Таргетированная реклама

Виды и особенности

Таргетированная реклама –

это способ продвижения в интернете, который позволяет показывать объявления определенной целевой аудитории с заданными параметрами в социальных сетях, на сайтах или в приложениях. Простыми словами, слово таргет (от англ. target) означает цель. То есть таргетированная реклама – это реклама, которая направлена на определенный сегмент аудитории.

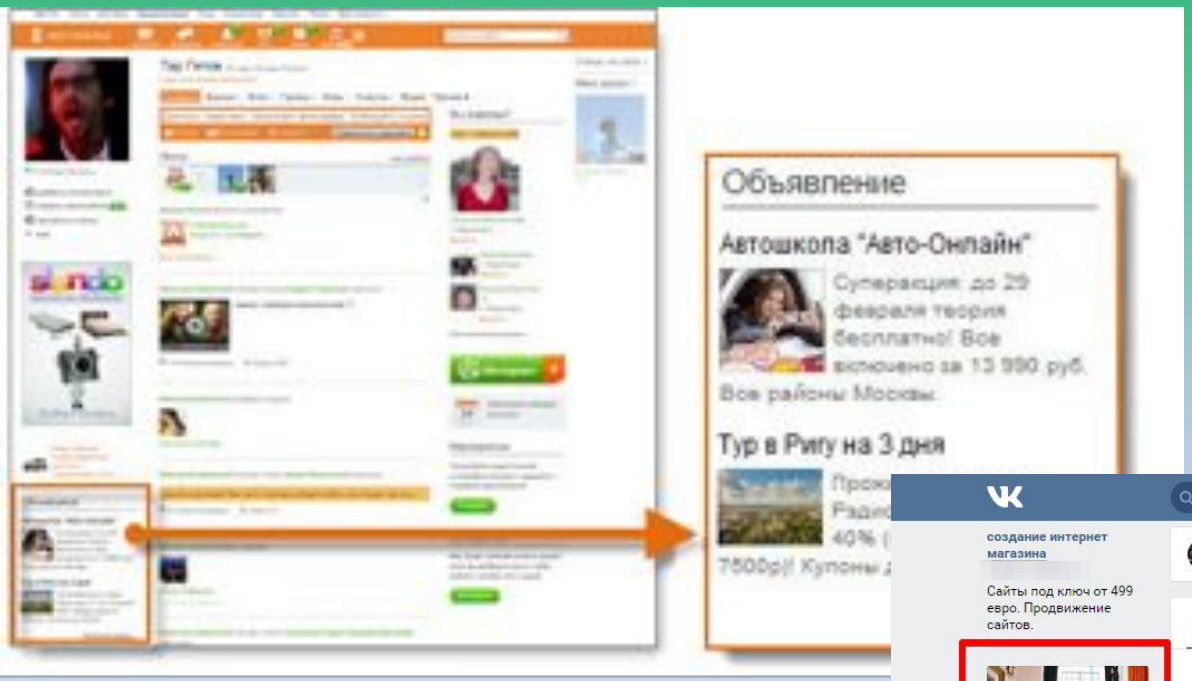
Цели и задачи таргетированной рекламы

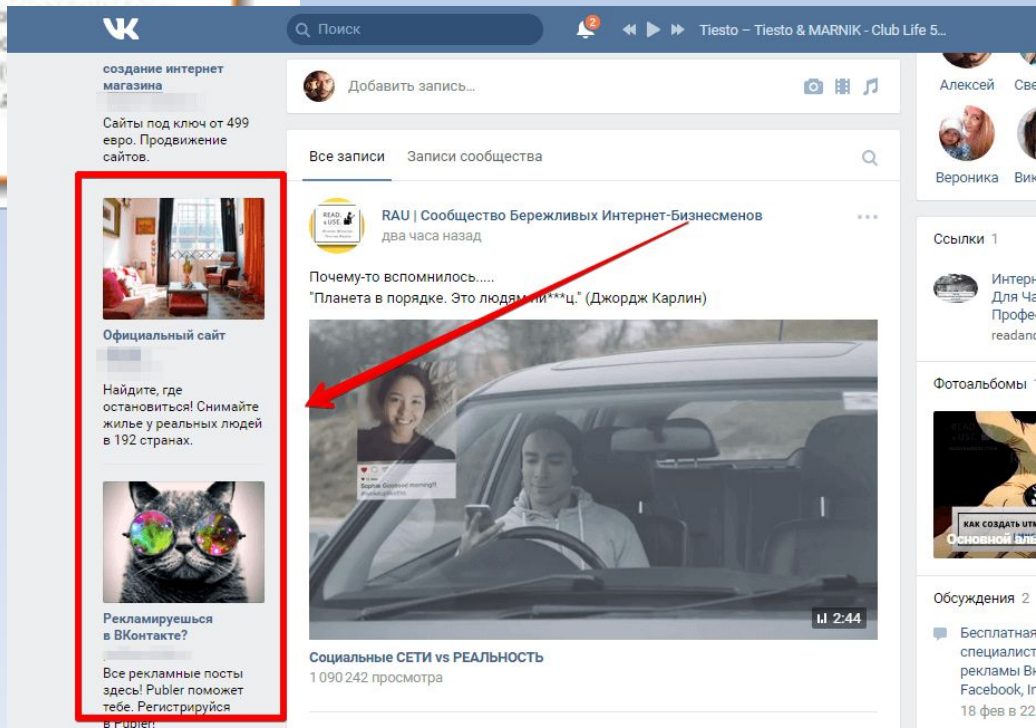
- повышение узнаваемости бренда — таргетированные объявления можно транслировать пользователям с определенным набором характеристик, значимых для бренда;
- увеличение частоты и качества взаимодействия с потребителями — с помощью таргетинга можно взаимодействовать с пользователями, которым уже знаком ваш бренд;
- увеличение продаж и достижение маркетинговых KPI — таргетинг используется для создания performance-кампаний;
- прямой контакт с целевой аудиторией — таргетированная реклама транслируется конкретной аудитории, заинтересованной в продукте или услуге;
- поиск и сравнение разных сегментов аудиторий — таргетинг позволяет создавать небольшие группы пользователей, чтобы сравнивать эффективность рекламы для каждой из них.

Как работает таргетированная реклама

- Когда пользователь регистрируется на одном из сервисов компании VK или в социальных сетях, он добровольно заполняет анкету и дает согласие на обезличенный сбор данных о себе для показа рекламы. Человек указывает пол, дату рождения, семейное положение, место жительства и учебы – на основе этого создается основной массив публичной информации о нем.
- Взаимодействуя с платформой, например, при подписке на группы, пользователь демонстрирует свои интересы.
- С разрешения пользователя приложения также собирают данные о местоположении. Благодаря этому можно таргетировать объявления на жителей района или недавних посетителей определенной геолокации.

