13. Задачи по таргетированной рекламе

Оглавление

13. Задачи по таргетированной рекламе	. 1
13.1. Цели и задачи таргетинга	
13.2. Площадки:	. 1
13.3. Медиаплан для соцсетей	. 2
13.4. Техническое задание на создание креативов	- 7

13.1. Цели и задачи таргетинга

Предположим, что сайт привели в нормальный вид, и на нем удобно покупать.

- 1. Цель рекламной кампании в соцсетях: лидогенерация на сайт, UA = 40.
- 2. В связи с тем, что ЦА небольшая, беру изначально сегменты максимально: и «горячие», и «теплые»; «технологичные» и «скептики».
- 3. Преимущества нашей компании, которые будем рекламировать: онлайн портал 24/7 для профессионалов кухни, сумма заказа для бесплатной доставки 2 тр.
- 4. Всех персонажей в ЦА я выдумала сама, к реальным доступа пока нет. Рассуждаю. Хорека в СПб. Могу предположить, что аудитория попроще - кафе, столовые - пользуются ВК. ОК - под вопросом. Более продвинутые, наверное, завели еще и Инстаграм. Шефы и директора/сотрудники крутых ресторанов могут быть представлены в ФБ, но есть ли они среди клиентов изучаемого проекта и в каком количестве?

Согласно конкурентному анализу аудитория у конкурентов собрана в vk и ід.

5.

Цель рекламной кампании: лидогенерация

Задачи: привлечение ЦА на сайт и увеличение конверсий Решение: увеличение охвата, привлечение трафика на сайт

13.2. Площадки:

• ВК (но своей группы в вк пока нет) - старгетироваться на подписчиков конкурентов

https://vk.com/eurofoods_piter

https://vk.com/gurmanin

добавляем еще найденных конкурентов для дубля 2:

https://vk.com/marr russia

https://vk.com/arosacompany

https://vk.com/prodstar_delivery

и на подписчиков сообществ:

https://vk.com/club15513299

https://vk.com/vkusnayagazeta

https://vk.com/roman trusov

https://vk.com/chefs_ru

https://vk.com/academyr_xo

https://vk.com/proficlubmc

https://vk.com/pravorestoratora

https://vk.com/restobizness

https://vk.com/restorator_chef

https://vk.com/myhoreca

https://vk.com/club_horeca

Инструменты: промо-пост с кнопкой, карусель.

Еще можно: сторис, ретаргетинг (но не настраивала).

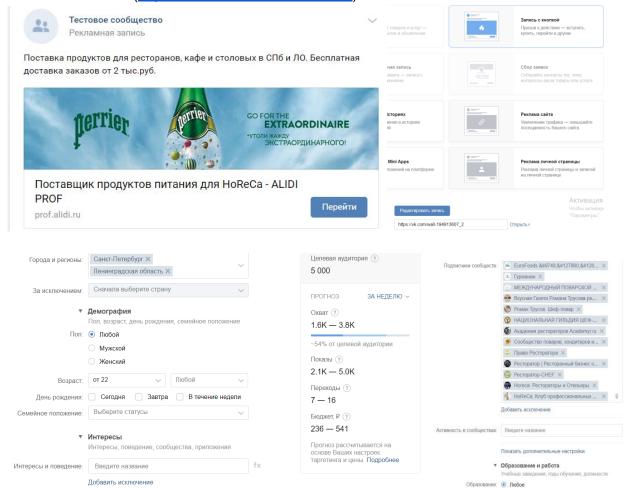
• Инстаграм

Инструменты: промо-пост с кнопкой, карусель - не настраивала, пока не нашла способа старгетироваться на подписчиков конкурентов в ig.

