



Креатив — один из этапов конверсионного пути. Это наш инструмент воздействия на клиента. До запуска рекламной кампании мы можем влиять на техническую и креативную часть, после — все зависит от пользователя. Изначально правильно созданные баннеры и лендинги, так же как и правильно выбранные рекламные площадки, экономят наши деньги и усиливают позиции относительно конкурентов.

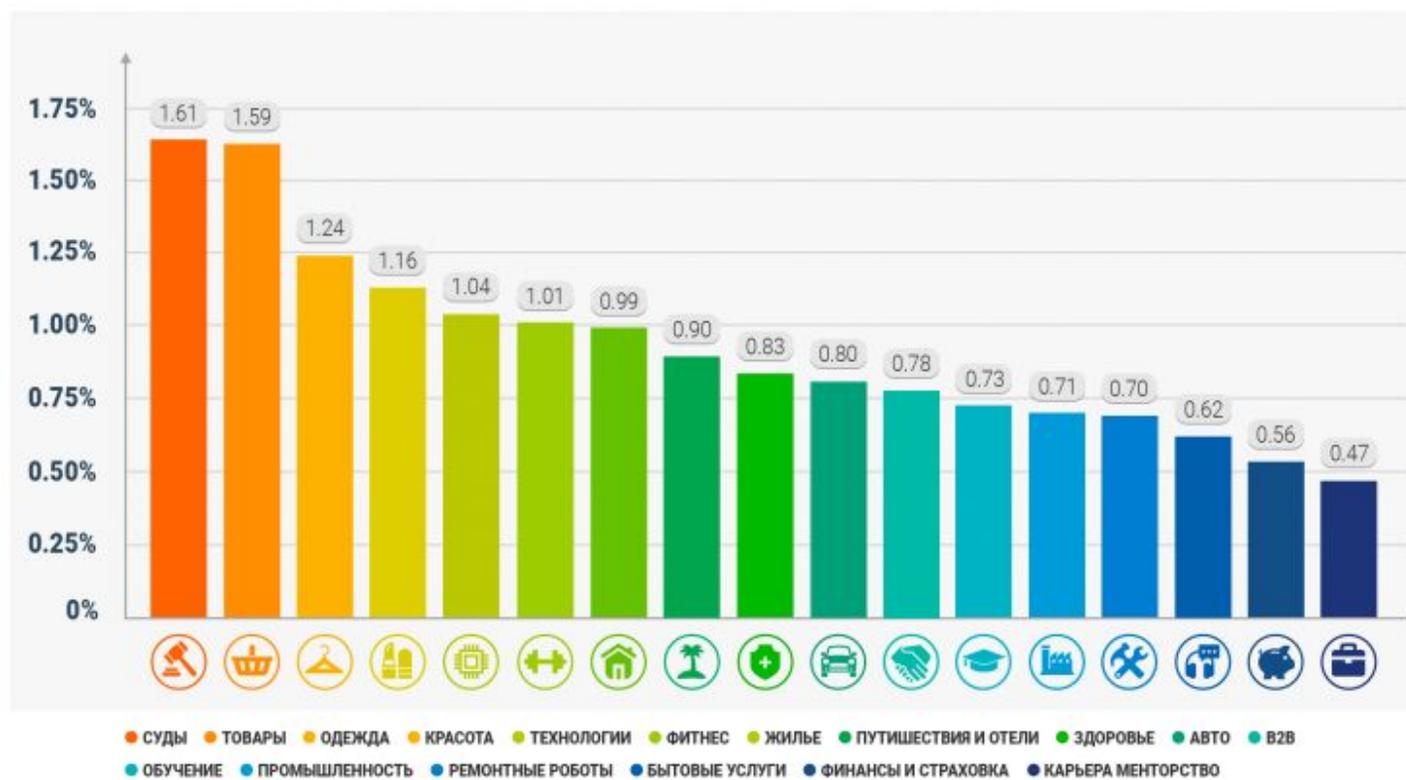
# Оценка исследований



- Опасность такого рода исследований заключается в том, что люди просто пытаются повторно использовать наиболее распространенные фразы или слова в своих заголовках. Однако реальная ценность исследования - лучшее понимание форматов и принципов заголовков, которые резонируют с читателями.

# Средний CTR в Facebook по отраслям

Величина среднего CTR в Facebook ads по всем отраслям - 0.90%



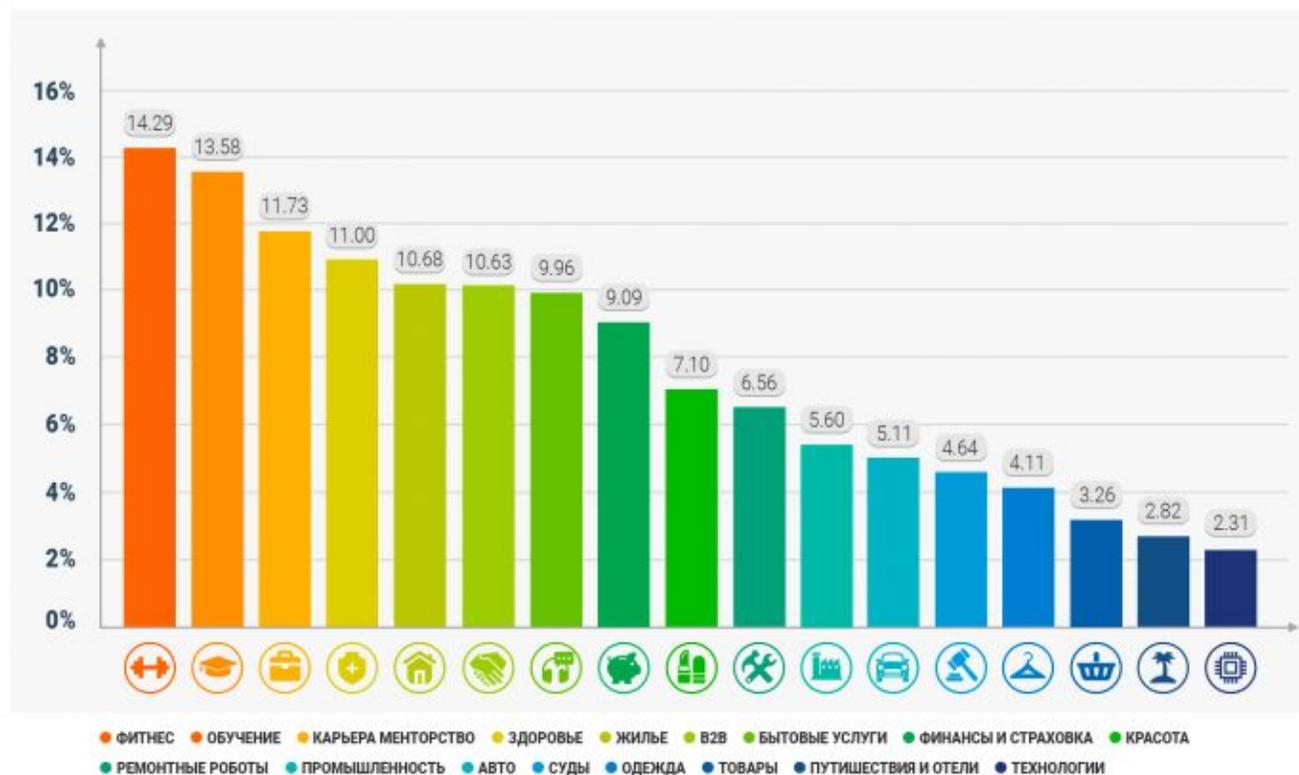
# Средний CPC

величина среднего CPC в Facebook ads по всем отраслям - \$1.72



# Средний CR в Facebook по отраслям

Величина среднего CR в Facebook ads по всем отраслям - 9.21%



# Советы по повышению эффективности:



# Важно понимать «боли ЦА»



- Например, молодым мамам важно наличие детского садика в отеле и питания для детей, а молодых людей интересует дискотека в отеле и неограниченный алкоголь круглосуточно

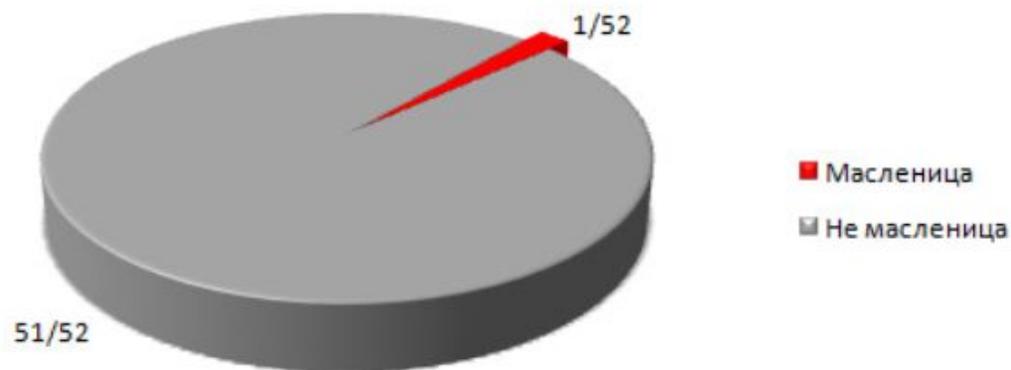
# Как выяснить «боли» ЦА:



- недостатку материальных или физических ресурсов – «нет денег», «не хватает времени»;
- лени — «хочу ничего не делать и получать результат»;
- низкой эффективности существующих методов решения — «перепробовал все средства — ничего не помогло»;
- недостатку знаний по теме – «я не уверен, что фармацевтические препараты – безвредны, поэтому ищу альтернативу»;
- недовольству собой – «я – жирная»;
- жажде результатов – «хочу добиться большего».

# Пользуйтесь статистикой ПОИСКОВИКОВ

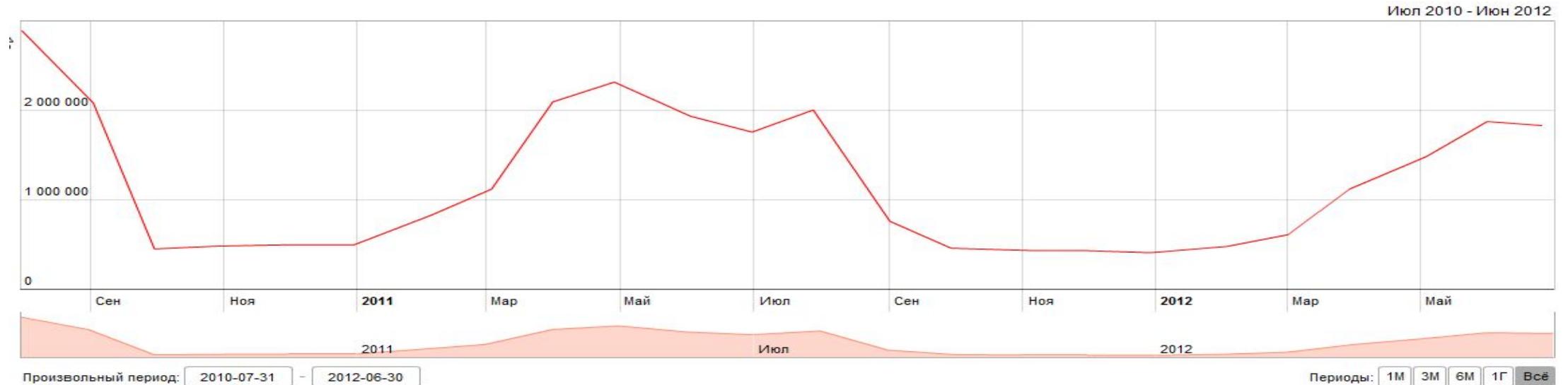
Календарный график кота



- Выясните текущие потребности аудитории (общеупотребимые названия товаров/услуг/туров/направлений, товары, находящиеся на пике сезонного спроса\*, товары, которые сейчас активно рекламируют вендоры или ваши конкуренты) при помощи статистики поисковых систем и крупных тематических ресурсов (каталоги, прайс-листовые агрегаторы и т.п.). В том числе товары/услуги/туры, которые продаются к определённому событию, например, к 1 сентября, 8 марта, 23 февраля и т.д.

