

# Инструменты и лайфхаки для запуска перформанс- рекламы в 2023 году



**VK Реклама**



**РИФ / 2023**  
РОССИЙСКИЙ  
ИНТЕРНЕТ ФОРУМ



**VK Рекламе год!**

**VK Реклама нравится  
пользователям**

**в 2,5 раза**

чаще объявления из VK Рекламы  
нравятся аудитории, чем из кампании  
из кабинетов ВКонтакте и myTarget.



# 50% установок 22У за 4 месяца 23У

За первые четыре месяца 2023 года бизнес привлек с помощью VK Рекламы почти половину установок мобильных приложений, которые платформы VK принесли за весь 2022 год.



# Возврат инвестиций в E-com

# 4,5x

в среднем, на один вложенный  
в продвижение в VK Рекламе рубль  
компания из электронной коммерции  
зарабатывают 4,5 рубля.



# Подписчики сообществ из VK Рекламы более активные\*

на **10%** чаще

они смотрят карточки товаров

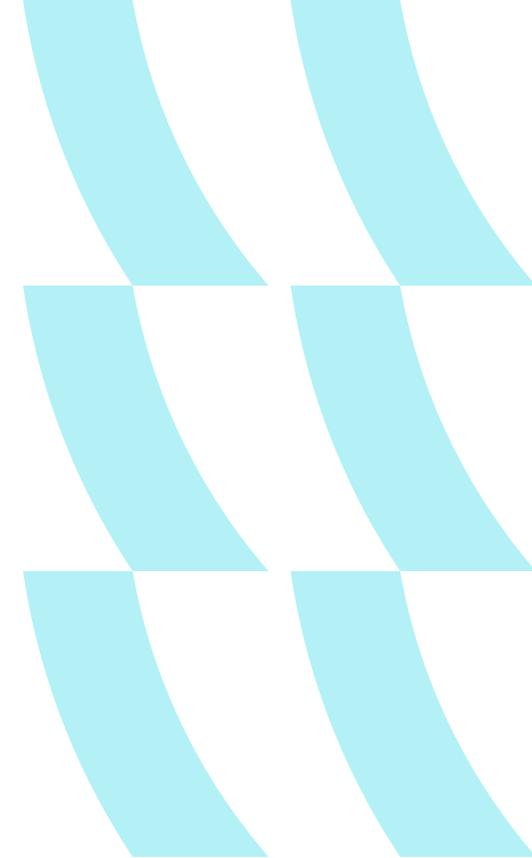
на **19%** больше реакций

они оставляют к постам

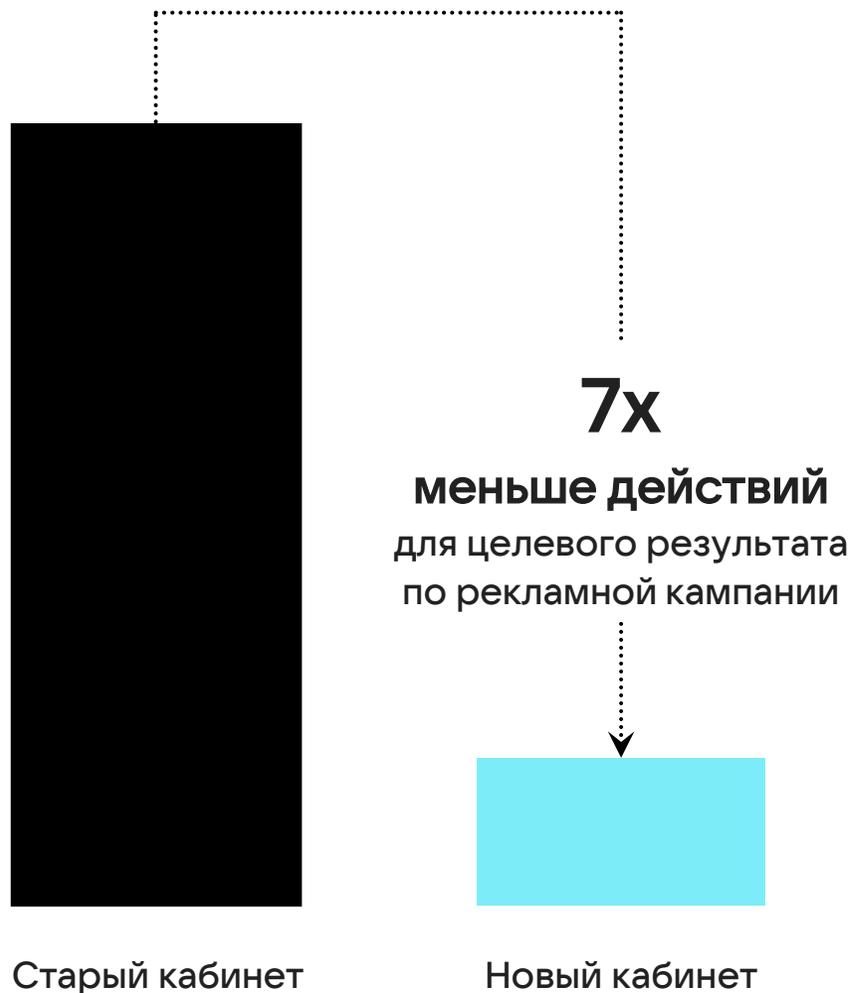
на **75%** чаще

они делятся контентом сообществ

\*по сравнению с пользователями, перешедшим в паблики по объявлениям из кабинета ВКонтакте.



