



# **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВОРОНКИ FACEBOOK**



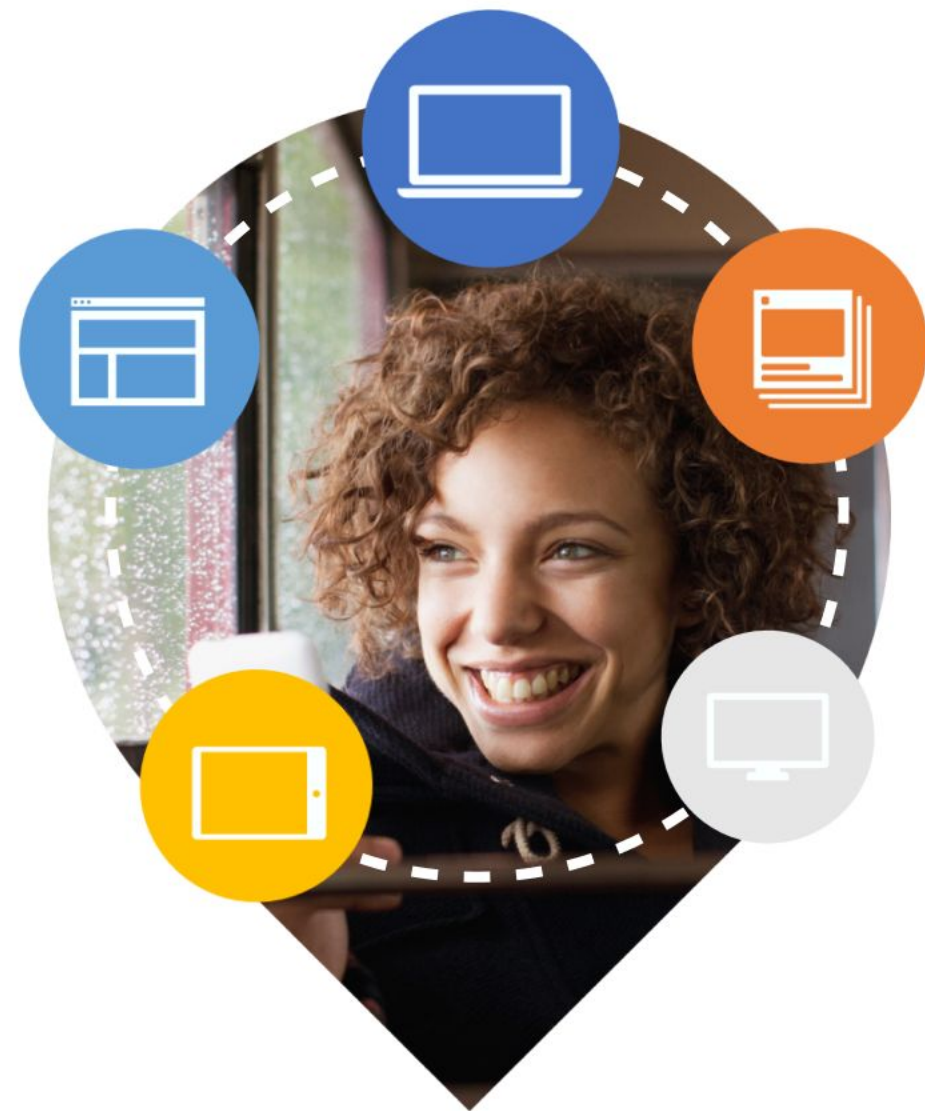
# ТРЕКИНГ В FACEBOOK

Точное отслеживание поведения реальных людей



# Традиционный подход к отслеживанию

1. Платформа закладывает Cookie-файл в браузер пользователя.
2. При посещении сайта скрипт платформы проверяет, есть ли у пользователя Cookie-файл.
3. При нахождении «своего» Cookie, платформа добавляет +1 к репортиingu.





# Традиционный подход к отслеживанию

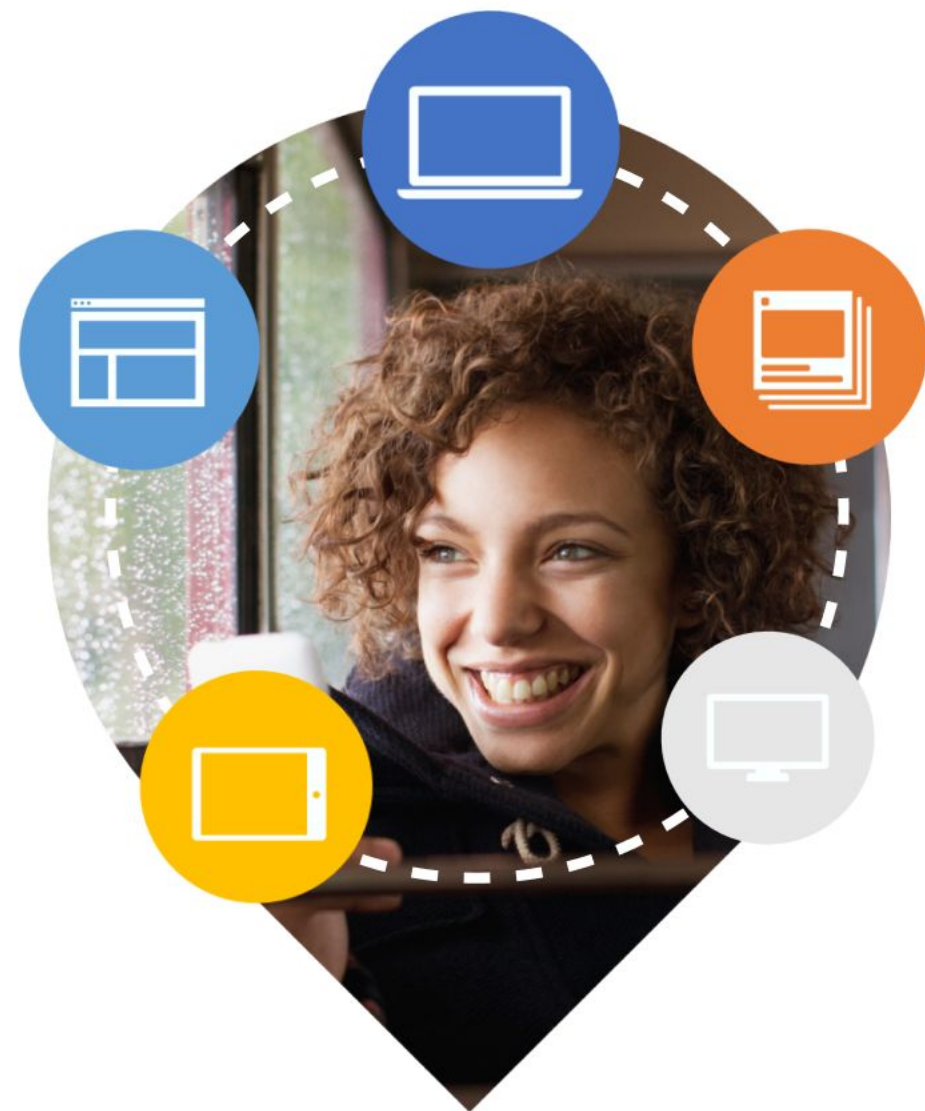
1. Платформа закладывает Cookie-файл в браузер пользователя.
2. При посещении сайта скрипт платформы проверяет, есть ли у пользователя Cookie-файл.
3. При нахождении «своего» Cookie, платформа добавляет +1 к репортиingu.





# Традиционный подход к отслеживанию

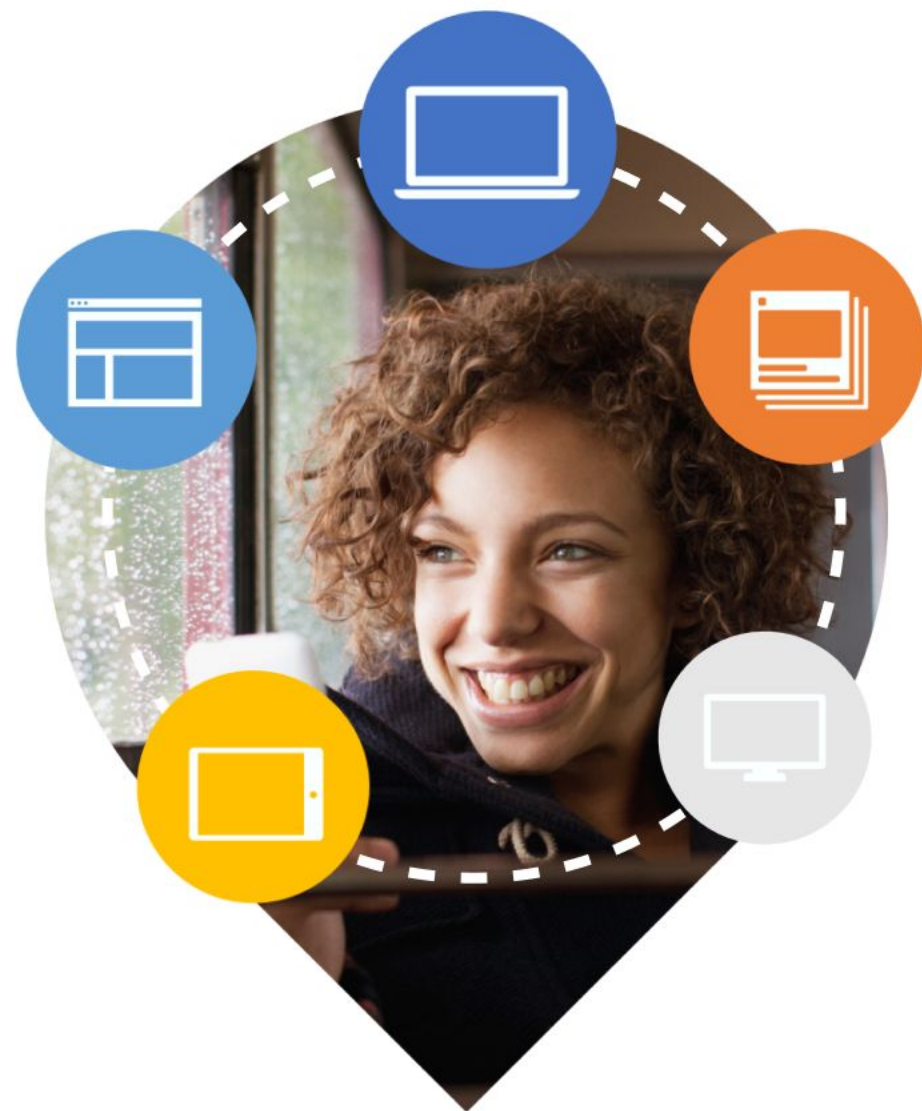
1. Платформа закладывает Cookie-файл в браузер пользователя.
2. При посещении сайта скрипт платформы проверяет, есть ли у пользователя Cookie-файл.
3. При нахождении «своего» Cookie, платформа добавляет +1 к репортиingu.





