



# Привет!

## Александра Дудкина

Аккаунт-менеджер, Aitarget One



aitarget one

TikTok  
Marketing Partners

FACEBOOK  
MARKETING PARTNER

Instagram  
Partner

PREMIER  
Google  
Partner

# AITARGET ONE

Сервис для оптимизации и официальной оплаты рекламы.  
Подходит для бизнеса любого размера



## Платформы

- + Facebook
- + Instagram
- + Google
- + myTarget
- + Вконтакте

+ TikTok **NEW!**



## Инструменты

- + Оптимизатор
- + Генератор фидов
- + Готовые аудитории



## Документы

- + Безналичная оплата
- + Закрывающие документы



## Обучение

- + Конференции
- + Вебинары
- + Кейсы
- + Инструкции

# Вебинары

Все вебинары  
на нашем  
[YouTube](#) канале.

Подписывайтесь  
и узнавайте  
о **НОВЫХ** выпусках  
первыми

The screenshot shows the YouTube channel page for 'aitarget one'. The channel name is 'aitarget one' and the search bar contains 'aitarget one'. The left sidebar shows navigation options: Главная, Навигатор, Подписки, Библиотека, История, Ваши видео, Смотреть позже, Вебинары Aitarget O..., and Развернуть. Below the sidebar is the 'ПОДПИСКИ' section with icons for Музыка, Спорт, Видеоигры, and Фильмы.

The main content area displays a video player for a webinar titled 'Бан аккаунта в Facebook: что делать (и не делать), чтобы его избежать'. Below the player, the text reads 'Вебинары Aitarget One', '18 видео · 962 просмотра · Обновлено сегодня', and 'Для всех'. There are also icons for sharing and a description: 'Открытые вебинары Aitarget One: делимся советами, инструкциями, рекомендациями и лучшими практиками по ведению кампаний в соцсетях!'.

The right sidebar shows a list of videos:

- Реклама в Instagram и Facebook: как оптимизировать новых клиентов (1:29:56)
- Реклама в Instagram и Facebook: главные инструменты (1:27:41)
- Aitarget One и Voxberry реклама в соцсетях и логист времени (1:10:05)
- Как вырастить бизнес с помощью рекламы в Instagram и Facebook (51:11)
- Google Ads для интернет-магазинов: лучший формат лайфхаки (1:17:18)
- Реклама в Instagram и Facebook новые правила 2020 вирусы (43:59)



Реклама

# Реклама в Facebook: пошаговая инструкция по настройке и запуску

Инструкция для начинающих

aitarget one

TikTok  
Marketing Partners

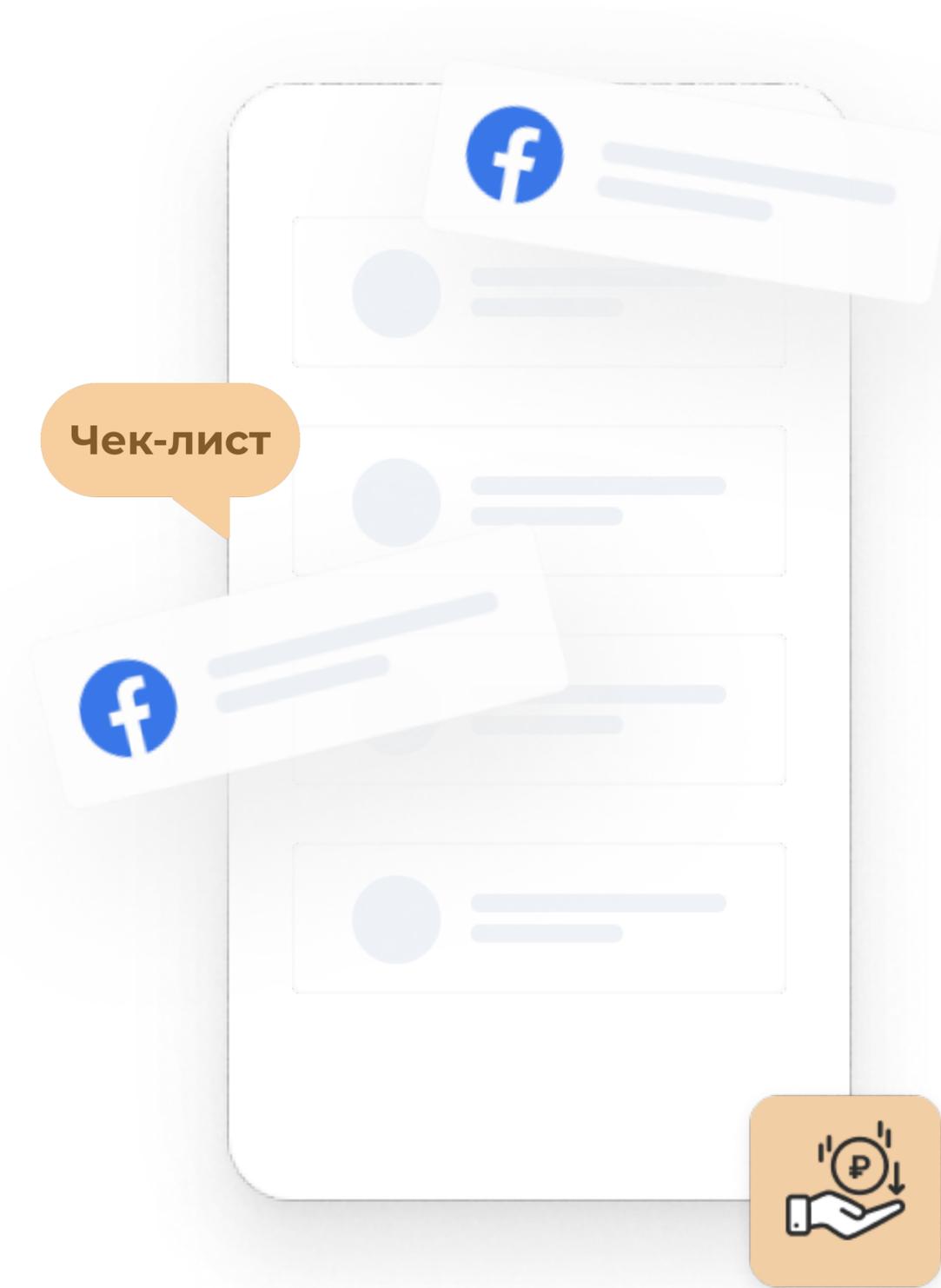
FACEBOOK  
MARKETING PARTNER

Instagram  
Partner

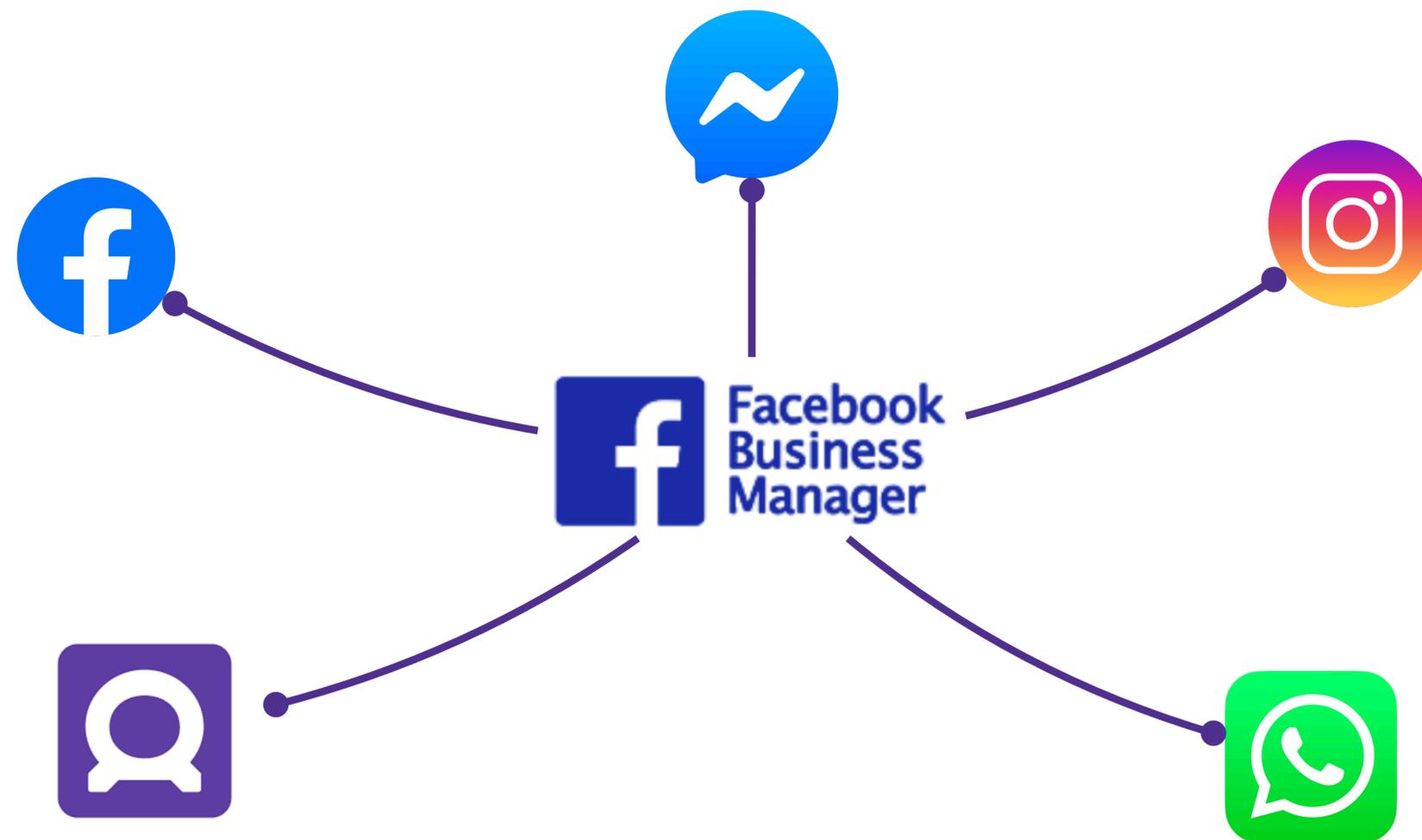
PREMIER  
Google  
Partner

# О чем будем говорить:

- + Что такое Business Manager и как он устроен
- + Как настроить рекламную кампанию: разберем по шагам
- + Какая цель рекламной кампании подходит для вашего бизнеса
- + Как избежать конкуренции своих объявлений
- + Что такое «этап обучения» и когда ждать первых результатов кампании
- + Как оптимизировать рекламу: работаем на результат, а не на клики