# Фокус на автоматизацию, UX, технологии



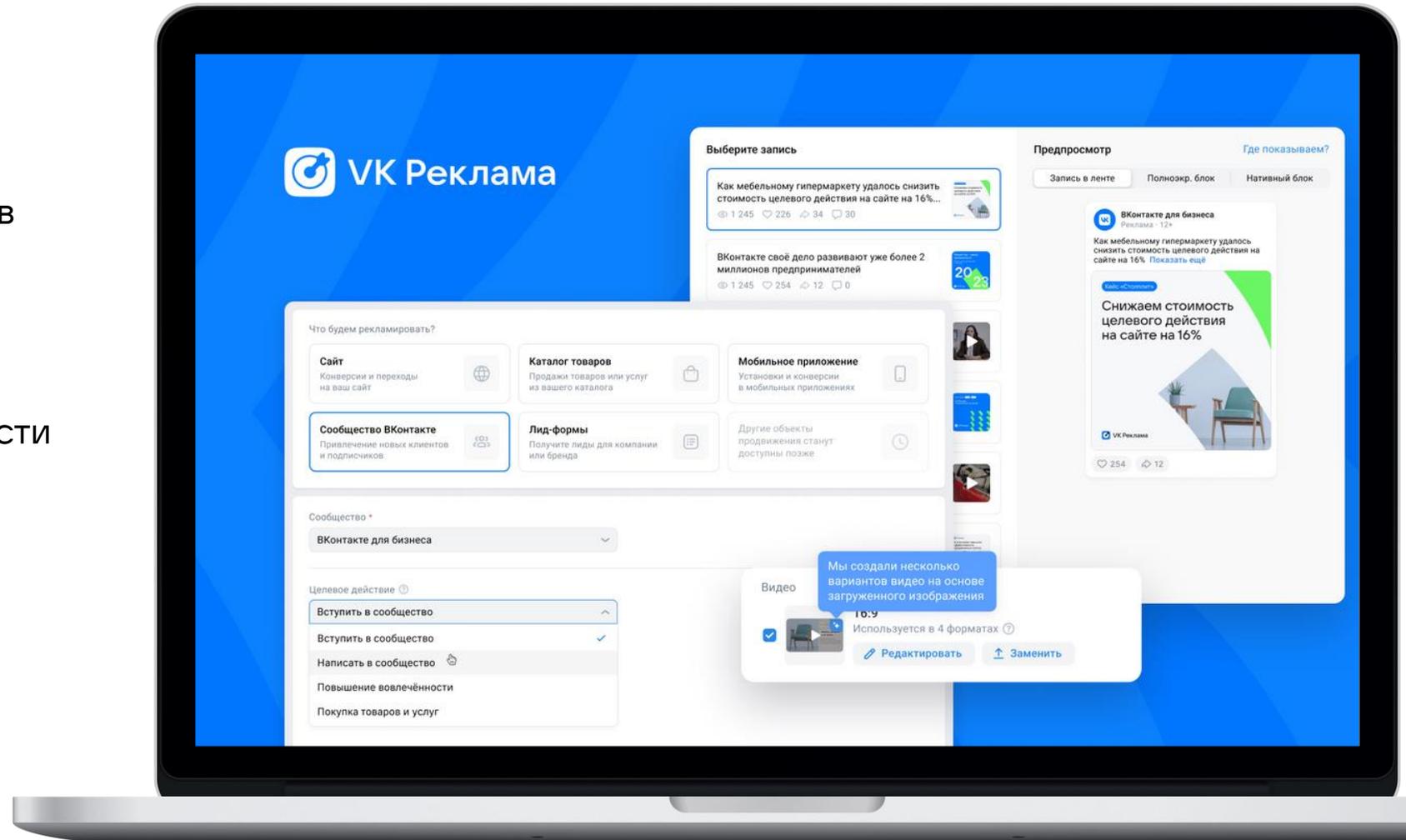
- Оптимизация на события
- Автоматическая система управления ставкой
- Оптимизация бюджета на уровне рекламной кампании
- Трехуровневая структура рекламных кампаний
- Универсальные объявления
- Автогенерация текстов и видео
- Интеграция с CMS для упрощенной работы с пикселем