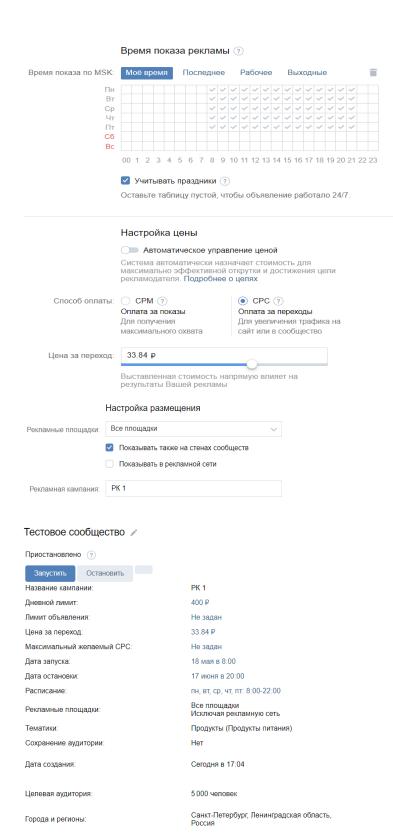
13.3. Медиаплан для соцсетей

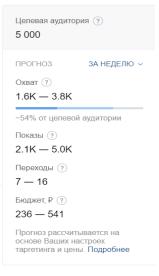
Таблица 13.3. План рекламного продвижения в соцсетях

дубль 1, по результатам – крутить не будем, оставляю, чтобы показать, как рассуждала ВК пост с кнопкой (https://vk.com/wall-194913607 2)



Студент: Мария Авдонина

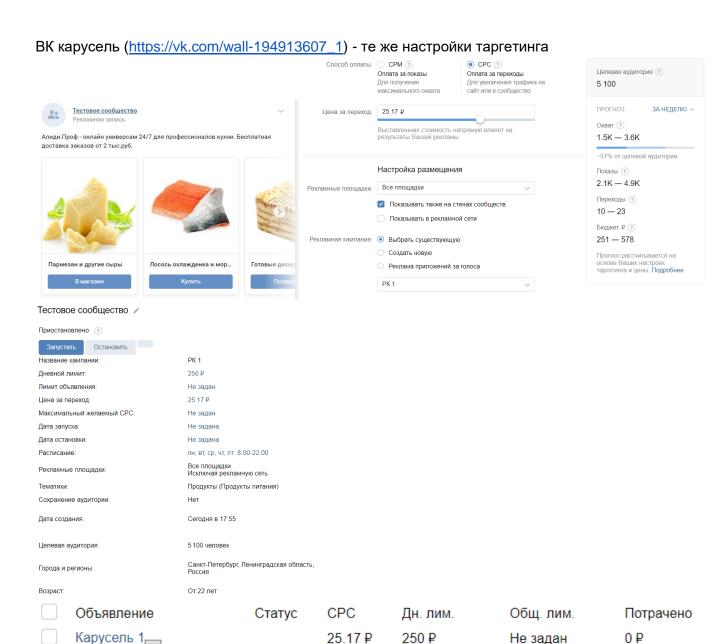




Активация Window Чтобы активировать Wind "Параметры".

От 22 лет

Возраст:



По результатам получается, что у нас слишком маленькое количество кликов, которое по имеющемуся CTR и установленным конверсионным рейтам дает на выходе только 0,6 покупки. Даже меньше целой единицы. Не будем крутить по дублю 1.

