Таргетированная реклама

18.01.23

**Таргетинг**

Этот термин означает настройку рекламной кампании на основе социально-демографических признаков, а также интересов и поведения пользователей. Это холодная аудитория

**Ретаргетинг**

Метод настройки рекламы на теплую аудиторию (уже знакомую со мной) . Пример: когда я искал что-то в интернете, а потом еще несколько дней видели рекламу данного товара. Это — ретаргетинг. Он означает показ рекламы пользователям, посещавших мой сайт или страницу в соцсетях. Также можно настроить ретаргетинг по базе клиентов (номерам телефонов или адресам почт)

**Показы**

Показы — это то, сколько раз пользователи увидели мою рекламу (кто-то мог увидеть ее несколько раз)

**Охват**

Это то количество уникальных пользователей, которые увидели мою рекламу

**CPC (cost-per-click)**

Стоимость клика по рекламному объявлению

**CTR (cost-through-rate)**

Показатель "кликабельности" объявления. Рассчитывается как процент тех, кто кликнул на объявление, от тех, кто его увидел

**CPM (cost-per-thousand)**

Стоимость за 1000 показов рекламы

19.01.23

**Лид**

Лид — это потенциальный клиент. Лидом считается тот пользователь, который заинтересовался рекламой и оставил свои контактные данные для связи на сайте или в лид-форме (оставил заявку)

**Лидогенерация**

Процесс привлечения трафика и конвертации его в лидов, т.е процесс получения заявок от пользователей

**Лид-форма**

Инструмент фэйсбук, который позволяет собирать контакты пользователей из рекламы с помощью настраиваемых форм

**Пиксель**

"Жучок" от фэйсбук, который помогает собирать данные о посетителях моего сайта по рекламе и их действиях. Эти данные можно использовать для настройки ретаргетинга, например, запустить рекламу на тех пользователей, кто оставил незавершенный заказ (брошенные корзины интернет-магазинов)

**LAL (look-a-like)**

Аудитория пользователей, похожих на моих клиентов. Данная аудитория собирается фэйсбук автоматически на базе внутренних алгоритмов

**Плейсмент**

Место размещения рекламного объявления. Например, в инстаграм есть 2 основных плейсмента: лента и сториз

**Конверсия**

Это процентное соотношение, показывающее какой процент посетителей сайта стал реальными покупателями. Также данный термин применяется и к другим статистическим данным, например, конверсия рекламного объявления (процент кликнувших по рекламе по отношению к общему охвату)