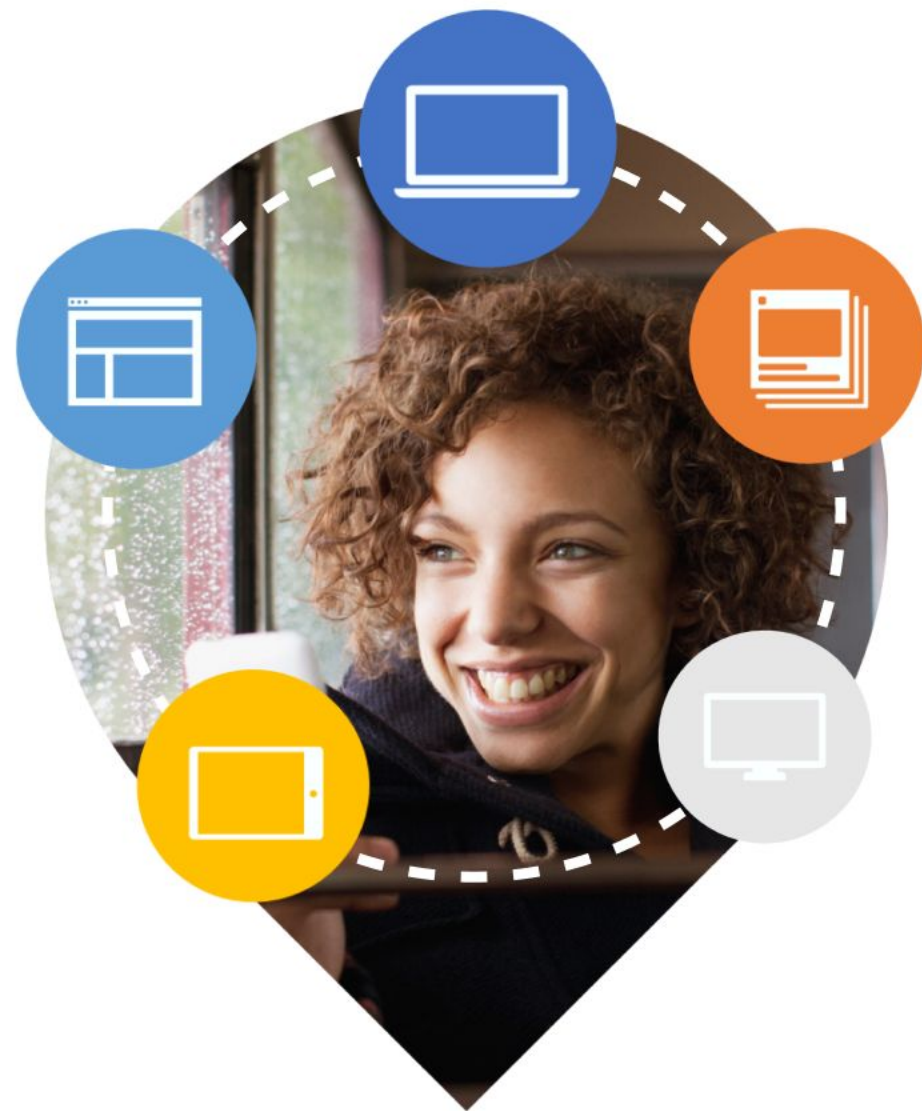
# Проблема традиционного подхода к отслеживанию

- 1 Браузер → 1 Cookie
  - 2 браузера на мобильном, 1 браузер на домашнем компьютере, 1 на рабочем → система «видит» 4 человека.
- 1 Cookie → 1 Человек
  - Если одним браузером пользуются разные люди, система «видит» их как одного человека.



# Проблема традиционного подхода к отслеживанию

- 1 Браузер → 1 Cookie
  - 2 браузера на мобильном, 1 браузер на домашнем компьютере, 1 на рабочем → система «видит» 4 человека.
- 1 Cookie → 1 Человек
  - Если одним браузером пользуются разные люди, система «видит» их как одного человека.





**74%**  
используют  
более **1** Cookie-файла

**15%**  
людей имеют **10**  
и больше Cookie-файлов

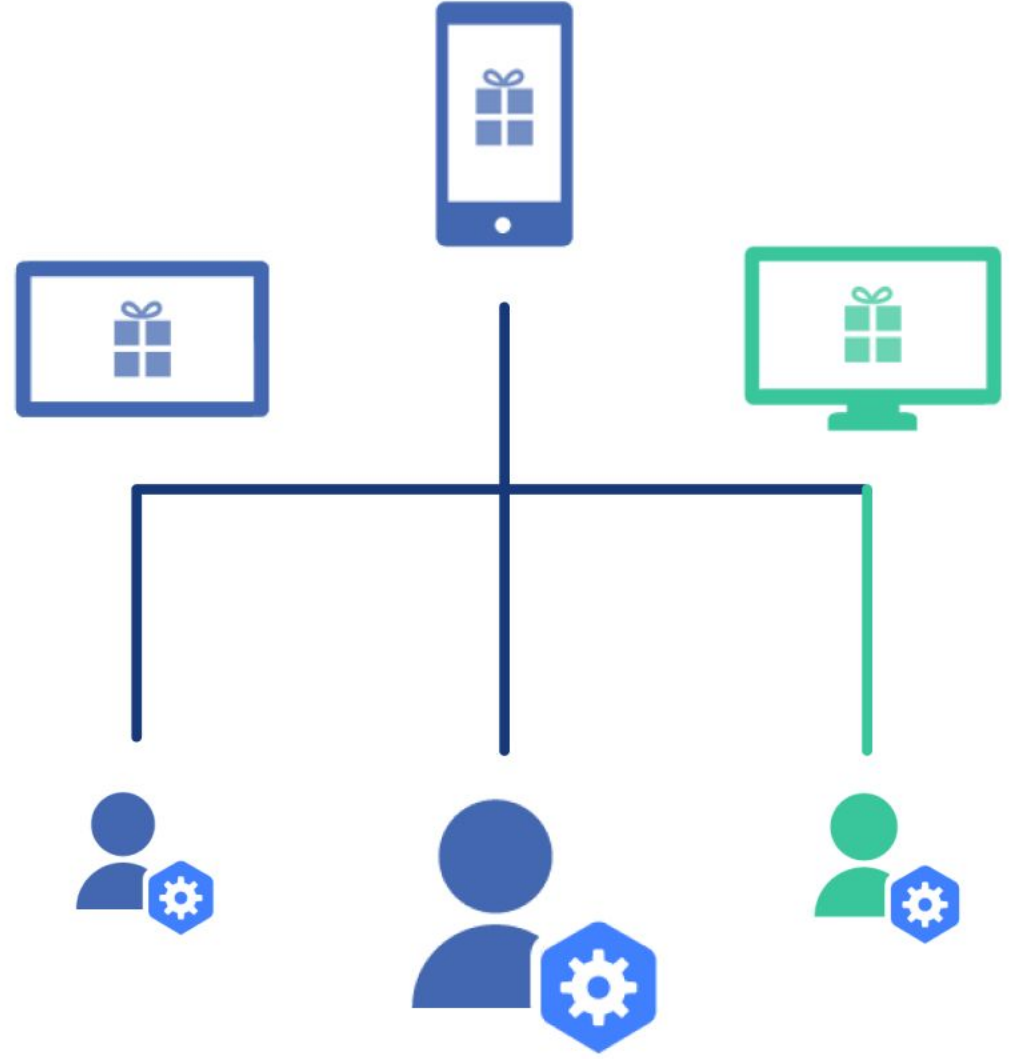






**74%**  
используют  
более **1** Cookie-файла

**15%**  
людей имеют **10**  
и больше Cookie-файлов





# Facebook измеряет все результаты основываясь на людях

---

Отслеживание действий происходит  
опираясь на людей, вне зависимости  
от устройств, плейсментов, и браузеров.





# Отличительная черта трекинга Facebook

---

1. Трекинг основан на людях, а не на Cookie.
2. Это дает возможность использовать cross-device трекинг.





# Отличительная черта трекинга Facebook

---

1. Трекинг основан на людях, а не на Cookie.
2. Это дает возможность использовать cross-device трекинг.



# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства



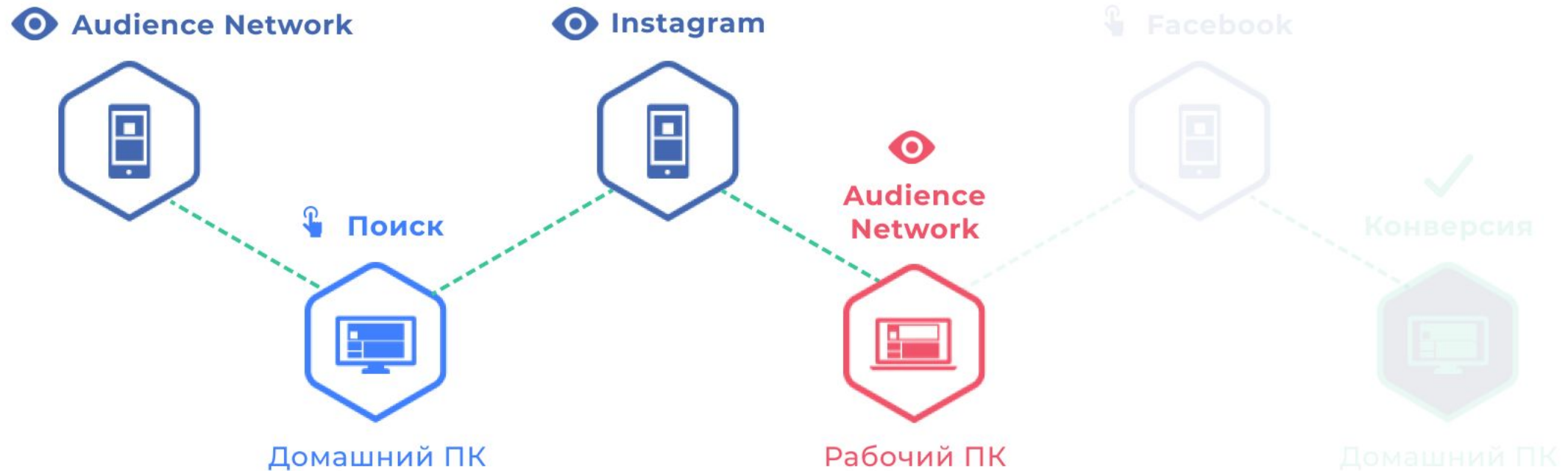
# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства



# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства

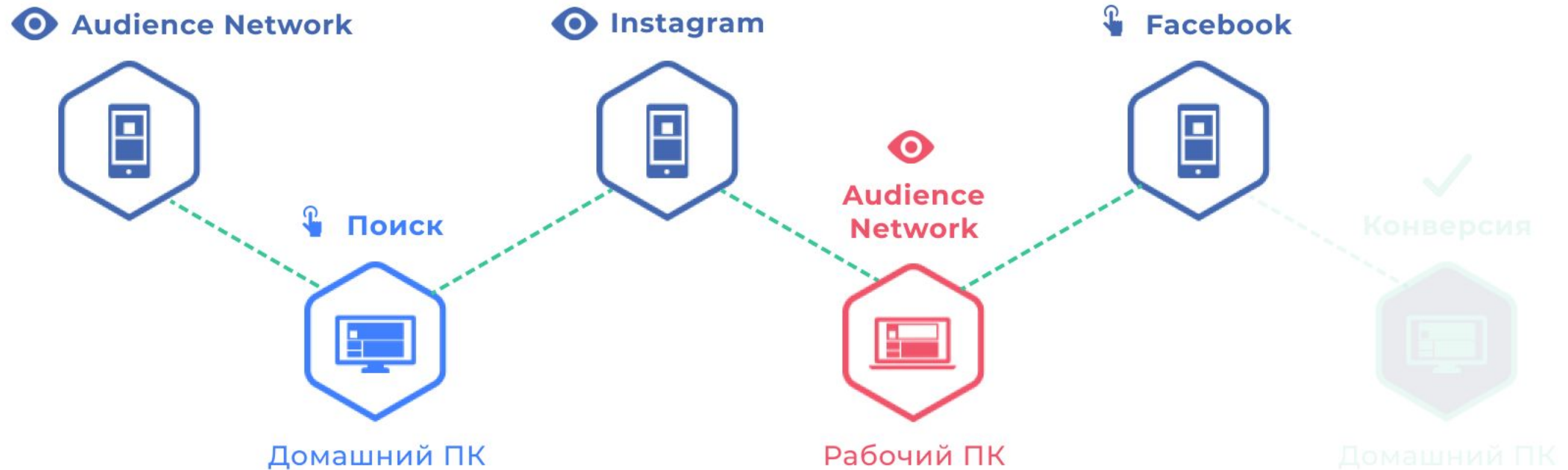


# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства





# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства



# Данные, основанные на людях, позволяют точно отследить весь Customer Journey, независимо от устройства





# Существует 3 способа отслеживания событий

---

1. Facebook Pixel.
2. Facebook SDK  
(или мобильные трекинг-партнеры).
3. Offline события.

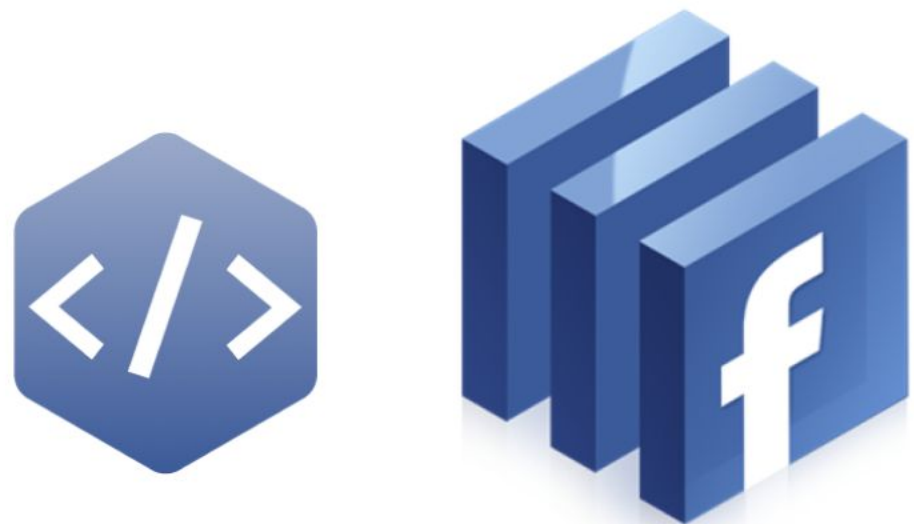




# Существует 3 способа отслеживания событий

---

1. Facebook Pixel.
2. Facebook SDK  
(или мобильные трекинг-партнеры).
3. Offline события.

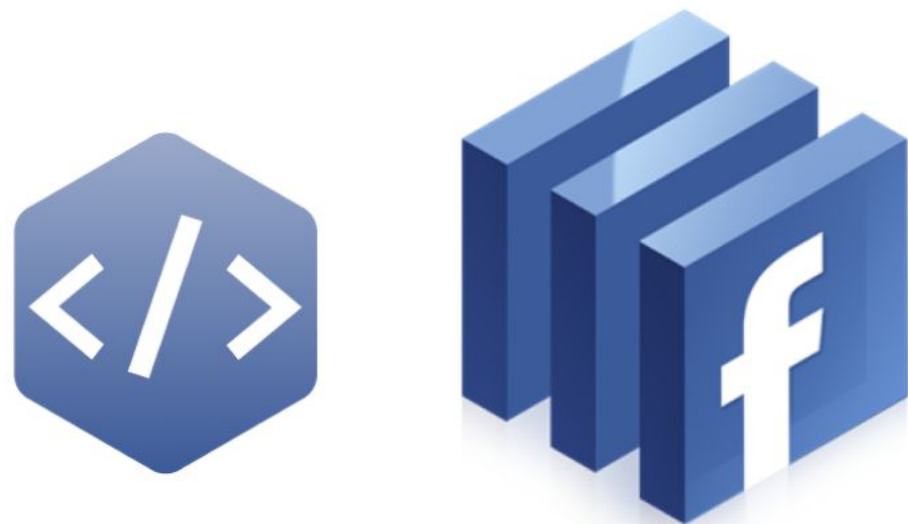




# Существует 3 способа отслеживания событий

---

1. Facebook Pixel.
2. Facebook SDK  
(или мобильные трекинг-партнеры).
3. Offline события.



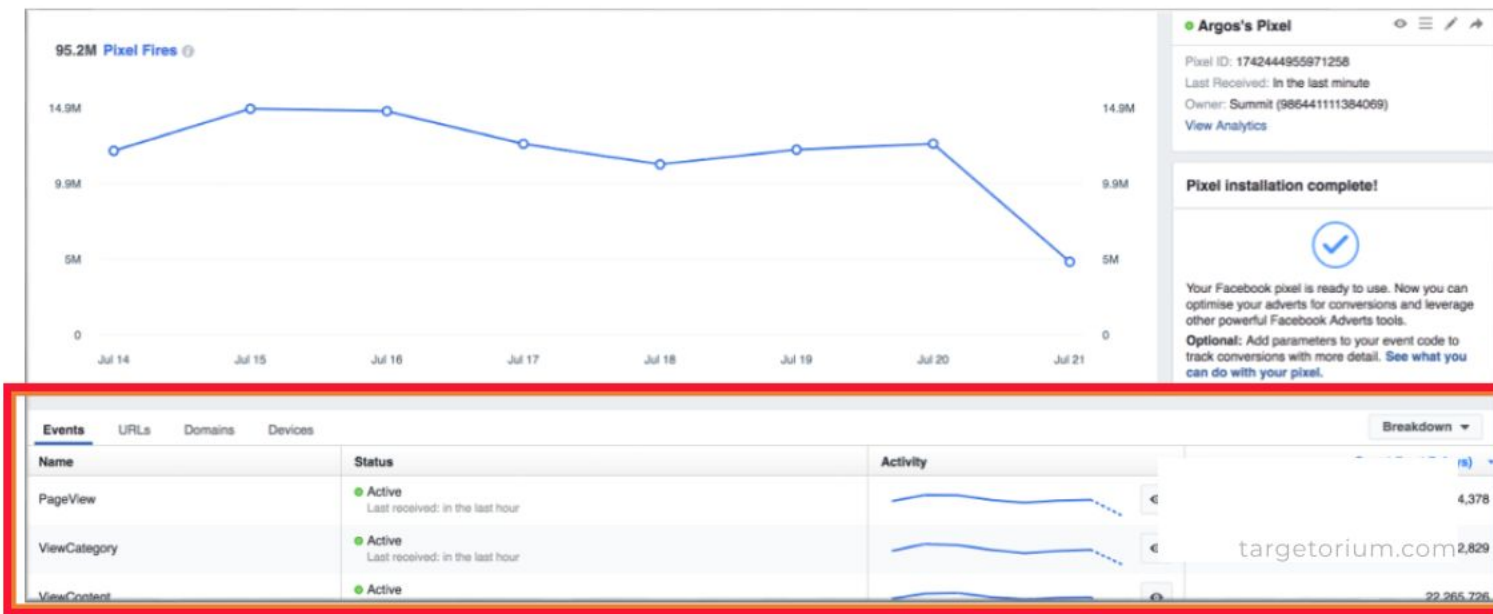
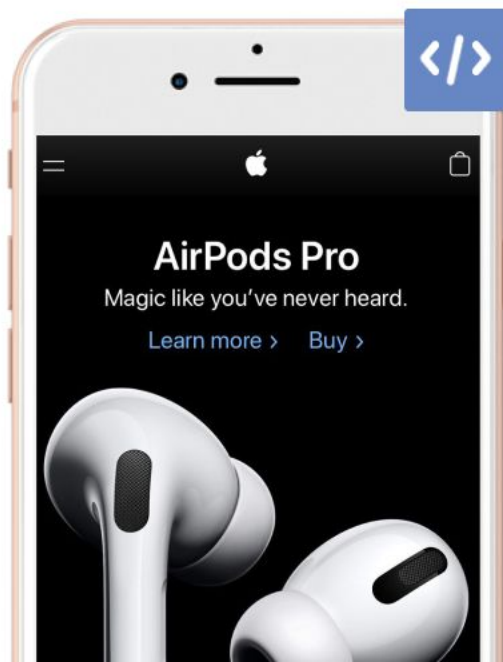
# FACEBOOK PIXEL

Самый распространенный инструмент отслеживания в Facebook, используется для веб-сайтов



# Facebook Pixel

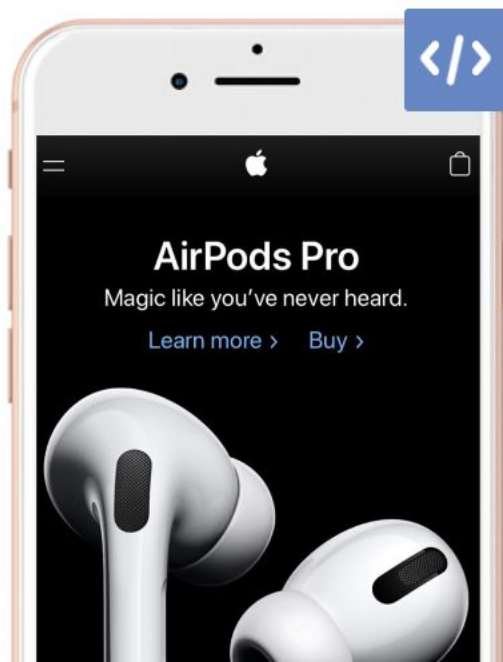
1. Добавляется на все страницы сайта.
2. Отслеживает всех пользователей, которые имеют Facebook Cookie в своем браузере.





# Facebook Pixel

1. Добавляется на все страницы сайта.
2. Отслеживает всех пользователей, которые имеют Facebook Cookie в своем браузере.

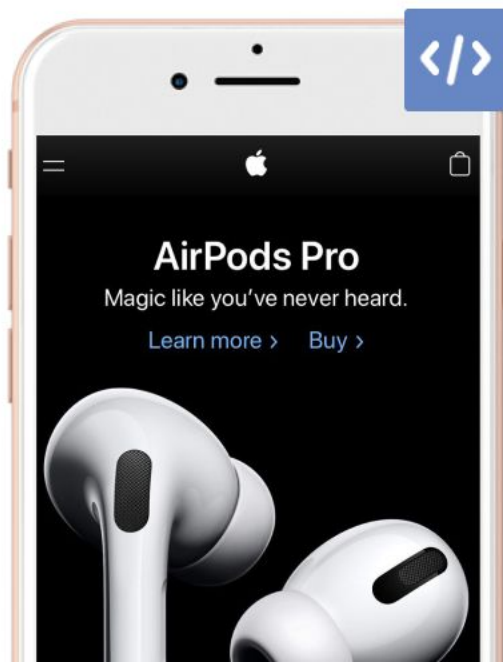






# Facebook Pixel

3. Отслеживает пользователей, которые не имеют Facebook cookie при помощи автоматического расширенного поиска совпадений





# Facebook Pixel: базовый код

## 1 Install base code on website

Copy and paste the pixel code into the bottom of the **header section** of your site, just above the **</head>** tag. Install the base code on every page of your website. [Learn More](#)

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '486141978778159');
  fbq('track', 'Pageview');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```