# Уточните сезонность информационного спроса

- Кондиционеры

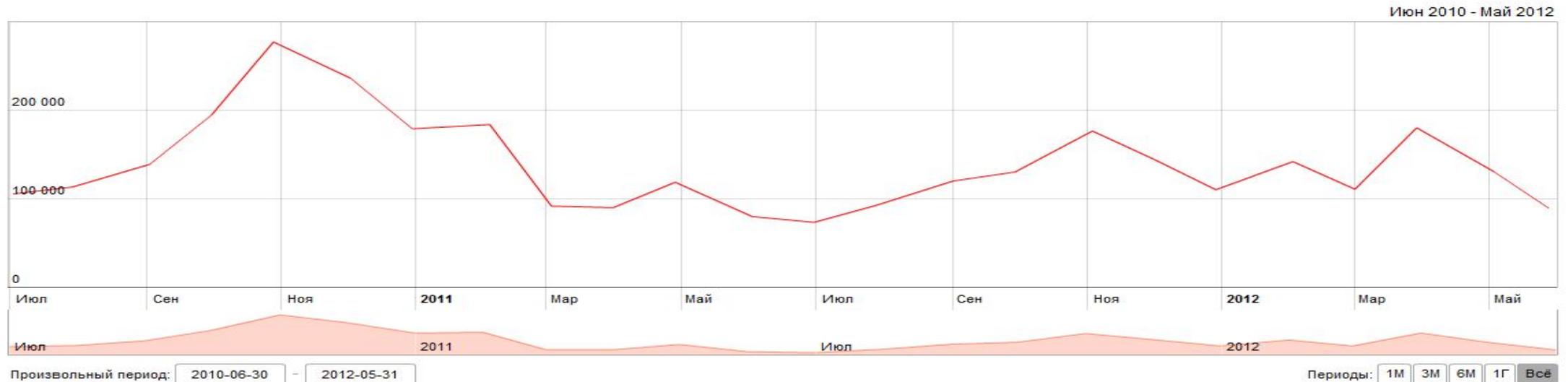


Данные: Яндекс статистика ключевых слов, июль 2010 – июнь 2012

- Кондиционеры зимой не ищут, а на спрос сильнее всего влияют погодные условия (см. июль 2010)

# Уточните сезонность информационного спроса

- Туры в Египет



Данные: Яндекс статистика ключевых слов, июнь 2010 – май 2012

- Спрос выше всего в ноябре

# Выясните устоявшиеся определения товаров

ремонт ноутбуков

По словам По регионам История запросов

Москва

Подобрать

Все Только мобильные

Последнее обновление: 07.10.2015

Что искали со словом «ремонт ноутбуков» — 21 590 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт ноутбуков	21 590
ремонт ноутбуков +в москве	3 575
адреса ремонта ноутбуков	1 835
ремонт ноутбуков +в москве адреса	1 628
ремонт ноутбуков асус	1 164
ремонт ноутбуков hp	1 016
ремонт ноутбуков асус +в москве	735
ремонт ноутбуков асус адреса	699
ремонт ноутбуков асус +в москве адреса	682
ремонт ноутбуков асус	670
ремонт ноутбуков sony	537
ремонт ноутбуков hp +в москве	535
центр ремонта ноутбуков	533
ремонт ноутбуков acer	524
ремонт ноутбуков lenovo	449

Запросы, похожие на "ремонт ноутбуков"

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт компьютеров	18 742
компьютерная помощь	7 990
ремонт планшетов	10 510
ремонт телефонов	41 059
замена экрана ноутбука	642
ремонт принтеров	9 115
ноутбук центр	1 294
замена +на ноутбуке	3 082
замена матрицы	3 971
ремонт нетбуков	212
ремонт айфона	21 084
чистка ноутбука	1 864
аккумулятор +для ноутбука	4 918
ноутбук сервис	585
замена матрицы +на ноутбуке	438

- «Туры» популярнее «путёвок»
- «туры в Турцию» = 233'393 vs. «путёвки в Турцию» = 116'089
- «туры в Норвегию» = 10'606 vs. «путёвки в Норвегию» = 560
- Иногда «Отдых» сравним по популярности с «турами»
- «отдых в Турции» = 222'265 vs. «туры в Турцию» = 233'393, но
- «отдых в Норвегии» = 1'892 vs. «туры в Норвегию» = 10'606
- «Отели» популярнее «гостиниц»
- «отели Турции» = 578'660 vs. «гостиницы Турции» = 3'656
- «отели Норвегии» = 501 vs. «гостиницы Норвегии» = 122

# Выбирайте самый популярный товар или услугу

В примере источник знаний о популярности – статистика поисковых запросов и счётчики на тур.сай

Ссылки со страниц | [Top Hotels - информационный рейтинг отелей и гостиниц мира](#)

17 сентября-23 сентября

Просмотр: день неделя месяц

выбрать пол: Все Мужчины Женщины

выбрать возраст: Все | до 12 | 12-18 | 19-24 | 25-30 | 31-35 | 36-40 | 41-45 | 46-50 | старше 50  
подробнее о распределении пользователей по демографическим группам читайте в [правилах](#)

Переходы	%	Страницы
54,105	21,03	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/12">http://www.tophotels.ru/main/hotels/12</a>
34,763	13,51	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/83">http://www.tophotels.ru/main/hotels/83</a>
23,219	9,02	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/30">http://www.tophotels.ru/main/hotels/30</a>
13,284	5,16	<a href="http://tophotels.ru/main/hotels/83">http://tophotels.ru/main/hotels/83</a>
11,125	4,32	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/32">http://www.tophotels.ru/main/hotels/32</a>
10,027	3,90	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/76">http://www.tophotels.ru/main/hotels/76</a>
9,448	3,67	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/71">http://www.tophotels.ru/main/hotels/71</a>
7,217	2,81	<a href="http://tophotels.ru/main/hotels/12">http://tophotels.ru/main/hotels/12</a>
6,099	2,37	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/58">http://www.tophotels.ru/main/hotels/58</a>
6,031	2,34	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/21">http://www.tophotels.ru/main/hotels/21</a>
5,804	2,26	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/74">http://www.tophotels.ru/main/hotels/74</a>
4,940	1,92	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/25">http://www.tophotels.ru/main/hotels/25</a>
4,404	1,71	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/35">http://www.tophotels.ru/main/hotels/35</a>
3,838	1,49	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/87">http://www.tophotels.ru/main/hotels/87</a>
3,434	1,33	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/43">http://www.tophotels.ru/main/hotels/43</a>
2,827	1,10	<a href="http://tophotels.ru/main/hotels/30">http://tophotels.ru/main/hotels/30</a>
2,753	1,07	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/62">http://www.tophotels.ru/main/hotels/62</a>
2,691	1,05	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/75">http://www.tophotels.ru/main/hotels/75</a>
2,550	0,99	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/60">http://www.tophotels.ru/main/hotels/60</a>
2,188	0,85	<a href="http://www.tophotels.ru/main/hotels/34">http://www.tophotels.ru/main/hotels/34</a>

Всего 257,284 переходов с 453 ссылок. [HTML](#) | [CSV](#) | [XLS](#)

показывать по 20 строк

Фильтр: только /main/hotels/

Коэффициент популярности

Египет	240
Турция	188
Таиланд	102
ОАЭ	44
Кипр	39
Греция	37
Доминикана	24
Тунис	24
Испания	23
Индия	17
Чехия	15
Мальдивы	13
Мексика	11
Италия	11
Израиль	9
Вьетнам	2
Куба	1

# Указывайте низкую цену в заголовке



от **50₽**



по Екатеринбургу

**49₽**



Яндекс 

Успейте воспользоваться!

# Указывайте название региона в заголовке

По Казани всего

**30₽**



Яндекс 

Успейте воспользоваться!

\*Указана стоимость поездки на такси по дневному тарифу "Эконом".

по Екатеринбургу

**49₽**



Яндекс 

Успейте воспользоваться!

# Заканчивайте объявление призывом к действию

По Набережным челнам всего

0+

**30₽**



Яндекс 

Успейте воспользоваться!

\*Указана стоимость подачи машины по дневному тарифу "Эконом".

по Перми

**39₽**



Яндекс 

Успейте воспользоваться!

# Используйте конкретику



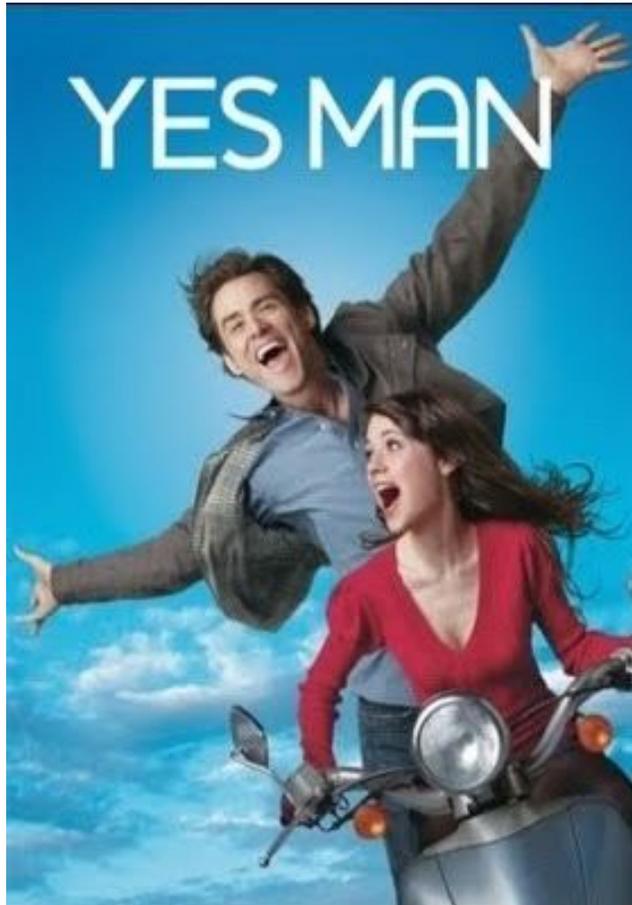
- Использование общих фраз «широкий выбор», «тысячи товаров» и т.п. приводит к снижению показателей эффективности.
- Указания вместо цены общих фраз типа – «хорошие тарифы», «наши цены вас приятно удивят» значительно ухудшают конверсию и CTR

# Используйте лица людей



- Используйте «живые» изображения - с лицами людей (крупный план, яркая эмоциональная окраска)
- Фотография человека имеет больше отклика и лучше результаты, чем использование логотипов или неживых объектов
- Используйте заметные, яркие картинки

# Используйте утвердительные формулировки

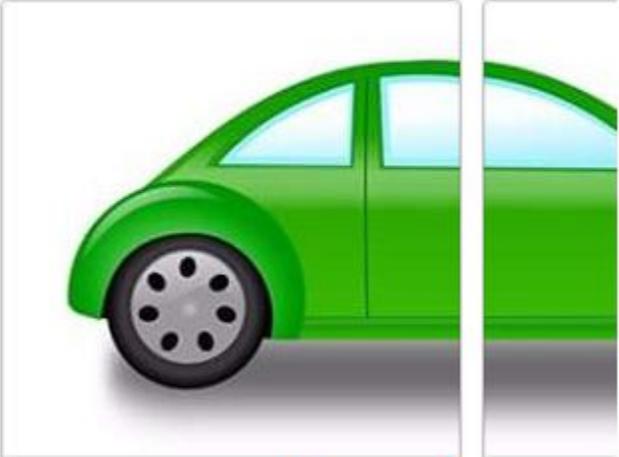


- Обычно эффективней будет работать банне содержащий только утвердительные формулировки. Например в случае «С нами Вы не будете скучать!» лучше использовать «С нами будет весело!» (утвердительная форма).

# Подбирайте правильную кнопку действия

 inDriver - Выгоднее, чем такси ...  
Реклама · 🌐

Длинные поездки дешевле с inDriver! Хватит бояться повышенных коэффициентов в Москве, назначайте цену сами!



inDriver - Выгоднее, чем такси  inDriver · чем такс

- Она должна соответствовать типу кампании. По данным Wingify и ConversionXL, почти 30% маркетологов во всем мире проводят сплит-тестирование текста на action-кнопках. Правильно подобранный призыв увеличит CTR на 49%.

# Установите цены, заканчивающиеся на «7» и «9»



**ВЕРХНЯЯ ОДЕЖДА**  
от **559** РУБ

**ШАПКИ И ШАРФЫ**  
от **199** РУБ

**ОБУВЬ**  
от **590** РУБ

*lamoda*

**СКИДКИ**  
до **70%**

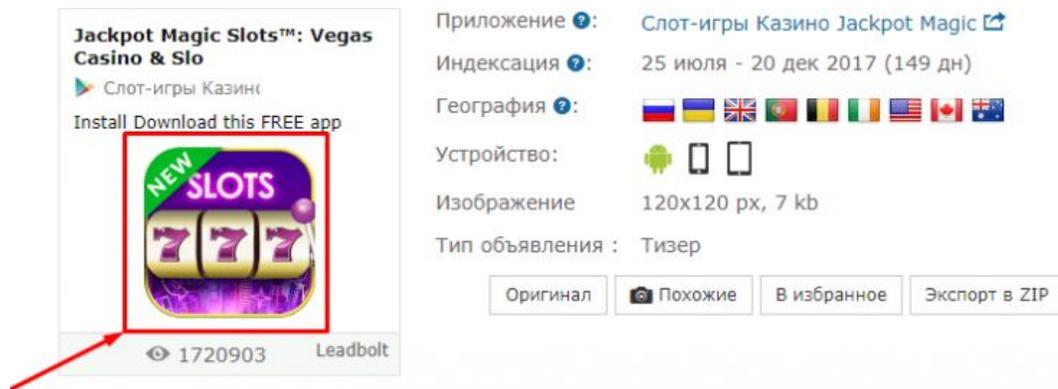
- Маркетологи из «US News and World Report» установили, семерки и девятки повышают у потребителей уровень лояльности к рекламируемому товару.

# Хайпоните немножечко



- В краткосрочной перспективе объявления, содержащие отсылки к актуальным новостям и культурным трендам, показывают повышенные значения CTR.

# Помните про цветовые маркетинговые карты:



- красный – мотивирует, используется в action кнопках, при распродажах и акциях;
- оранжевый – хорошо воспринимается на экране монитора, служит для расстановки акцентов и стимуляции совершения целевых действий;
- зеленый – используется при продвижении офферов категории «Здоровье» и товаров эко тематики;
- фиолетовый – провоцирует юзеров на спонтанные покупки.