# Экосистема Facebook:

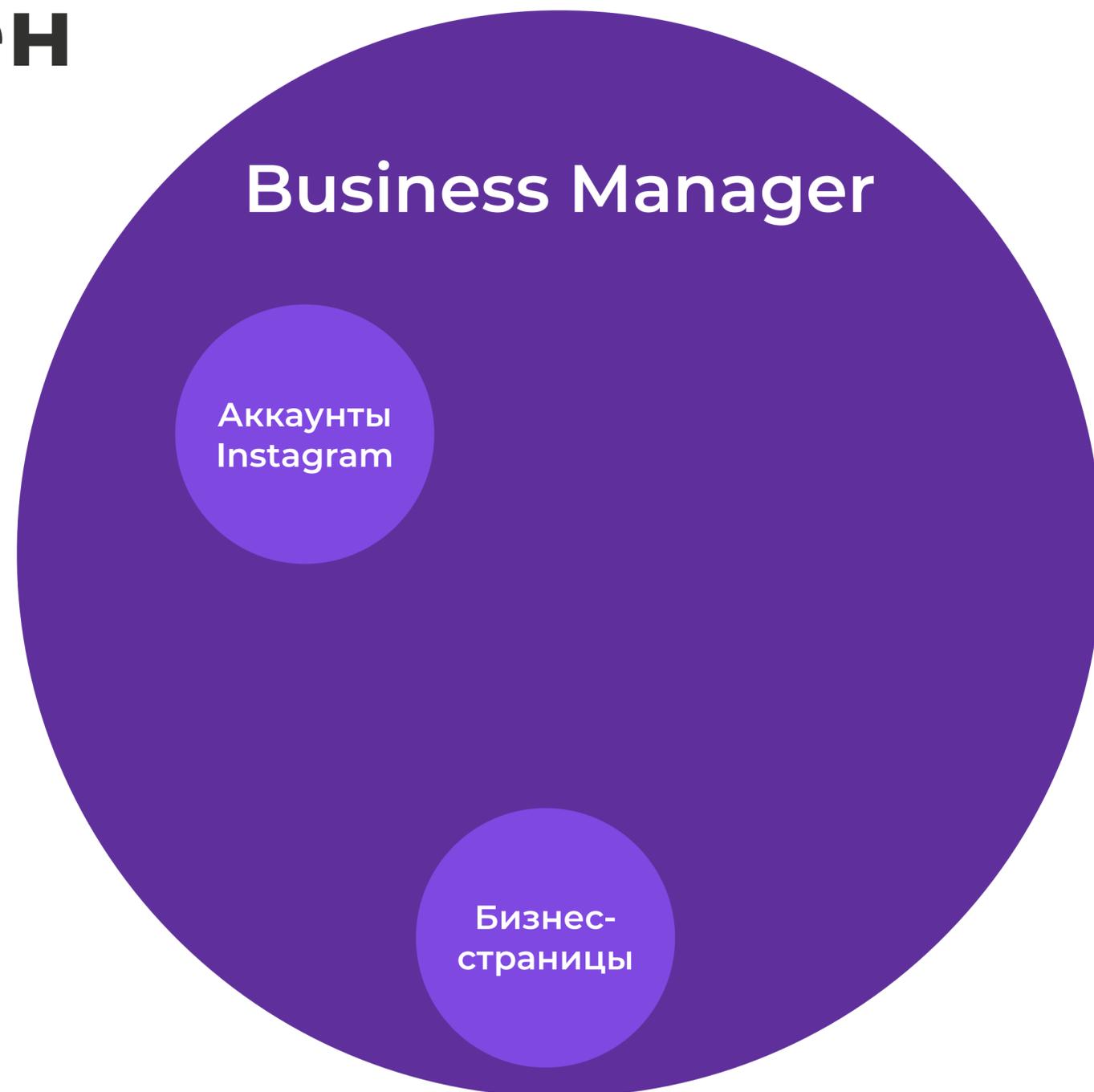


# Как устроен Business Manager Facebook

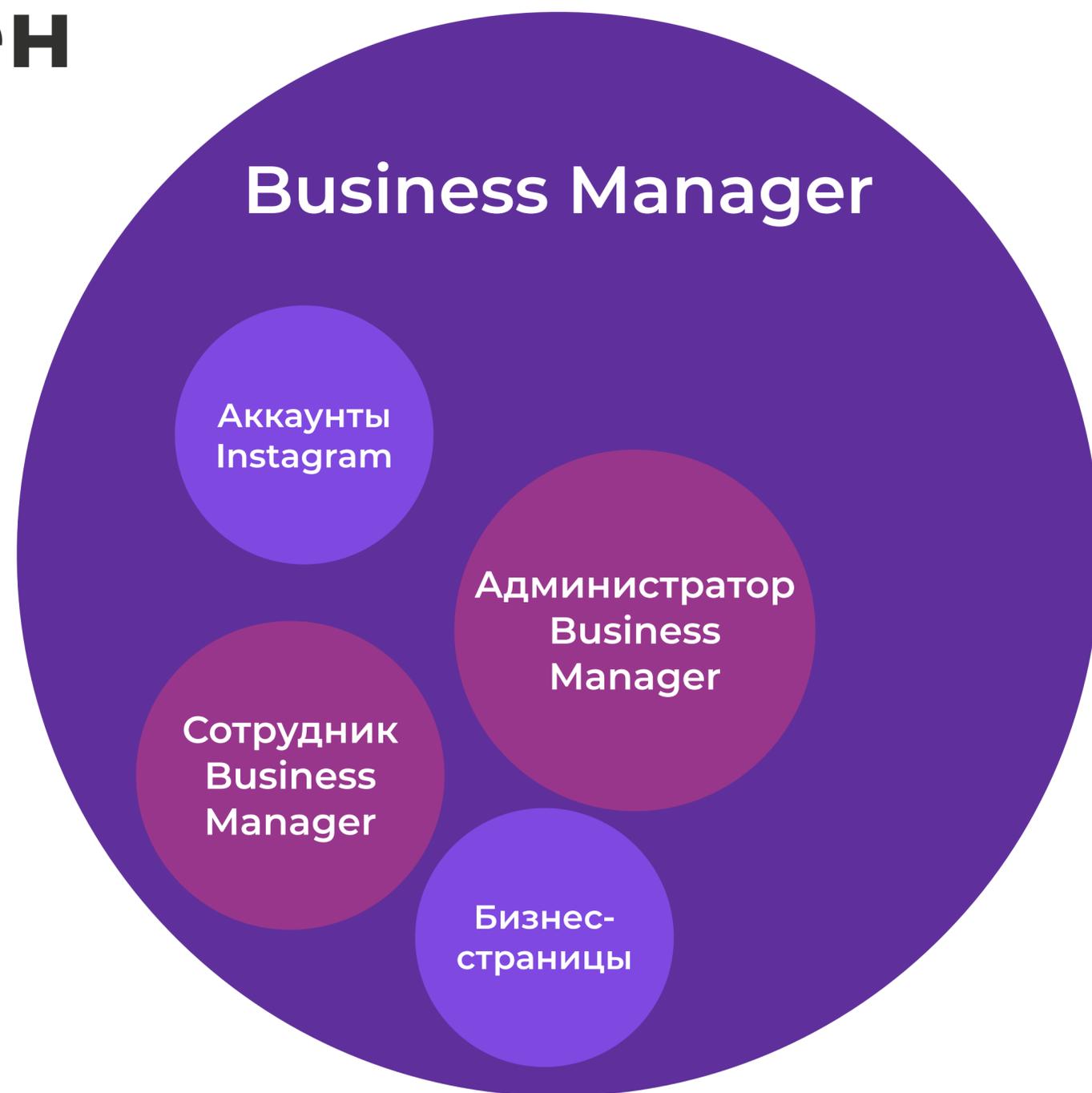
Business Manager



# Как устроен Business Manager Facebook



# Как устроен Business Manager Facebook



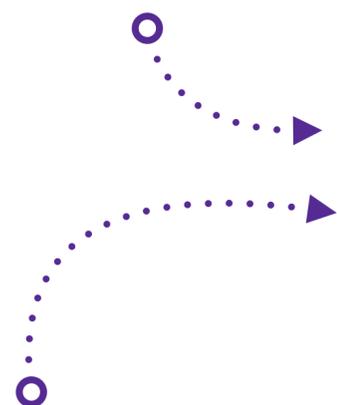
# Как устроен Business Manager Facebook



+ Ads Manager – инструмент по управлению рекламными кампаниями в рекламном аккаунте

# Интерфейс Business Manager

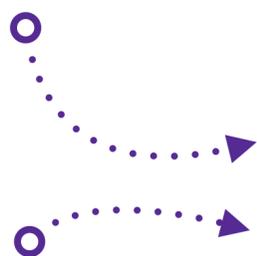
Добавляйте сотрудников в Business Manager и настраивайте доступы



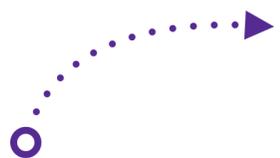
Подключайте другие Business Manager к вашим рекламным аккаунтам, пикселям и пр.