# Facebook Pixel: базовый код

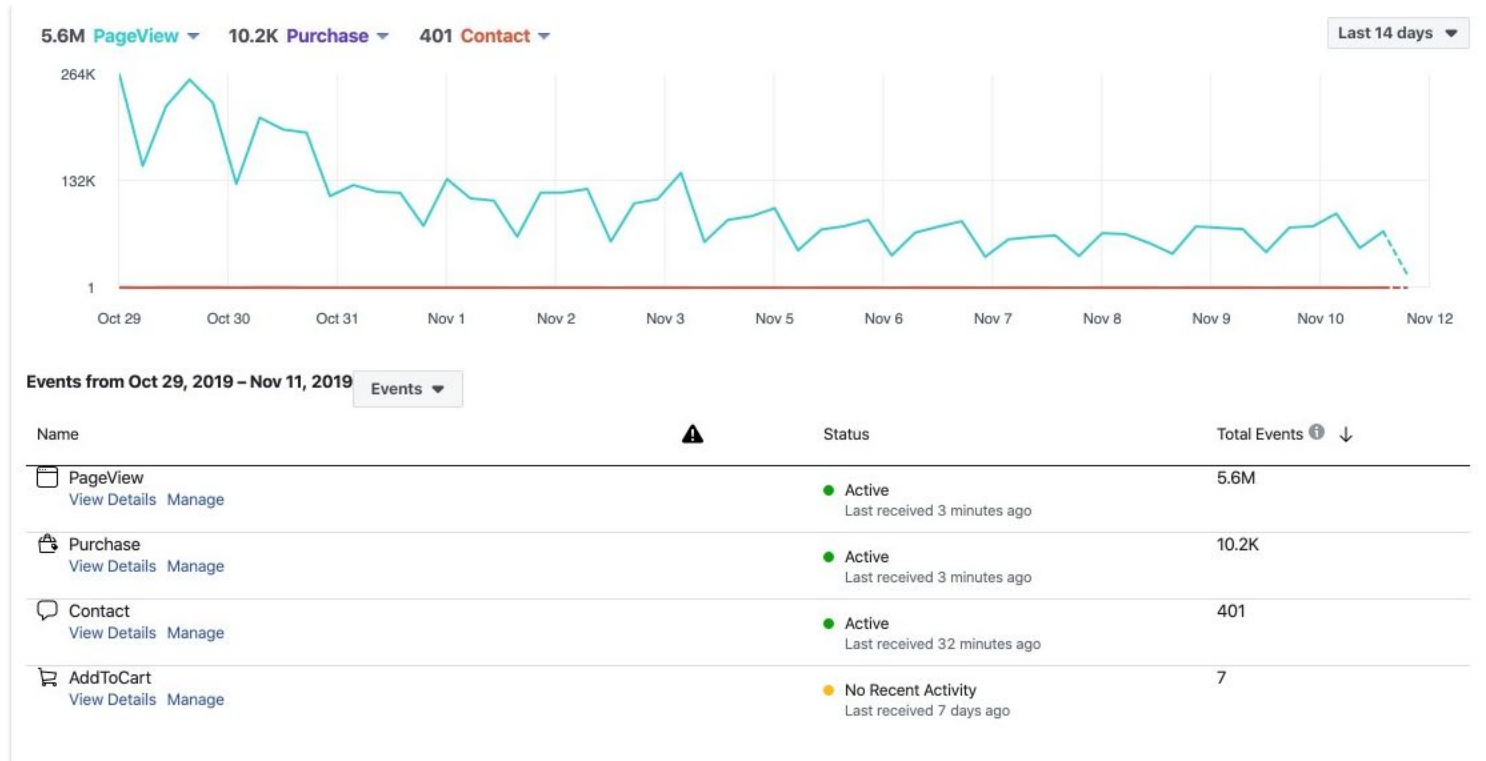
## 1 Install base code on website

Copy and paste the pixel code into the bottom of the **header section** of your site, just above the **</head>** tag. Install the base code on every page of your website. [Learn More](#)

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '486141978778159');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```



# Отладка событий Pixel





# Отладка Pixel по URL страницам

URLs Tracked by This Pixel

The results shown here are the top 50 URLs tracked by this pixel.

URLs Tracked by This Pixel

- Events
- ✓ URLs
- Domains
- Devices

URL	Total Events
	4.2M
	417.9K
	58.2K
	13.4K
	8.9K
	6.1K
	5.7K
	5.3K
	4.7K



# Facebook Event Setup Tool


## + Преимущества:

- Визуальный редактор
- Можно настроить события без участия разработчика

## - Недостатки:

- Настраивается через контент сайта
- Не является надежным способом отслеживания

### Set Up Events



You can use the Event Setup Tool to add standard events and parameters without the need to code. This is the easiest option to install pixel events.

Website URL



# Facebook Event Setup Tool


## + Преимущества:

- Визуальный редактор
- Можно настроить события без участия разработчика

## - Недостатки:

- Настраивается через контент сайта
- Не является надежным способом отслеживания

### Set Up Events



You can use the Event Setup Tool to add standard events and parameters without the need to code. This is the easiest option to install pixel events.

Website URL



# Facebook Event Setup Tool


## + Преимущества:

- Визуальный редактор
- Можно настроить события без участия разработчика

## — Недостатки:

- Настраивается через контент сайта
- Не является надежным способом отслеживания

### Set Up Events



You can use the Event Setup Tool to add standard events and parameters without the need to code. This is the easiest option to install pixel events.

Website URL





# Facebook Event Setup Tool


## + Преимущества:

- Визуальный редактор
- Можно настроить события без участия разработчика

## — Недостатки:

- Настраивается через контент сайта
- Не является надежным способом отслеживания

### Set Up Events



You can use the Event Setup Tool to add standard events and parameters without the need to code. This is the easiest option to install pixel events.

Website URL

[Give Feedback](#)



# Facebook Event Setup Tool



для кого

о преподавателе

программа

кейсы

тарифы

ЗАПИСАТЬСЯ

## Главные результаты программы

### 01

У вас есть **структурный подход к стратегиям работы** с трафиком в зависимости от целей бизнеса и этапов Customer Journey.



### 02

Умеете работать с **Facebook pixel и SDK во всех аспектах** их рекламного использования.



# Facebook Event Setup Tool

Подсвечивание кнопок



 targetorium

для кого

о преподавателе

программа

кейсы

тарифы

ЗАПИСАТЬСЯ

## Главные результаты программы

### 01

У вас есть **структурный подход к стратегиям работы** с трафиком в зависимости от целей бизнеса и этапов Customer Journey.



### 02

Умеете работать с **Facebook pixel и SDK во всех аспектах** их рекламного использования.



# Facebook Event Setup Tool

Подсвечивание кнопок



ЗАПИСАТЬСЯ

Set Up Event

Select the event type you'd like to track.

Select an event

- Add to Cart
- Initiate Checkout
- Lead
- Purchase
- Add Payment Info
- Add to Wishlist

Confirm

im    для кого    о ПРЕПОДАВАТЕЛЕ    ПРОГРАММА    КЕЙСЫ    ТАРИФЫ

## лучшие результаты программы

### 01

зас есть **структурный подход к стратегиям работы** с трафиком в зависимости от целей бизнеса и этапов Customer Journey.



### 02

Умеете работать с **Facebook pixel и SDK во всех аспектах** их рекламного использования.



Выбор соответствующего события



# Как альтернатива — ручной подбор событий

Website action	Description	Standard event code
Add payment info	The addition of customer payment information during a checkout process. For example, a person clicks on a button to save their billing information.	fbq('track', 'AddPaymentInfo');
Add to cart	The addition of an item to a shopping cart or basket. For example, clicking an Add to Cart button on a website.	fbq('track', 'AddToCart');
Add to wishlist	The addition of items to a wishlist. For example, clicking an Add to Wishlist button on a website.	fbq('track', 'AddToWishlist');
Complete registration	A submission of information by a customer in exchange for a service provided by your business. For example, signing up for an email subscription.	fbq('track', 'CompleteRegistration');
Contact	A telephone, SMS, email, chat or other type of contact between a customer and your business.	fbq('track', 'Contact');
Customize product	The customization of products through a configuration tool or other application your business owns.	fbq('track', 'CustomizeProduct');
Donate	The donation of funds to your organization or cause.	fbq('track', 'Donate');
Find location	When a person finds one of your locations via web, with an intention to visit. For example, searching for a product and finding it at one of your local stores.	fbq('track', 'FindLocation');
Initiate checkout	The start of a checkout process. For example, clicking a Checkout	fbq('track',



# FACEBOOK SDK

Инструмент отслеживания внутри приложений



# Facebook SDK

---

1. Код, который устанавливается в мобильное приложение.
2. Передает события в Facebook.
3. Детальнее на сайте [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)





# Facebook SDK

---

1. Код, который устанавливается в мобильное приложение.
2. Передает события в Facebook.
3. Детальнее на сайте [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)







# Facebook SDK

---

1. Код, который устанавливается в мобильное приложение.
2. Передает события в Facebook.
3. Детальнее на сайте [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)





# Установка и настройка Facebook SDK

---

1. Зарегистрировать приложение в [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)
2. Скачать код SDK для выбранной OS.
3. Имплементировать код SDK в код приложения.
4. Настроить события.





# Установка и настройка Facebook SDK

---

1. Зарегистрировать приложение в [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)
2. Скачать код SDK для выбранной OS.
3. Имплементировать код SDK в код приложения.
4. Настроить события.





# Установка и настройка Facebook SDK

---

1. Зарегистрировать приложение в [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)
2. Скачать код SDK для выбранной OS.
3. Имплементировать код SDK в код приложения.
4. Настроить события.





# Установка и настройка Facebook SDK

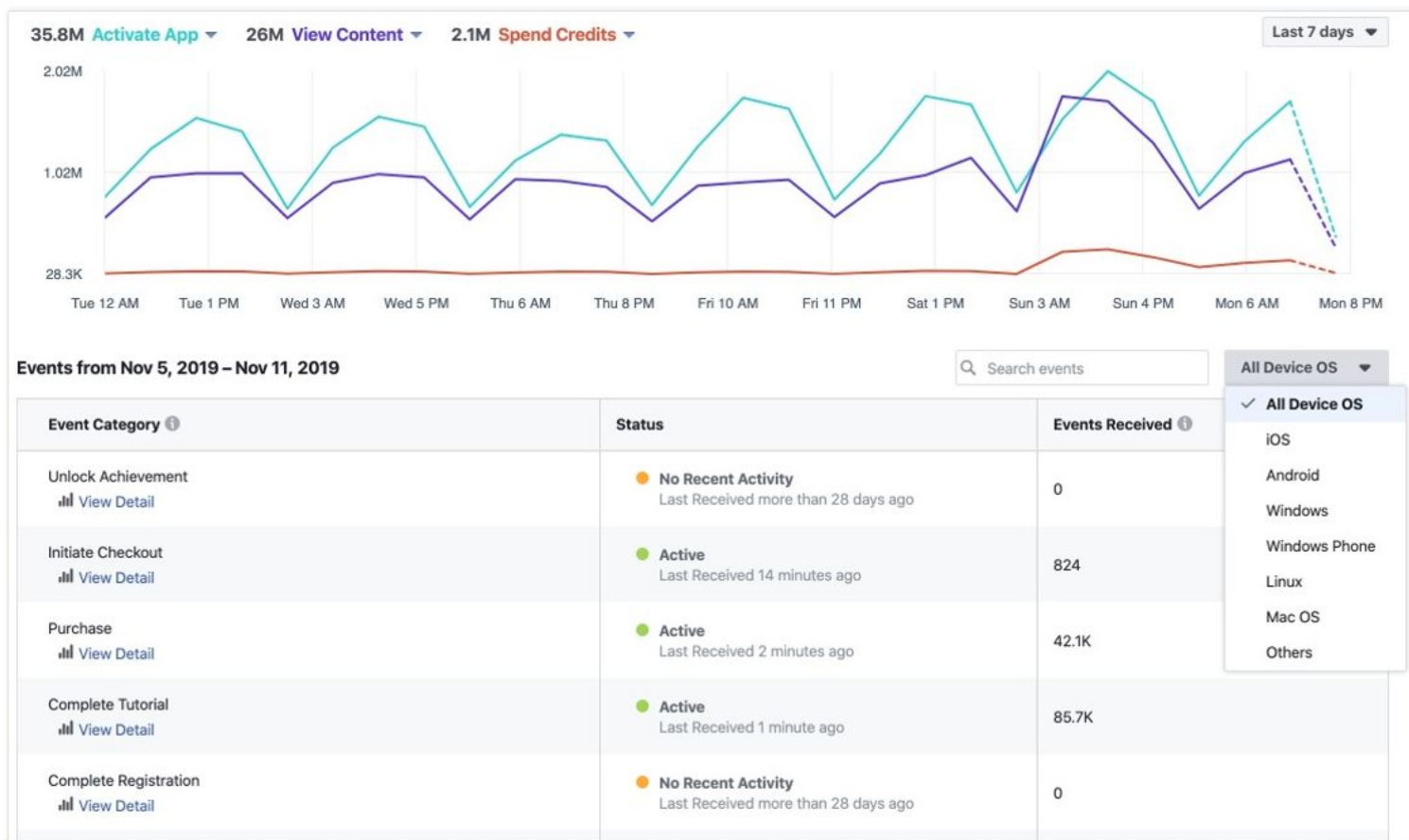
---

1. Зарегистрировать приложение в [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)
2. Скачать код SDK для выбранной OS.
3. Имплементировать код SDK в код приложения.
4. Настроить события.