# Опишите, что получит пользователь



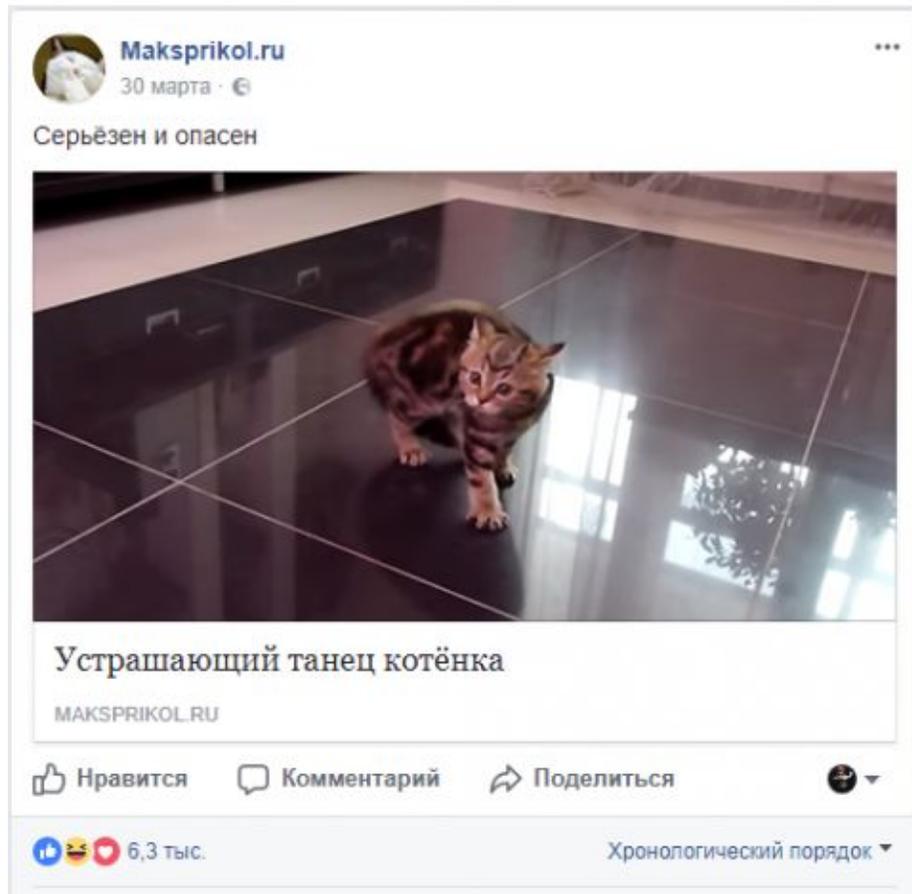
- Говорите не о достоинствах товара, а что эти преимущества дают потребителю. «Натуральный БАД для похудения» звучит слабее, чем «Худей быстро и оставайся здоровой».

# Пугайте пользователя



- Страх потерять сильнее желания приобрести. Смело запугивайте пользователей. Например, «Не упустите шанс купить iPhone за \$50» эффективнее, чем «Купи iPhone за \$50».

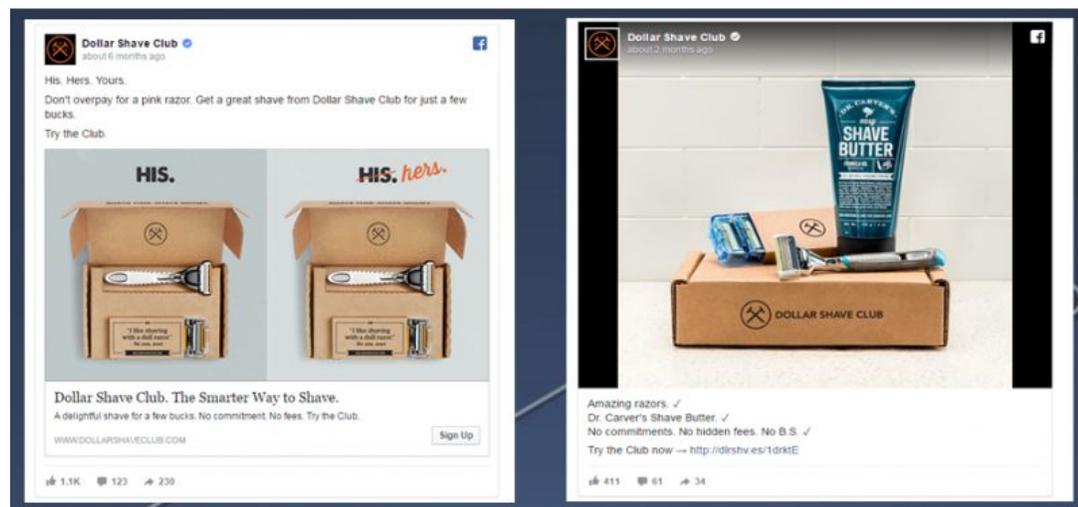
# Наращивайте виральность (желание поделиться информацией)



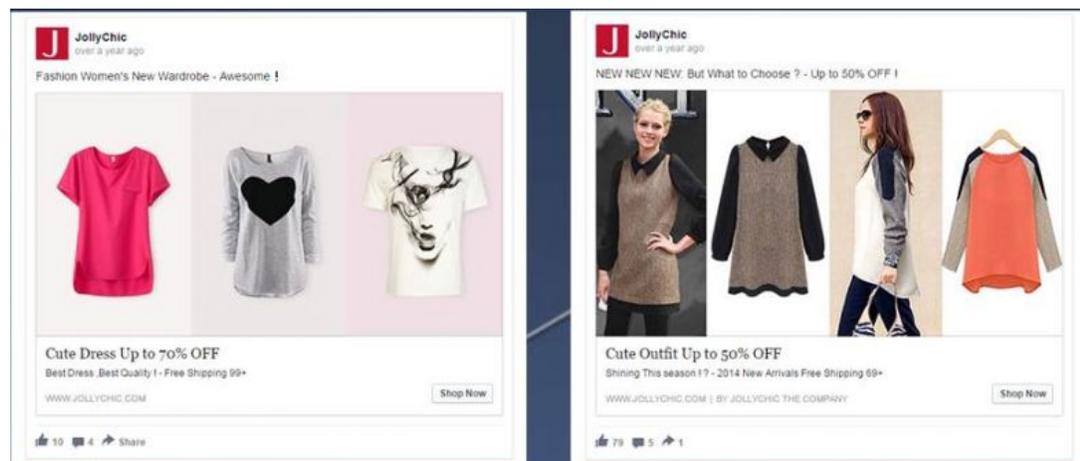
- Побудите пользователя расшаривать вашу рекламную запись. Для этого используйте юмор, полезный контент (подходит для видео), нестандартные креативы.

# «Играйте» с дизайном объявления

- Порой мозаика из нескольких изображений работает лучше, чем одна крупная картинка.



# Расставляйте цветовые акценты



- Расставляйте цветовые акценты с упором на товар. Фотографии продукта на нейтральном фоне имеют более высокий CTR. Исследование, проведенное с помощью UsabilityTools, показало – контрастные цвета **повышают кликабельность на 75%**.

# Используйте привлекательные изображения



- Шокирующий контент, приемлемый в тизерах, не сработает с аудиторией Facebook. Да и модерацию вы вряд ли пройдете.

# Добавляйте мотивирующий текст на картинку



- Хотя FB не слишком любит надписи, пользователи охотнее кликают на изображения с призывами. В некоторых случаях, несмотря на снижение охвата, CTR увеличивался втрое.

# Играйте на отрицательных эмоциях



- Маркетологи развенчали миф о негативном влиянии страха на продажи. Например, для женщин боязнь поправиться станет более сильным стимулом, чем желание похудеть.

# Добавляйте триггеры кликов

**Юла**  
Юла – объявле...

Здесь вещи отдают бесплатно или очень дешево! Попробуй.



4568919 myTarget

**AliExpress - Беларусь**  
AliExpress Shop...

Рыболовные товары за копейки! Скачай приложение и заказывай качественные вещи дешево.



322867 myTarget

**Юла**  
Юла – объявле...

Здесь вещи отдают бесплатно или очень дешево! Скачай Юлу и проверь сам



233335 myTarget

**Юла**  
Юла – объявле...

Здесь вещи отдают бесплатно или очень дешево! Попробуй.



61496 myTarget

**Юла**  
Юла: объявлен...

Здесь вещи продают очень дешево! Загрузите сейчас - пригодится.



31802 myTarget

**Юла**  
Юла – объявле...

Здесь вещи отдают бесплатно или очень дешево! Попробуй.



23471 myTarget

- «С гарантией», «Дешево», «Бесплатно». Обещайте экономию или несомненные выгоды. Пользователи товаров низко- и средне-ценового сегмента ведутся на «волшебные слова».

# Используйте время

 **Юла – iPhone 5S 64Gb**  
Юла: объявлен...

iPhone 5S - 4900р. Рабочий.  
Продажа срочно, торг.



 178473 myTarget

 **Недвижимость на Юле**  
Юла – объявле...

Продаю коттедж ПМЖ - 160 м2 за 450 000 руб. Очень срочно. Электричество, газ проведены.



 88234 myTarget

 **Юла - покупки выгодно**  
itunes.apple.com

Новый диван. Продаем срочно. Причина: переезд. Торг уместен. Купи на Юле!



 34989 myTarget

 **Недвижимость на Юле**  
Юла – объявле...

Продаю коттедж ПМЖ - 160 м2 за 450 000 руб. Очень срочно. Электричество, газ проведены.



 32225 myTarget

- Поощряйте пользователей к немедленным действиям
- Фразы «Срочно», «Прямо сейчас», «Доступно до XX числа» положительно сказываются на CTR и помогают подчеркнуть важность действия

# Создавайте дефицит

- Пометки «Предложение ограничено», «Осталось только XX единиц» побуждают пользователя покупать.

 **Легендарный крест Торетто**  
krest-torreto.shops...

Скидка 50% для 16-парней на по-настоящему брутальный мужской крест Торетто. Осталось 14шт



ТИТАНОВЫЙ КРЕСТ ДОМИНИКА ТОРЕТТО  
+ ТИТАНОВАЯ ЦЕПОЧКА В ПОДАРОК!

👁 1248495 myTarget

 **Быстро похудеть в 35?**  
m.hotslimclothes.ru

Жир с боков уйдет сам! Без диет и тренировок. 35-летним скидка 50%. Осталось 14шт



👁 1217484 myTarget

 **Для настоящих мужчин!**  
sale-brand.com.ua

Чтобы круто выглядеть в свои 29, закажи хитовый браслет Steel Rage. Осталось 17 штук.



ПОЛНАЯ РАСПРОДАЖА ОСТАТКОВ  
**ЗАКАЗАТЬ**

👁 950040 myTarget

 **Стройное тело легко**  
amazonkashtan.com

Жидкий каштан - мощный жиросжигатель. До окончания скидки 50% осталось всего 5 часов



Убрать лишний вес к лету!  
**ЗАКАЗАТЬ**

👁 387911 myTarget

**Их хранят как сокровище!**  
Настоящий шедевр. Созданы для элиты. Акция -70%. Осталось немного



Часы неземной красоты! Акция -70%

👁 341752 myTarget

 **Акция для 26-летних**  
style-luxury.ru

Акция на часы для солидных мужчин. Успей, осталось 14 шт. по акционной цене!



BREITLING

👁 308607 myTarget

# Тестируйте формат обращения

**Как убрать жир с боков?**  
mb.pey-kashtan.ru

Девочки, появился настоящий, рабочий жидкий каштан. Осталось очень мало. Скидка 50%



**Убираем жир с боков и живота!**

128133 myTarget

**Распродажа конфиската!**  
red.postel-da.ru

Роскошное постельное белье из 100% хлопка. Осталось еще 1000 комплектов по закупочной цене

**Последний день распродажи конфиската!**



Осталось еще 1000 комплектов. Доставка по всей России без предоплаты.

100311 myTarget

**Удобен для освещения!**  
nalobnik.fonarivips...

Три светодиода. Светит до 1000 м. Два аккумулятора. Только сегодня подарки. Осталось 7 шт.



119985 myTarget

**Как похудеть в 44?**  
m.amazonkashtan....

Жидкий каштан - уничтожает лишние килограммы. До конца 50% скидки осталось 1 день.



**Пора взлетать!**

Жидкий каштан  
Приедный тонус в каждой порции!

**УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ!**

93284 myTarget

- Если вы не выработали узнаваемый tone of voice, то подбирайте оптимальный в зависимости от продвигаемого товара. Вы можете:
  - I. писать от первого лица (хорошо в историях-отзывах);
  - II. от третьего лица (безличностный прогон фактов работает в продажах техники);
  - III. использовать местоимения второго лица (обращение непосредственно к клиенту на «вы» или «ты» заходит в категориях «Фитнес» и «Красота»).

# Пробуйте использовать третье лицо

Best Gift For Him And Her



The best online electronic gift shop. Real products for unreal price.

A Valentine gift for him.



Treat him to a luxurious hot towel shave at Momentum. A luxurious experience that will leave him relaxed and his face super kissable!

Mason Proper Live In SF



Aug 1 at Slims supporting Stellastarr and Wild Light. Check out their new video for "Safe For The Time Being" here and on MTV2

Like

- Многие пользователи предпочитают объявления, в которых идет речь от третьего лица (он/она), а не от первого (я/мы) или второго (ты/вы).
- Если в рекламном тексте достичь этого трудно, не настаивайте.
- Особенно хорошо это может работать для бизнеса предлагающего товары, которые можно купить в качестве подарка.