# Интерфейс Business Manager

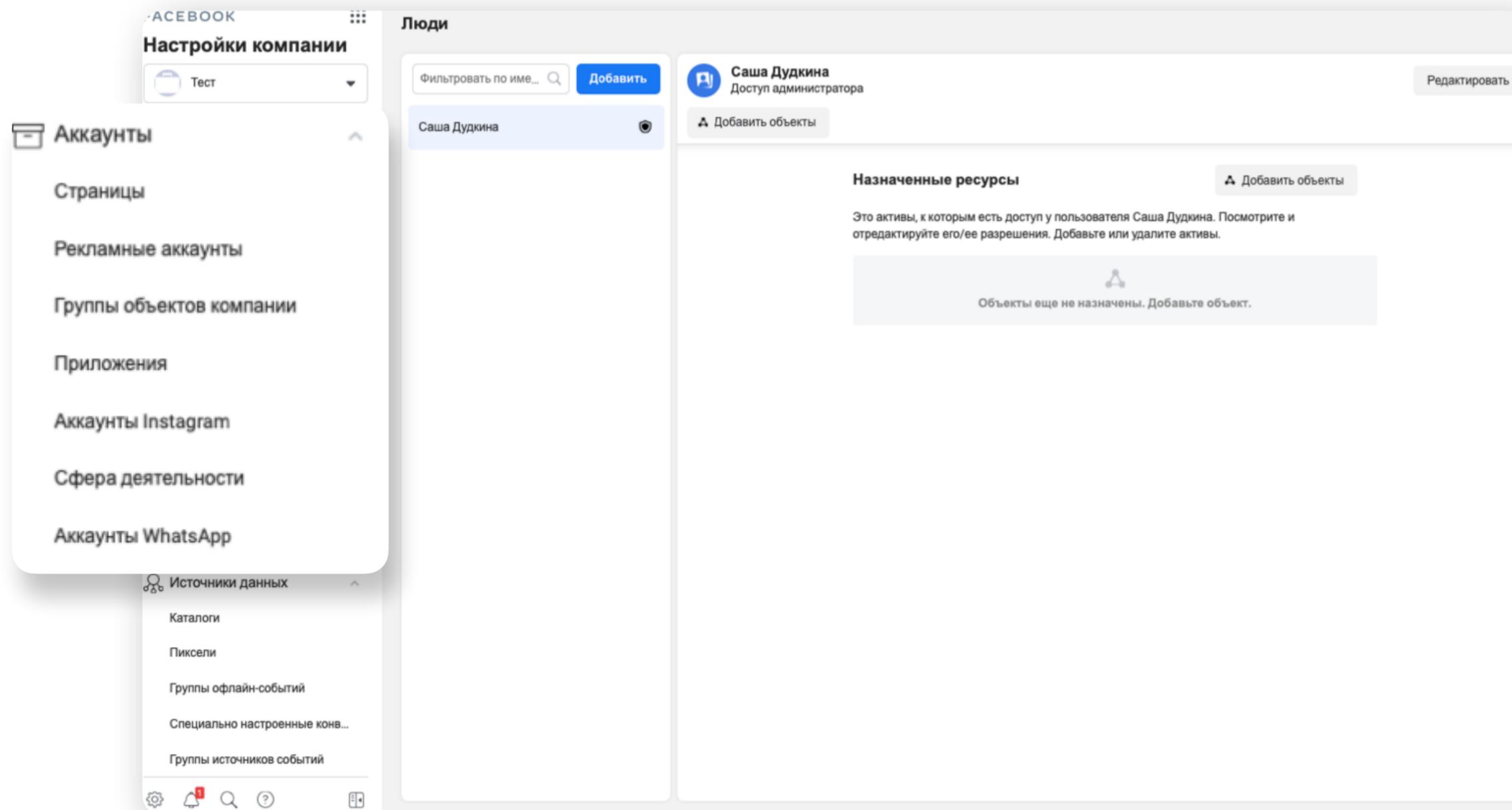
Добавляйте Бизнес-страницы Facebook



Рекламные аккаунты и переход в Ads Manager

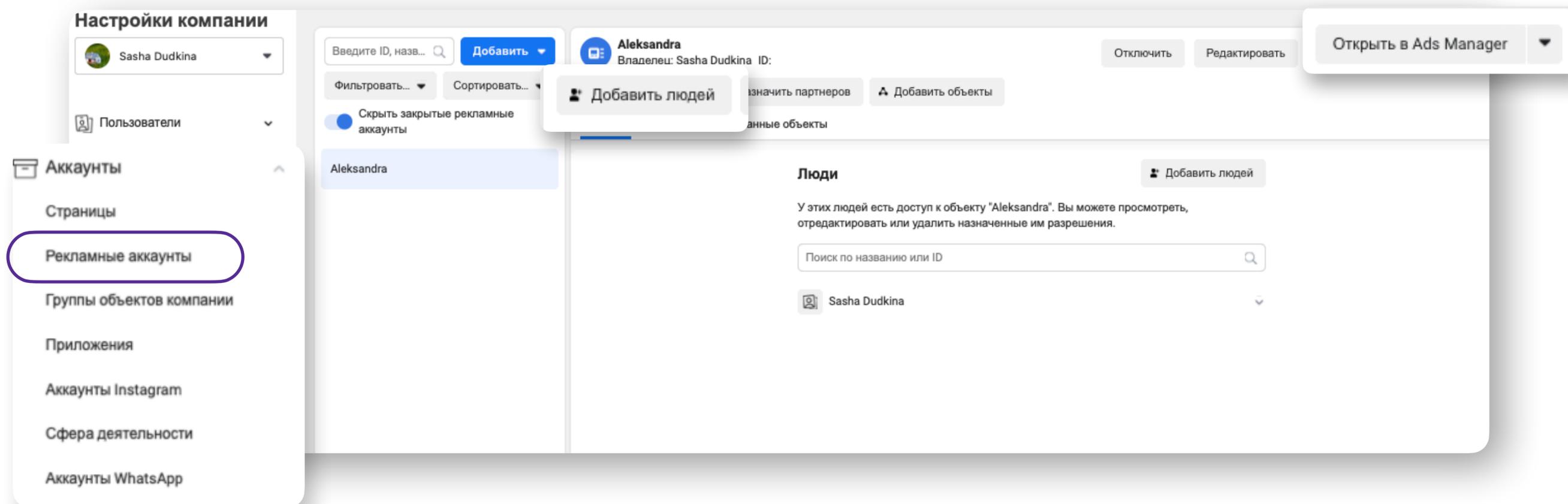


Не забудьте добавить профиль Instagram в Business Manager



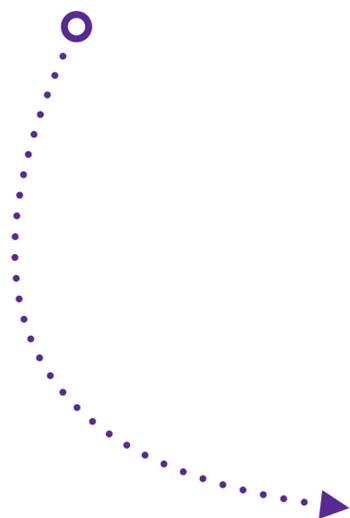
Перед началом работы в Ads Manager не забудьте добавить себя и сотрудников в рекламных аккаунт

Переход в Ads Manager



# Интерфейс Business Manager

Пиксель Facebook  
и инструменты  
по работе с ним



FACEBOOK

Настройки компании

Тест

Пользователи

Люди

Партнеры

Системные пользователи

Аккаунты

Страницы

Рекламные аккаунты

Группы объектов компании

Приложения

Аккаунты Instagram

Источники данных

Каталоги

Пиксели

Группы офлайн-событий

Специально настроенные конв...

Группы источников событий

Люди

Фильтровать по име...

Саша Дудкина

Саша Дудкина  
Доступ администратора

Добавить объекты

Назначенные ресурсы

Это активы, к которым есть доступ у пользователя Саша Дудкина. Посмотрите и отредактируйте его/ее разрешения. Добавьте или удалите активы.

Объекты еще не назначены. Добавьте объект.

# Пиксель Facebook

Когда кто-то заходит на ваш сайт и выполняет на нем определенное действие (например, совершает покупку), пиксель Facebook срабатывает и регистрирует это событие. Так вы узнаете, что клиент совершил действие после того, как увидел вашу рекламу на Facebook. Вы также сможете снова показать рекламу этому клиенту, включив его в пользовательскую аудиторию.



# Интерфейс Ads Manager

Меню



Кампании Тест (406445670663680) 1 объявление с ошибками Обновлено только что Сбросить черновики Проверка и публикация (3) Поиск и фильтр

Кампании Группы объявлений 1 выбрано Объявления 1 выбрано

+ Создать Дублировать Редактировать A/B-тестирование Правила Посмотреть настройки Отчеты

	Название кампании	Статус показа ↑	Стратегия ставок	Бюджет	Значение атрибуции	Результаты	Охват
<input type="checkbox"/>	Новая кампания	В черновике	Используется стратегия ст...	Используется ...	-	-	-
> Результаты 1 кампании							Пользоват

Список  
рекламных  
кампаний

Переключение между рекламными кабинетами

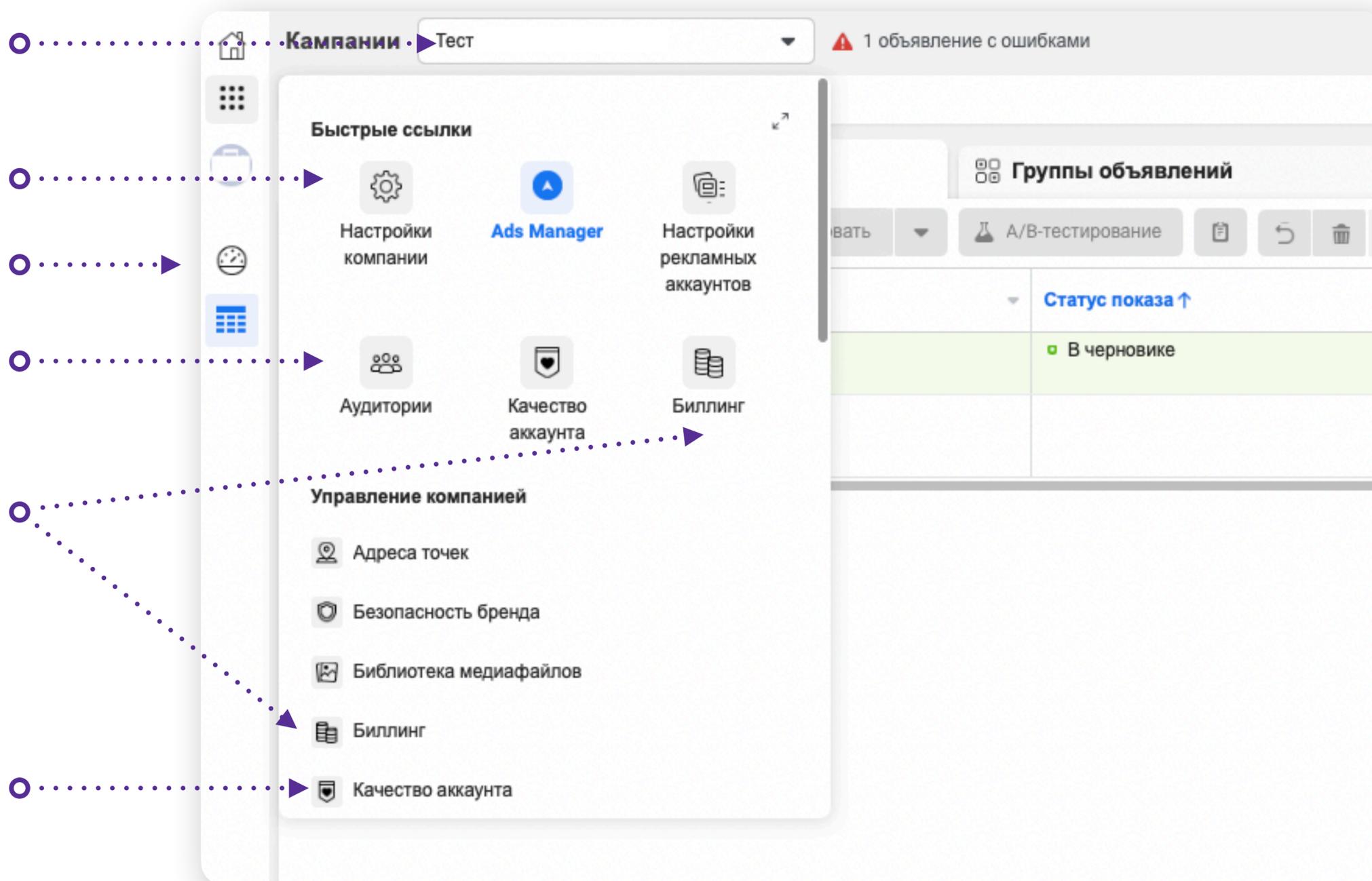
Переход в Business Manager

Обзор рекламного аккаунта

Создание и управление аудиториями

Управление платежами, лимитом затрат, способом оплаты

Информация о бизнес-менеджерах, страницах и блокировках



# Структура рекламной кампании

# Трехуровневая структура кабинета

Кампания

Адсеты  
(Группы объявлений)

Объявления

Кампании		Группы объявлений			Объявления		
Название кампании	Статус показа ↑	Стратегия ставок	Бюджет	Значение атрибуции	Результаты	Охват	
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Новая кампания	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> В черновике	Используется стратегия ст...	Используется ...	—	—		
<a href="#">&gt; Результаты 1 кампании ⓘ</a>						Пользоват	