# Что мы сделали в 2023 году



# Продвижение сообществ

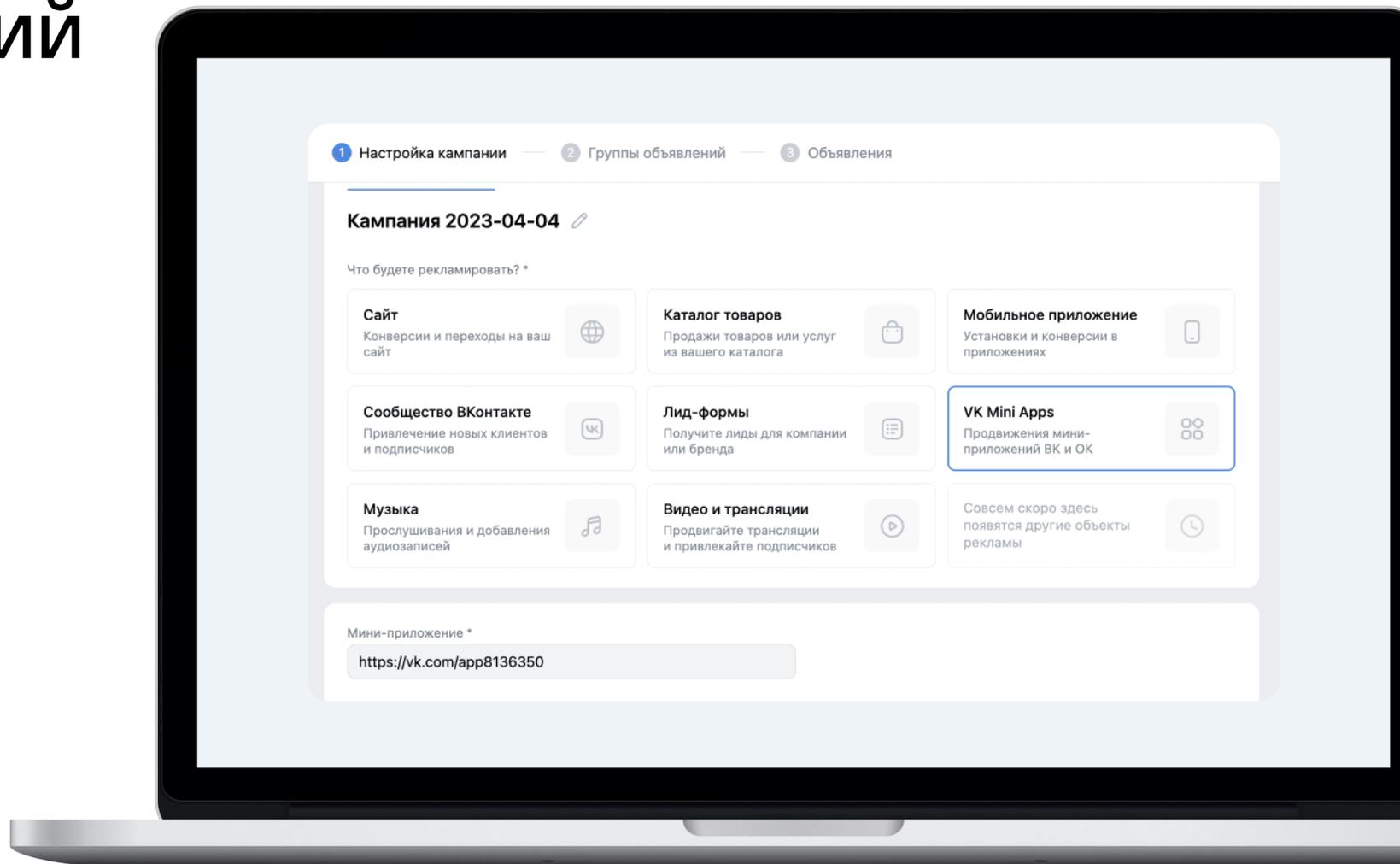
- 1 Увеличение подписчиков
- 2 Диалоги с сообществом
- 3 Повышение вовлеченности
- 4 Продвижение товаров и услуг в сообществе