# Следите за комментариями в facebook

⚙️ <b>Общие</b>	Статус Страницы	Страница опубликована	Редактировать
💬 Обмен сообщениями	Публикации посетителей	Выберите, кто может делать публикации в Хронике вашей Страницы	Редактировать
⚙️ Редактировать Страницу	Аудитория Ленты новостей и статус публикаций	Возможность сузить потенциальную аудиторию Ленты новостей и ограничить видимость ваших публикаций, отключена	Редактировать
✍️ Авторство публикации	Сообщения	Люди могут отправлять личные сообщения моей Странице.	Редактировать
📧 Уведомления	Метки	Только те, кто помогают управлять моей Страницей, могут отмечать опубликованные фото.	Редактировать
📧 Платформа Messenger	Другие люди отмечают эту Страницу	Люди и другие Страницы могут отмечать мою Страницу.	Редактировать
👤 Роли Страницы	Геоданные Страницы для кадров	Другие люди могут использовать геоданные вашей Страницы в фото и видеокдрах.	Редактировать
👤 Люди и другие Страницы	Ограничения по странам	Страница видна всем.	Редактировать
👤 Предпочитаемая аудитория Страницы	Возрастные ограничения	Страница видна всем.	Редактировать
📦 Партнерские приложения и сервисы	Модерация Страницы	На Странице не блокируется ни одно слово.	Редактировать
🔗 Брендированные материалы	Фильтр нецензурных выражений	Отключен	Редактировать
📷 Instagram	Рекомендации похожих Страниц	Укажите, можно ли рекомендовать вашу Страницу	Редактировать
★ Показано			
🔗 Кросспостинг			

- Отрицательные отзывы часто приводят к блокировке рекламных аккаунтов. Это настоящая боль для арбитражников, продвигающих товарку, пины, SOI офферы. Если вы работаете на этих вертикалях, то соберите негатив в список стоп-слов. Затем загрузите в поле «Модерация страницы» (находится во вкладке «Настройки»).

# Не рекомендуем: ИСПОЛЬЗОВАТЬ жаргонизмы, если сомневаетесь в аудитории



- Пишите простым, понятным языком. Не факт, что ваша целевая аудитория ботаёт по фене.

# Не рекомендуем: перебарщивать с сексом



- Во-первых, Facebook не пропускает чересчур откровенные креативы. Во-вторых, горячие барышни собирают много нецелевых кликов. В-третьих, сексуальные картинки практически не запоминаются.

# Не рекомендуем: использовать глянец



- Потребители не доверяют перефотошопленным картинкам. Журнальные креативы приелись пользователям. Хуже них работают только стоковые изображения!

# Не рекомендуем: писать длинные ТЕКСТЫ.

 CNN  
9 ч · 🌐

Mark Zuckerberg emerged unscathed from Tuesday's Senate committee hearing, and he did so in large part because most of the senators who asked him questions had no clue how Facebook worked

[Показать перевод](#)



Congress doesn't understand Facebook.  
MONEY.CNN.COM

Сохранения: 596

 Нравится  Комментарий  Поделиться

 16 тыс. [Топ комментариев](#) ▼

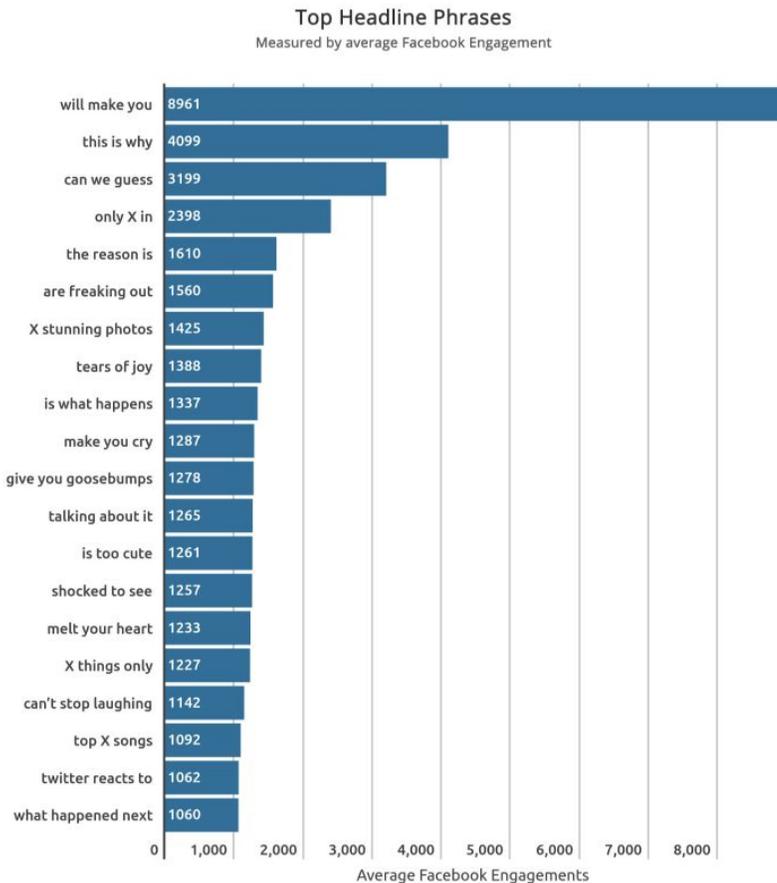
- Согласно исследованию, проведенному учеными из Колумбийского университета и Французского национального института, 59% людей читают только заголовков. Этой информации им достаточно для лайка и расшаривания.

# Оптимальный размер заголовка/текста



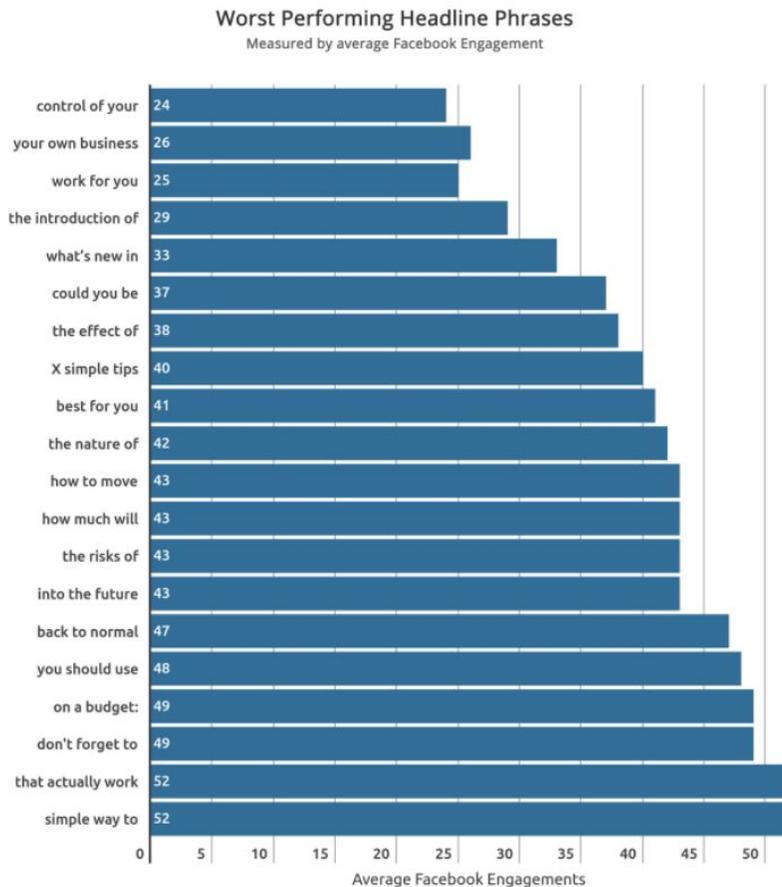
- Для получения высокого CTR вложите в **60-100 символов**. Как только длина становится меньше 60 или больше 100 кликабельность резко падает.
- Энтузиасты из BlitzLocal пошли еще дальше. Они проанализировали 11 000 страниц в Facebook и выяснили, что **рекламные тексты** длиной от **120 до 139 символов** имеют CTR на 13,3% выше, чем объявления, содержащие 140-159 символов.

# Больше про заголовки:



- Фраза «Will make you ...» имеет показатель facebook engagements более чем в 2 раза выше, чем вторая лучшая триграмма.
- Почему? Этот формат заголовка подсказывает, почему читателю следует заинтересоваться контентом. Он также обещает, что контент будет иметь непосредственное влияние на читателя, часто эмоциональную реакцию. Заголовок ясен, такая формулировка делает его элегантным и эффективным.
- Пример: «24 Pictures That Will Make You Feel Better About The World»

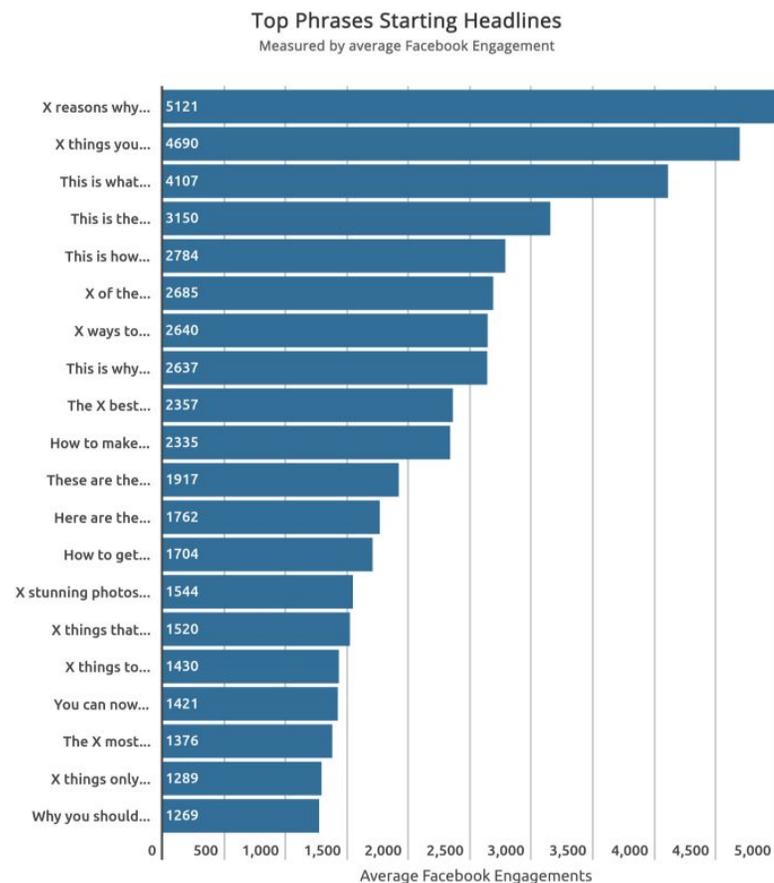
# Худшие заголовки для facebook engagements



- Интересно, что фраза «on a budget» плохо себя показывает в Facebook, но напротив неплохо работает для Pinterest. Это подкрепляет необходимость изучения того, что работает для вашей аудитории, ваших тематик и конкретных социальных сетей. То же самое верно при написании для текстов для разных сегментов, например, фраза, подобная «need to know», может хорошо работать в плане здоровья, но работать менее эффективно в другом контексте.

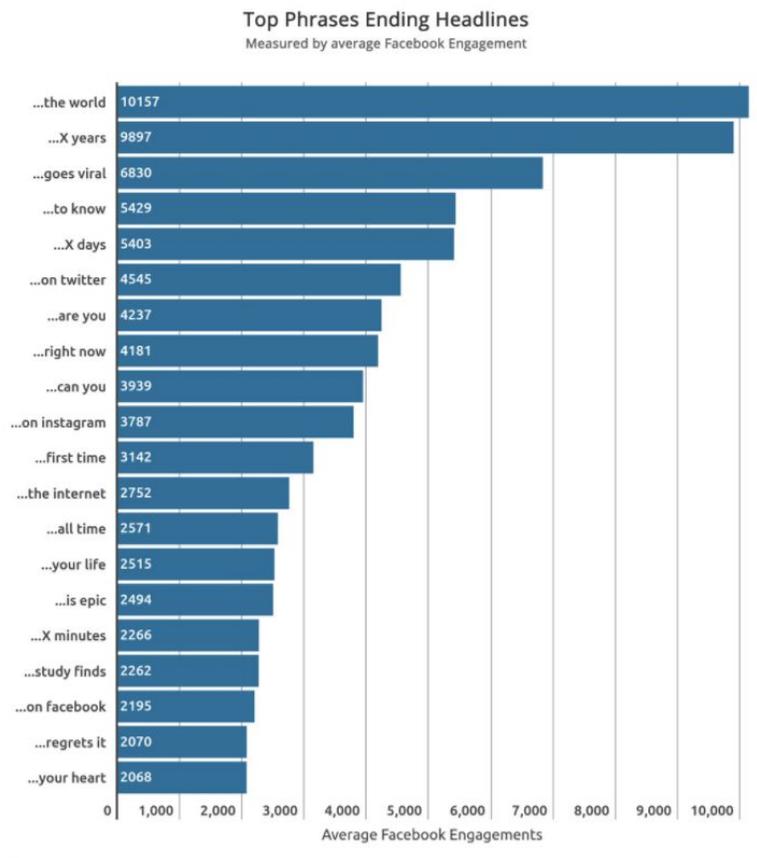
# Фразы, с которых стоит начинать заголовков

\* относительно показателя facebook engagements



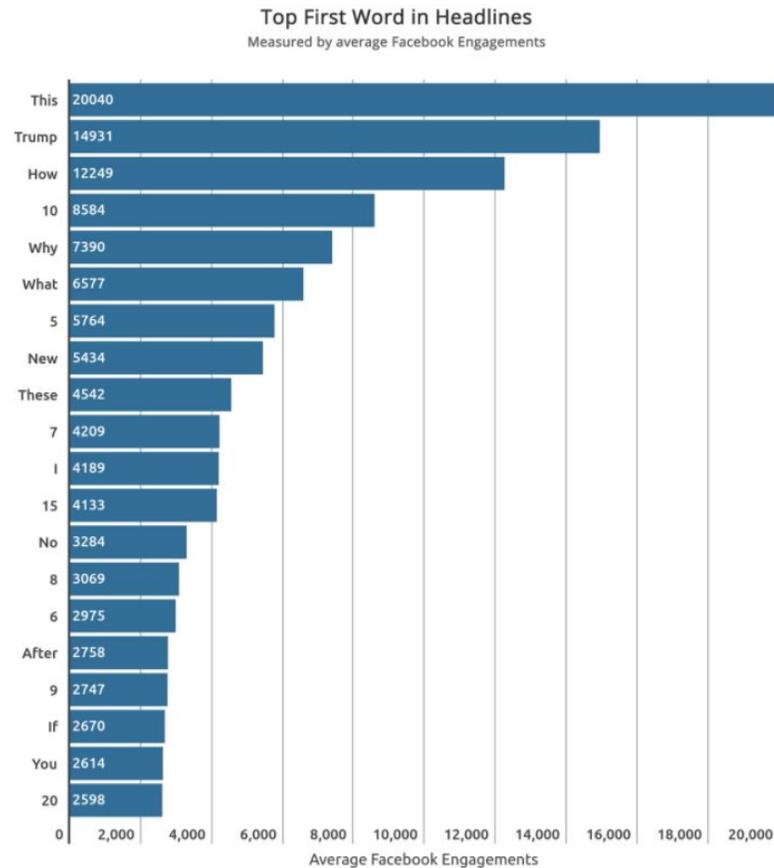
- Исследования показали, что наиболее важной частью заголовка являются первые три слова и последние три слова.