33.84₽

400₽

Не задан

Не задан

Студент: Мария Авдонина

0₽

0₽

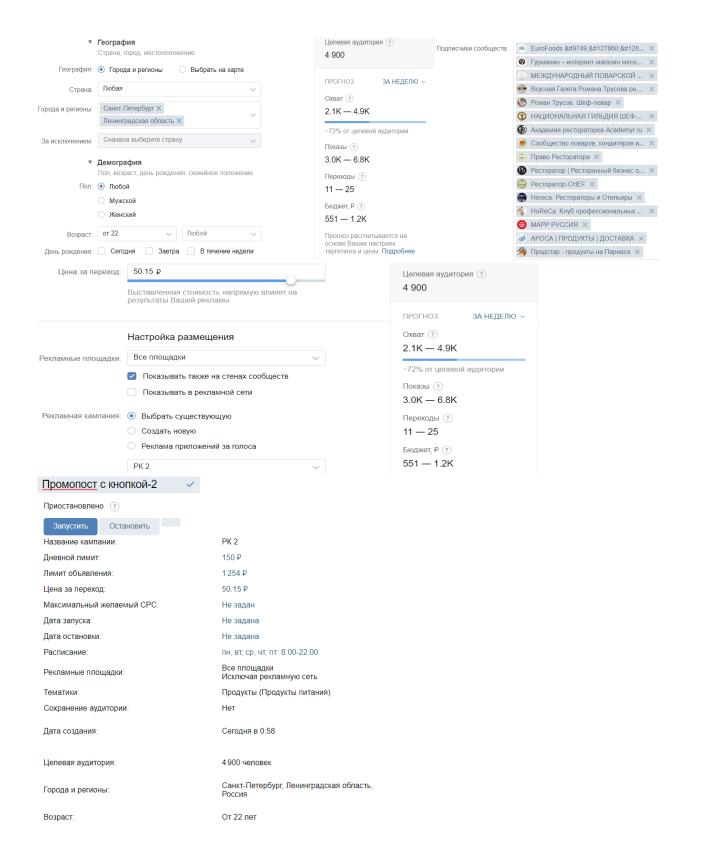
Делаем дубль 2

ВК Пост с кнопкой-2 (https://vk.com/wall-194913607_6)

Промопост с кнопкой 1___

Всего: 2 объявления

Поиграв со ставкой, видим, что до 2 целых единиц покупки не добраться даже по максимальной ставке. Очевидно, что при CR=5% и показателе отказов, похоже, скомбинированном с drop-off (некая потеря 22%) нужно минимум 20 визитов и 25 кликов для 1 целой единицы покупки. Выбираем наименьшую ставку, чтобы добиться 25 визитов. Добавляем подписчиков сообществ еще трех найденных конкурентов.



ВК Карусель-2 (https://vk.com/wall-194913607_3) - те же настройки таргетинга Настройка целевой аудитории Целевая аудитория ? ▼ География 5 300 Страна, город, местоположение География: Города и регионы Выбрать на карте ПРОГНО3 ЗА НЕДЕЛЮ ~ Охват (?) Страна: У Гурманин – интернет-магазин мясн... × 1.8K — 4.3K МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПОВАРСКОЙ ... × Санкт-Петербург 🗙 эрода и регионы: 🤗 Вкусная Газета Романа Трусова ре... 🗙 Ленинградская область 🗙 ~59% от целевой аудитории Роман Трусов. Шеф-повар × Показы (?) Сначала выберите страну О НАЦИОНАЛЬНАЯ ГИЛЬДИЯ ШЕФ-... X 2.4K - 5.6KАкадемия рестораторов Academyr.ru × ▼ Демография Сообщество поваров, кондитеров и... × Переходы (?) Пол, возраст, день рождения, семейное положение Право Ресторатора × 10 - 25Пол: Любой Ресторатор | Ресторанный бизнес о... × Бюджет, ₽ ? Ресторатор-СНЕГ × О Мужской 295 — 739 Ногеса: Рестораторы и Отельеры × Женский 🐇 НоReCa. Клуб профессиональных ... 🗴 Прогноз рассчитывается на Возраст: от 22 таргетинга и цены. Подробнее День рождения: Сегодня Завтра В течение недели 🤏 Продстар - продукты на Парнасе 🗶 Время показа рекламы ?? Целевая аудитория ^(?) Время показа по MSK: Моё время 5 300 прогноз Охват (?) 1.8K — 4.3K Показы 🥐 Оставьте таблицу пустой, чтобы объявление работало 24/7 2.4K - 5.6KНастройка размещения 10 — 25 Настройка цены Все площадки Рекламные площадки: Бюлжет ₽ ② Автоматическое управление ценой ✓ Показывать также на стенах сообществ 295 - 739Система автоматически назначает стоимость для максимально эффективной открутки и достижения цели рекламодателя. Подробнее о целях Показывать в рекламной сети Прогноз рассчитывается на основе Ваших настроек таргетинга и цены. Подробнее Способ оплаты: CPM ② ● CPC ② Рекламная кампания: О Выбрать существующую Оплата за показы Оплата за переходы • Создать новую Для увеличения трафика на сайт или в сообщество О Реклама приложений за голоса Цена за переход: 29.59 ₽ PK 2 Карусель 2 🖊 Приостановлено ? Остановить Название кампании: PK 2 100₽ Дневной лимит: 740 ₽ Лимит объявления Цена за переход: 29.59₽ Максимальный желаемый СРС: Не задан Дата запуска: Не задана Дата остановки: Не задана пн, вт, ср, чт, пт: 8:00-22:00 Все плошадки Рекламные площадки: Исключая рекламную сеть Тематики: Продукты (Продукты питания) Нет Сохранение аудитории Вчера в 22:06 Дата создания Целевая аудитория: 5 400 человек Санкт-Петербург, Ленинградская область, Города и регионы