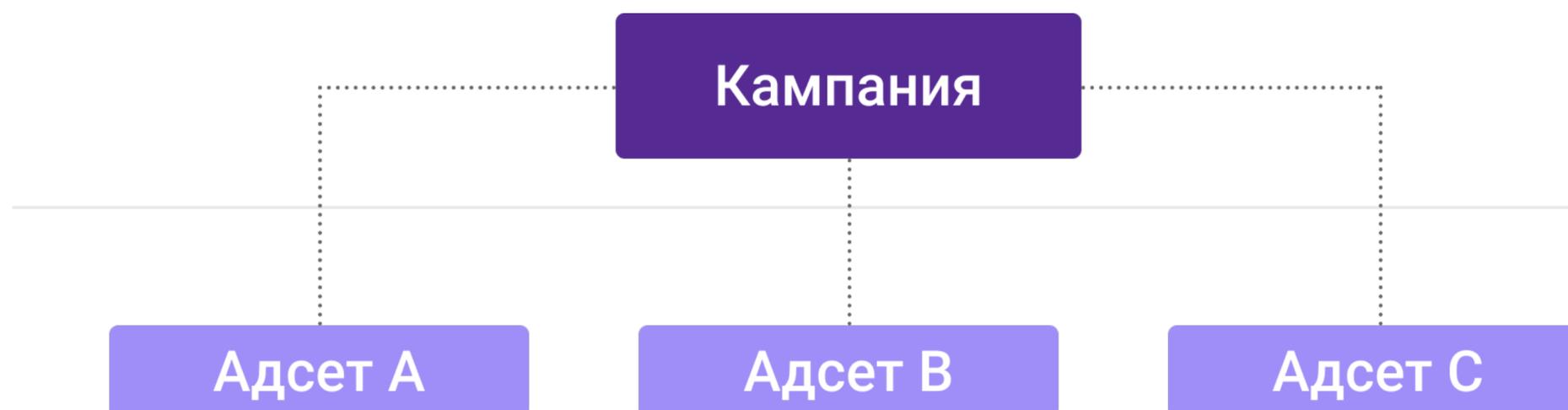
# Разделы в рекламном аккаунте Facebook

Кампания

## Кампания

Задаёт цель и группирует адсеты и объявления

# Разделы в рекламном аккаунте Facebook



## Кампания

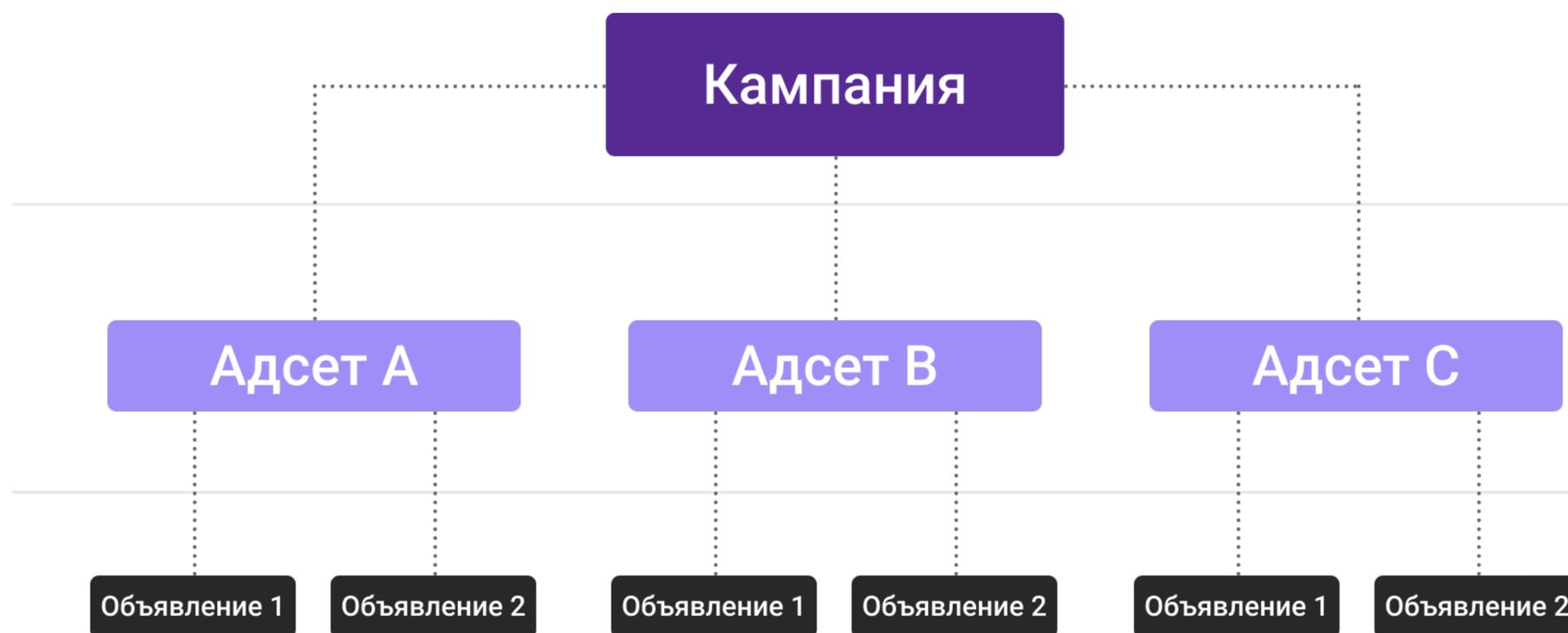
Задаёт цель и группирует адсеты и объявления

## Адсеты

### (Группы объявлений)

Оптимизация, аудитория и выбор плейсментов

# Разделы в рекламном аккаунте Facebook



## Кампания

Задаёт цель и группирует адсеты и объявления

## Адсеты

### (Группы объявлений)

Оптимизация, аудитория и выбор плейсментов

## Объявления

Настройки креатива и отслеживания

# Как настроить рекламную кампанию: разбираем по шагам

Первый этап создания рекламы – выбор цели

Создать новую кампанию | Использовать существующую кампанию

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

Отмена | Продолжить

Название кампании	Статус показа ↑	Стратегия ставок	Бюджет	Значение атрибуции	Результаты	Охват
Новая кампания	В черновике	Используется стратегия ст...	Используется ...	—	—	

# Основные категории Рекламные цели

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

# Основные категории Рекламные цели

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

## Рассказать о себе

Для чего?

Привлечь внимание к своим товарам или услугам, показать людям преимущества вашей компании

# Основные категории Рекламные цели

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

# Основные категории Рекламные цели

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

# Бюджет

- 01.** Если оптимизация бюджета кампании **включена** (рекомендуется):

алгоритмы Facebook самостоятельно распределять средства между группами объявлений

## Оптимизация бюджета кампании

Вкл. 

При оптимизации бюджета кампании средства будут распределены между всеми группами объявлений, чтобы вы могли получить лучшие результаты с учетом ваших решений относительно оптимизации показа и стратегии ставок. Вы можете контролировать расходы для каждой группы объявлений. [Подробнее](#)

### Бюджет кампании ⓘ

Дневной бюджет ▼

Укажите сумму RUB

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

### Стратегия ставок кампании

Минимальная цена ▼

# Бюджет

- 02.** Если оптимизация бюджета кампании **выключена:**

рекламодатель самостоятельно задает бюджет на каждую из групп объявлений

## Оптимизация бюджета кампании

Вкл. 

При оптимизации бюджета кампании средства будут распределены между всеми группами объявлений, чтобы вы могли получить лучшие результаты с учетом ваших решений относительно оптимизации показа и стратегии ставок. Вы можете контролировать расходы для каждой группы объявлений. [Подробнее](#)

### Бюджет кампании ⓘ

Дневной бюджет ▼

Укажите сумму RUB

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

### Стратегия ставок кампании

Минимальная цена ▼

# Стратегия ставок

## 01. Минимальная цена (рекомендуется):

алгоритмы Facebook самостоятельно откроют рекламу с результатом по минимальной цене

### Оптимизация бюджета кампании Вкл.

При оптимизации бюджета кампании средства будут распределены между всеми группами объявлений, чтобы вы могли получить лучшие результаты с учетом ваших решений относительно оптимизации показа и стратегии ставок. Вы можете контролировать расходы для каждой группы объявлений. [Подробнее](#)

#### Бюджет кампании ⓘ

Дневной бюджет ▼

Укажите сумму RUB

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

### Стратегия ставок кампании

Минимальная цена ▼

# Стратегия ставок

## 01. Предельная цена:

рекламодатель указывает максимальную цену, которую он готов заплатить за результат

## 02. Предельная ставка:

это конкретная цифра, которую мы выставляем на аукционе. Мы задаем верхний порог ставки на аукционе, но при этом можем итогово купить дешевле.

### Оптимизация бюджета кампании Вкл.

При оптимизации бюджета кампании средства будут распределены между всеми группами объявлений, чтобы вы могли получить лучшие результаты с учетом ваших решений относительно оптимизации показа и стратегии ставок. Вы можете контролировать расходы для каждой группы объявлений. [Подробнее](#)

### Бюджет кампании ⓘ

Дневной бюджет ▼

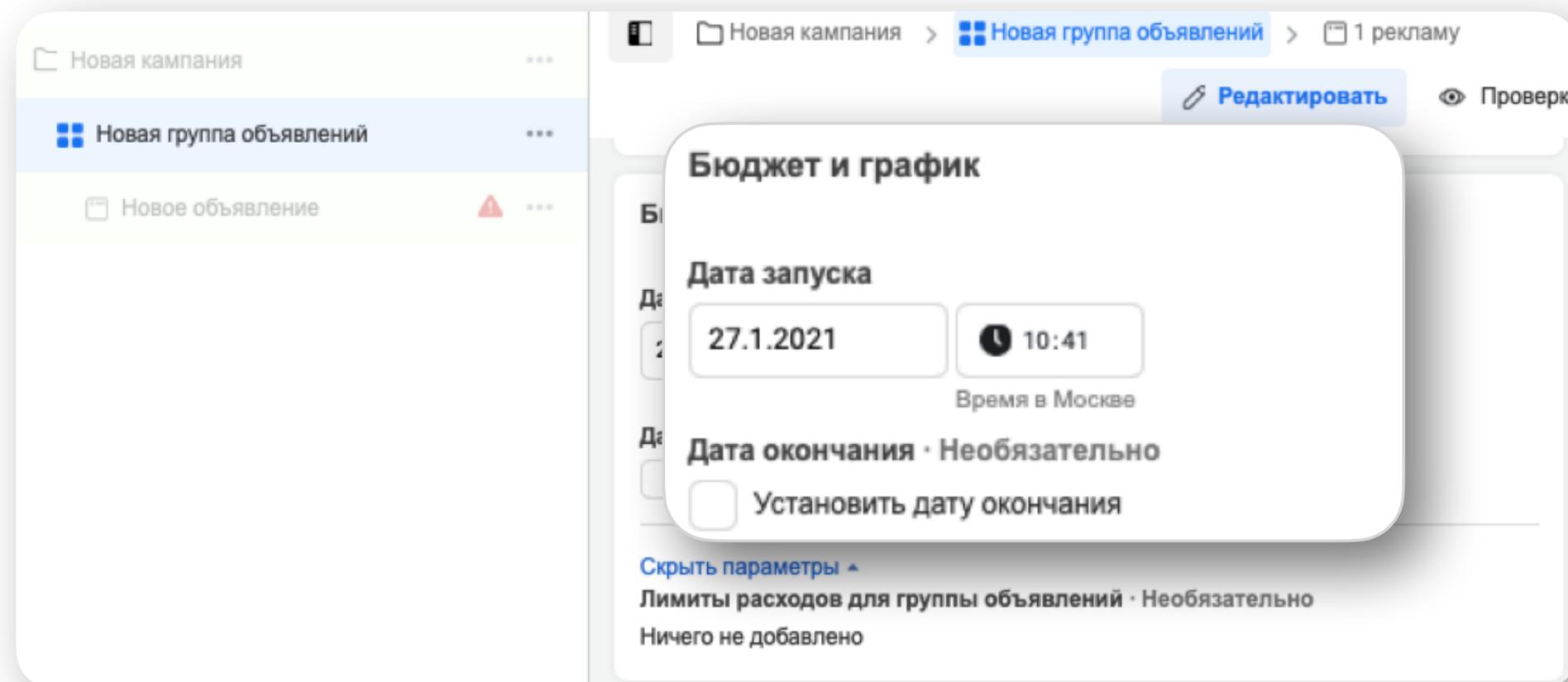
Укажите сумму RUB

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

### Стратегия ставок кампании

Минимальная цена ▼

# Уровень группы объявлений (адсет)



Выберите дату начала и дату окончания показа рекламы (необязательно)

# Создание аудитории

Новая кампания > Новая группа объявлений > 1 рекламу > В черновике

Редактировать Проверка

### Аудитория

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

Создайте новую аудиторию Используйте сохраненную аудиторию ▾

**Пользовательская аудитория** Создать ▾

Поиск существующих аудиторий

Исключить

**Местоположение**  
Место:  
• Беларусь

**Возраст**  
18 - 65+

**Пол**  
Лица любого пола

**Детальный таргетинг**  
Все демографические данные, интересы и модели поведения

**Языки**  
Все языки

[Показать дополнительные параметры ▾](#)

Сохранить эту аудиторию

### Определение аудитории

Выбрана достаточно широкая аудитория.

Узкая Широкая

Потенциальный охват: 710 000 человек ⓘ

### Приблизительные результаты за день

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

Желательно, чтобы стрелка указывала на зеленое значение индикатора. Это значит, что размер аудитории подобран оптимально.

## Пользовательская аудитория:

- + список клиентов
- + люди, взаимодействующие с профилем Instagram
- + люди, совершившие определенное действие в приложении и пр.