# Фразы, которыми стоит заканчивать заголовки

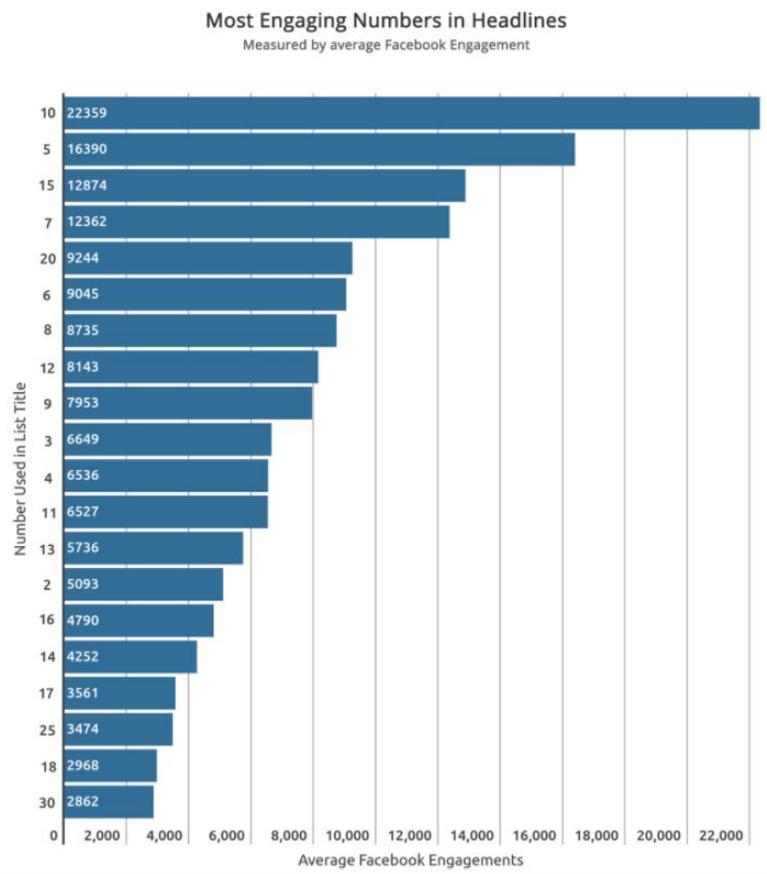


# Слова, которые начинают заголовки

\* относительно показателя facebook engagements



# Сила цифры «10» в заголовке

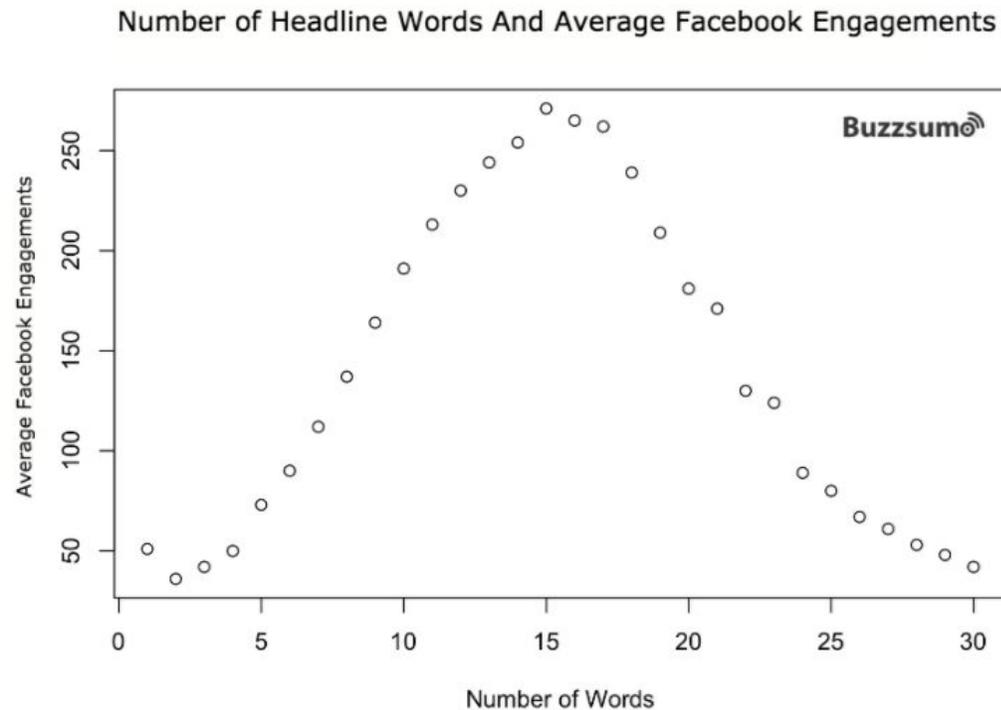


- Многие из самых привлекательных фраз содержат цифры, а многие используют формат списка сообщений. Есть отличия между производительностью разных чисел, например, список, начинающийся с 10 или скажем 4.

# Сколько слов должно быть в заголовке?

\* относительно показателя facebook engagements

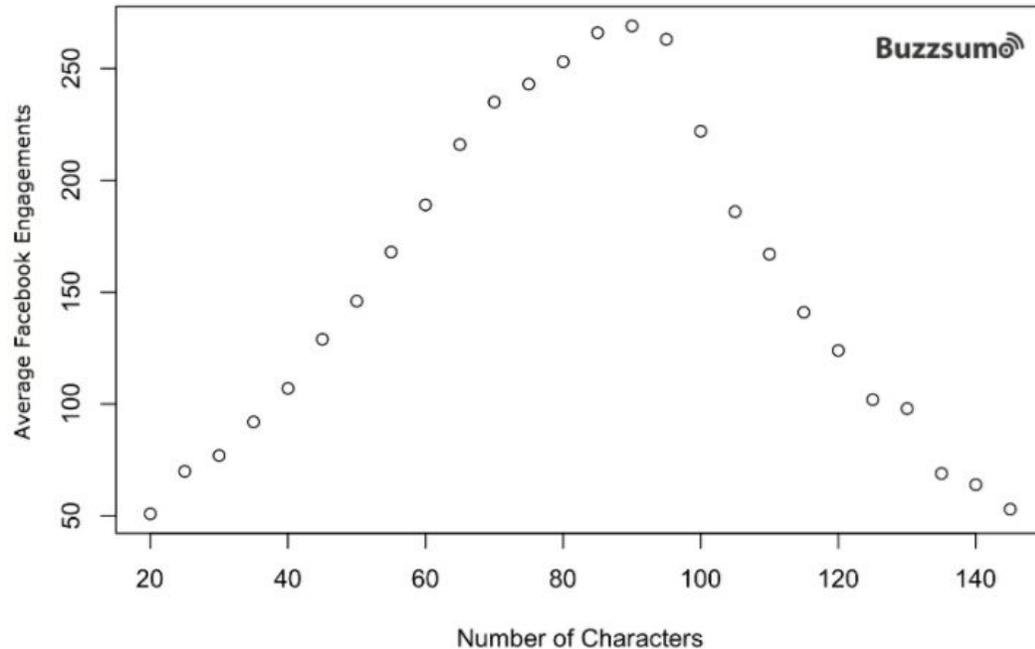
- Мы можем видеть, что сообщения с двенадцатью-восемнадцатью словами в заголовке получают наибольшее количество facebook engagements



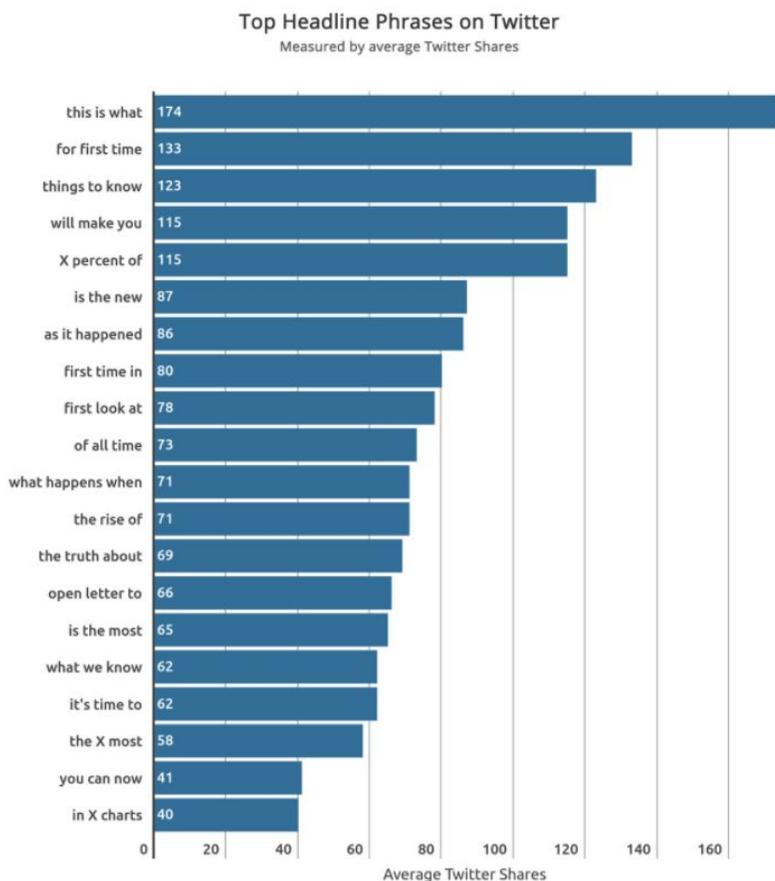
# СКОЛЬКО СИМВОЛОВ ДОЛЖНО БЫТЬ В ЗАГОЛОВКЕ?

- По существу, оптимальным являются заголовки длиной от 80 до 95 символов.

Number of Headline Characters and Average Facebook Engagements

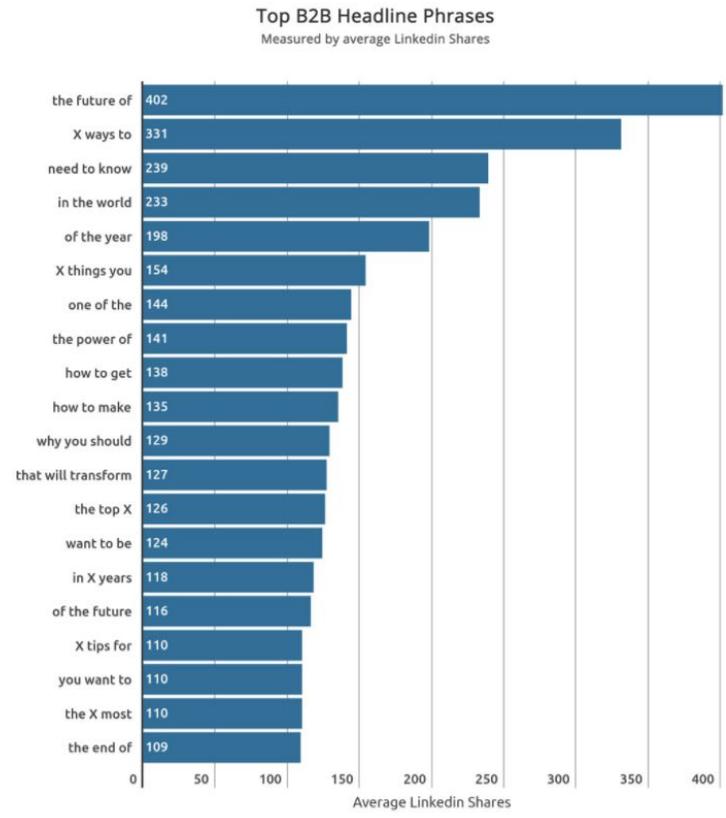


# Фразы, повышающие вовлеченность в Twitter



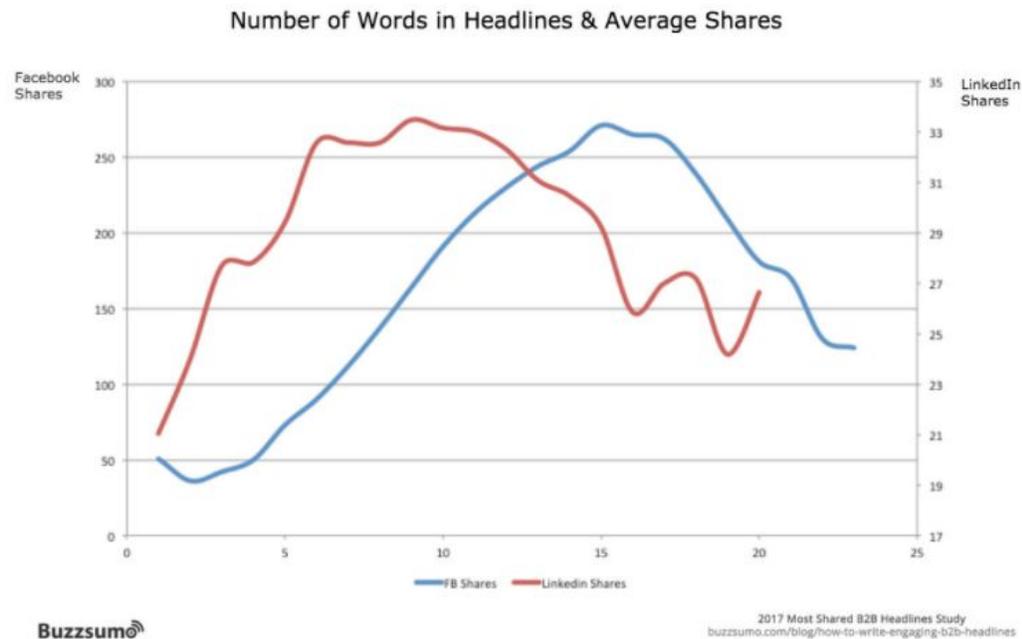
- Будет ли заголовок, который работает на Facebook, одинаково хорошо показывать себя на Twitter? Не обязательно. Мы обнаружили, что фразы заголовков, которые получили наибольший отклик в Twitter, были совершенно отличны от тех, которые хорошо отработали в Facebook. Главным исключением была мощная фраза «will make you», которая была главной фразой на Facebook, а также четвертой самой общей фразой в Twitter.