Примеры


Объявление
Автошкола "Авто-Онлайн"
Тур в Ригу на 3 дня

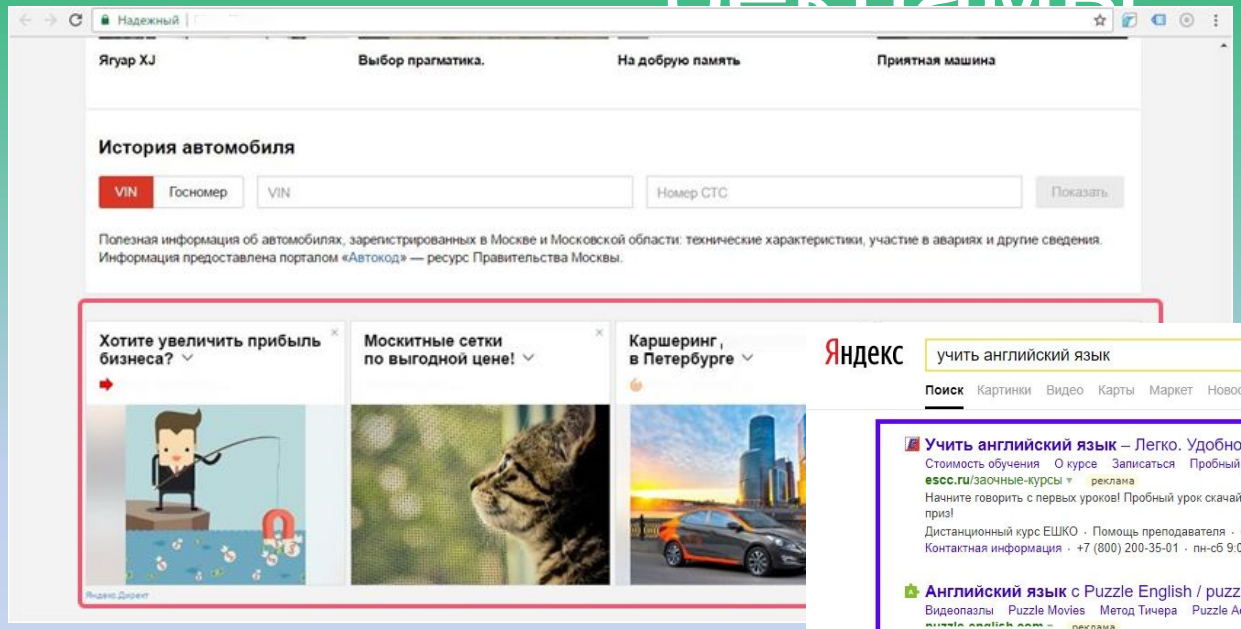

Поиск
Tiesto – Tiesto & MARNIK - Club Life 5...
создание интернет магазина
Сайты под ключ от 499 евро. Продвижение сайтов.
Официальный сайт
Найдите, где остановиться! Снимайте жилье у реальных людей в 192 странах.
Рекламируешься в ВКонтакте?
Все рекламные посты здесь! Publer поможет тебе. Регистрируйся
Добавить запись...
Все записи
Записи сообщества
RAU | Сообщество Бережливых Интернет-Бизнесменов
два часа назад
Почему-то вспомнилось.....
"Планета в порядке. Это людям..."
Социальные СЕТИ vs РЕАЛЬНОСТЬ
1 090 242 просмотра
Ссылки 1
Фотоальбомы
Обсуждения 2

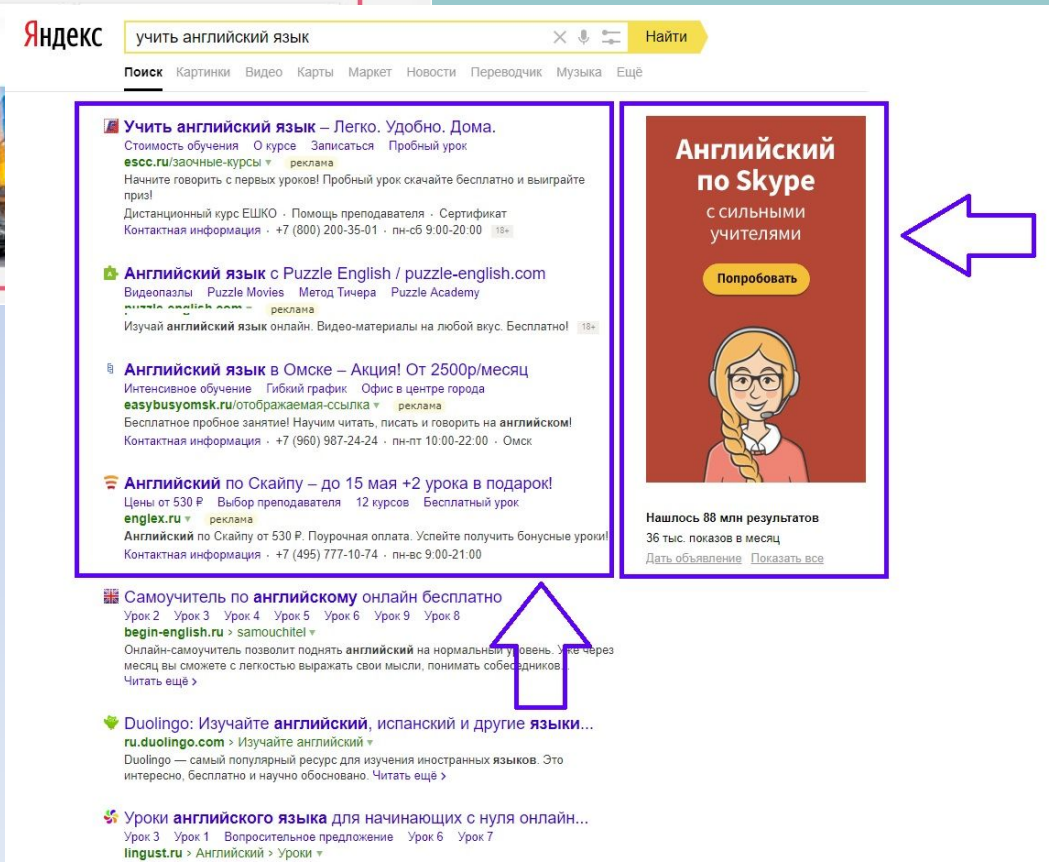
Различия контекстной и таргетированной рекламы