# Отладка событий SDK





# Facebook SDK



Facebook  
Login

246K



Sharing

247K



Places  
Graph

53K



Messenger  
Platform

91K



App Links

67K

Facebook Common N/A

Facebook Core 52K



# Альтернатива SDK — мобильные трекинг партнеры (Mobile measurement partners)

**AppsFlyer**

**FOCUS AREAS**  
Holistic Attribution, Marketing Analytics, Fraud Protection

**COUNTRIES**  
China, Germany, Hong Kong, Israel, Japan, Korea, Republic of, Taiwan, Thailand, United Kingdom, United States, Argentina...

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile

**Adjust**

**FOCUS AREAS**  
Attribution, Fraud , Business Intelligence

**COUNTRIES**  
Brazil, China, France, Germany, Indonesia, Japan, Singapore, Korea, Republic of, Turkey, United Kingdom, United States,...

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile

**Kochava**

**FOCUS AREAS**  
Attribution, Audience Measurement, Lift Measurement

**COUNTRIES**  
United States, United Kingdom, France, Germany, Japan

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile

**Branch**

**COUNTRIES**  
United States, United Kingdom, France, Japan, Germany

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile





# Альтернатива SDK — мобильные трекинг партнеры (Mobile measurement partners)

**Localytics**

**COUNTRIES**  
United States, Germany, United Kingdom, France, Japan

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile

**CyberZ**

**COUNTRIES**  
Japan, Korea, Republic of, United States, United Kingdom, Germany, France

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile

**Singular**

**FOCUS AREAS**  
Attribution, Marketing Analytics, Ad Monetization Reporting

**COUNTRIES**  
United States, India, Israel, Japan, Korea, Republic of, Germany, United Kingdom

**SOLUTION SUBTYPES**  
Mobile Measurement

Bookmark Contact Profile



# Как работают мобильные трекинг партнеры

1

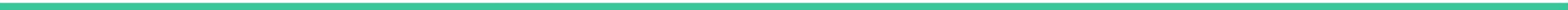
SDK трекинг партнера устанавливается в приложение

2

Настраивается трекинг и расстановка событий внутри системы аналитики

3

SDK принимает данные с мобильного приложения.





# Как работают мобильные трекинг партнеры

1

SDK трекинг партнера устанавливается в приложение

2

Настраивается трекинг и расстановка событий внутри системы аналитики

3

SDK принимает данные с мобильного приложения.





# Как работают мобильные трекинг партнеры

1

SDK трекинг партнера устанавливается в приложение

2

Настраивается трекинг и расстановка событий внутри системы аналитики

3

SDK принимает данные с мобильного приложения.





# Как работают мобильные трекинг партнеры

4

Трекинг партнер передает данные МАСТ (Mobile App Conversion Tracking) в Facebook

5

Facebook сопоставляет полученные данные с профилями пользователей и определяет, кто из них видел рекламу





## Как работают мобильные трекинг партнеры

4

Трекинг партнер передает данные МАСТ (Mobile App Conversion Tracking) в Facebook

5

Facebook сопоставляет полученные данные с профилями пользователей и определяет, кто из них видел рекламу



# OFFLINE СОБЫТИЯ

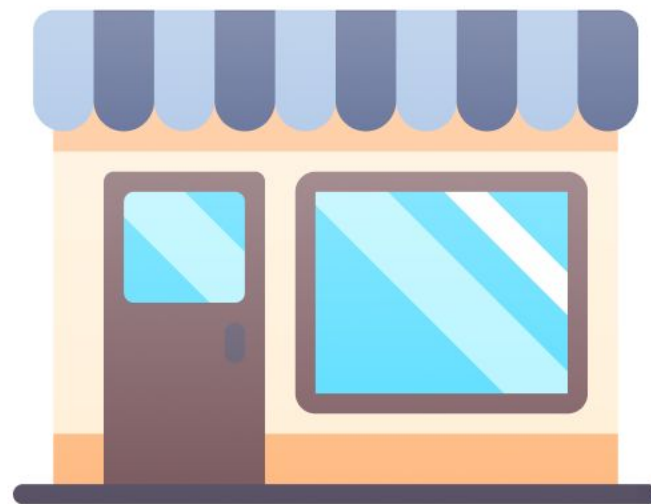
Инструмент, позволяющий отслеживать даже те события, которые происходят вне сайта или приложения



# Offline события

---

1. Совершаются вне веб-сайта или приложения.
2. Данные собираются отдельно.
3. Информация о совершенных конверсиях передается в Facebook.



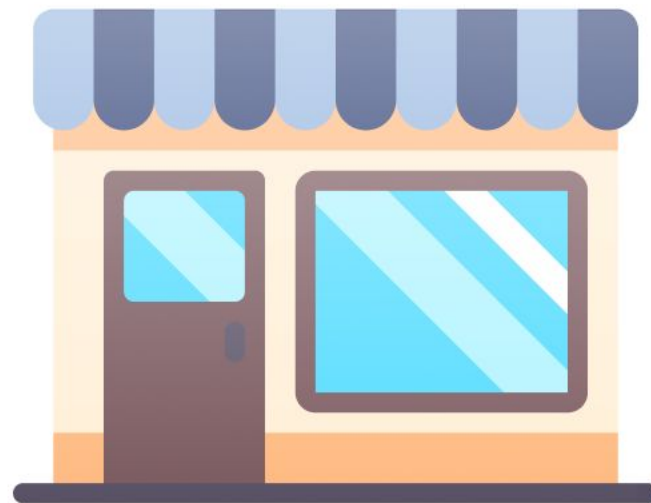




# Offline события

---

1. Совершаются вне веб-сайта или приложения.
2. Данные собираются отдельно.
3. Информация о совершенных конверсиях передается в Facebook.





# Offline события

---

1. Совершаются вне веб-сайта или приложения.
2. Данные собираются отдельно.
3. Информация о совершенных конверсиях передается в Facebook.





# Процесс матчинга

---

1. Сопоставление ключевой информации из offline файла с пользовательской информацией:
    - Ключевые данные — номер телефона, email.
  2. Дополнительные данные помогают улучшить качество матчинга:
    - Имя, фамилия, zip-код, город, штат, страна, дата рождения, год рождения, пол, возраст.
-  В процессе матчинга неизбежны потери данных.



# Процесс матчинга

---

1. Сопоставление ключевой информации из offline файла с пользовательской информацией:
  - Ключевые данные — номер телефона, email.
2. Дополнительные данные помогают улучшить качество матчинга:
  - Имя, фамилия, zip-код, город, штат, страна, дата рождения, год рождения, пол, возраст.




В процессе матчинга неизбежны потери данных.



# Процесс матчинга

---

1. Сопоставление ключевой информации из offline файла с пользовательской информацией:
    - Ключевые данные — номер телефона, email.
  2. Дополнительные данные помогают улучшить качество матчинга:
    - Имя, фамилия, zip-код, город, штат, страна, дата рождения, год рождения, пол, возраст.
-  В процессе матчинга неизбежны потери данных.



# Offline события: документ для выгрузки

example\_events\_file

email	email	email	phone	phone	phone	madid	fn	ln	zip	ct	st	country	dob	doby	gen	age	e
elizabetho@fb.com	olsene@fb.com	eolsen@fb.com	1-(650)-561-5622	1-(650)-782-5622	1-(650)-888-5622	aece52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Elizabeth	Olsen	94046	Menlo Park	CA	US	10/21/68	1968	F	48	F
andrewj@fb.com	jamisona@fb.com	ajamison@fb.com	1-(212) 736-3100	1-(212) 523-3100	1-(212) 123-3100	BEBE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	Andrew	Jamison	10118	New York	NY	US	10/17/78	1978	M	38	F
margaretj@fb.com	johnsonm@fb.com	mjohnson@fb.com	1-(323) 857-6000	1-(323) 617-6000	1-(323) 543-6000	adbe52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Margaret	Johnson	90001-4656	Los Angeles	CA	US	11/21/82	1982	F	33	F
johnd@fb.com	doej@fb.com	jdoe@fb.com	1-(312) 443-3600	1-(312) 555-3600	1-(312) 321-3600	AEBE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	John	Doe	60603	Chicago	IL	US	9/1/78	1978	M	38	F
marks@fb.com	smithmark@fb.com	msmith@fb.com	+44 303 123 7300	+44 871 663 1678	+44 844 412 4653	AEBD52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	Mark	Smith	SW1A 1AA	London		GB	12/10/78	1978	M	38	F
jamesm@fb.com	mclaughlinj@fb.com	jmclaughlin@fb.com	+44 20 7219 4272	+44 844 482 5138	+44 343 222 1234	aece52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	James	McLaughlin	SW1A 1AA	London		GB	10/21/56	1978	M	50	F
pauloa@fb.com	alessandrop@fb.com	palessandro@fb.com	+55 21 3938-6900	+55 11 3091-3116	+55 11 3113-3651	acbe52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Paulo	Alessandro	01310-200	Sao Paulo		BR	12/21/78	1976	M	40	F
mariel@fb.com	laurentm@fb.com	milaurent@fb.com	+33 892 70 12 39	+33 1 53 09 82 82	+33 1 40 20 53 17	AFCE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	Marie	Laurent	75007	Paris		FR	10/10/65	1978	F	51	F
thomasd@fb.com	duboist@fb.com	tdubois@fb.com	+33 892 70 12 39	+33 1 49 52 42 63	+33 1 42 96 70 00	AEBE52E7-03EE-455A-B3C4-E57283966239	Thomas	Dubois	75007	Paris		FR	11/19/72	1978	M	44	F
elizabetho@fb.com	olsene@fb.com	eolsen@fb.com	1-(650)-561-5622	1-(650)-782-5622	1-(650)-888-5622	aece52e7-03ee-455a-b3c4-e57283966239	Elizabeth	Olsen	94046	Menlo Park	CA	US	10/21/68	1968	F	48	F



# Способы выгрузки Offline конверсий

---

1. **Ручная выгрузка:** работа с документом.
2. **Настройка синхронизации по API:**  
необходимо участие технического  
специалиста.





# Способы выгрузки Offline конверсий

---

1. **Ручная выгрузка:** работа с документом.
2. **Настройка синхронизации по API:**  
необходимо участие технического специалиста.