# V2B заголовки



- Анализ лучших заголовков V2B, где были рассмотрены 10 миллионов наиболее распространенных сообщений в LinkedIn в 2017 году. Были обнаружены существенные различия между лучшими заголовками, структурами, числами и длинами заголовков V2B по сравнению с заголовками V2C.

# Размер заголовков для B2B и B2C контента



- Также было обнаружено существенную разницу между оптимальными размерами заголовков для контента B2B и B2C. Оптимальное количество слов в заголовках B2B было намного ниже, как мы видим ниже. Красная линия - это среднее значение для LinkedIn, а синяя линия - это среднее для Facebook.

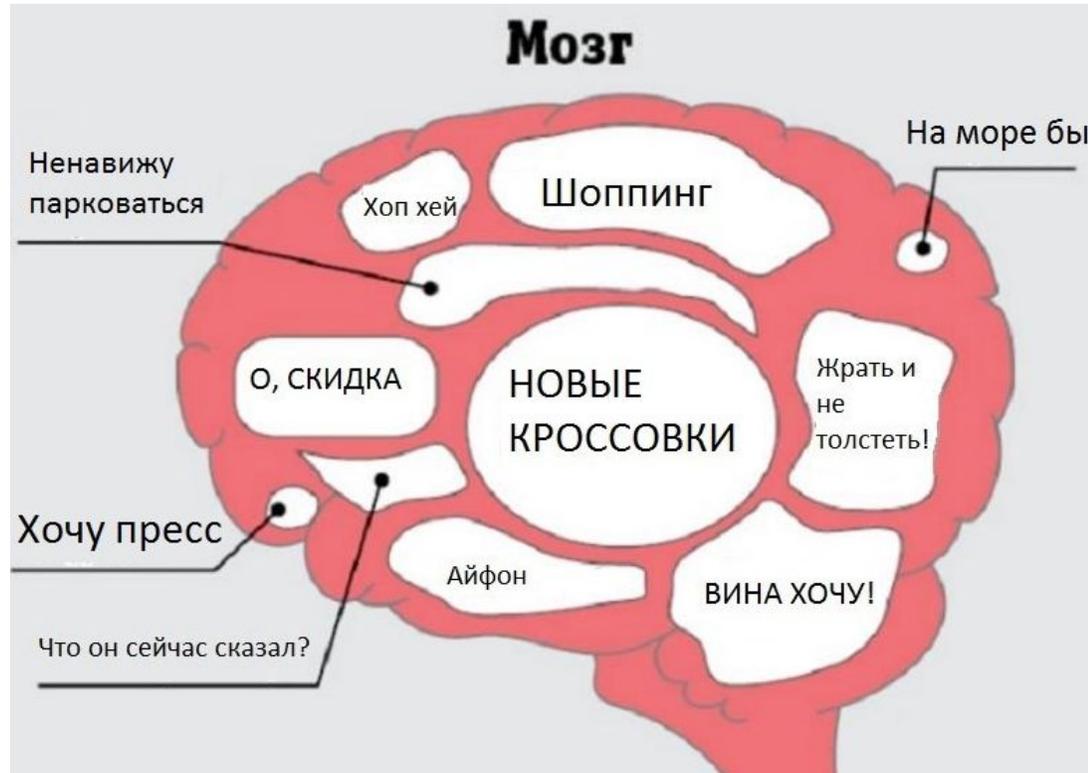
# Оценка исследований



• Исследование предполагает, что привлекательные заголовки обычно включают одно или несколько из следующих качеств:

- I. Фокус на том, почему это должно быть важно читателю.
- II. Ясный посыл и обещание.
- III. Создает эмоциональные крючки.
- IV. Провоцирует любопытство.
- V. Предоставляет объяснение.
- VI. Личное обращение.

# Запомните, **Вы — не ваша целевая аудитория!**



- То, что кажется вам интересным, возможно не вызвать никаких эмоций у других людей.
- Форумы, отзовики, паблики — вот источник информации о том, что волнует людей. Покажите на рекламном объявлении **решение** проблемы и люди заинтересуются.

# Рассмотрим тизеры и их подходы к созданию текстов

Может это ты в прошлой жизни?! Узнай! Это шокирует...



- Человек кликает, как правило, неосознанно, просто потому что они вызывают интерес.
- Чаще всего это высокий CTR и низкий конверт. Они интересны, когда мы можем выкупать клики по очень низкой цене.
- Если мы заботимся об общем объеме трафика и хотим его получить максимально качественным, то эта стратегия ошибочна.

# Еще тизеры: товарные картинки

**Часы заменяют смартфон!!!  
Более 30 функций!**



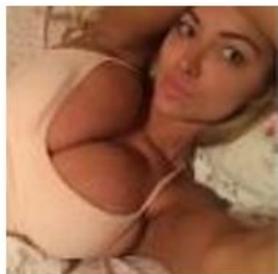
**Брендовые часы со скидкой  
70%. Спешите приобрести**



- Хороши когда мы продаем часы, айфоны, некий продукт, который воспринимается аудиторией как знакомый, на который они будут переходить.
- Здесь акцент на содержании картинки, когда человек все-таки читает объявления.

# Еще тизеры: Креативы, которые вызывают желание

**Я была плоской, как доска!  
Грудь выросла сама до 3  
размера!**



Марина Африкантова  
ПОХУДЕЛА на 15кг за 2  
недели! Дом 2 в шоке!  
Весь ЖИР сжег  
обычный...

- Продают мечту (например похудение). Если мы разместим на баннере привлекательную блондинку, то скорее всего будут кликать мужчины просто не читая текста, но если мы делаем фото до и после, то это уже показывает какую-то динамику (человек подсознательно осознает, что это либо статья об этом, есть какие-то изменения, это уже не просто про блондинку, а про какой-то товар). Грудь изменилась? Я тоже хочу такую грудь! Похудела? И я так хочу.

# Еще тизеры: приемы в заголовках



а на кого похож ты?  
"Умереть" со смеху! ЗАБАВНЫЕ  
ДВОЙНИКИ есть у каждого!



Благодаря этому худеют все!  
Осторожно! Вы начнете терять до 1  
кг в день.



Попробуйте НАЖАТЬ на свой ЗНАК  
зодиака! Самый правдивый  
гороскоп на 2012 год!



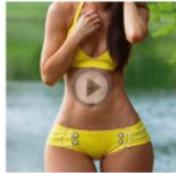
Найди двойника  
"Умереть" со смеху! ЗАБАВНЫЕ  
ДВОЙНИКИ есть у каждого!



Людям до 23 лет - не нажимать! В  
2012 году гри знака ЗОДИАКА ждет  
страшная потеря..



Заставь мужчин повиноваться тебе!  
Фразы, на которые ведется любой  
мужчина!



Видео, покорившее Америку, теперь  
в России! Смотрите, чтобы  
похудеть!



Закрытые фото и переписка из  
Соц.Сетей Доступна всем.. Смотри  
пока не закрыли! ЖМИ!



Закрытые фото, видео и переписка из  
Соц.Сетей Доступна всем.. Смотри



Загрузи ФОТО, НАЖМИ ПОИСК и найди  
знаменитость похожую на тебя!



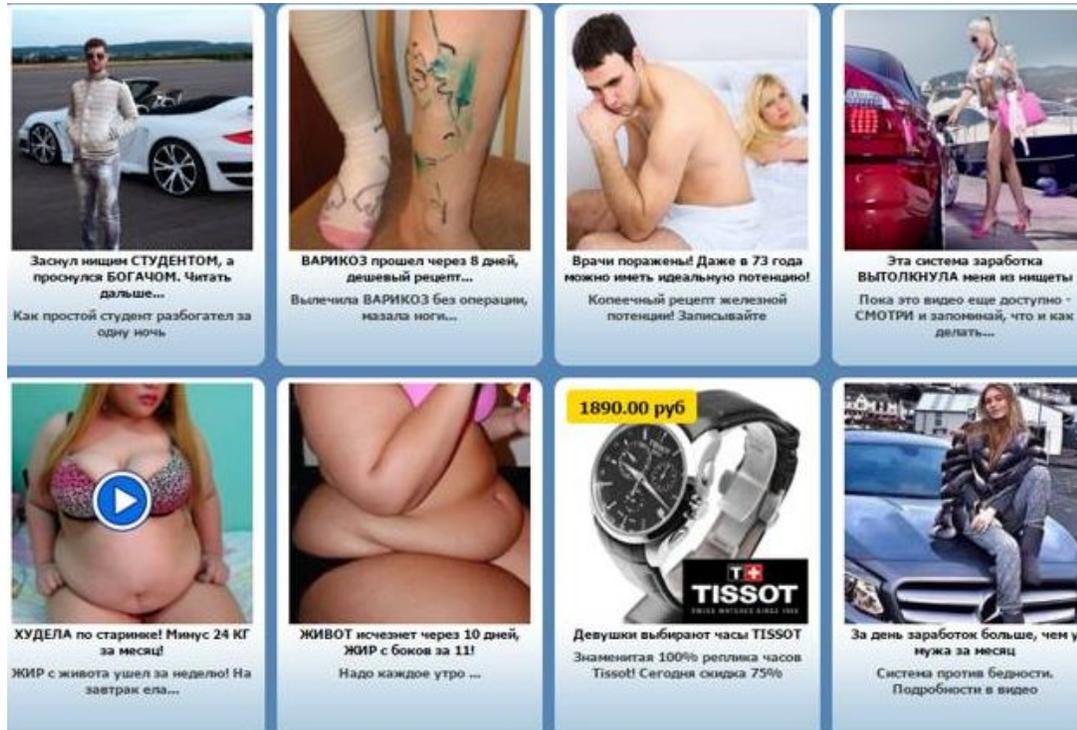
ЗАПРЕЩЕННАЯ система боя  
спецслужб попала в Интернет!



ЗАПРЕЩЕННАЯ система боя  
спецслужб попала в Интернет! Стань

- **Открытие.** «Врачи наконец-то рассказали..», «Ученые доказали...» Подобные заголовки вызывают интерес и побуждают человека узнать что-то «новое».
- **Уникальность.** «Уникальная возможность улучшить свою жизнь..», «Первый в мире способ..» Дайте людям ощущение причастности к чему-то особенному, сыграйте на любопытстве.
- **Мода.** Выделяться, быть в тренде — вот чего хочет большинство современных мужчин и женщин. Покажите, что с покупкой телефона/зажигалки/ часов (да чего угодно) человек станет круче. Подходящие заголовки: «Выделись среди друзей...», «Женщины обожают мужчин с этим..»
- **Вызов.** «Ты сможешь бросить курить «Спорим, ты сможешь похудеть». Подобные положительные установки воодушевляют человека.

# Еще тизеры: приемы в заголовках



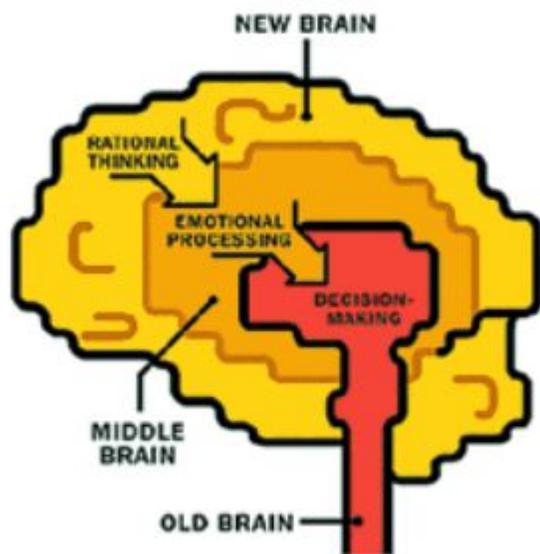
- **Эмоции.** Люди покупают не товар, а эмоцию, способ избавиться от боли. Вызовите своим креативом положительные эмоции, ощущение праздника. Это расположит человека кликнуть на объявление.
- **Цифры.** Используйте нечетные цифры, это придает информации правдоподобности. «Похудеть за 23 дня», «Только сегодня скидка 31%».
- **Якорь.** Желание соответствовать. «Лучшие мамы используют это..», «Хорошая хозяйка не обойдется без...»
- **Простота метода.** Заголовок «Похудение с помощью лимона» или любого другого продукта указывает на простоту, что нравится клиенту, который не желает прикладывать усилия. Допустим, сок лимона + ягоды Годжи = сброс веса. Проблема — решение. Это основной прием рекламы.
- **Создайте дефицит.** «Через 2 часа товар может закончиться», «Последняя партия товара, завезенная в страну». Можно создать «срочность» в виде таймера. Использовать его или нет — покажет сплит-тестирование. Срочность является фактором, который не дает пользователю подумать, отойти от телефона, пораскинуть мозгами.