# Продвижение мини-приложений



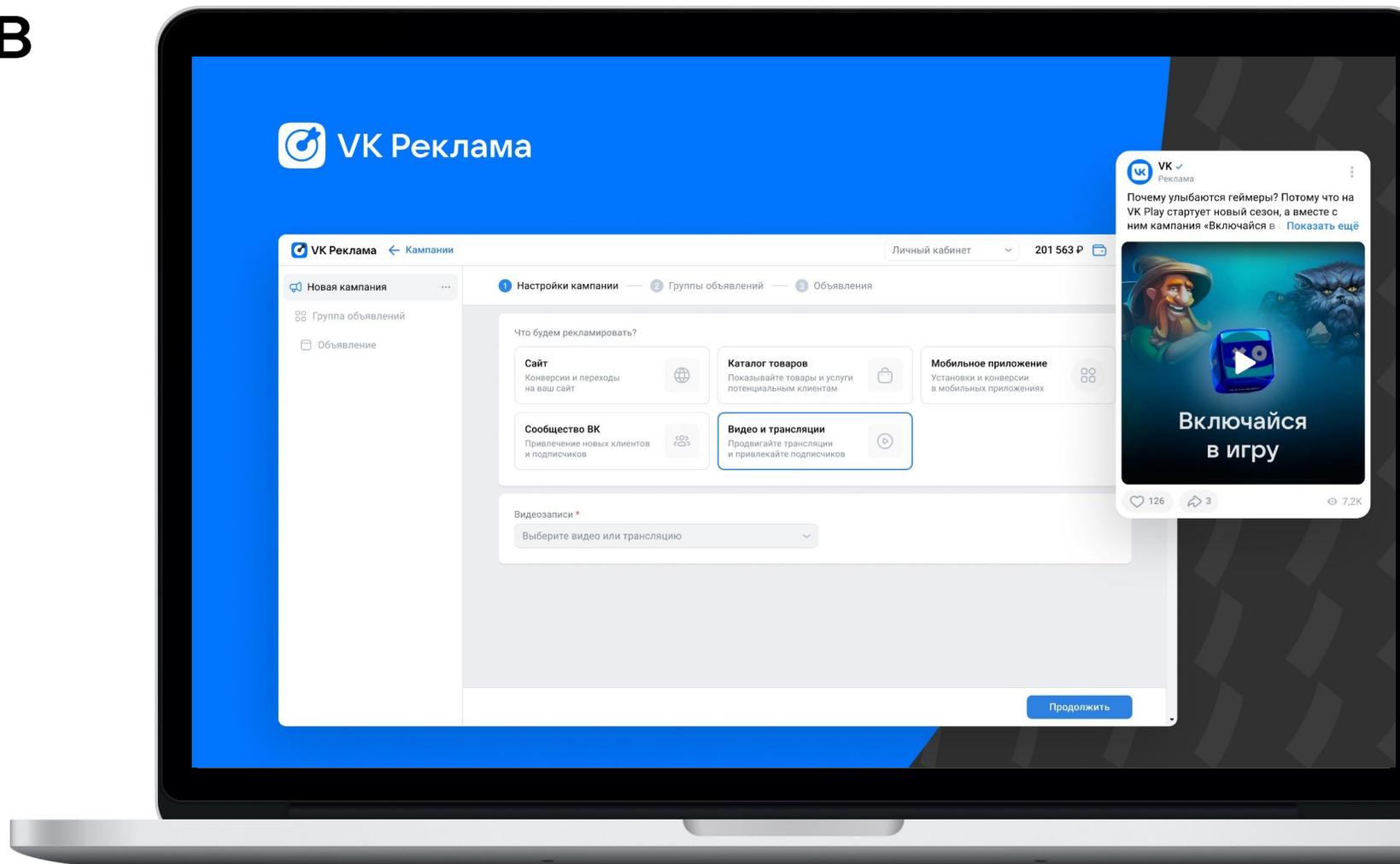
Оптимизация на открытие  
мини-приложения