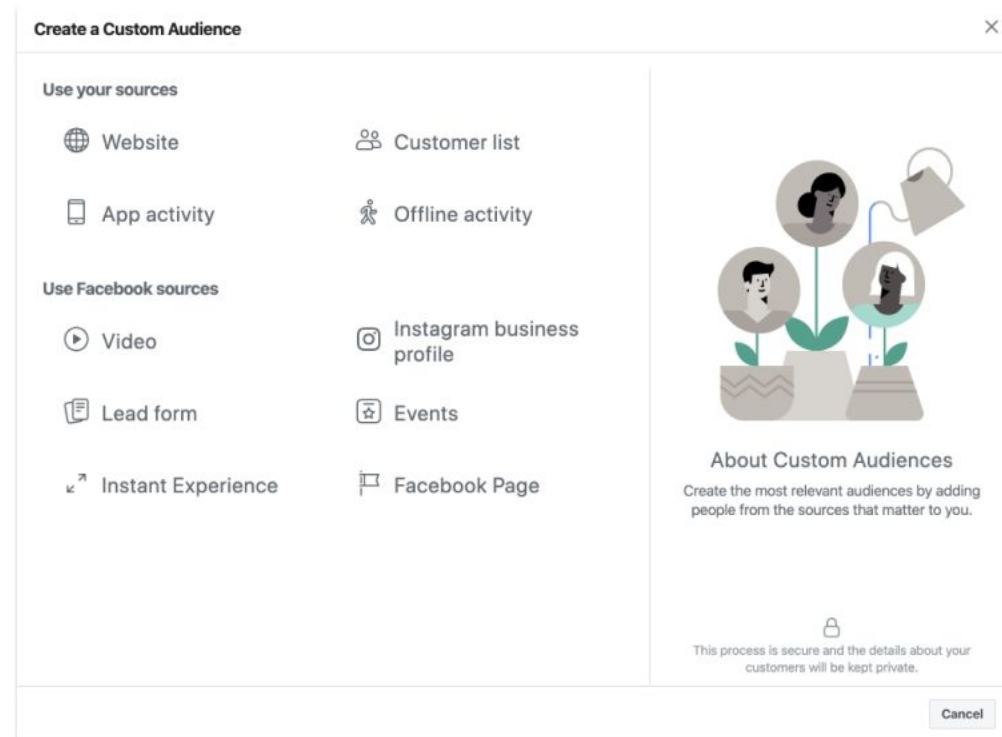
# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ТРЕКИНГА В РЕКЛАМЕ

Для максимально эффективного обеспечения  
рекламных активностей



# Векторы использования инструментов трекинга

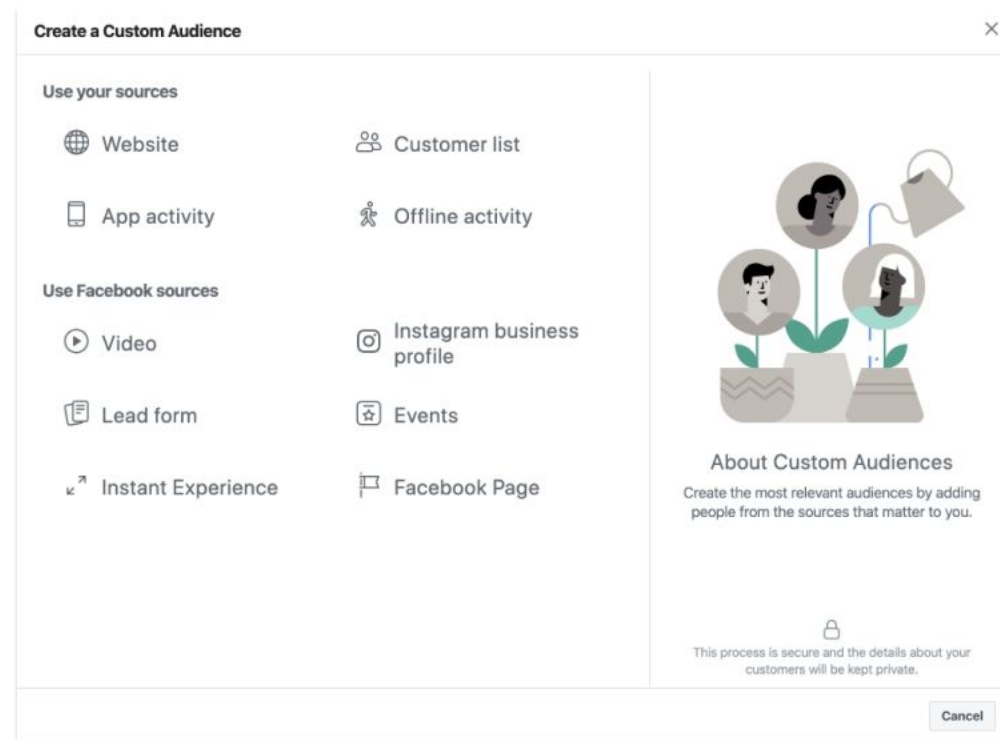
1. Сбор кастомных аудиторий для трекинга.
2. Отслеживание событий для создания качественной отчетности.
3. Передача данных для работы оптимизации.





# Векторы использования инструментов трекинга

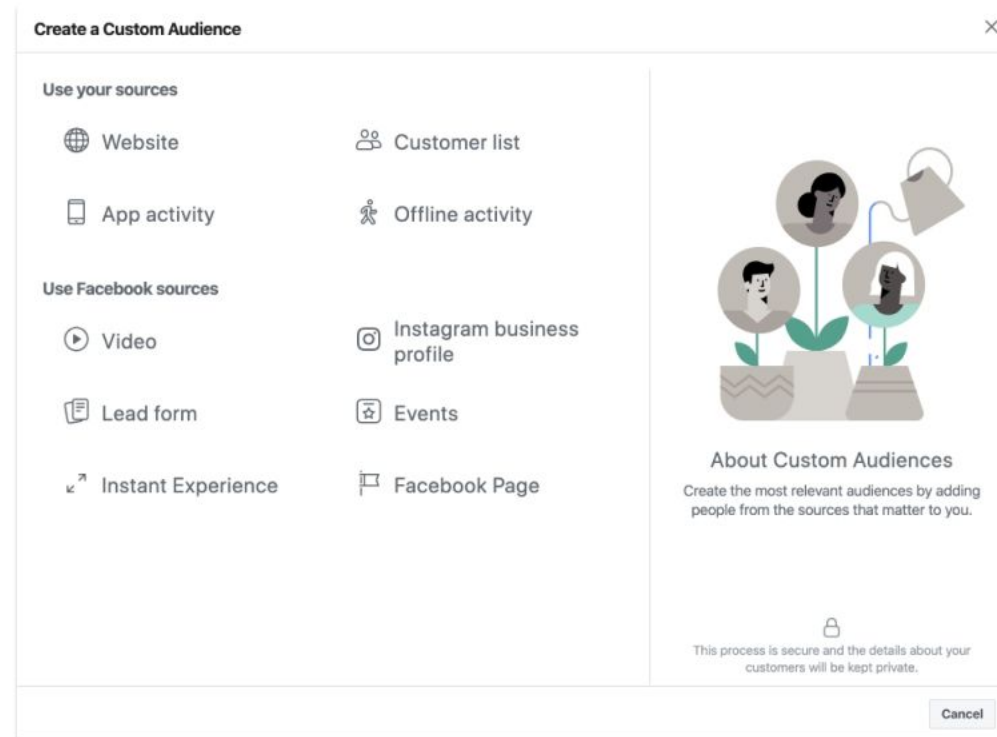
1. Сбор кастомных аудиторий для трекинга.
2. Отслеживание событий для создания качественной отчетности.
3. Передача данных для работы оптимизации.





# Векторы использования инструментов трекинга

1. Сбор кастомных аудиторий для трекинга.
2. Отслеживание событий для создания качественной отчетности.
3. Передача данных для работы оптимизации.





# Сбор аудитории для трекинга

1. По URL или событию.
2. Нет различия между равнозначными событиями от Pixel, SDK или Offline.
3. Один шаг Customer Journey = одна аудитория.

The screenshot shows the 'Create a Website Custom Audience' interface. It is divided into two main steps:

- Step 1: Add People to Your Audience**
  - Includes a dropdown for 'Include people who meet' set to 'ANY' and a note 'of the following criteria:'.
  - A dropdown menu is open, showing options under 'Facebook Pixel':
    - 'All website visitors' (selected with a checkmark)
    - 'People who visited specific web pages'
    - 'Visitors by time spent'
  - Below the dropdown, there are fields for 'in the past' (30) and 'days'.
  - Buttons for '+ Include More People' and '- Exclude People' are visible.
- Step 2: From your events**
  - A dropdown menu is open, showing options:
    - 'PageView'
    - 'ViewContent' (highlighted)
    - 'AdvancedEvents'
  - There is a field with the number '50' and an 'X' icon, and an 'Add Description' button.

At the bottom of the interface, there are three buttons: 'Cancel', 'Back', and 'Create Audience'.



# Сбор аудитории для трекинга

1. По URL или событию.
2. Нет различия между равнозначными событиями от Pixel, SDK или Offline.
3. Один шаг Customer Journey = одна аудитория.

Create a Website Custom Audience

1 Add People to Your Audience Show Tips

Include people who meet **ANY** of the following criteria:

Facebook Pixel

All website visitors in the past 30 days

Search |

- ✓ All website visitors
- People who visited specific web pages
- Visitors by time spent
- From your events
  - PageView
  - ViewContent
  - AdvancedEvents

Include More People Exclude People

50 X Add Description

Cancel Back Create Audience



# Сбор аудитории для трекинга

1. По URL или событию.
2. Нет различия между равнозначными событиями от Pixel, SDK или Offline.
3. Один шаг Customer Journey = одна аудитория.

The screenshot shows the 'Create a Website Custom Audience' interface. It is divided into two main steps:

- Step 1: Add People to Your Audience**
  - Includes a dropdown for 'Include people who meet' set to 'ANY' and a note 'of the following criteria:'.
  - A dropdown menu is open, showing options under 'Facebook Pixel':
    - 'All website visitors' (selected with a checkmark)
    - 'People who visited specific web pages'
    - 'Visitors by time spent'
  - Below the dropdown, there are fields for 'From your events' (set to '50') and an 'Add Description' button.
  - Buttons for '+ Include More People' and '- Exclude People' are visible.
- Step 2: (Partially visible)**

At the bottom of the interface, there are 'Cancel', 'Back', and 'Create Audience' buttons.



# Сбор аудитории для трекинга с сайта: базовый подход

### Создание пользовательской аудитории с сайта

1 Добавить людей в аудиторию [Показать советы](#)

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Люди, посетившие определенные веб-страницы за посл. 30 д.

URL есть

Хотя бы одно из этих значений

Дополнительно отфильтровать по следующим параметрам:

[+ Включить ещё людей](#) [- Исключить людей](#)

2 Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию 50 [Добавить описание](#)

[Отмена](#) [Назад](#) [Создать аудиторию](#)





# Сбор аудиторий для трекинга с приложения: базовый подход

Создать пользовательскую аудиторию для действий в приложении ✕

**1** Добавить людей в аудиторию Показать советы

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

**Любой, кто открывал приложение** за посл  д. ?

**2** + Включить ещё людей - Исключить людей

50 ✕ Добавить описание

**From your events**

- Установки приложения
- Запуски приложения

Отмена Назад Создать аудиторию



# Сбор аудиторий для трекинга с сайта: продвинутый подход

Создание пользовательской аудитории с сайта ✕

**1** Добавить людей в аудиторию Показать советы

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

**Purchase** за посл. 30 д. ?

Совокупное значение:  
Сумма value больше, чем (>) 100 ✕

Дополнительно отфильтровать по следующим параметрам:

+ Включить ещё людей - Исключить людей

**2** Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию 50 ✕ [Добавить описание](#)

Отмена Назад Создать аудиторию



# Сбор аудиторий для трекинга с приложения: продвинутый подход

Создать пользовательскую аудиторию для действий в приложении

1 Добавить людей в аудиторию [Показать советы](#)

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

**Запуски приложения** за посл.  д.

Совокупное значение:  
**Частота** больше, чем (>)

Дополнительно отфильтровать по следующим параметрам:

[+](#) Включить ещё людей [-](#) Исключить людей

**Исключить** людей, которые соответствуют хотя бы одному из следующих критериев:

**Самые активные пользователи** **Топ (25 %)** за посл.  д.

[-](#) Исключить людей

2 Назовите свою аудиторию

50 [Добавить описание](#)



# Сбор аудиторий для трекинга с offline событий

Создать пользовательскую аудиторию для офлайн-действий

1 Добавить людей в аудиторию Показать советы

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Люди, которые взаимодействовали офлайн за посл. 30 д. Допустимый диапазон дат увеличен с 90 до 720 дн.