# Сильные слова для рекламы, которые привлекают внимание



- «Excuse me, I have five pages. May I use the Xerox machine?» — 60% сказали «да».
- «Excuse me, I have five pages. May I use the Xerox machine **because** I'm in a rush?» — 94% сказали «да».
- «Excuse me, I have five pages. May I use the Xerox machine **because** I have to make some copies?» — 93% сказали «да».

# 5 самых убедительных слов в английском языке



- You
- Free
- Because
- Instantly
- New

# 20 самых влиятельных слов (David Ogilvy)

- Suddenly
- Now
- Announcing
- Introducing
- Improvement
- Amazing
- Sensational
- Remarkable
- Revolutionary
- Startling
- Miracle
- Magic
- Offer
- Quick
- Easy
- Wanted
- Challenge
- Compare
- Bargain
- Hurry

# 3 фразы для привлечения общества:



- Join
- Become a member
- Come along

# 9 причинно-следственных слов и фраз



- Accordingly
- As a result
- Because
- Caused by
- Consequently
- Due to
- For this reason
- Since
- Therefore
- Thus

# 12 фраз, которые подразумевают ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ



- Members only
- Login required
- Class full
- Membership now closed
- Ask for an invitation
- Apply to be one of our beta testers
- Exclusive offers
- Become an insider
- Be one of the few
- Get it before everybody else
- Be the first to hear about it
- Only available to subscribers

# 9 фраз, которые подразумевают дефицит



- Limited offer
- Supplies running out
- Get them while they last
- Sale ends soon
- Today only
- Only 10 available
- Only 3 left
- Only available here
- Double the offer in the next hour only

# 28 слов и фраз, которые заставляют чувствовать себя в безопасности

- Anonymous
- Authentic
- Backed
- Best-selling
- Cancel Anytime
- Certified
- Endorsed
- Guaranteed
- Ironclad
- Lifetime
- Moneyback
- No Obligation
- No Questions Asked
- No Risk
- No Strings Attached
- Official
- Privacy
- Protected
- Proven
- Recession-proof
- Refund
- Research
- Results
- Secure
- Tested
- Try before You Buy
- Verify
- Unconditional

# 47 самых распространённых мощных фраз

- Improve
- Trust
- Immediately
- Discover
- Profit
- Learn
- Know
- Understand
- Powerful
- Best
- Win
- Hot Special
- More
- Bonus
- Exclusive
- Extra
- You
- Free
- Health
- Guarantee
- New
- Proven
- Safety
- Money
- Now
- Today
- Results
- Protect
- Help
- Easy
- Amazing
- Latest
- Extraordinary
- How to
- Worst
- Ultimate
- Hot
- First
- Big
- Anniversary
- Premiere
- Basic
- Complete
- Save
- Plus!
- Create

# 9 СЛОВ ДЛЯ КОНТЕНТА, КОТОРЫМ ХОЧЕТСЯ ДЕЛИТЬСЯ



- Secret
- Tell us
- Inspires
- Take
- Help
- Promote
- Increase
- Create
- Discover

# Правило SНОС для создания интернет-рекламы

**T** TopBuzz - Trending Videos, News ... & Funny GIFs  
Реклама · 🌐

7 Year Old Girl SENTENCED TO DIE For MURDERING Her Brothers And Then Doing This SHOCKING Thing!

Показать перевод



TOP News App

**T** TopBuzz - Trending Videos, News ... & Funny GIFs  
Реклама · 🌐

After She Took Off Her Clothes...

Показать перевод



TopBuzz: Trending Videos, Funny GIFs, Top News &...



- **S (Stop)** – привлечение внимания пользователя ярким текстом, заявлением, анимацией и т.д. Ключевой пункт.



- **H (Hold)** – удерживание внимание пользователя, во время которого рассказывается основное сообщение рекламного ролика.



- **C (Close)** – подталкивание пользователя к дальнейшему действию (клику, регистрации, покупке и т.д.).

# Правило ODC для создания интернет-рекламы



Хватит переплачивать. Тут реально низкие цены! Скачай Маркет за 9 секунд и проверь лично



Ты из России? Внимание!



Хватит переплачивать. Тут реально низкие цены! Скачай Маркет за 9 секунд и проверь лично



Ты из России? Внимание!



- O (offer) — предложение

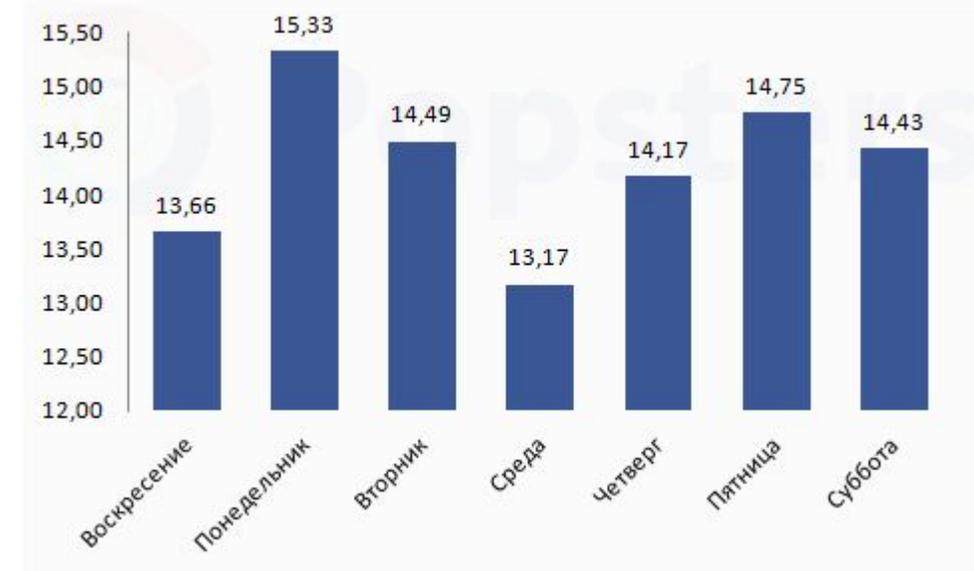


- D (Deadline) — ограничение по времени



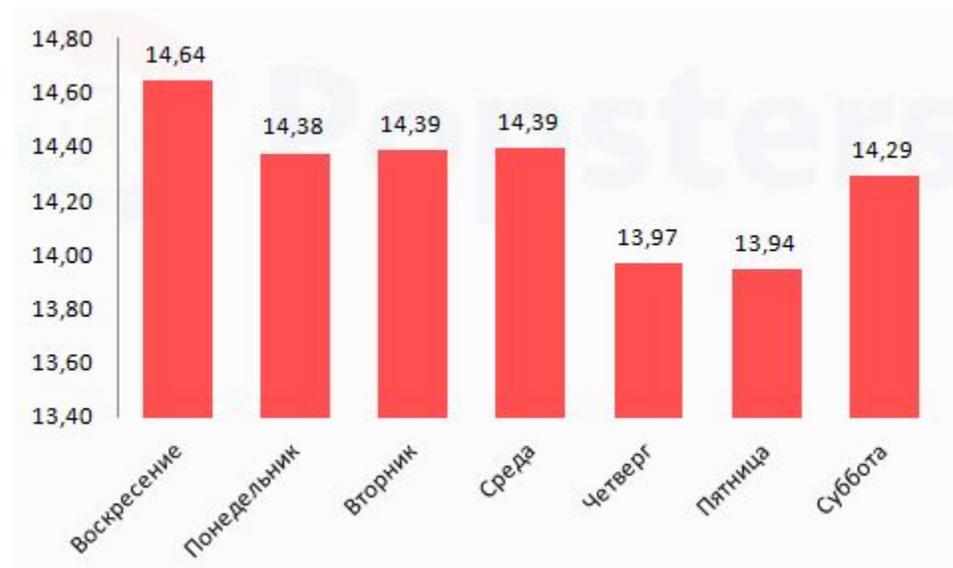
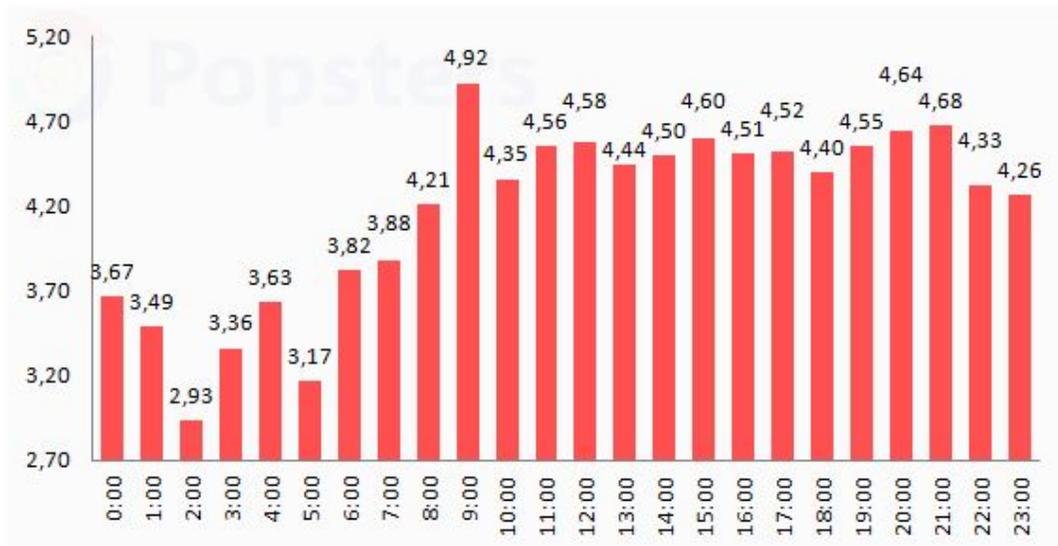
- C (Call to action) — призыв к действию

# P.S. Когда лучше запускать рекламу Facebook:



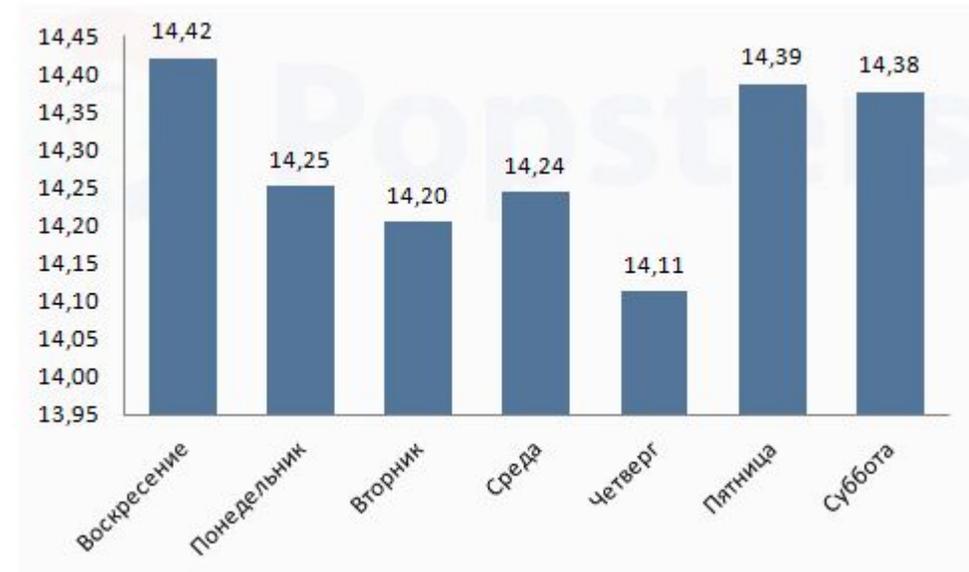
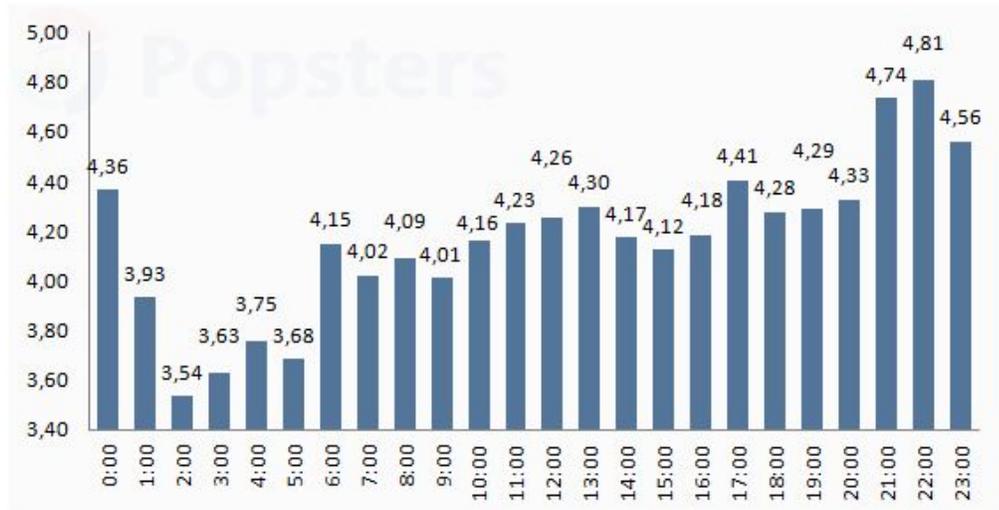
Наибольшая активность у публикаций, вышедших в районе 3 часов дня. Учитывая преобладание в «Фейсбуке» среднего класса, как самой активной аудитории (не преобладающей, а именно активной), получается, что после обеда многие предпочитают полистать ленту, пообщаться в комментариях, поделиться записями с друзьями. В активности по дням недели тоже видим связь с рабочим временем: понедельник и пятница — самые активные дни, т. е. первое время после выходных и завершение последнего рабочего дня недели.

