



Чек-лист настройки таргетированной рекламы в ВКонтакте

Проверь себя по чек-листу, чтобы избежать ошибок и слива бюджета клиентов.

Определение целевой аудитории

- Получить информацию от клиента о его целевой аудитории
- Если на сайте ранее проводились рекламные кампании, то собираем информацию с сервисов аналитики - географию, демографию, интересы, поведение
- Определить все возможные потенциальные целевые аудитории
- Запросить номера телефонов для лук-а-лайка
- Запросить базы с пикселя
Если уже велась реклама

Настройка рекламного объявления

- Дать кампании понятное название
- Выбрать нужные плейсменты, которые соответствуют нашей посадочной странице
Реклама страницы, сторис, универсальная запись и т.д.

- Настроить точный географический таргетинг
- Определить возраст и пол аудитории
- Определить точный и полный таргетинг по интересам
- Указать ограничение бюджета
- Определить возраст и пол аудитории

Внешний вид рекламного объявления

- Выбрать оптимальный формат объявления
Не забываем, что внимание пользователей больше всего цепляют динамичные креативы
- Загрузить фото или видео высокого качества
без пикселей
- Использовать релевантные фото и видео, продукту
- Не использовать запрещенных персонажей
Герои советских мультфильмов Фиксики Смешарики и Малышарики Три кота Лунтик и его друзья Маша и Медведь Барбоскины
- Использовать фото и видео клиента
Если нет фото, запросить
- Убедиться, что объявление и описание URL содержит преимущества и уникальные свойства товара
- Установить призыв к действию, который соответствует вашему рекламному тексту
- Установить динамическую UTM-метку

- Оставить тестовую заявку, проверить все ли корректно работает
если стоит бот, квиз и т.д.

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?