- Таргетированная реклама основана на данных о покупателях и их поведении в интернете и позволяет размещать рекламу с учетом этой информации.
- показывают рекламу потенциальным клиентам на основе данных об их поведении, возрасте, демографии на различных ресурсах, включая соцсети

- Контекстная реклама фокусируется на содержании веб-страниц. Она максимально эффективна, если вы не имеете доступа к данным о потенциальной аудитории, и позволяет показывать объявления на страницах, наиболее соответствующих тематике вашего продукта, а также в результатах поиска по соответствующим ключевым фразам.
- позволяют показывать рекламу тем, кто вводит определенный поисковый запрос или находится на сайте, продвигаемом по этим

Примеры контекстной рекламы





Сочетание таргетированной и контекстной рекламы

Главные преимущества таргетированной рекламы:

- *Показы только ЦА.* Большое количество параметров для настройки (пол, возраст, социально-демографические характеристики, геолокация) позволяет собрать точный портрет потенциального клиента. Вы получаете доступ к заинтересованной аудитории, которая с высокой вероятностью отреагирует на предложение.
- *Персонализация объявлений.* Сегментация позволяет сделать рекламу более эффективной. Формат включает в себя изображение или видео, заголовок и описание: для каждой группы можно создать релевантный креатив с прямым обращением к проблеме пользователя. Это позволяет выделить рекламу на фоне остального контента.
- Л*егкая проверка гипотез и быстрая оптимизация.* Тестирование – залог успеха рекламы. Статистика объявления моментально транслируется в кабинет, поэтому можно отслеживать, какие предложения или аудитории работают лучше. Для повышения результативности можно моментально вносить изменения в настройки кампании, оптимизируя показы и расход бюджета.
- *Простой способ получить клиентов.* Можно настраивать самостоятельно, простые интерфейсы

Недостатки таргетированной рекламы

- необходимость формировать спрос. Это связано с тем, что люди заходят в социальные сети, чтобы общаться и развлекаться, а не за покупками. Несмотря на это, пользователям удобно оформлять заказы и контактировать с брендами, не выходя за пределы Одноклассников или ВКонтакте.
- важно учитывать, что у каждой площадки свои правила модерации: половина из них – следствие законодательства, а другая часть вытекает из политики компании.
- выгорание аудитории. Оно происходит из-за того, что количество пользователей площадки ограничено. Когда объявление показывается большей части выбранной ЦА, статистика начинает ухудшаться.