# Продвижение видео и прямых эфиров



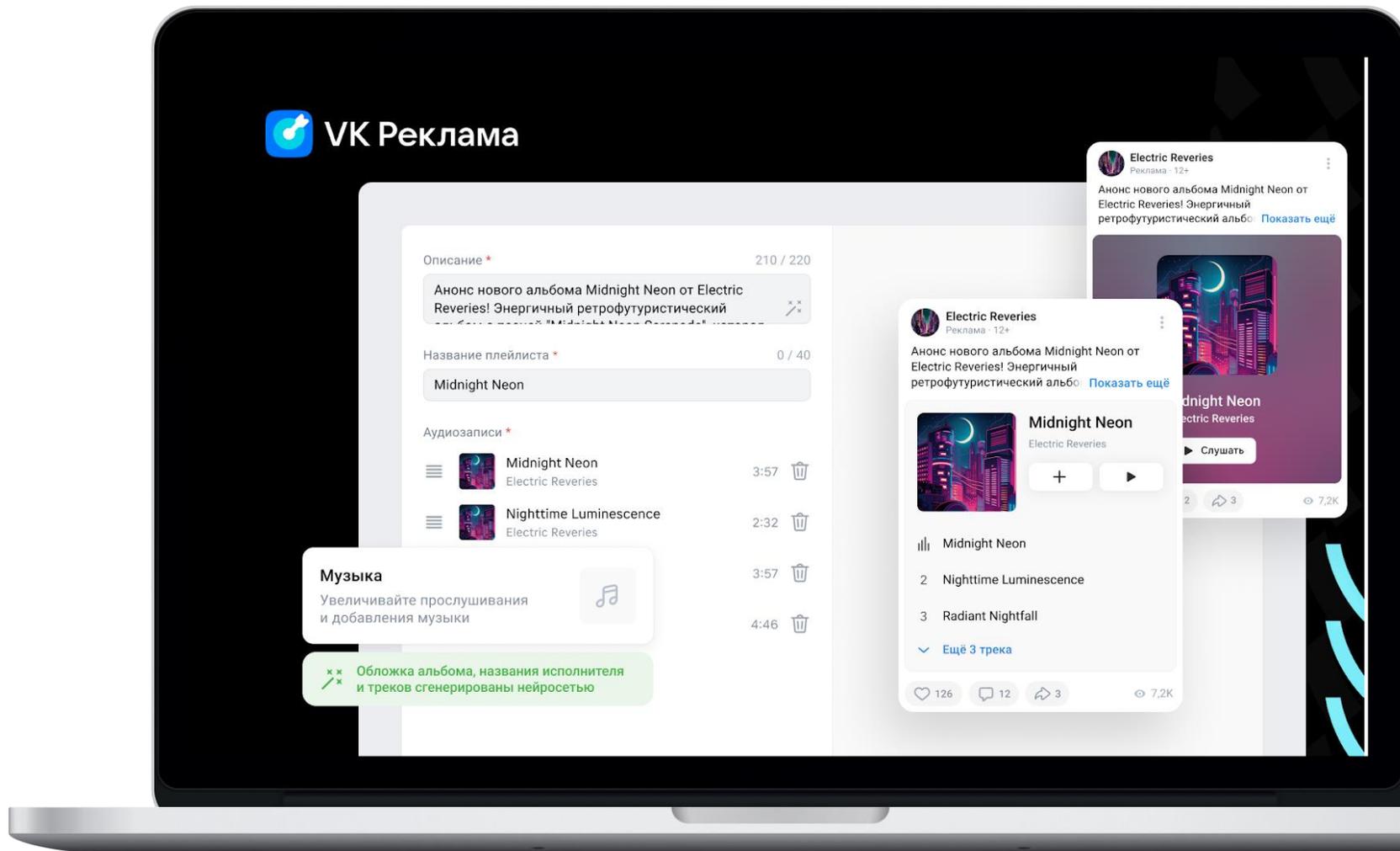
Оптимизация  
на просмотры



# Продвижение музыки