От 22 лет

Возраст

13.4. Техническое задание на создание креативов

Информация о рекламируемом продукте / услуге			
Компания	Алиди Проф		
Общие сведения о компании, основные направления деятельности. Ссылки на сообщества в соц. сетях (ВК, ОК, FB, Insta), сайт.	поставщик-агрегатор продуктов питания b2b для хорека alidi_prof_horeca, ALIDI.PROF, www.prof.alidi.ru		
Материалы	нету		
Наличие материалов по компании (брендбук, файлы psd, ai, фото)			
Продукт / услуга	1) Конкретные продукты по отдельности:		
Конкретный продукт или услугу для которой необходим креатив Например: конкретная игра, или сообщество в соц. сети, или конкретный рекламируемый бренд в компании, или конкретная вакансия.	рыба сыры сливочное масло 2) наборы продуктов на одной картинке вместе: сырое мясо, рыба, яйца, молоко, мука, сыр 3) транспорт с логотипом и курьер в форме на доставке		
Целевая аудитория продукта В стандартной терминологии (возраст, пол, уровень доходов, образовательный уровень и т.д.)	взрослая аудитория от 22 лет, пол - не важен, доход - выше среднего, образование - среднее специальное и высшее. Шеф-повара, рестораторы, директора и закупщики ресторанов и кафе		
Ключевые качества продукта	свежие, сочные, вкусные продукты питания		
Список всех качеств продукта, которые, как вы считаете, должны зацепить вашего клиента.	современный транспорт и приветливый курьер		
и Информация для создания баннеров			
Социальная сеть	вк		
Укажите, пожалуйста, в каких соцсетях будет показан креатив (ВК, ОК, FB, Insta, другое)	инстаграм		
Количество	1) по 3 варианта каждого		
Количество креативов (с учетом всех необходимых размеров)	2) 5 вариантов 3) 5 вариантов		
Размеры	Изображения размером больше 537x240 пикселей, в формате JPG, GIF или PNG		
Срочность(час, меньше часа, больше часа)	08.05.20 к 12ч		

Студент: Мария Авдонина

можно проставить дату	
Задачи и эффект (добавить список основных задач) Какую задачу необходимо решить с помощью данного креатива. Какой эффект ожидается. - Увеличение продаж - Увеличение вовлеченности (лайки, репосты, комменты) за счет "вирусности" креатива - Привлечение пользователей в группу	Нужно, чтобы зритель увидел промопост и захотел перейти на сайт и купить: - привлечение на сайт
Призыв к действию Призыв к действию (купить, узнать подробнее, в магазин, время акции ограничено и т.д.)	в магазин
Текст креативов	логотип
Укажите, какой текст должен быть на креативе.	
Стиль	современная надежная компания-партнер
Стиль (описания, примеры баннеров с желаемой стилистикой)	
Примеры хороших креативов Укажите пожалуйста примеры креативов, которые нравятся заказчику или менеджеру в рамках рекламируемого продукта/услуги.	www.instagram.com/arosa_company https://www.instagram.com/eastfood.spb/ https://www.instagram.com/defagroup/ - есть общий стиль
Примеры плохих креативов	https://www.instagram.com/p/B PtKRwjKVd/
Укажите пожалуйста примеры креативов, которые гарантированно НЕ нравятся заказчику или менеджеру в рамках рекламируемого продукта/услуги.	

Студент: Мария Авдонина