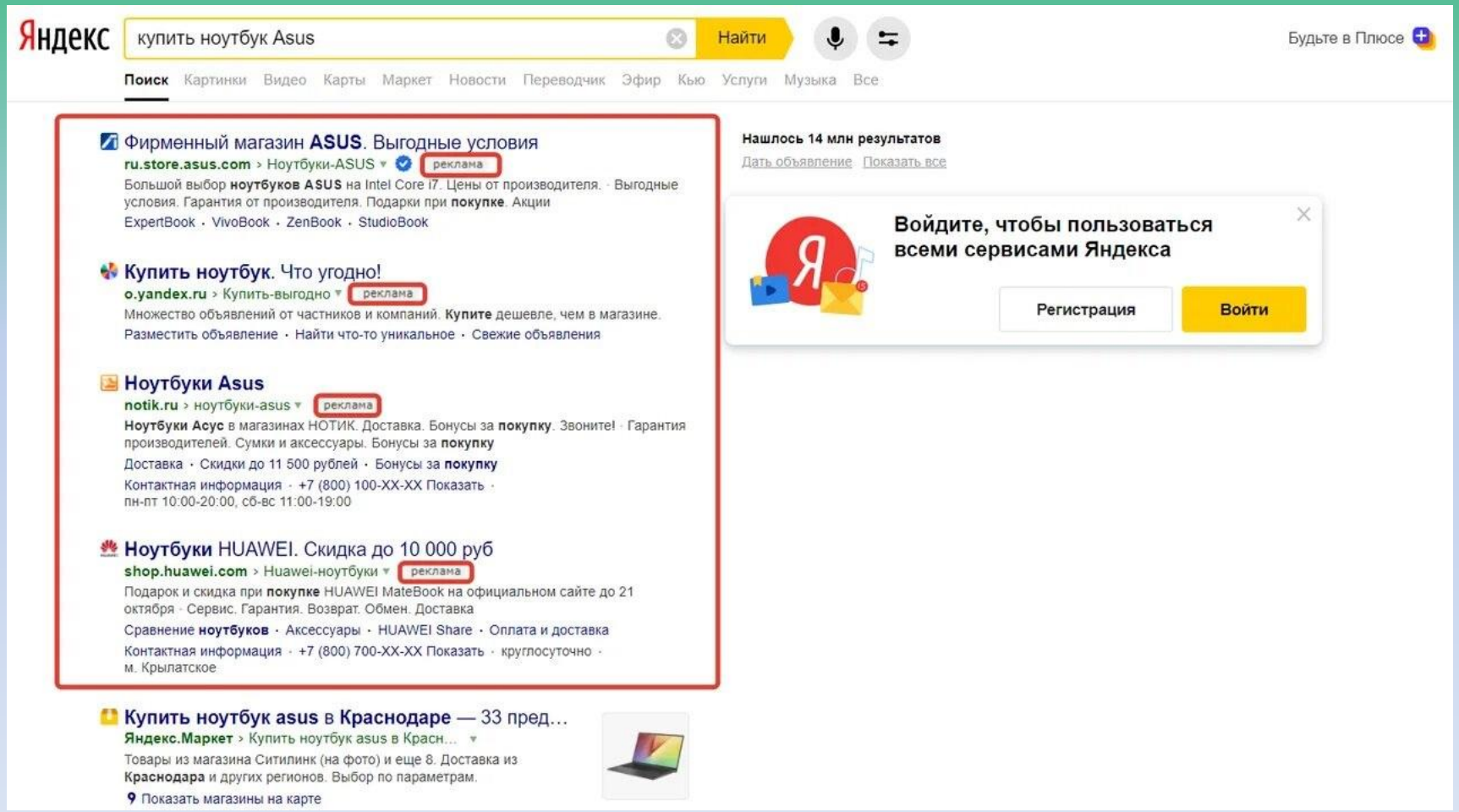
Виды таргетинга

- **Демографические метрики**: пол и возраст. Их важно учитывать, чтобы объявления не показывались людям, которые не заинтересованы в покупке.
- **Геотаргетинг.** С помощью инструмента можно выбрать аудиторию, которая часто посещает определенную геолокацию или недавно там была. К примеру, если вы продвигаете физическую точку продаж, важно подбирать потенциальных клиентов, которым удобно до нее добраться.
- **Поведенческие и социальные характеристики:** уровень зарплаты, образование, семейное положение и т.д. Они помогают учитывать действия пользователей.
- **Интересы**, которые собираются рекламной системой, исходя из действий пользователей. Допустим, вам необходимо продать запчасти для автомобилей. С помощью этих настроек вы можете выбрать людей, которые интересуются определенной маркой, и персонализировать объявления.
- **Контекстный таргетинг.** Инструмент позволяет продвигаться по поисковым запросам. Например, если пользователь недавно искал холодильники, вы можете показать ему рекламу этого товара.
- **Внешние сегменты.** Этот вид таргетинга предполагает использование данных DMP-платформ. С их помощью можно увеличить охваты или выявить труднодоступную аудиторию.
- **Ремаркетинг.** С помощью этой технологии можно показывать рекламу аудитории, которая ранее взаимодействовала с вашей компанией