**Места размещения** [Подробнее](#)

**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.

**Устройства**  
Мобильные устройства

**Платформы**  
 Facebook     Instagram  
 Audience Network     Messenger

**Места размещения**

<b>Ленты</b> <input checked="" type="checkbox"/>	Сделайте вашу компанию заметной с помощью рекламы в Ленте
<input checked="" type="checkbox"/>	Лента новостей Facebook
<input type="checkbox"/>	Лента Instagram
<input type="checkbox"/>	Facebook Marketplace
<input type="checkbox"/>	Видеоленты Facebook
<input type="checkbox"/>	Правый столбец Facebook
<input type="checkbox"/>	Интересное в Instagram
<input type="checkbox"/>	Входящие Messenger
<b>Истории</b> <input type="checkbox"/>	Расскажите красноречивую, наглядную историю с помощью

**Лента Instagram**  
Данный плейсмент недоступен с целью «Ответы на приглашения».

# Выбор мест размещения

## Ручной выбор мест размещения:

- + Facebook
- + Instagram
- + Messenger
- + Audience Network  
(другие приложения)

**Места размещения** [Подробнее](#)

**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.

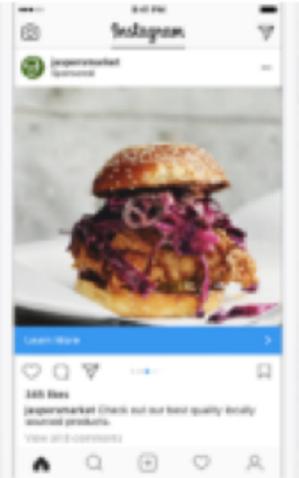
**Выбор мест размещения вручную**  
Вы можете сами выбирать места размещения вашей рекламы. Чем больше мест размещения вы выберете, тем больше возможностей у вас будет охватить целевую аудиторию и достичь своих бизнес-целей.

**Устройства**  
Мобильные устройства

**Платформы**  
 Facebook  Instagram  
 Audience Network  Messenger

**Места размещения**

<b>Ленты</b> <input checked="" type="checkbox"/>	Сделайте вашу компанию заметной с помощью рекламы в Ленте
<input checked="" type="checkbox"/>	Лента новостей Facebook
<input type="checkbox"/>	Лента Instagram
<input type="checkbox"/>	Facebook Marketplace
<input type="checkbox"/>	Видеоленты Facebook
<input type="checkbox"/>	Правый столбец Facebook
<input type="checkbox"/>	Интересное в Instagram
<input type="checkbox"/>	Входящие Messenger
<b>Истории</b> <input type="checkbox"/>	Расскажите красноречивую, наглядную историю с помощью



**Лента Instagram**  
Данный плейсмент недоступен с целью «Ответы на приглашения».

# Выбор мест размещения

## Автоплейсмент (рекомендуется)

Алгоритмы Facebook самостоятельно распределяют бюджет по наиболее эффективным местам размещения для вашего бизнеса

# Как избежать конкуренции своих объявлений

# Вкладка “Аудитории” в Ads Manager

Проверьте аудитории  
на пересечение

Аудитория

Создать аудиторию Редактировать Поделиться Удалить

Поиск по названию или ID а...

All Audiences

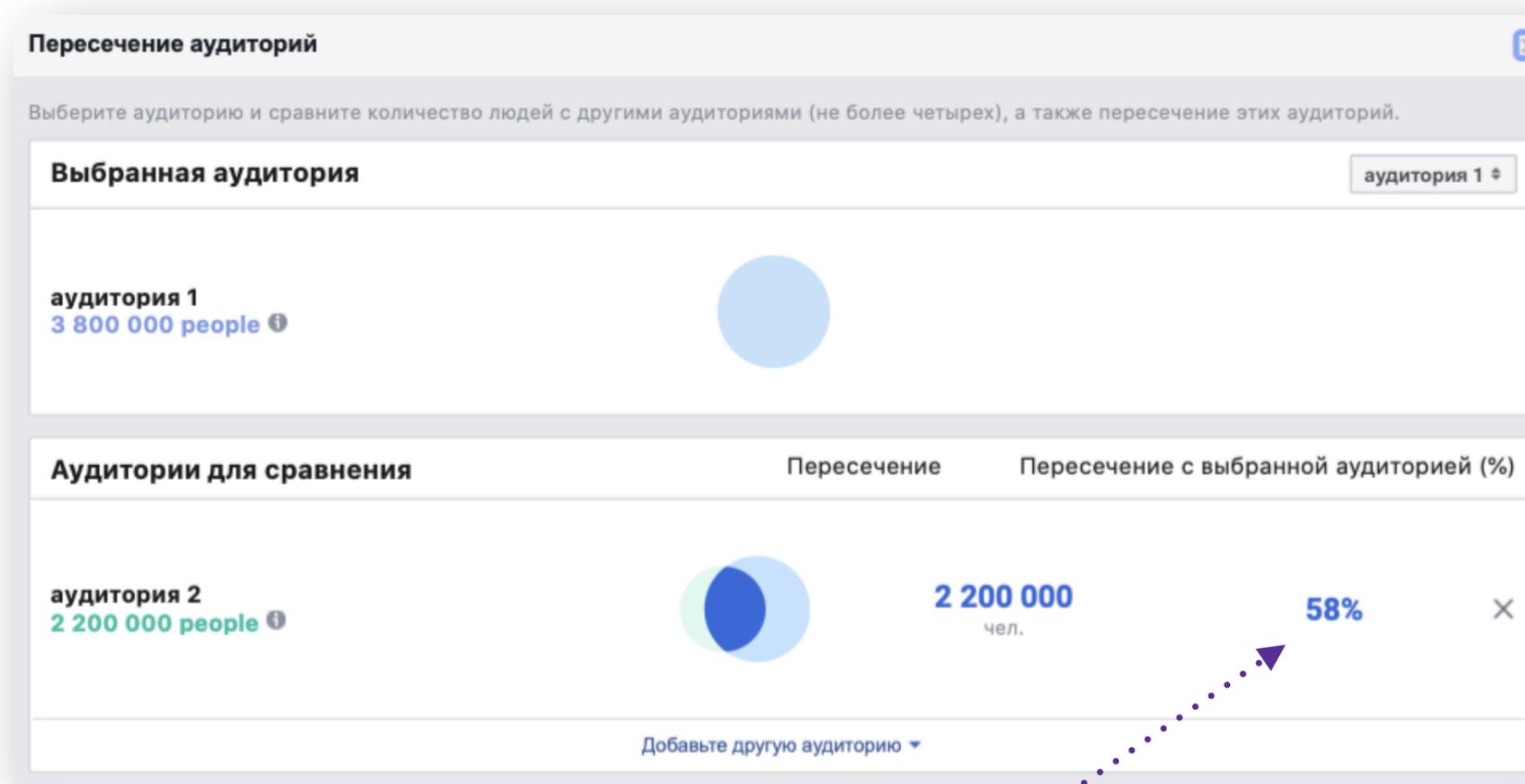
Filter Status Type 1 X

Название	Размер
<input checked="" type="checkbox"/> аудитория 2	2 200 000
<input checked="" type="checkbox"/> аудитория 1	3 800 000
<input type="checkbox"/>	

Создать аналог  
Посмотреть элемент  
Показать пересечение аудиторий  
Создать объявление  
Сохраненная аудитория

# Вкладка “Аудитории” в Ads Manager

Пересечение аудиторий не должно превышать 20%. Иначе группы объявлений будут конкурировать между собой, что повысит цену за результат рекламы.



# Вкладка “Аудитории” в Ads Manager

Что делать, чтобы снизить пресечение аудиторий?

- 01.** Объединять аудитории в одной группе объявлений
- 02.** Исключать меньшие аудитории из больших

# Готовые аудитории

 <p>Найти аудиторию для сложных продуктов и услуг</p>	 <p>Подобрать таргетинги, если бюджет на рекламу ограничен</p>
 <p>Запустить рекламу на новый сегмент аудитории</p>	 <p>Старые аудитории выгорели – нужны свежие идеи</p>

## 17 индустрий на выбор

 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	 Moda и стиль
 Авто		 Домашние животные

# Как оптимизировать рекламу: работаем на результат, а не на клики

**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.

**Когда вы платите**

Показ

**Тип доставки**

Обычный

**Оптимизация**

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



# Рекламные цели и оптимизация

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

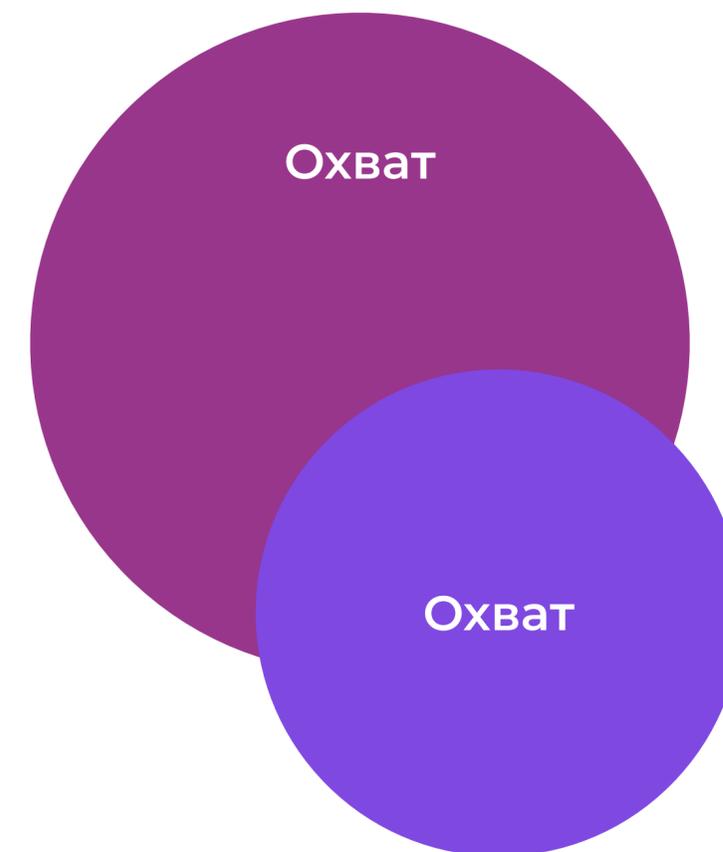
- Узнаваемость бренда
- Охват

Рассмотрение

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

Конверсия

- Конверсия в покупки
- Конверсия в заявки
- Конверсия в подписки
- Конверсия в точки продаж