Оптимизация на прослушивание и добавление музыки



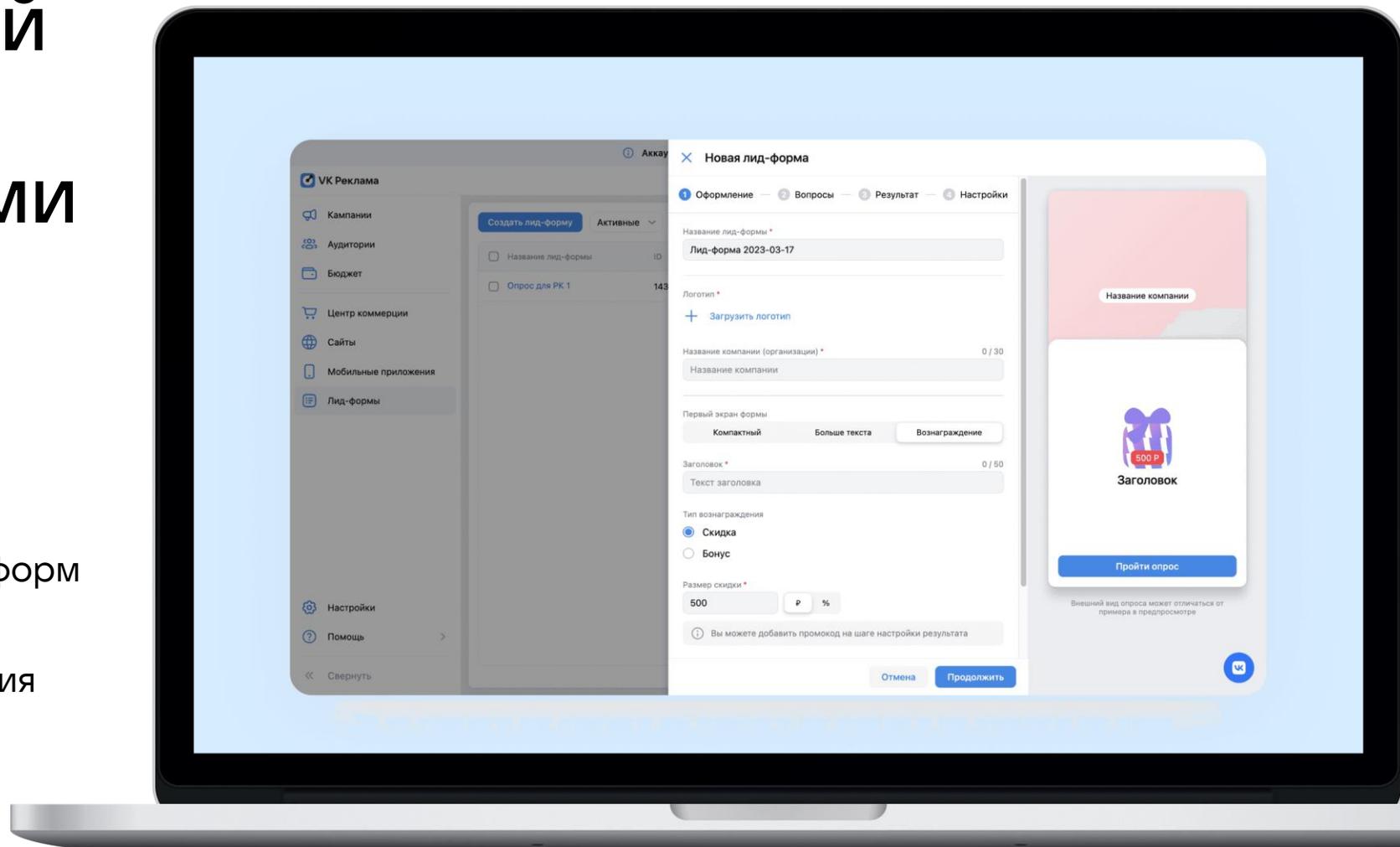
# Расширение возможностей кампаний с лид-формами

