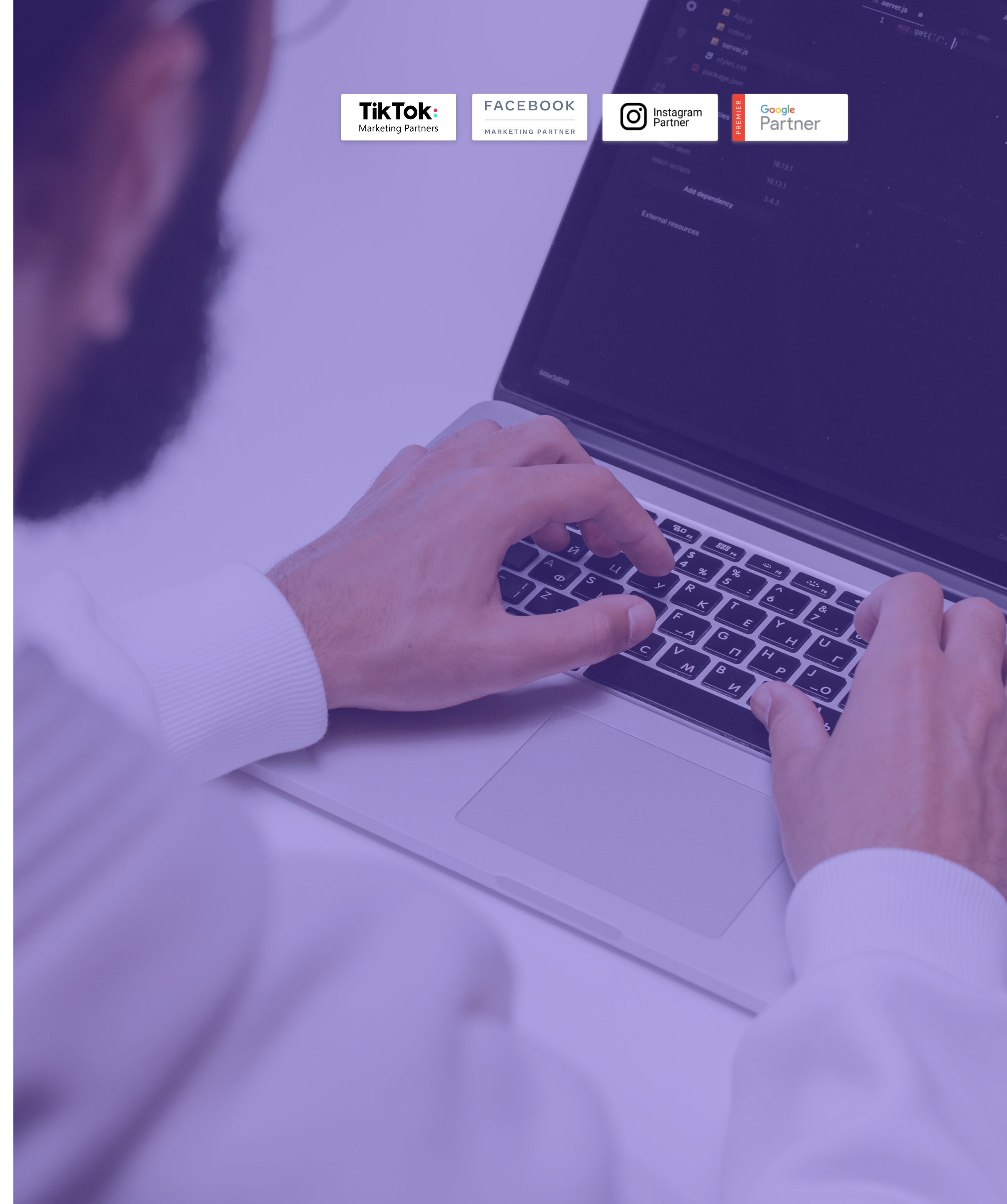
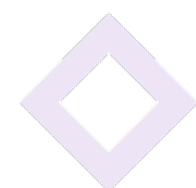
Креативы и контент

- + Нативный контент
- + Предпочтение к видеокреативам вместо фото
- + Естественность
- + Экологичность во всем
- + Развитие бренда через storytelling