# P.S. Когда лучше запускать рекламу Instagram :



Активность ниже в ночное время суток, днем примерно одинаковая. Аудитория предпочитает изучать ленту по утрам, а в конце выходных смотреть, как проводили время друзья.

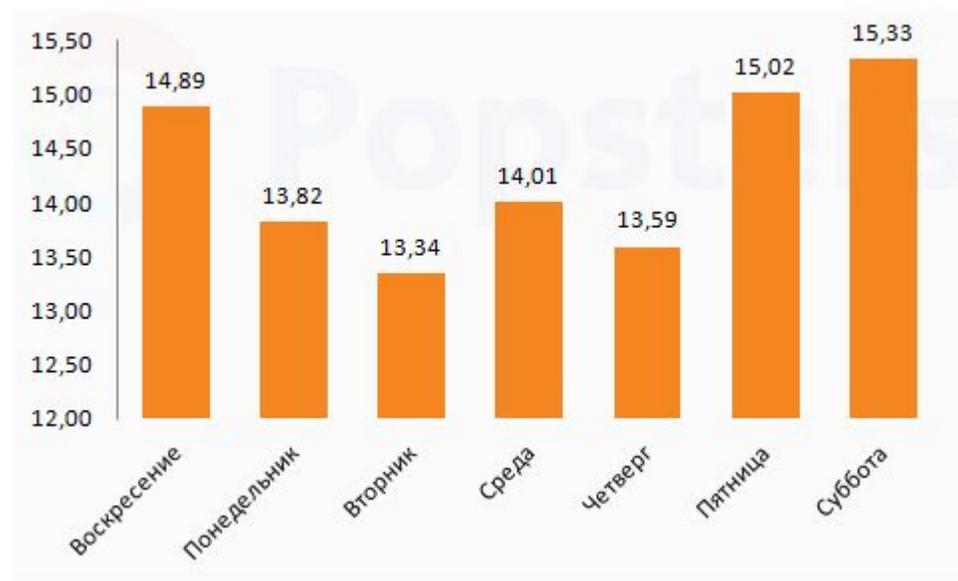
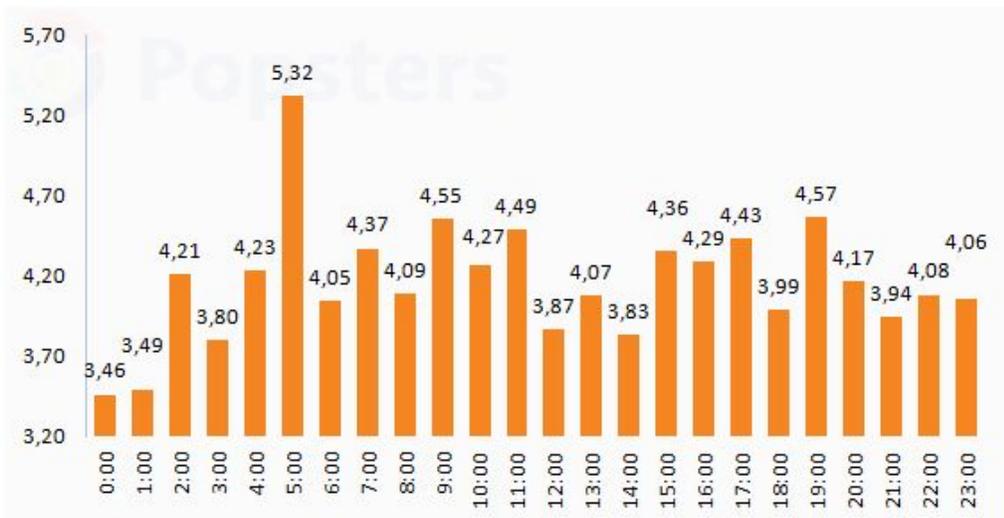
# P.S. Когда лучше запускать рекламу Vk:



«ВКонтакте» активность выше всего по вечерам и в выходные.

# P.S. Когда лучше запускать рекламу

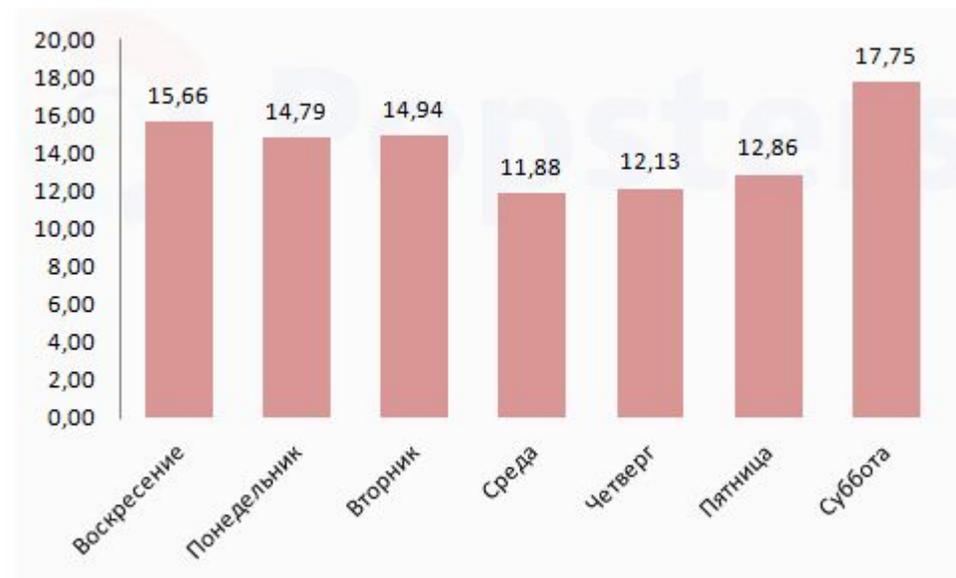
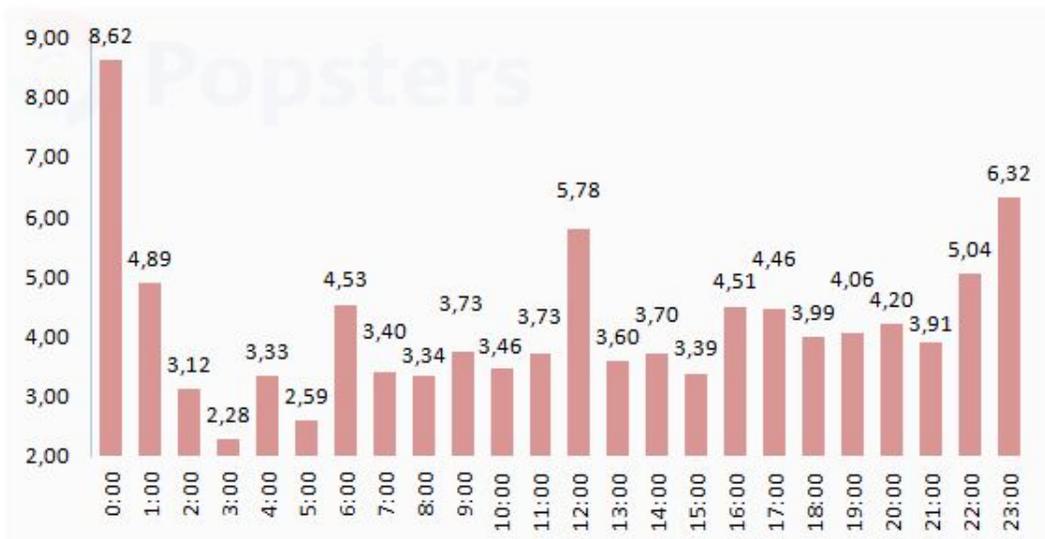
## Ok:



В «Одноклассниках» наибольшая активность у пользователей наступает в районе 5 утра. Предполагаем, что дело в большой утренней активности пользователей более восточного места проживания, нежели Москва.

# P.S. Когда лучше запускать рекламу Twitter:

## «Твиттер»



В «Твиттере» самые заметные перепады активности — суббота (17%) и среда (12%). Самым большим открытием для нас стало, что в 12 ночи активность пользователей заметно выше, чем в другое время.

# 5 самых убедительных слов в русском языке

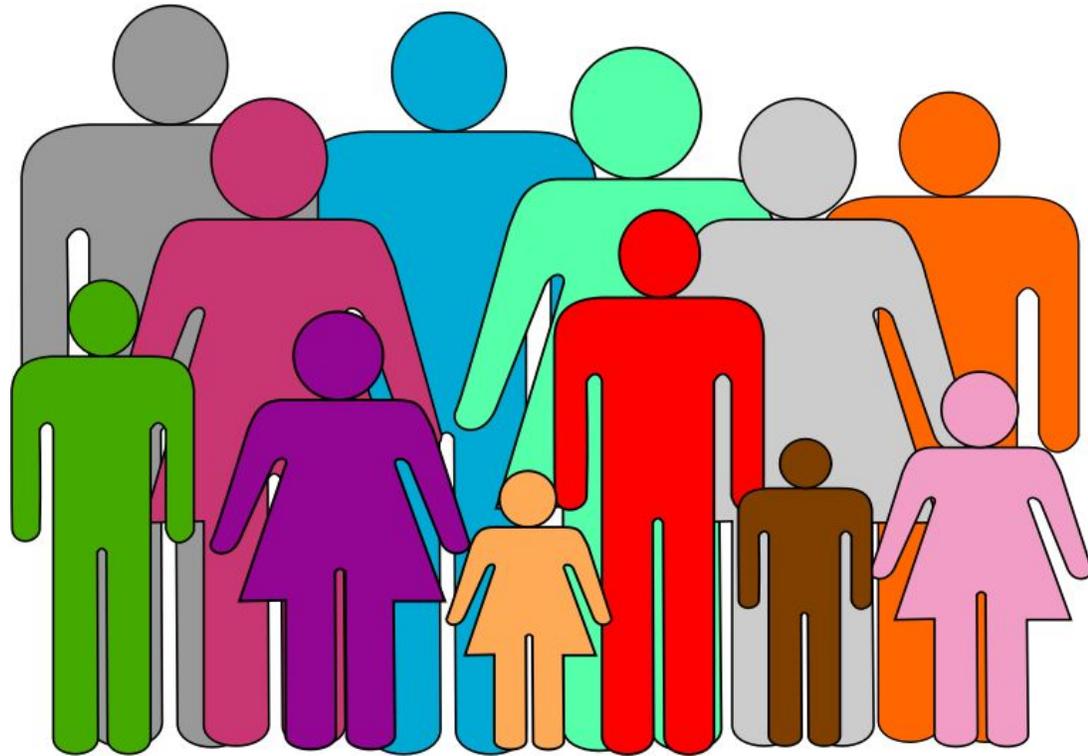


- Ты
- Бесплатно
- Потому что
- Мгновенно
- Новый

# 20 самых влиятельных слов:

- Внезапно
- Сейчас
- Объявляю
- Представляем
- Улучшение
- Удивительный
- Сенсационный
- Замечательный
- Революционный
- Поразительные
- Чудесный
- Магический
- Предложение
- Быстро
- Легко
- Требуются
- Вызов
- Сравните
- Сделка
- Спешите

# 3 фразы для привлечения общества:



- Регистрация
- Стать участником
- Следуй

# 9 причинно-следственных слов и фраз



- Соответственно
- В результате
- Потому что
- Следовательно
- Благодаря чему
- По этой причине
- Начиная с
- Поэтому
- Таким образом

# 12 фраз, которые подразумевают ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ



- только для членов
- Чтобы войти требуется
- Класс полный
- Членство в настоящее время закрыты
- Спросите приглашения
- Применить, чтобы быть одним из наших бета-тестеров
- Эксклюзивные предложения
- Стать инсайдерской
- Будьте одним из немногих
- Получить его раньше всех
- Будьте в курсе об этом
- Доступно только подписчикам

# 9 фраз, которые подразумевают дефицит



LIMITED  
OFFER

- Ограниченное предложение
- Поставки на исходе
- Берите их, пока они есть
- Продажа скоро заканчивается
- Только сегодня
- Осталось всего 10 мест
- Только 3 слева
- Доступно только здесь
- Чтобы купить по скидке осталось

# 24 слов и фраз, которые заставляют чувствовать себя в безопасности

- Анонимно
- Популярный
- Отмена в любое время
- Сертифицированный
- Одобрено
- Гарантированно
- Пожизненная
- Возврат денег
- Обязательств нет
- Нет лишних вопросов
- Нет риска
- Никаких уловок
- Официальный
- Конфиденциальность
- Защищенный
- Проверенная
- Возврат
- Исследования
- Результаты
- Безопасность
- Испытано
- Попробуй, прежде чем купить
- Проверьте
- Безусловная

*Где употреблять: Форма для оплаты, форма для регистрации, отзывы*

# 47 самых распространённых мощных фраз

- Улучшение
- Доверие
- Сразу
- Находить
- Прибыль
- Знать
- Понимать
- Мощный
- Лучший
- Выигрышный
- Горячее предложение
- Еще
- Бонус
- Эксклюзивный
- Экстра
- Вы
- Бесплатно
- Здоровье
- Гарантия
- Новый
- Проверенная
- Безопасный
- Деньги
- Сейчас
- Сегодня
- Результаты
- Защитные
- Помощь
- Легкий
- Удивительный
- Последнее
- Чрезвычайный
- Как
- Худший
- Окончательный
- Горячая
- Первый
- Большой
- Годовщина
- Премьера
- Базовая
- Полный
- Сохранить
- Плюс!
- Создать