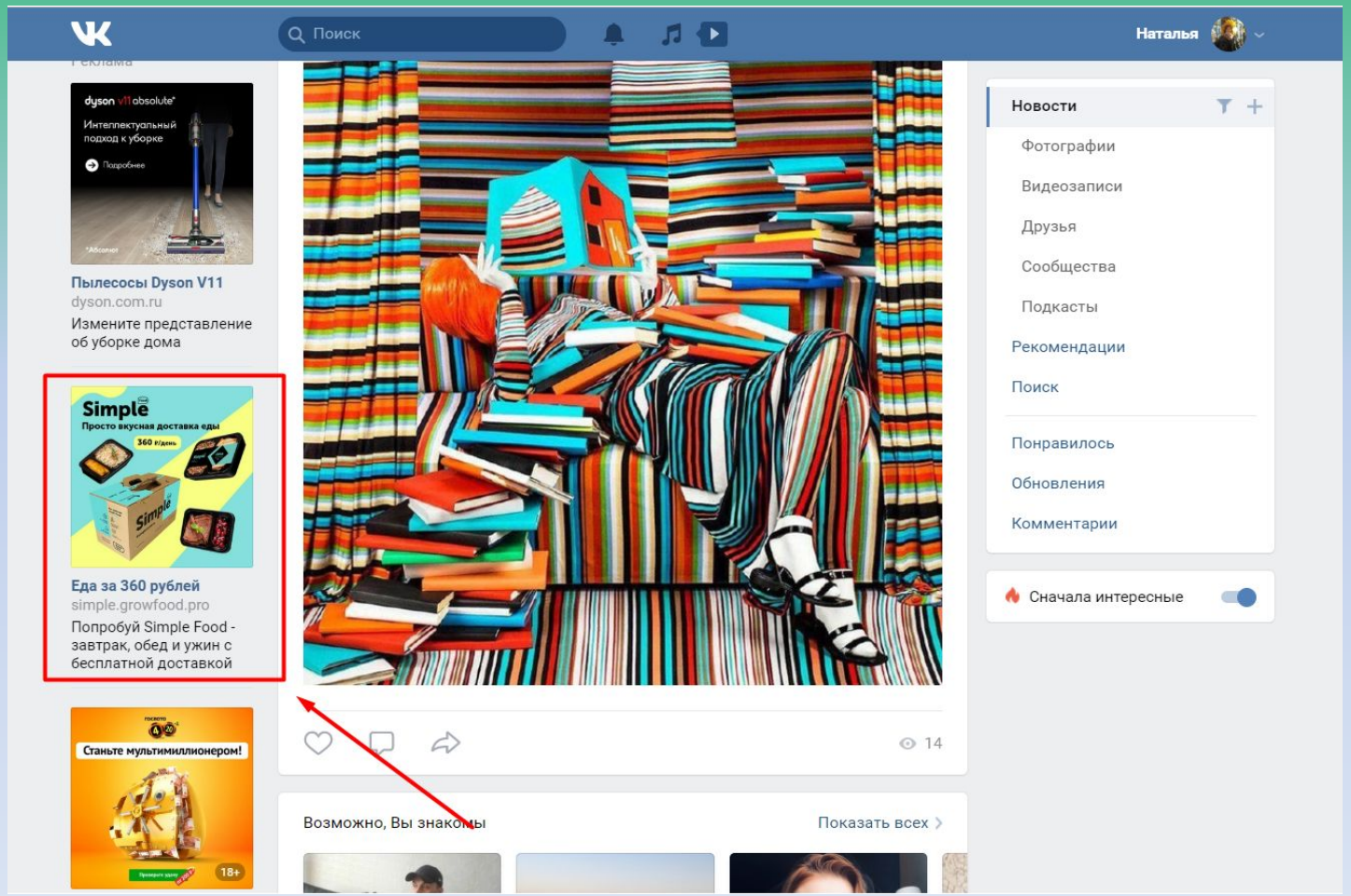
Ограничения таргетированной рекламы

- Холодная аудитория
- Строгая модерация
- Контроль и оптимизация
- Выгорание аудитории