1 Вознаграждения

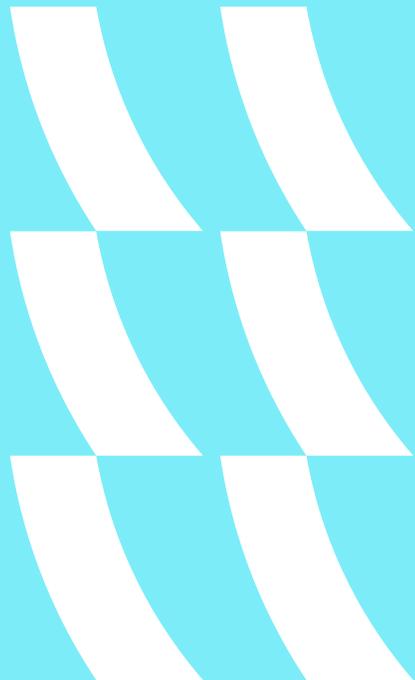
2 Тестовый лид

3 А/Б тестирование лид-форм

4 Новые места размещения

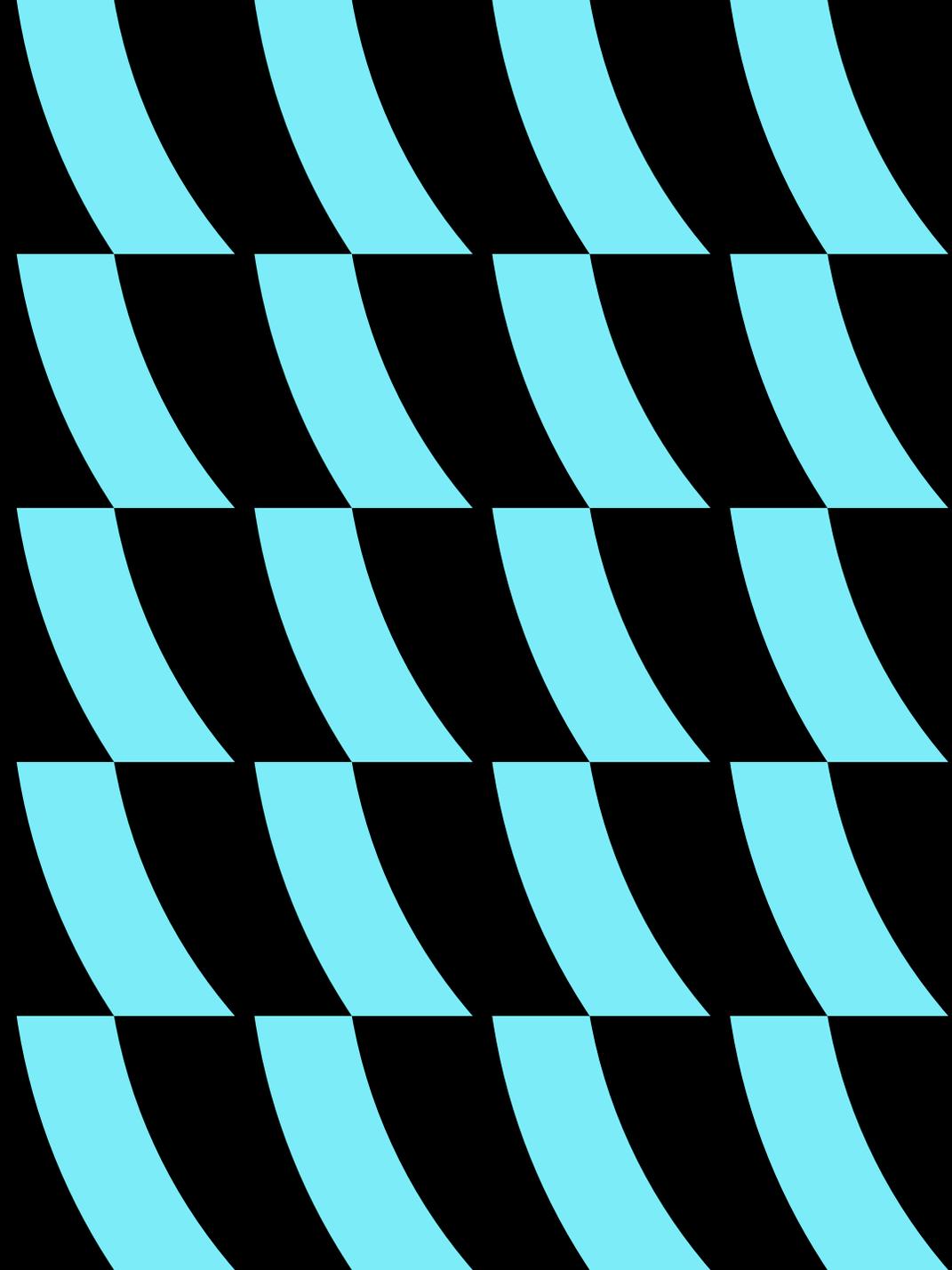


# Ближайшие планы



- Продвижение товаров из сообществ ВКонтакте в Центре коммерции
- Расширение инструментов для электронной коммерции
- Таргетинг на сообщества
- Сбор реакций по объявлениям
- Рекламные плейсменты в RuStore
- Новый раздел для брендинга
- Оптимизация UX в каждом объекте рекламы

# Оптимизация рекламных кампаний в VK Рекламе



# Сначала выбираем правильный объект рекламирования и цель

Что будете рекламировать? \*

<b>Сайт</b> Конверсии и переходы на ваш сайт 	<b>Каталог товаров</b> Продажи товаров или услуг из вашего каталога 	<b>Мобильное приложение</b> Установки и конверсии в приложениях 
<b>Сообщество ВКонтакте</b> Привлечение новых клиентов и подписчиков 	<b>Лид-формы</b> Получите лиды для компании или бренда 	<b>VK Mini Apps</b> Продвижения мини-приложений VK и в ОК 
<b>Музыка</b> Прослушивания и добавления аудиозаписей 	<b>Видео и трансляции</b> Просмотры видео и прямых эфиров 	<b>Совсем скоро здесь появятся другие объекты рекламы</b> 

Рекламируемый объект \* ?

ВКонтакте для бизнеса

Целевое действие \* ?