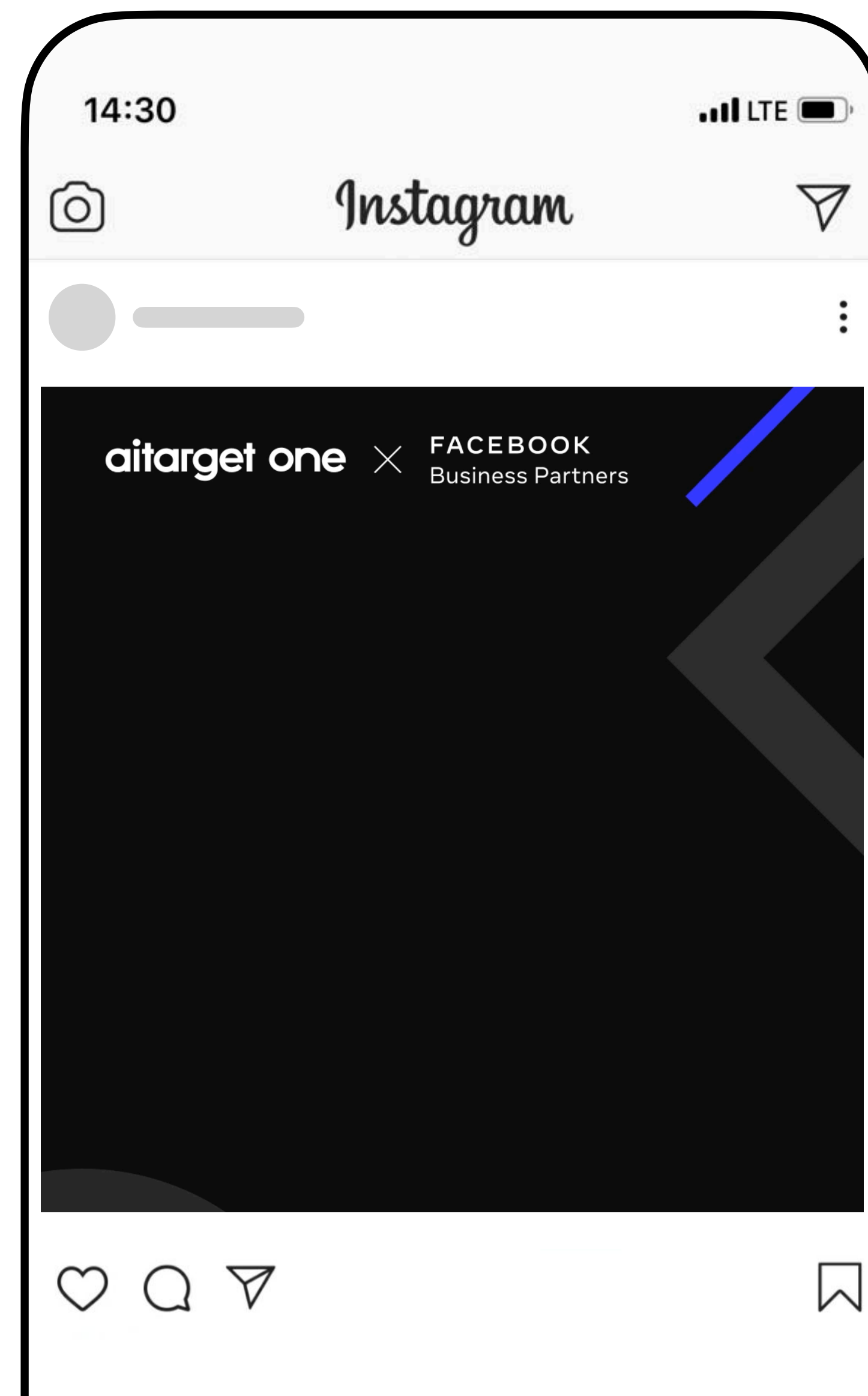
Нативный контент

- + Видеоотзывы клиентов/
инфлюенсеров/лидеров мнений
- + Живой рассказ клиента/
сотрудника про продукт
- + Истории успеха клиента/
сотрудника, которых удалось
добиться с помощью продукта



Использование видеоформатов

- + позволяют рассказать историю без огромного количества текста
- + «заходят» как профессиональные ролики, так и любительские
- + нужны субтитры, потому что чаще всего рекламу смотрят без звука
- + короткие видео не более 15 секунд



Предпочтение видеокреативам вместо изображения

+ Создать

Редактировать

A/B-тестирование

Предварительный просмотр

Правила

Посмотреть настрой

☐	Выкл/вкл	Название объявления	CTR (кликабельность)	CTR (все)	CPC (цена за клик по ссылке)	Завершенные регистрации
☐	☒	video_docs	3,95%	3,97%	21,83 р.	15 ^[2]
☐	☐	static_docs	1,43%	1,45%	44,28 р.	—

