

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ВКОНТАКТЕ

Вы научитесь грамотно подбирать целевую аудиторию и настраивать таргетированную рекламу в социальной сети Вконтакте, а также анализировать полученные результаты и рассчитывать бюджет.

Уровень сложности: начальный

График обучения: 8 занятий по 2 акад. часа или 4 занятия по 4 акад. часа

Итоговая аттестация – зачет

Данный курс - это пошаговая настройка рекламы, создание стратегии рекламной кампании, расчет и прогнозирование бюджета, составление системы метрик.

Программа курса включает в себя практические задания по созданию рекламных кампаний, настройке и оптимизации таргетированной рекламы, использования дополнительных возможностей и инструментов рекламных систем.

Знания и умения, полученные в результате обучения

- Знание методов и инструментов выявления целевой аудитории и ее сегментации;
 - Умение выполнять предварительный анализ продукта, а также анализ таргетированной рекламы конкурентов, представленных на рынке;
 - Умение использовать инструмент Mind Map;
 - Знание принципов создания продающих рекламных объявлений с учетом требований рекламной системы ВКонтакте;
 - Знание основных возможностей систем таргетированной рекламы ВКонтакте;
 - Умение работать в интерфейсе рекламной системы ВКонтакте.
 - Умение создавать аудитории ретаргетинга;
 - Умение использовать сервисы парсинга аудитории и мониторинга постов конкурентов;
 - Умение формировать аналитические отчеты в системах ВКонтакте;
 - Умение анализировать эффективность рекламных кампаний.
-

Программа

Занятие 1.

Таргетированная реклама - понятие и базовые принципы

- Понятие и принцип работы таргетированной рекламы.
- Преимущества и недостатки таргетированной рекламы.
- Специфика таргетированной рекламы как инструмента привлечения трафика.
- Базовая терминология.

Практическое задание:

Выбор тематики проекта.

Определение 4 конкурентов, представленных в таргетированной рекламе.

Занятие 2.

Анализ продукта и целевой аудитории

- Анализ продукта: выгоды, доказательства, позиционирование.
- Анализ конкурентов и аудит рекламных кампаний.
- Понятие целевой аудитории.
- Критерии сегментации.
- Метод персон и использование Mind Map.
- Боли и потребности целевой аудитории.

Практическое задание:

Стратегия проекта (по шаблону).

Занятие 3.

Структура рекламной кампании: сценарии

- Форматы таргетированной рекламы.
- Виды таргетинга.
- Этапы настройки таргетированной рекламы.
- Структура рекламных кампаний.
- Сценарии как основа рекламной кампании.
- Подготовка к запуску.
- Особенности модерации.

Практическое задание:

9 сценариев для трех сегментов.

Занятие 4.

Рекламные тексты

- Правила написания рекламных текстов.
- Модели продающих текстов.
- Требования рекламной системы ВКонтакте к текстам для таргетированной рекламы.
- Работа с рекламными макетами. Подбор изображений. Работа с графическими конструкторами

Практическое задание:

Подбор моделей продающих текстов для выявленных сегментов.

Написание продающих текстов согласно моделям.

Занятие 5.

Таргетированная реклама в социальной сети ВКонтакте

- Знакомство с интерфейсом рекламного кабинета ВКонтакте.
- Виды рекламного размещения, особенности форматов.
- Модели оплаты, особенности их использования.
- Пошаговая настройка рекламного объявления.
- Редактирование, копирование объявлений.

Практическое занятие:

Создание не менее 9 объявлений таргетированной рекламы в социальной сети ВКонтакте.

Занятие 6.

Ретаргетинг в социальной сети ВКонтакте

- Создание аудиторий ретаргетинга.
- Работа с пикселем ВКонтакте.
- Работа с парсерами.

Практическое занятие:

Сценарии ретаргетинга (минимум 5).

Создание аудиторий ретаргетинга на основе типов реакций на рекламное объявление.

Занятие 7.

Анализ. Прогноз бюджета

- Расчет бюджета.
- Прогноз результатов кампании.
- Расчет безопасного ценового диапазона стоимости клика.
- Анализ результатов кампании. Воронка продаж.
- Аналитика как система.

Практическое занятие:

Прогноз для трех кейсов.

Задачи по аналитике – тест.

Занятие 8.

Зачет

- Защита проекта.
- Тест
- Вопросы по курсу.