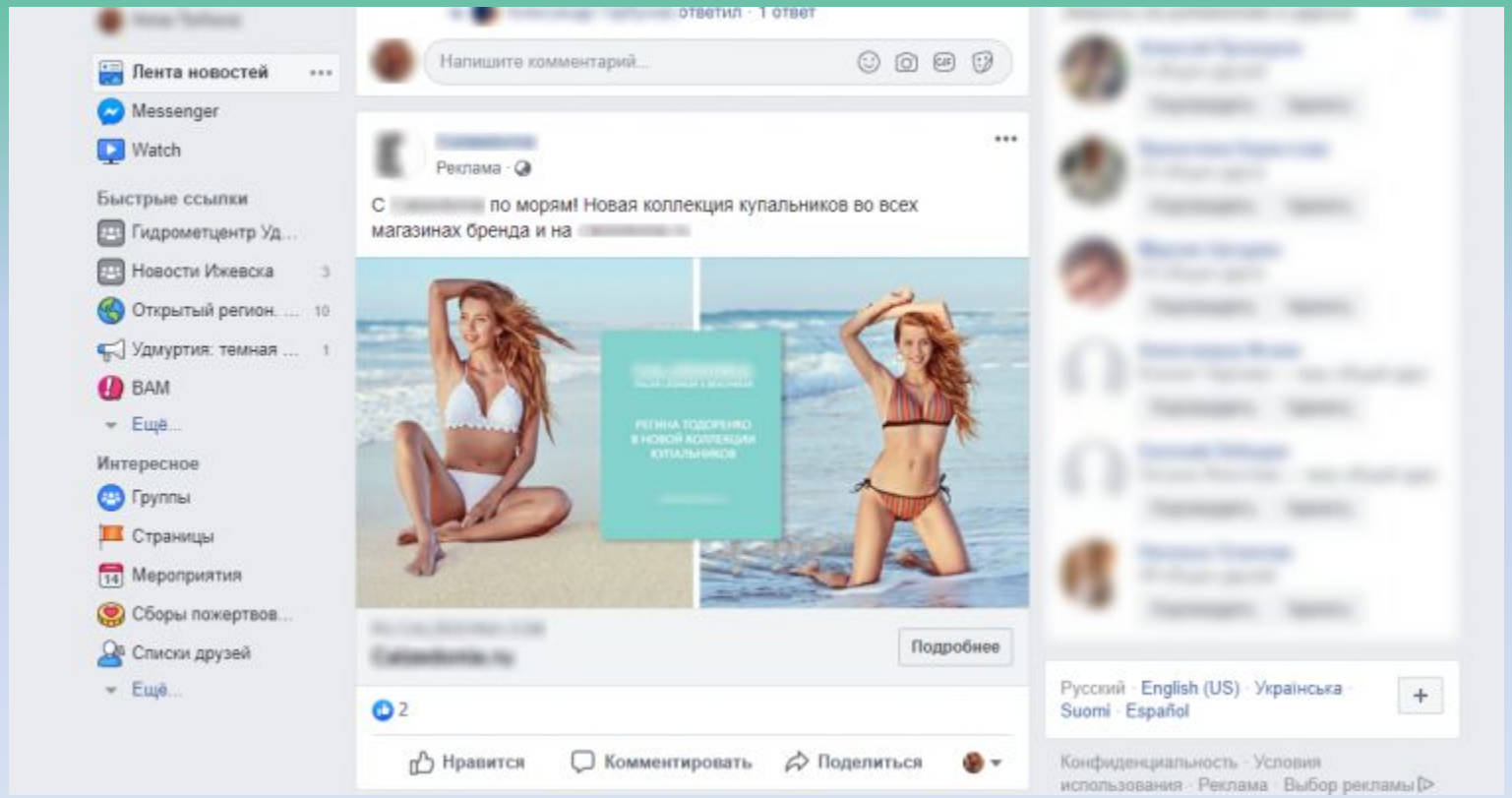
Какая реклама?