# Рекламные цели и оптимизация

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

- Узнаваемость бренда
- Охват

Рассмотрение

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

Конверсия

- Конверсия в покупку
- Конверсия в регистрацию
- Конверсия в точку зрения



# Рекламные цели и оптимизация

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость

- Узнаваемость бренда
- Охват

Рассмотрение

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

Конв



точек

+

+

+



# Рекламные цели и оптимизация

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

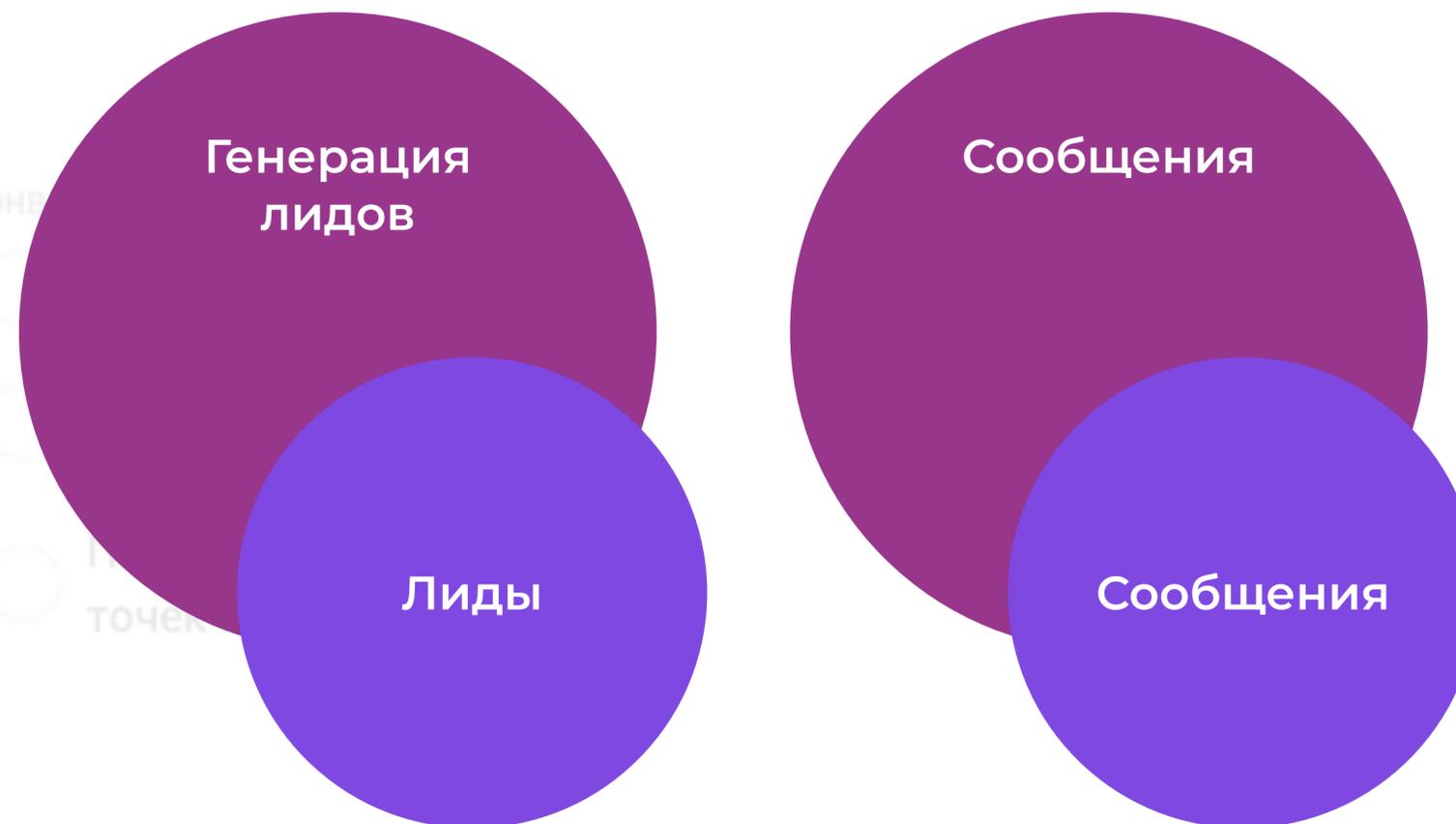
Узнаваемость

- Узнаваемость бренда
- Охват

Рассмотрение

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

Конв



# Рекламные цели и оптимизация

Выберите цель кампании  
[Подробнее](#)

## Узнаваемость

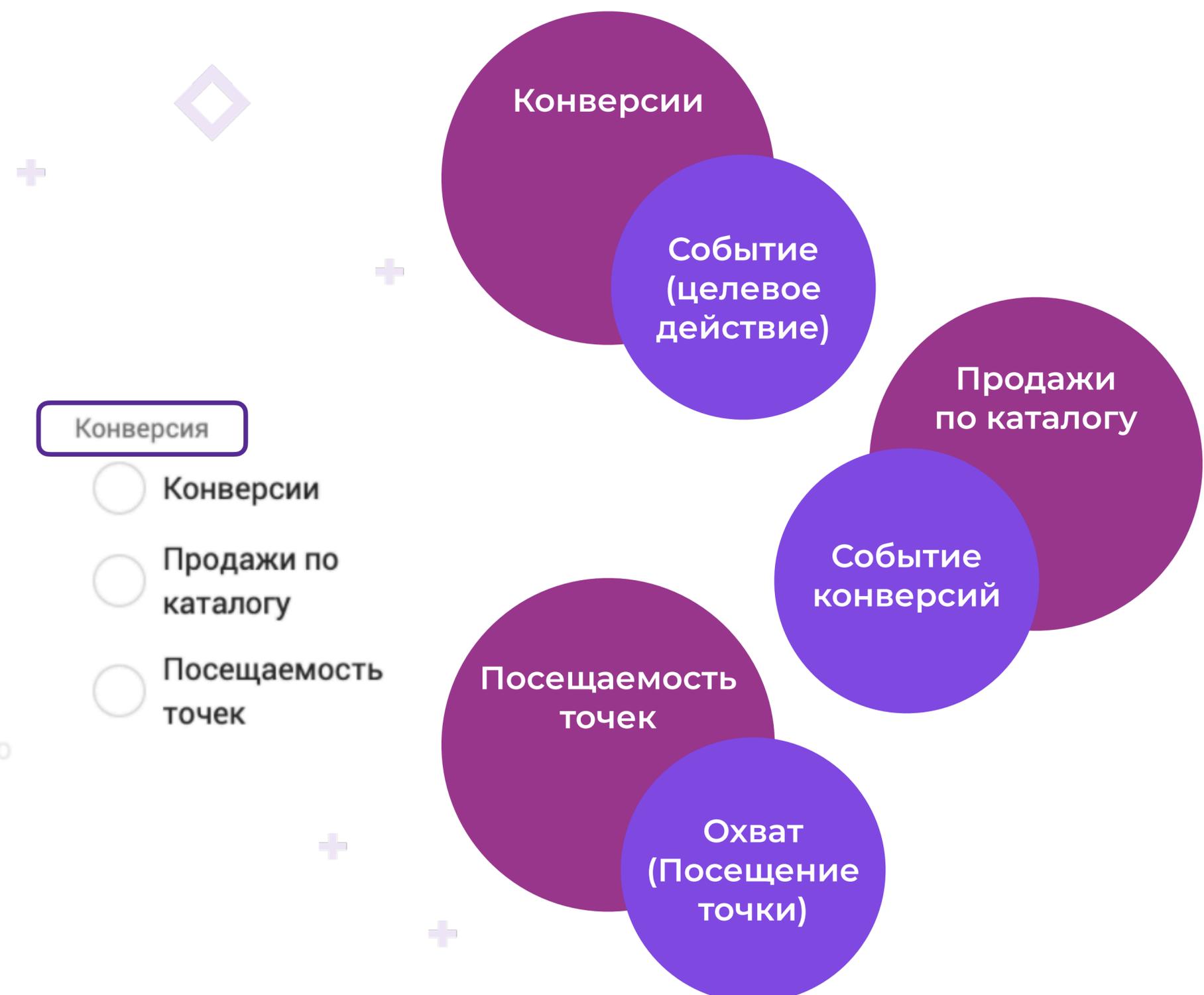
- Узнаваемость бренда
- Охват

## Рассмотрение

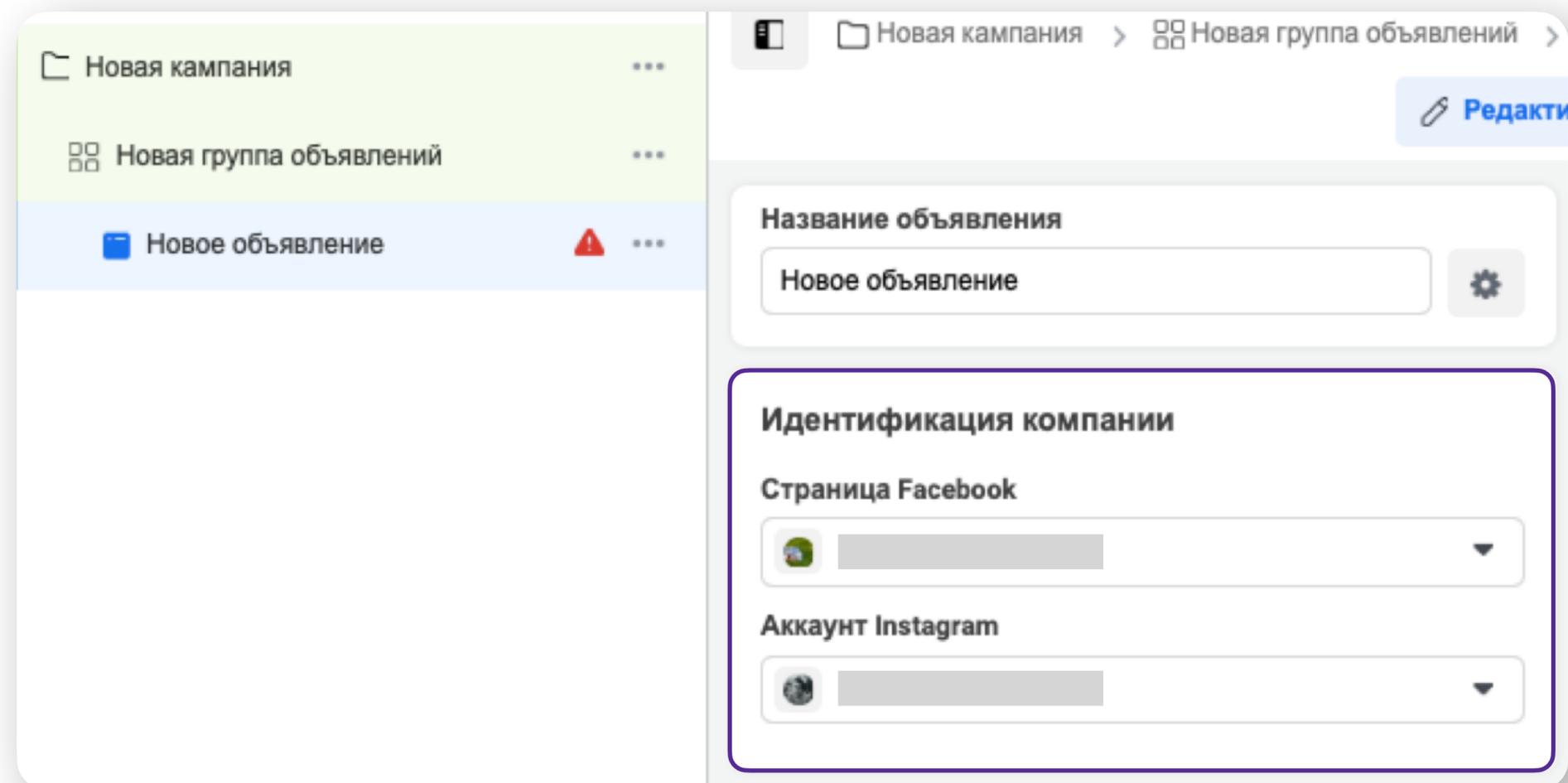
- Трафик
- Вовлеченность
- Установки приложения
- Просмотры видео
- Генерация лидов
- Сообщения

## Конверсия

- Конверсии
- Продажи по каталогу
- Посещаемость точек



# Уровень объявления



Новая кампания > Новая группа объявлений

Редактировать

Название объявления

Новое объявление

Идентификация компании

Страница Facebook

Аккаунт Instagram

+ Укажите, от какой бизнес-страницы Facebook и от какого профиля Instagram будет показана реклама

+ Для запуска рекламы в Instagram не обязательно иметь профиль Instagram. Достаточно иметь бизнес-страницу Facebook

# Как делать нельзя!

Помните о правиле  
**Facebook:**

$$1 = 1$$

рекламодатель      рекламный аккаунт



# Соответствует правилам

У каждого сайта и Instagram отдельный рекламный аккаунт



# Создание объявления

**Настройка объявления**

Создать рекламу

**Формат**  
Выберите, как будут построены ваши объявления.

- Одно изображение или видео  
Одно изображение или видео либо слайд-шоу из нескольких изображений
- Кольцевая галерея  
2 и более изображений или видео с возможностью прокрутки
- Подборка  
Группа объектов, открывающихся в полноэкранном режиме на мобильных устройствах

**Полноэкранный мобильный режим**

- Добавить Instant Experience
- Добавить интерактивный исходный файл

+ Создайте новое объявление



Создать рекламу

- Создать рекламу
- Использовать существующую публикацию
- Использовать макет из Креативного центра

+ Выберите существующую публикацию для продвижения

+ Загрузите медиа-файл или выберите существующую публикацию для продвижения

**Рекламные креативы**  
Выберите медиафайлы, текст и место назначения для своего объявления. Вы также можете индивидуально настроить медиафайлы и текст для каждого из мест размещения. [Подробнее](#)

**Медиаобъекты** Изменить 🗑️  
3 места размещения

- Ленты** 2 место размещения
- Instagram: Истории**

**Основной текст** 1 из 5  
Как запустить первую рекламную кампанию в Facebook

+ Добавить ...