Естественность

- + «Заходят» видео из жизни компании, с производства и пр.
- + Плохо «заходят» слишком постановочные фото и видео



ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Фокус на здоровье, экологию

22%

Считаю важным экологичность
производства и материалов

Источник <https://www.pwc.ru/ru/retail-consumer/publications/assets/pwc-global-customer-insights-survey-2020-russia-ru.pdf>



Экологичность

**Если ваша компания/
сотрудники/продукт каким-то
образом влияют на экологию,
то стоит об этом рассказать!**

Например:

- + Экологичное производство
- + Раздельный сбор мусора
в офисе и пр.

Развитие бренда через **storytelling**

- + История создания компании
- + Идеи и трудности при создании компании/продукта
- + Истории развития сотрудников
- + Истории успеха, к которым привел продукт



Решайте интересные задачи. Рутину оплаты мы возьмем на себя

Все платформы в одном окне: Facebook, Instagram, Google, ВКонтакте, myTarget, TikTok, Яндекс

The screenshot shows the aitararget one dashboard. At the top, there's a navigation bar with the logo and links to Биллинг, Оптимизатор, Генератор фидов, Готовые Аудитории, and a New badge. On the right, it shows the cashback for August (0 RUB) and a balance of 9 RUB, along with a Help button and a user profile icon. Below the navigation bar, there's a secondary bar with links to Аккаунты, Счета, Операции, Закрывающие документы, and Мой кешбэк. On the right of this bar are buttons for Распределить бюджет and Сформировать счёт. The main content area is titled 'Актуальное для вас' and features a carousel of seven promotional cards: 'Встречайте сторис!', 'Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях', 'Готовые настройки таргетингов', 'Дарим 3 000 RUB на рекламу в Google', 'До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ', 'С друзьями и коллегами выгоднее', and 'Подключите бот-информатор в Telegram'. Below the carousel is the 'Аккаунты' section, which includes a 'Создать аккаунт' button and a row of account cards for Facebook (5), Google (6), ВКонтакте (1), myTarget, TikTok (2), Я.Директ, and Архив (5). A mouse cursor is hovering over the myTarget card. The myTarget card is expanded, showing details for account #443/O test1 with ID 6939888538947174402 and site.com. It includes a 'Действия с аккаунтом' button. To the right of the account details, there's a section for the account's status, showing a countdown to the end of funds and a balance of 671,2 RUB. There are buttons for 'Пополнить аккаунт' and 'Настроить'.

aitarget one Биллинг Оптимизатор Генератор фидов Готовые Аудитории New Кешбэк за Август 0 RUB 9 RUB Помощь

Аккаунты Счета Операции Закрывающие документы Мой кешбэк Распределить бюджет Сформировать счёт

Актуальное для вас

Встречайте сторис! Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях Готовые настройки таргетингов Дарим 3 000 RUB на рекламу в Google До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ С друзьями и коллегами выгоднее Подключите бот-информатор в Telegram