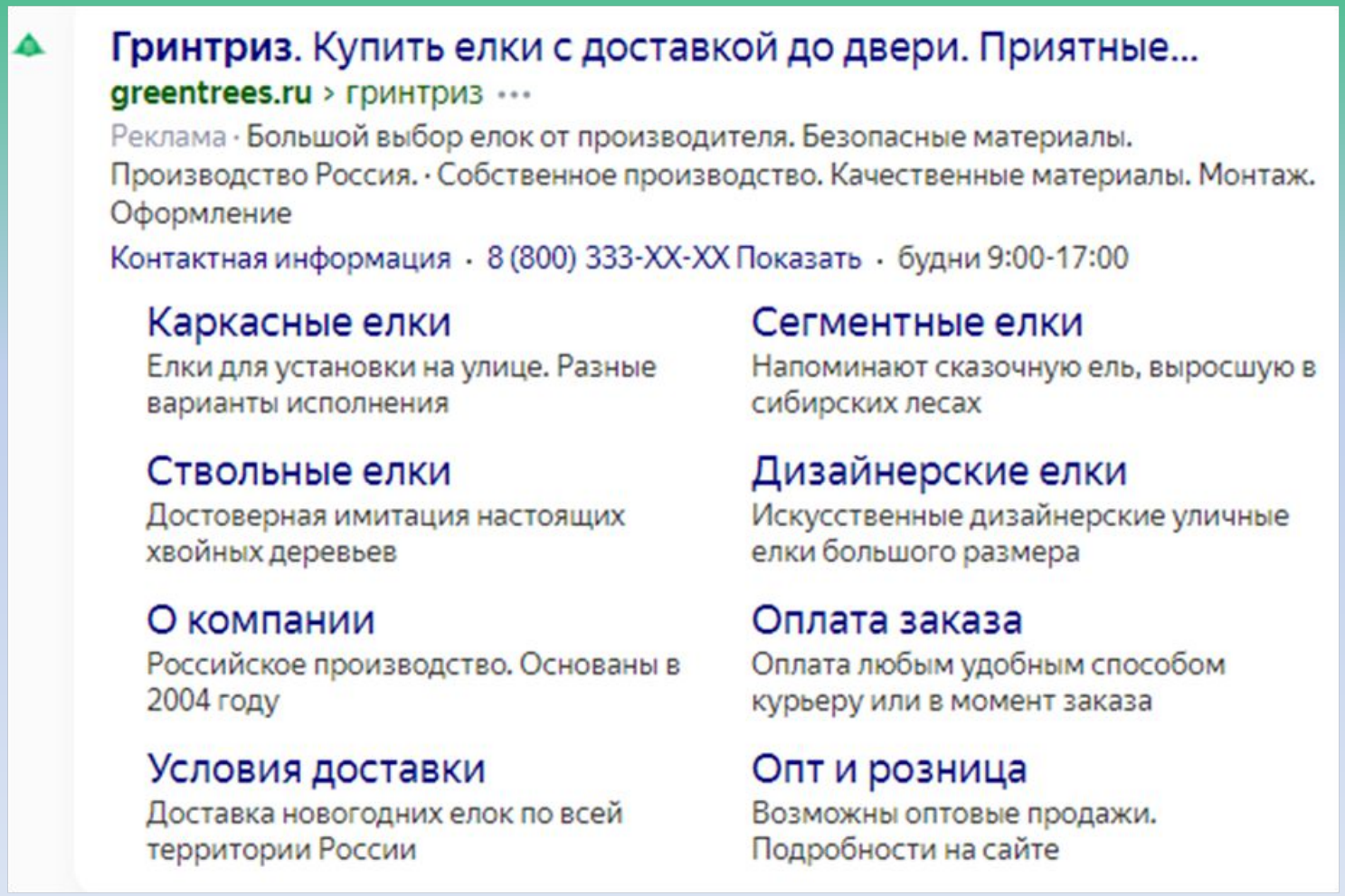
Какая реклама?



Какая реклама?



Какая реклама?



Гринтриз. Купить елки с доставкой до двери. Приятные...

greentrees.ru › гринтриз •••

Реклама · Большой выбор елок от производителя. Безопасные материалы. Производство Россия. · Собственное производство. Качественные материалы. Монтаж. Оформление

Контактная информация · 8 (800) 333-XX-XX Показать · будни 9:00-17:00

Каркасные елки
Елки для установки на улице. Разные варианты исполнения

Сегментные елки
Напоминают сказочную ель, выросшую в сибирских лесах

Ствольные елки
Достоверная имитация настоящих хвойных деревьев

Дизайнерские елки
Искусственные дизайнерские уличные елки большого размера

О компании
Российское производство. Основаны в 2004 году

Оплата заказа
Оплата любым удобным способом курьеру или в момент заказа

Условия доставки
Доставка новогодних елок по всей территории России

Опт и розница
Возможны оптовые продажи. Подробности на сайте

Какая реклама?