**Заголовок** · Необязательно  
Напишите короткий заголовок

**Место назначения**  
 Сайт  
 Мероприятие на Facebook  
 Телефонный вызов

**URL сайта**  
 Предпросмотр URL

[Создать параметр URL](#)

**Показывать ссылку** · Необязательно

**Призыв к действию**

Включить предпросмотр

**3 места размещения** Больше вариантов 🗑️

**Instagram Лента**

**Ленты**

**Истории**

Объявление может показываться по-разному, а возможности взаимодействия с ним могут отличаться в зависимости от устройства, формата и других факторов. 📘

+ Посмотрите, как объявление будет отображаться у пользователей

+ Загрузите медиа-файл или выберите существующую публикацию для продвижения

+ Текст, введенный в графе “Заголовков” не будет отображаться в рекламных объявлениях в Instagram

+ Выберите кнопку призыва к действию

**Рекламные креативы**  
Выберите медиафайлы, текст и место назначения для своего объявления. Вы также можете индивидуально настроить медиафайлы и текст для каждого из мест размещения. [Подробнее](#)

**Медиаобъекты** Изменить 🗑️  
3 места размещения

- Ленты** 2 место размещения
- Instagram: Истории**

**Основной текст** 1 из 5  
Как запустить первую рекламную кампанию в Facebook  
➕ Добавить ...

**Заголовок · Необязательно**  
Напишите короткий заголовок

**Место назначения**

- Сайт
- Мероприятие на Facebook
- Телефонный вызов

**URL сайта**  
www.aitarget.ru 🔗 Предпросмотр URL

[Создать параметр URL](#)

**Показывать ссылку · Необязательно**  
Введите ссылку, которая должна

**Призыв к действию**  
Подробнее

**Включить предпросмотр**

**3 места размещения** Больше вариантов 🗑️

**Instagram Лента**

**Ленты**

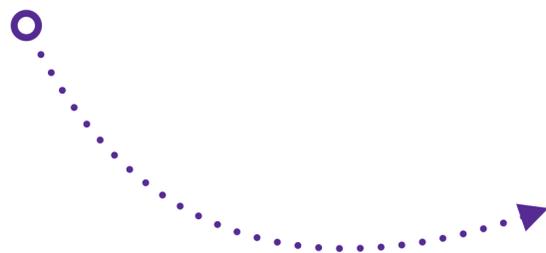
**Истории**

Объявление может показываться по-разному, а возможности взаимодействия с ним могут отличаться в зависимости от устройства, формата и других факторов. ⓘ

+ Посмотрите, как объявление будет отображаться у пользователей

+ Введите URL вашего сайта или профиля Instagram. Не используйте ссылки, ведущие в Telegram, или диплинки. Это может привести к блокировке.

Подключите  
Пиксель Facebook



**Отслеживание**  
Отслеживайте группы данных о событиях, содержащие конверсии, к которым может привести ваша реклама. Группы данных, в которых содержится конверсия, выбранная для рекламного аккаунта, будут отслеживаться по умолчанию.

События на сайте

ID пикселя:

**События в приложении** ⓘ

**Офлайн-события** ⓘ

**Параметры URL · Не обязательно**

[Создать параметр URL](#)

Включить предпросмотр

3 места размещения

Instagram Лента

Ленты

Истории

**Отслеживание**  
Отслеживайте группы данных о событиях, содержащие конверсии, к которым может привести ваша реклама. Группы данных, в которых содержится конверсия, выбранная для рекламного аккаунта, будут отслеживаться по умолчанию.

События на сайте

**События в приложении** Настроить

**Офлайн-события** Настроить

**Параметры URL - Необязательно**  
key1=value1&key2=value2  
[Создать параметр URL](#)



**Объявление может показываться по-разному, а возможности взаимодействия с ним могут отличаться в зависимости от устройства, формата и других факторов.**

**Центр ресурсов** | **Кампании** | **Группы объявлений**

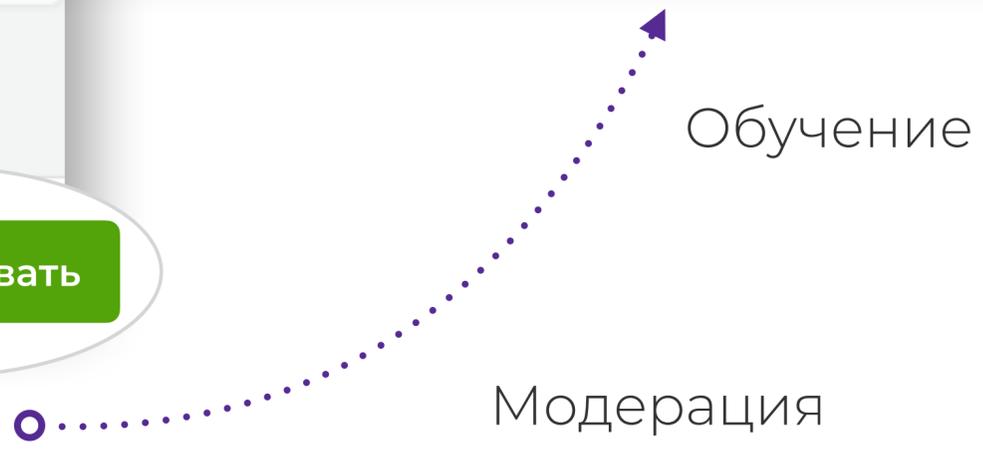
[+ Создать](#) | [Дублировать](#) | [Редактировать](#) | [A/B-тестирование](#) | [Правила](#)

<input type="checkbox"/>	Название группы объявлений	Статус показа ↑	Стратегия ставок
<input checked="" type="checkbox"/>		Обучение	Минимальная цена Лиды
<input type="checkbox"/>		Выключено	Минимальная цена Лиды
<input type="checkbox"/>		Выключено	Минимальная цена Лиды

Нажимая кнопку «Опубликовать», вы соглашаетесь с [Условиями](#) и [Руководством по рекламе Facebook](#).

[Закреть](#) ✔ Все изменения сохранены

Опубликовать



Модерация

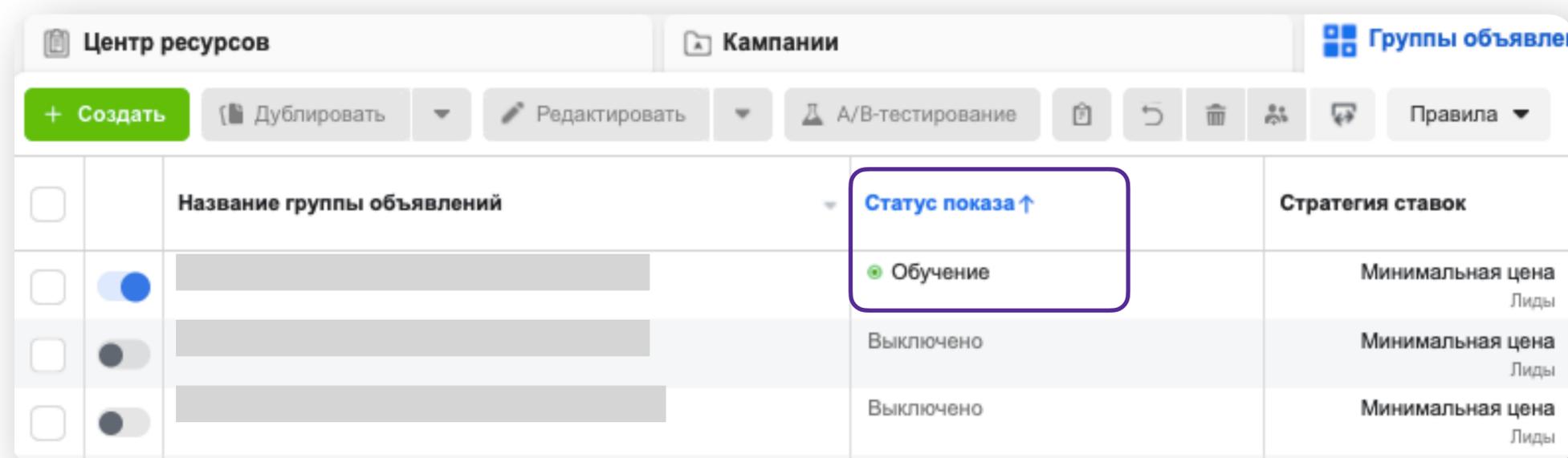
Публикация  
рекламной кампании

# Что такое «этап обучения», и когда ждать первых результатов кампании

+ На этом этапе алгоритмы Facebook «ищут» вашу аудиторию и оптимизируют вашу рекламу

+ Во время этапа обучения характерна нестабильность и высокая цена за результат

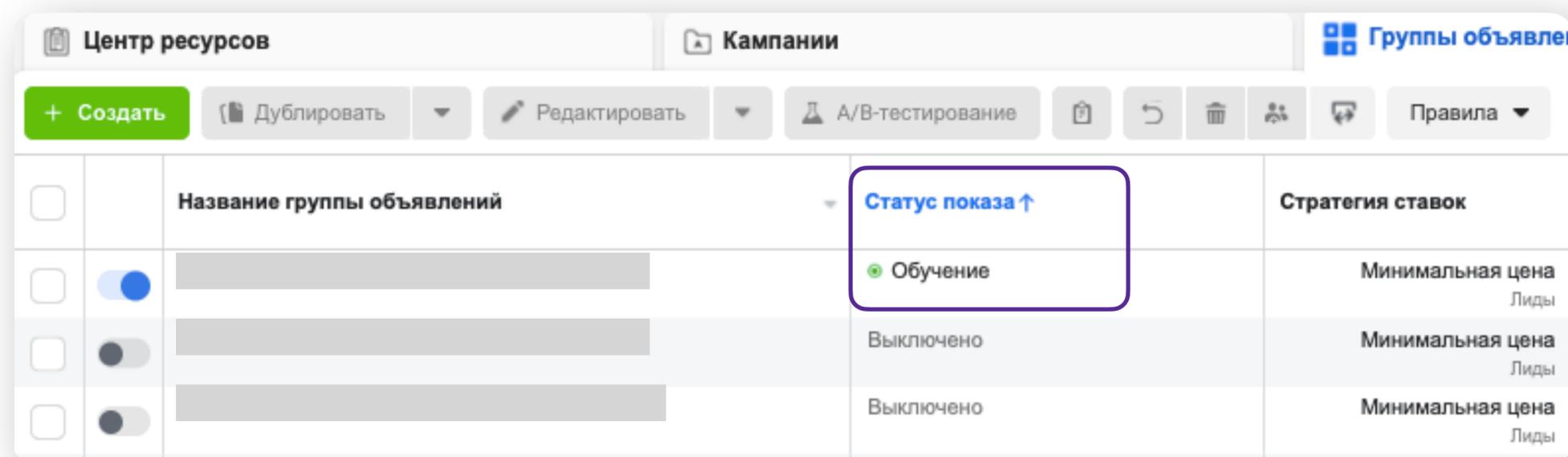
+ Этап «обучения» длится 3-7 дней



Центр ресурсов		Кампании		Группы объявлений			
+ Создать		Дублировать		A/B-тестирование		Правила	
<input type="checkbox"/>	Название группы объявлений	Статус показа ↑	Стратегия ставок				
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Обучение	Минимальная цена Лиды				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Выключено	Минимальная цена Лиды				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Выключено	Минимальная цена Лиды				

# Рекомендации

- + Не вносите без необходимости изменения, которые могут привести к сбросу этапа обучения.
- + Не создавайте слишком много рекламы.
- + Используйте оптимальный бюджет.