2 **From your events**

- AddPaymentInfo
- AddToCart
- AddToWishlist
- CompleteRegistration
- Contact

Отмена Назад Создать аудиторию



# Базовый подход

Использование кастомных конверсий:

- **Отсутствует вектор оптимизации**
- Необходимость страницы подтверждения / благодарности
- Ниже надежность срабатывания
- Необходим только базовый код
- Исторически первый метод отслеживания конверсий

### Создать специально настроенную конверсию

Специально настроенные конверсии позволяют вам вести учет уникальных действий и оптимизировать вашу рекламу под события, которые наиболее важны для вашей компании. Чтобы создать специально настроенную конверсию, примените правила к существующим событиям.

Включить события, которые соответствуют следующим критериям

Событие на сайте: **Весь трафик для URL**

Включить события (Весь трафик для URL), которые соответствуют следующим критериям:

× Правило 1 URL

содержит **▼**

[Добавить ещё одно прави...](#)

---

**Название**  50

[Добавьте описание](#)

**Категория**

**Ценность**

Укажите ценность каждой из этих конверсий для отслеживания окупаемости затрат на рекламу. [Подробнее](#)

[Отмена](#) [Создать](#)



# Базовый подход

Использование кастомных конверсий:

- **Отсутствует вектор оптимизации**
- Необходимость страницы подтверждения / благодарности
- Ниже надежность срабатывания
- Необходим только базовый код
- Исторически первый метод отслеживания конверсий

### Создать специально настроенную конверсию

Специально настроенные конверсии позволяют вам вести учет уникальных действий и оптимизировать вашу рекламу под события, которые наиболее важны для вашей компании. Чтобы создать специально настроенную конверсию, примените правила к существующим событиям.

Включить события, которые соответствуют следующим критериям

Событие на сайте Весь трафик для URL

Включить события (Весь трафик для URL), которые соответствуют следующим критериям:

× Правило 1 URL

содержит

[Добавить ещё одно прави...](#)

---

**Название**  50

[Добавьте описание](#)

**Категория** i Выберите категорию

**Ценность** i

Укажите ценность каждой из этих конверсий для отслеживания окупаемости затрат на рекламу. [Подробнее](#)

Отмена Создать



# Базовый подход

Использование кастомных конверсий:

- **Отсутствует вектор оптимизации**
- Необходимость страницы подтверждения / благодарности
- Ниже надежность срабатывания
- Необходим только базовый код
- Исторически первый метод отслеживания конверсий

### Создать специально настроенную конверсию

Специально настроенные конверсии позволяют вам вести учет уникальных действий и оптимизировать вашу рекламу под события, которые наиболее важны для вашей компании. Чтобы создать специально настроенную конверсию, примените правила к существующим событиям.

Включить события, которые соответствуют следующим критериям

Событие на сайте Весь трафик для URL

Включить события (Весь трафик для URL), которые соответствуют следующим критериям:

× Правило 1 URL

содержит

[Добавить ещё одно прави...](#)

---

**Название**  50

[Добавьте описание](#)

**Категория** i Выберите категорию

**Ценность** i

Укажите ценность каждой из этих конверсий для отслеживания окупаемости затрат на рекламу. [Подробнее](#)

Отмена Создать



# Базовый подход

Использование кастомных конверсий:

- **Отсутствует вектор оптимизации**
- Необходимость страницы подтверждения / благодарности
- Ниже надежность срабатывания
- Необходим только базовый код
- Исторически первый метод отслеживания конверсий

### Создать специально настроенную конверсию

Специально настроенные конверсии позволяют вам вести учет уникальных действий и оптимизировать вашу рекламу под события, которые наиболее важны для вашей компании. Чтобы создать специально настроенную конверсию, примените правила к существующим событиям.

Включить события, которые соответствуют следующим критериям

Событие на сайте Весь трафик для URL

Включить события (Весь трафик для URL), которые соответствуют следующим критериям:

× Правило 1 URL

содержит

[Добавить ещё одно прави...](#)

---

**Название**  50

[Добавьте описание](#)

**Категория** i Выберите категорию

**Ценность** i

Укажите ценность каждой из этих конверсий для отслеживания окупаемости затрат на рекламу. [Подробнее](#)

Отмена Создать





# Базовый подход

Использование кастомных конверсий:

- **Отсутствует вектор оптимизации**
- Необходимость страницы подтверждения / благодарности
- Ниже надежность срабатывания
- Необходим только базовый код
- Исторически первый метод отслеживания конверсий

### Создать специально настроенную конверсию

Специально настроенные конверсии позволяют вам вести учет уникальных действий и оптимизировать вашу рекламу под события, которые наиболее важны для вашей компании. Чтобы создать специально настроенную конверсию, примените правила к существующим событиям.

Включить события, которые соответствуют следующим критериям

Событие на сайте Весь трафик для URL

Включить события (Весь трафик для URL), которые соответствуют следующим критериям:

× Правило 1 URL

содержит

[Добавить ещё одно прави...](#)

---

**Название**  50

[Добавьте описание](#)

**Категория** ? Выберите категорию

**Ценность** ?

Укажите ценность каждой из этих конверсий для отслеживания окупаемости затрат на рекламу. [Подробнее](#)

Отмена Создать



# Продвинутый подход

Использование событий пикселя:

- **Присутствует вектор оптимизации**
- Отсутствие необходимости страницы подтверждения / благодарности
- Выше надежность срабатывания
- Необходимы коды событий пикселя, которые вводятся вручную в коде сайта, через контейнер, или через инструмент настройки событий

### Установить код пикселя

Скопировать код события «Покупка»

Скопируйте snippet кода события. Вы можете добавить параметры для отправки дополнительных данных со страницы.

**Отправить параметры события** ⓘ  
Выберите параметры, которые вы хотите отправлять вместе с событием, затем введите значение каждого параметра. Вы также можете указать переменные для отправки динамических данных. Завершив установку параметров, скопируйте код события.

**Ценность конверсии** ⓘ  ×

**Валюта** ⓘ  ×

▾

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase');
</script>
```

**Вставить код события «Покупка»**

- Рекомендуется отслеживать это событие при загрузке страницы.
- Если вы используете встроенные события, добавьте код события в HTML-элемент кнопки «завершить заказ»

```
<button id="addToCartButton">Покупка</button>
<script type="text/javascript">
  document.getElementById('addToCartButton').addEventListener(
    insert_event_code_here;
    ...
  }, false);
```



# Продвинутый подход

Использование событий пикселя:

- **Присутствует вектор оптимизации**
- Отсутствие необходимости страницы подтверждения / благодарности
- Выше надежность срабатывания
- Необходимы коды событий пикселя, которые вводятся вручную в коде сайта, через контейнер, или через инструмент настройки событий

### Установить код пикселя

Скопировать код события «Покупка»

Скопируйте snippet кода события. Вы можете добавить параметры для отправки дополнительных данных со страницы.

**Отправить параметры события** ⓘ  
Выберите параметры, которые вы хотите отправлять вместе с событием, затем введите значение каждого параметра. Вы также можете указать переменные для отправки динамических данных. Завершив установку параметров, скопируйте код события.

**Ценность конверсии** ⓘ  ×

**Валюта** ⓘ  ×

▾

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase');
</script>
```

**Вставить код события «Покупка»**

- Рекомендуется отслеживать это событие при загрузке страницы.
- Если вы используете встроенные события, добавьте код события в HTML-элемент кнопки «завершить заказ»

```
<button id="addToCartButton">Покупка</button>
<script type="text/javascript">
  document.getElementById('addToCartButton').addEventListener(
    insert_event_code_here;
    ...
  }, false);
```



# Продвинутый подход

Использование событий пикселя:

- **Присутствует вектор оптимизации**
- Отсутствие необходимости страницы подтверждения / благодарности
- Выше надежность срабатывания
- Необходимы коды событий пикселя, которые вводятся вручную в коде сайта, через контейнер, или через инструмент настройки событий

### Установить код пикселя

Скопировать код события «Покупка»

Скопируйте snippet кода события. Вы можете добавить параметры для отправки дополнительных данных со страницы.

**Отправить параметры события** ⓘ  
Выберите параметры, которые вы хотите отправлять вместе с событием, затем введите значение каждого параметра. Вы также можете указать переменные для отправки динамических данных. Завершив установку параметров, скопируйте код события.

**Ценность конверсии** ⓘ  ×

**Валюта** ⓘ  ×

▾

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase');
</script>
```

**Вставить код события «Покупка»**

- Рекомендуется отслеживать это событие при загрузке страницы.
- Если вы используете встроенные события, добавьте код события в HTML-элемент кнопки «завершить заказ»

```
<button id="addToCartButton">Покупка</button>
<script type="text/javascript">
  document.getElementById('addToCartButton').addEventListener(
    insert_event_code_here;
    ...
  }, false);
```



# Продвинутый подход

Использование событий пикселя:

- **Присутствует вектор оптимизации**
- Отсутствие необходимости страницы подтверждения / благодарности
- Выше надежность срабатывания
- Необходимы коды событий пикселя, которые вводятся вручную в коде сайта, через контейнер, или через инструмент настройки событий

### Установить код пикселя

Скопировать код события «Покупка»

Скопируйте snippet кода события. Вы можете **добавить параметры** для отправки дополнительных данных со страницы.

**Отправить параметры события** ⓘ  
Выберите параметры, которые вы хотите отправлять вместе с событием, затем введите значение каждого параметра. Вы также можете указать переменные для отправки динамических данных. Завершив установку параметров, скопируйте код события.

**Ценность конверсии** ⓘ  ×

**Валюта** ⓘ  ×

▾

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase');
</script>
```

**Вставить код события «Покупка»**

- Рекомендуется отслеживать это событие при загрузке страницы.
- Если вы используете встроенные события, добавьте код события в HTML-элемент кнопки «завершить заказ»

```
<button id="addToCartButton">Покупка</button>
<script type="text/javascript">
  document.getElementById('addToCartButton').addEventListener(
    insert_event_code_here;
    ...
  }, false);
```



# Отслеживание и отчетность

Использование кастомных конверсий:

- Страница-сигнал (страница благодарности, страница подтверждения).
- Кастомное событие (если нет возможности использовать стандартные).

### Create a Custom Conversion

Custom conversions allow you to measure unique activities and optimize your ads for the events that matter most to your business. Create a custom conversion by applying rules to existing events.

Include events that meet the following criteria

● Targetorium School's Pixel

Website Event All URL Traffic

Include All URL Traffic events that meet the following criteria:

✕ Rule 1 **URL**

contains

Add another rule ⓘ

**Name**  50

Add a description

**Category** ⓘ Select a category

**Value** ⓘ

Set the value that each of these conversions is worth to you to track your return on ad spend. [Learn More](#)

Cancel Create



# Отслеживание и отчетность

Использование кастомных конверсий:

- Страница-сигнал (страница благодарности, страница подтверждения).
- Кастомное событие (если нет возможности использовать стандартные).

### Create a Custom Conversion

Custom conversions allow you to measure unique activities and optimize your ads for the events that matter most to your business. Create a custom conversion by applying rules to existing events.