Аккаунты

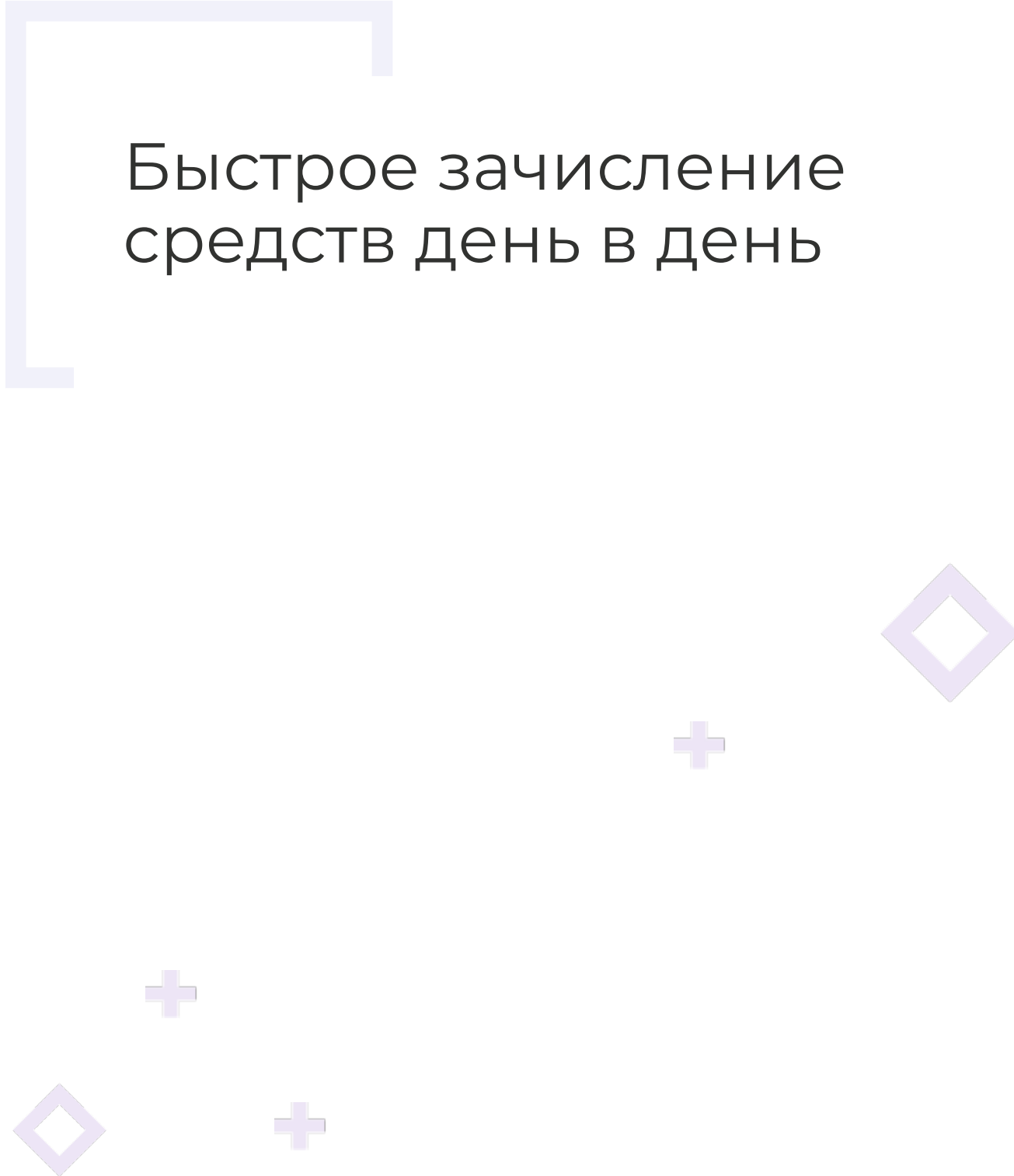
Создать аккаунт Facebook (5) Google (6) ВКонтакте (1) myTarget TikTok (2) Я.Директ Архив (5)

#443/O test1 ID 6939888538947174402 site.com Действия с аккаунтом

- дня ? до окончания средств в аккаунте 671,2 RUB Остаток на балансе Автопополнение

Установите пиксель на сайт Настроить

Решайте интересные задачи. Рутину оплаты мы возьмем на себя



Быстрое зачисление
средств день в день

aitarget one

Биллинг

Оптимизатор

Генератор фидов

Готовые Аудитории

New

Кешбэк за Август 0 ₽

9 ₽

Помощь

Аккаунты

Счета

Операции

Закрывающие документы

Мой кешбэк

Распределить бюджет

Сформировать счёт

Актуальное для вас

Встречайте сторис!

Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях

Готовые настройки таргетингов

Дарим 3 000 ₽ на рекламу в Google

До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ

С друзьями и коллегами выгоднее

Подключите бот-информатор в Telegram

Аккаунты

Создать аккаунт

Facebook (5)

Google (6)

Вконтакте (1)

myTarget

TikTok (2)

Я.Директ

Архив (5)

#443/O Client Alpha

ID act_1178330358957321

ya.ru

Действия с аккаунтом

Советы (5)

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

8 008,09 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Автопополнение

#443/O Client Gamma

ID act_592569474616660

ya.ru

Действия с аккаунтом

Советы (3)

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

208,09 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Автопополнение

#443/O Client Beta

ID act_858048007902830

ya.ru

Действия с аккаунтом

Закрыт

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

0,01 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

#443/O test (8)

ID act_788790408510693

yandex.ru

Действия с аккаунтом

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

0,01 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Решайте интересные задачи. Рутину оплаты мы возьмем на себя

Удобный перевод денег
между аккаунтами,
как с карты на карту

aitarget one

БиллингОптимизаторГенератор фидовГотовые АудиторииNew

Кешбэк за Август 0 ₽102,33 ₽Помощь

АккаунтыСчетаОперацииЗакрывающие документыМой кешбэк

Распределить бюджетСформировать счёт

Актуальное для вас

Встречайте сторис!

Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях

Готовые настройки таргетингов

Дарим 3 000 ₽ на рекламу в Google

До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ

С друзьями и коллегами выгоднее

Подключите бот-информатор в Telegram

Аккаунты

Создать аккаунт

Facebook (5)

Google (6)

Вконтакте (1)

myTarget

TikTok (2)

Я.Директ

Архив (5)

#443/O Client Alpha

ID act_1178330358957321 ya.ru

Действия с аккаунтом

Советы (5)

- дня ?

до окончания средств в аккаунте

8 008,09 ₽

Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Автопополнение

#443/O Client Gamma

ID act_592569474616660 ya.ru

Действия с аккаунтом

Советы (3)

- дня ?

до окончания средств в аккаунте

208,09 ₽

Остаток на балансе

Пополнить аккаунт

Автопополнение

#443/O Client Beta

Решайте интересные задачи. Рутину оплаты мы возьмем на себя

Единый комплект
закрывающих документов
по всем платформам

The screenshot displays the aitararget one dashboard. At the top, a purple navigation bar contains the logo and menu items: Биллинг, Оптимизатор, Генератор фидов, Готовые Аудитории (marked as 'New'), Кешбэк за Август 0 ₽, 112,33 ₽, and buttons for Помощь and a user profile. Below this, a secondary bar shows tabs for Аккаунты, Счета, Операции, Закрывающие документы, and Мой кешбэк, along with buttons for Распределить бюджет and Сформировать счёт. The main content area is titled 'Актуальное для вас' and features seven promotional cards: 'Встречайте сторис!', 'Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях', 'Готовые настройки таргетингов', 'Дарим 3 000 ₽ на рекламу в Google', 'До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ', 'С друзьями и коллегами выгоднее', and 'Подключите бот-информатор в Telegram'. Below these is the 'Аккаунты' section, which includes a 'Создать аккаунт' button and a row of platform account cards: Facebook (5), Google (6), Вконтакте (1), myTarget, TikTok (2), Я.Директ, and Архив (5). The first two account cards are expanded to show details for '#443/O Client Alpha' and '#443/O Client Gamma'. Each card displays the platform icon, account ID, a 'Действия с аккаунтом' button, a 'Советы' button with a count, a countdown timer for funds, the current balance, a 'Пополнить аккаунт' button, and an 'Автопополнение' toggle switch.

aitarget one Биллинг Оптимизатор Генератор фидов Готовые Аудитории **New** Кешбэк за Август 0 ₽ 112,33 ₽ Помощь

Аккаунты Счета Операции Закрывающие документы Мой кешбэк Распределить бюджет Сформировать счёт

Актуальное для вас

- Встречайте сторис!
- Оптимизатор найдёт ошибки в ваших кампаниях
- Готовые настройки таргетингов
- Дарим 3 000 ₽ на рекламу в Google
- До 10,5% кешбэка за Яндекс.Директ
- С друзьями и коллегами выгоднее
- Подключите бот-информатор в Telegram

Аккаунты

Создать аккаунт

- Facebook (5)
- Google (6)
- Вконтакте (1)
- myTarget
- TikTok (2)
- Я.Директ
- Архив (5)

#443/O Client Alpha
ID act_1178330358957321 ya.ru

Действия с аккаунтом Советы (5)

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

7 908,09 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт Автопополнение

#443/O Client Gamma
ID act_592569474616660 ya.ru

Действия с аккаунтом Советы (3)

- дня ?
до окончания средств в аккаунте

208,09 ₽
Остаток на балансе

Пополнить аккаунт Автопополнение

#443/O Client Beta

Работаешь в digital?

Тогда включайся в беседу
профессионалов!

Обсуждаем всякое,
делимся опытом
и заводим друзей в чате
«Что там по диджиталу?»

aitarget one

×

На связи!

Остались вопросы?

Пишите в Telegram-чат «Что там по диджиталу?»

Мы с коллегами ответим на все вопросы :)

Бесплатный доступ

Никакой комиссии за траты на Facebook и Instagram до 10 000 руб. в месяц.
Полный доступ ко всем инструментам.

6 месяцев

Только для новых клиентов и
только до конца октября 2021

Промокод

WEBINAR30