Центр ресурсов		Кампании		Группы объявлений					
+ Создать		Дублировать		Редактировать		A/B-тестирование		Правила	
<input type="checkbox"/>		Название группы объявлений	Статус показа ↑	Стратегия ставок					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		Обучение	Минимальная цена Лиды					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Выключено	Минимальная цена Лиды					
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Выключено	Минимальная цена Лиды					

# Оптимизатор

## Что делает?

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



aitarget one Биллинг Оптимизатор ММ Генератор фидов ММ Кэшбэк за Июль 3 750 Р 10 984,6 Р Помощь

### Оптимизатор

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

#443/O Client Beta  
act 858048007902830

Все (4) Советы (2) Предупреждения (0) Ошибки (2)

**Запускайте рекламу на нужную вам аудиторию**

С помощью пользовательских аудиторий (Custom Audience) можно настроить показ рекламы только на тех, кто посетил ваш сайт (или совершил на нем определенное целевое действие), списки клиентов из офлайна или пользователи приложения. Вы можете создать свои индивидуальные аудитории тремя способами: загрузить персональные данные ваших покупателей, например, телефонные номера или e-mail; собрать пользователей по взаимодействию со страницами или приложением бренда; собрать аудиторию на основе поведения на вашем сайте.

Создать Custom Audience

Как создать пользовательские аудитории разными способами

**Создайте похожие аудитории**

Lookalike (похожие) аудитории – инструмент, который помогает найти на Facebook пользователей, похожих на ваших клиентов (по интересам и другим параметрам). Эта аудитория с наибольшей вероятностью также заинтересуется вашим предложением. Для Lookalike-аудитории обязательно нужен источник данных, по которому алгоритм будет сравнивать пользователей. Настроить его можно в разделе Custom Audiences.

Создать похожую аудиторию

- О похожих аудиториях на Facebook
- Как создать похожую аудиторию
- Кейс Авито с использованием Lookalike-аудиторий

**Facebook не видит, сколько тратят ваши клиенты**

Вы можете установить определенную цену и валюту для ваших стандартных событий. Например, если покупка конкретного товара принесет вам 1560 рублей, вы можете указать эти значения в пикселе с помощью значений Value и Currency. Это позволит вам лучше оценить возврат вложений в рекламу. Сейчас эти параметры не установлены, поэтому Facebook не получает информацию о сумме покупок, поэтому не позволяет вам оценить эффективность вашей рекламы.

Настроить отправку параметров

Что может быть полезно

<p><b>Оптимизатор</b> Найти ошибки в моих кампаниях</p>	<p><b>Готовые Аудитории</b> Подобрать таргетинги для моего бизнеса</p>	<p><b>Помощь</b> Найти ответы на самые частые вопросы</p>	<p><b>Анализер</b> Проверить рекламный аккаунт Facebook</p>	<p><b>Генератор фидов</b> Создать фид для рекламы</p>
---	--	---	---	---

Аккаунты

Создать аккаунт Facebook (5) Google (1) Вконтакте (1) Архив (3)

	<p>#443/O Client Gamma ID act_592569474616660</p> <p>Действия с аккаунтом</p> <p>Советы (4)</p>	<p>- дня ? до окончания средств в аккаунте</p>	<p>0,01 ₽ Остаток на балансе</p> <p>Пополнить аккаунт</p>
	<p>#443/O test (3) ID act_1206037743066322</p> <p>Действия с аккаунтом</p> <p>Советы (7)</p>	<p>15 дней ? до окончания средств в аккаунте</p>	<p>84 319,15 ₽ Остаток на балансе</p> <p>Пополнить аккаунт</p>
	<p>#443/O test (6) ID act_685919402037360</p> <p>Действия с аккаунтом</p> <p>Советы (4)</p>	<p>- дня ? до окончания средств в аккаунте</p>	<p>0,01 ₽ Остаток на балансе</p> <p>Пополнить аккаунт</p>
	<p>#443/O test (6) ID act_798090811046483</p> <p>Действия с аккаунтом</p> <p>Советы (4)</p>	<p>- дня ? до окончания средств в аккаунте</p>	<p>0,01 ₽ Остаток на балансе</p> <p>Пополнить аккаунт</p>
	<p>#443/O test (7) ID act_3804292329602691</p> <p>Действия с аккаунтом</p> <p>Советы (4)</p>	<p>- дня ? до окончания средств в аккаунте</p>	<p>0,01 ₽ Остаток на балансе</p> <p>Пополнить аккаунт</p>

“

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. Это помогло обоим объявлениям не конкурировать между собой. Благодаря совету Оптимизатора ежедневное количество заказов выросло в 1,5 раза!

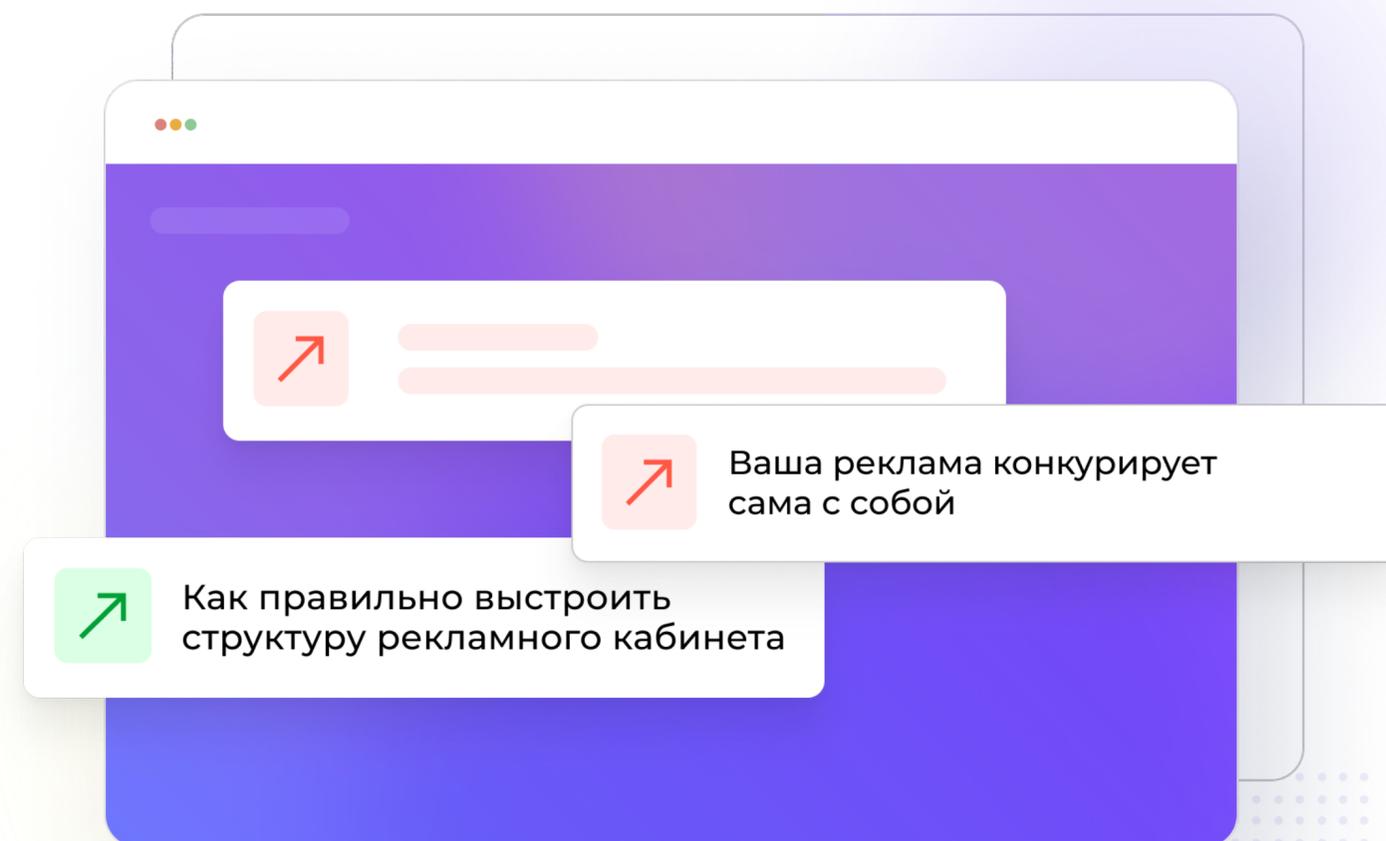
”

**Евгений Иванов**

Руководитель SMM, Sabit.ru

**+50%**

рост продаж



# Aitarget One ЭТО

01

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

02

Удобный перевод денег между аккаунтами, как с карты на карту

03

Быстрое зачисление средств день в день

04

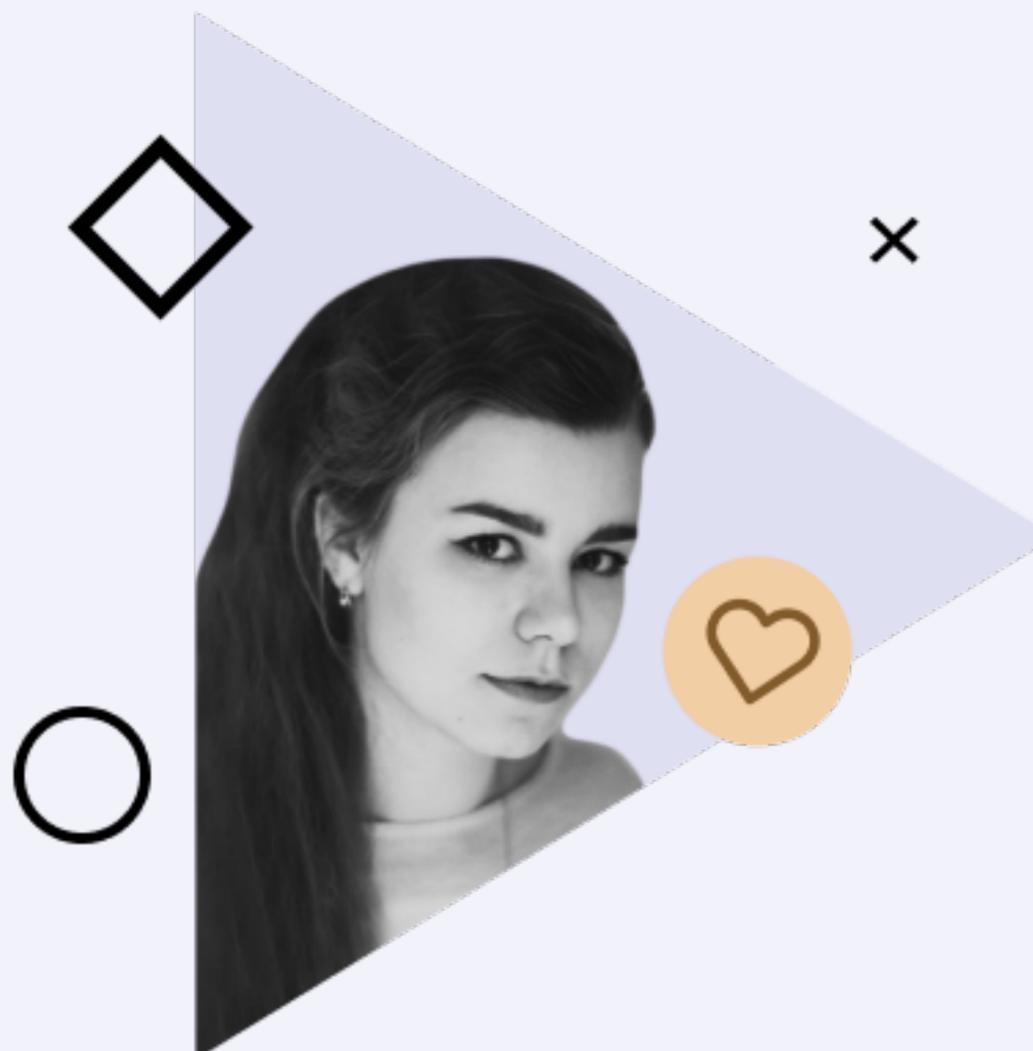
Рублевые рекламные кабинеты – защита от скачков курса валют

05

Официальная оплата со счета компании. Без минимального платежа

06

Единый комплект закрывающих документов по всем платформам



# На связи!

Остались вопросы?

Напишите нам в чате на [сайте](#)  
или на почту [info@aitarget.com](mailto:info@aitarget.com)

## 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 апреля 2021

Промокод

**WEBINAR18**