Include events that meet the following criteria

● Targetorium School's Pixel

Website Event: All URL Traffic

Include All URL Traffic events that meet the following criteria:

✕ Rule 1 URL

contains Add URL keywords

Add another rule

Name: Name your conversion 50

Add a description

Category: Select a category

Value: Enter a conversion value (optional)

Set the value that each of these conversions is worth to you to track your return on ad spend. [Learn More](#)

Cancel Create



# Оптимизация данных

---

1. Нет разницы между источником данных будь то Pixel или SDK.
2. Offline события невозможно использовать для оптимизации.
3. Может производиться по стандартному событию либо кастомной конверсии.
4. Хранится на уровне группы объявлений и на уровне каталога.
5. В каждой группе объявлений обучение оптимизации начинается индивидуально.







# Оптимизация данных

---

1. Нет разницы между источником данных будь то Pixel или SDK.
2. Offline события невозможно использовать для оптимизации.
3. Может производиться по стандартному событию либо кастомной конверсии.
4. Хранится на уровне группы объявлений и на уровне каталога.
5. В каждой группе объявлений обучение оптимизации начинается индивидуально.





# Оптимизация данных

---

1. Нет разницы между источником данных будь то Pixel или SDK.
2. Offline события невозможно использовать для оптимизации.
3. Может производиться по стандартному событию либо кастомной конверсии.
4. Хранится на уровне группы объявлений и на уровне каталога.
5. В каждой группе объявлений обучение оптимизации начинается индивидуально.





# Оптимизация данных

---

1. Нет разницы между источником данных будь то Pixel или SDK.
2. Offline события невозможно использовать для оптимизации.
3. Может производиться по стандартному событию либо кастомной конверсии.
4. Хранится на уровне группы объявлений и на уровне каталога.
5. В каждой группе объявлений обучение оптимизации начинается индивидуально.





# Оптимизация данных

---

1. Нет разницы между источником данных будь то Pixel или SDK.
2. Offline события невозможно использовать для оптимизации.
3. Может производиться по стандартному событию либо кастомной конверсии.
4. Хранится на уровне группы объявлений и на уровне каталога.
5. В каждой группе объявлений обучение оптимизации начинается индивидуально.



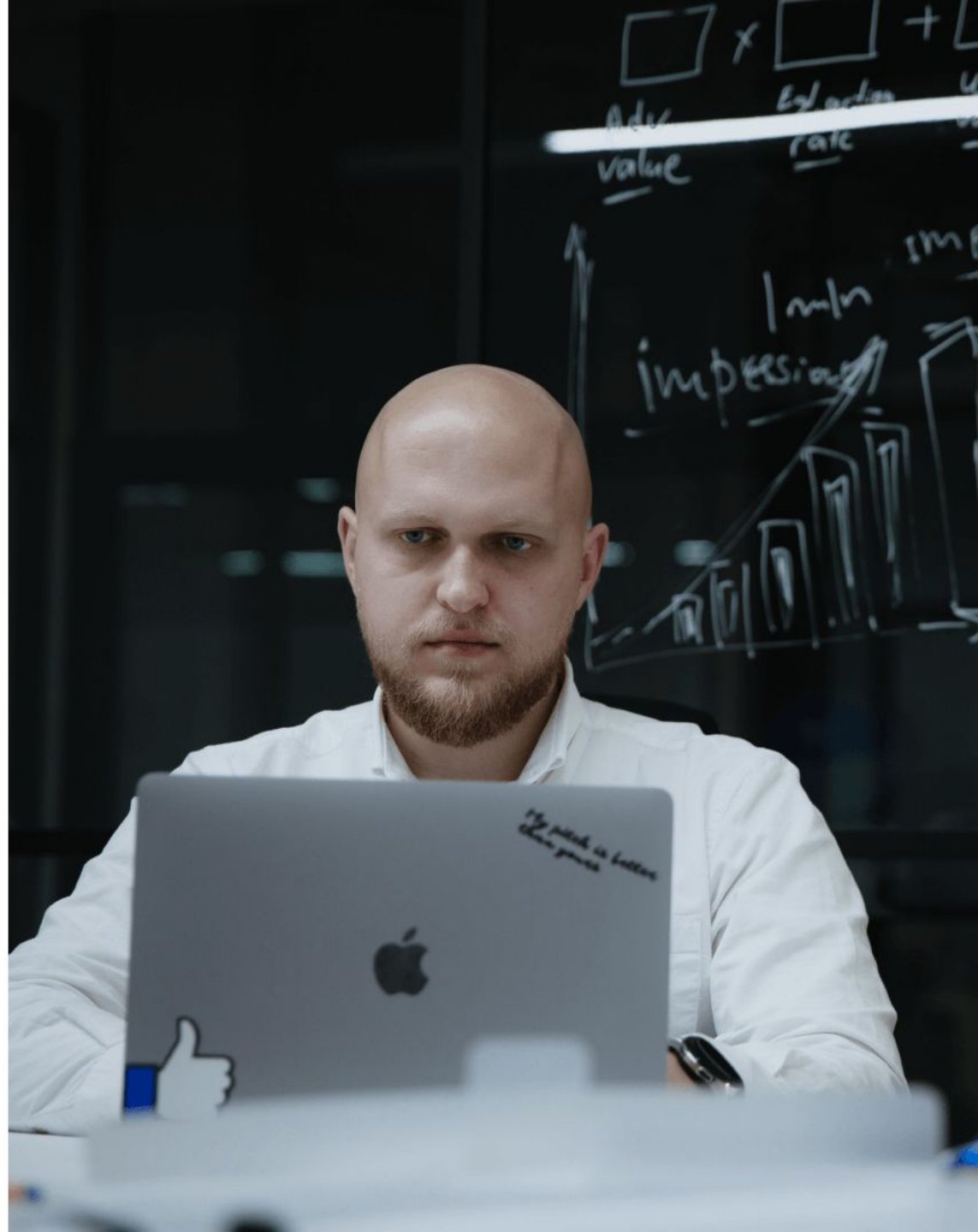


# Оптимизация данных

---

Полезные советы по оптимизации:

1. Оптимизационные данные хранятся на группе объявлений в течение **7 дней** после выключения.
2. При значительных изменениях группы объявлений процесс обучения оптимизации **сбрасывается**.
3. Процесс обучения и сбросившие его изменения можно увидеть в графике в разделе **Inspect**.



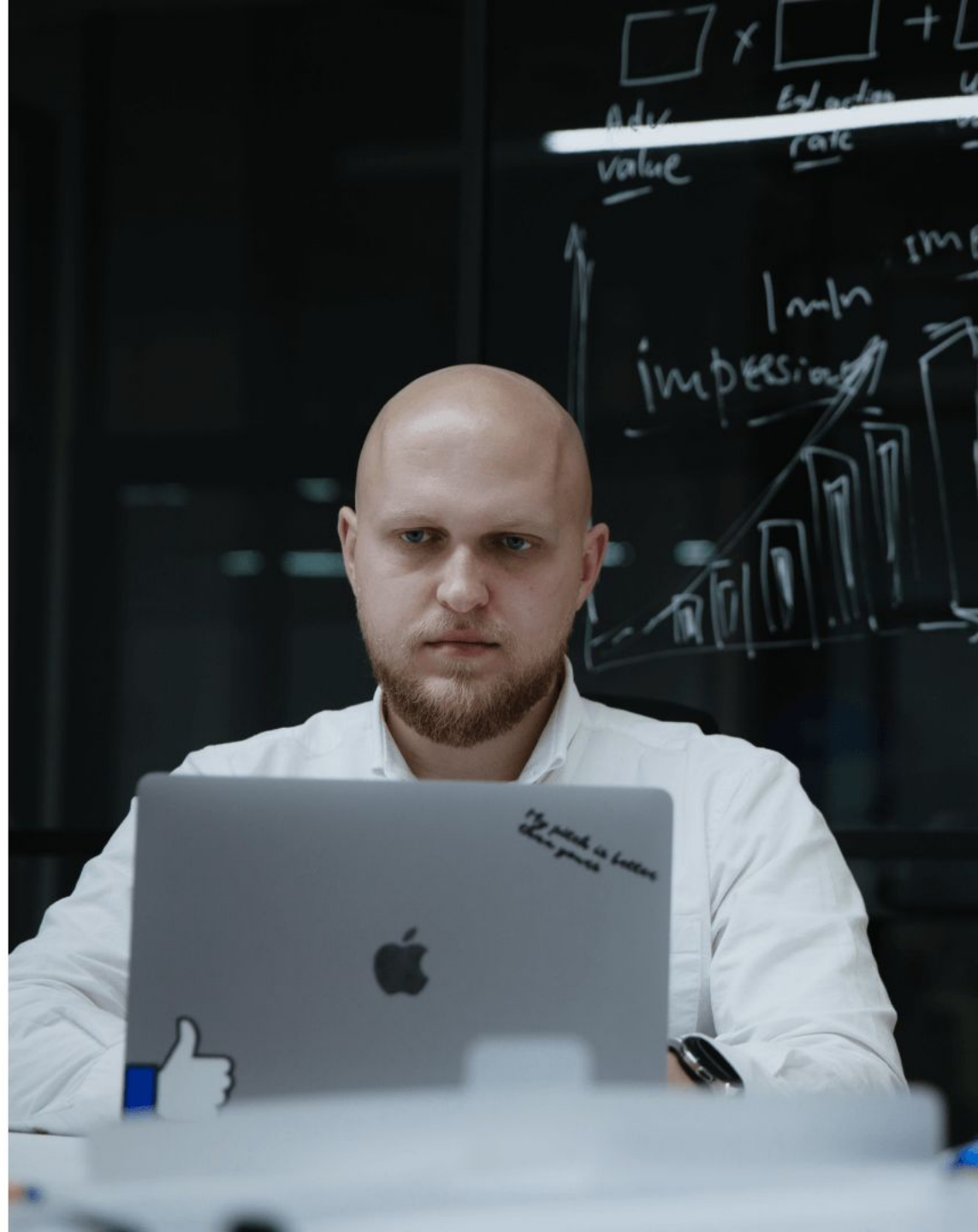


# Оптимизация данных

---

Полезные советы по оптимизации:

1. Оптимизационные данные хранятся на группе объявлений в течение **7 дней** после выключения.
2. При значительных изменениях группы объявлений процесс обучения оптимизации **сбрасывается**.
3. Процесс обучения и сбросившие его изменения можно увидеть в графике в разделе **Inspect**.





# Оптимизация данных

---

Полезные советы по оптимизации:

1. Оптимизационные данные хранятся на группе объявлений в течение **7 дней** после выключения.
2. При значительных изменениях группы объявлений процесс обучения оптимизации **сбрасывается**.
3. Процесс обучения и сбросившие его изменения можно увидеть в графике в разделе **Inspect**.





# Анализ обучения во вкладке Inspect

Сводка | Редактировать | Диаграмма | **Inspect** | История



В настоящее время эта группа объявлений находится на этапе обучения

На этапе обучения мы показываем ваши объявления аудитории, чтобы выявить те группы людей, которые с большей вероятностью принесут вам результаты. Если в течение этого периода вы внесете существенные изменения в свою рекламу, обучение будет перезапущено.

[Подробнее](#)

Цена за резул...  
**105,44 \$**

запуски проб...  
**27**

Потраченная ...  
**2 846,84 \$**

Охват  
**301 657**

Доля первых ...  
**32,27%**

Доля пересеч...  
**0,00%**





facebook

# ЗАДАНИЕ К ЛЕКЦИИ



# Домашнее задание

---

Заполнить вкладку **«ТЗ на установку трекинга»** для вашего проекта относительно шагов Customer Journey и воронки, прописанных после предыдущего занятия.