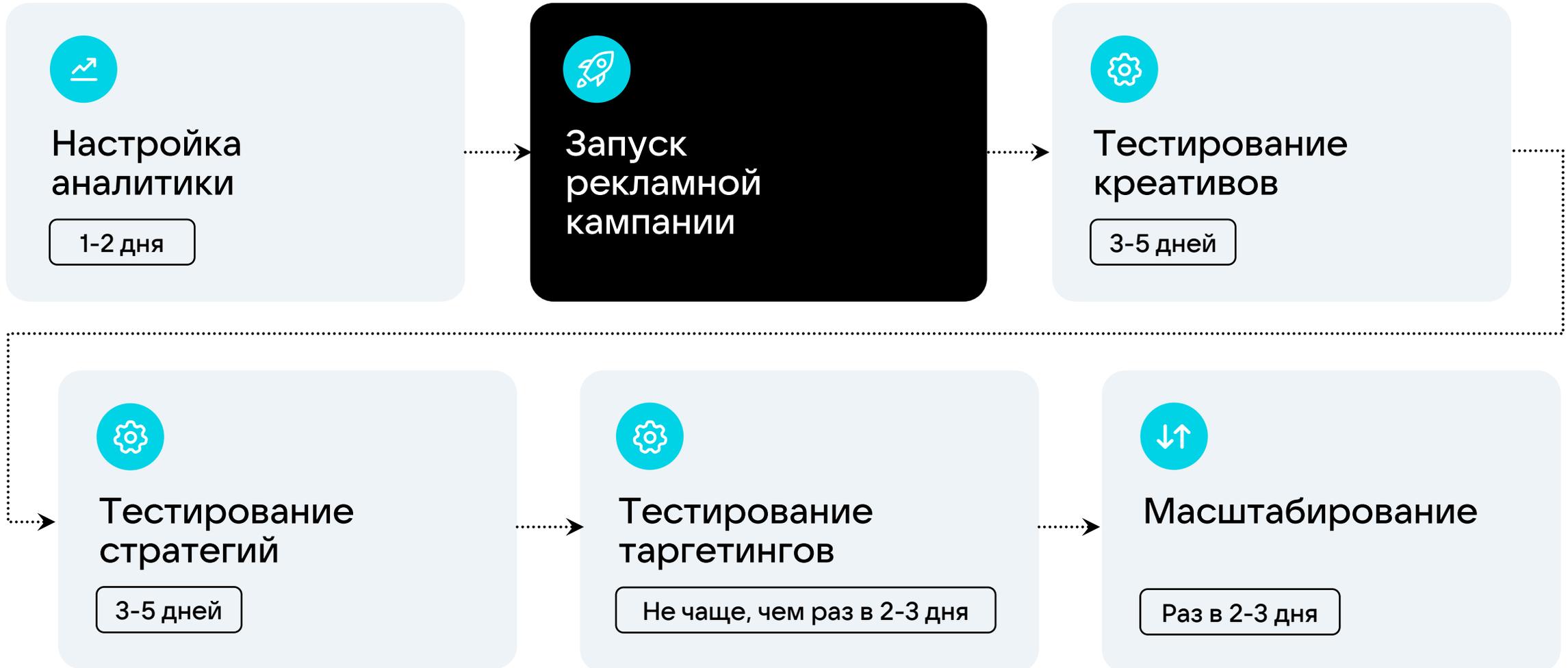
Вступить в сообщество

Оптимизация бюджета кампании  
Алгоритмы будут распределять средства кампании между всеми группами объявлений в пользу более эффективных. [Подробнее](#)

Стратегия ставок \* ?

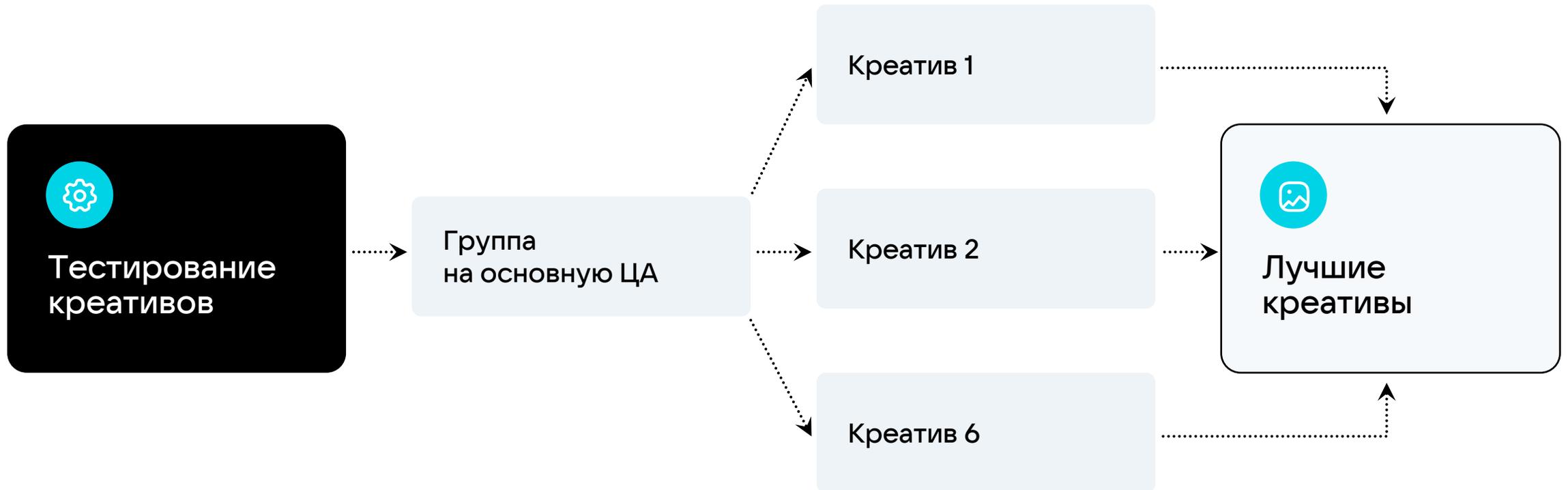
Минимальная цена

# Порядок действий

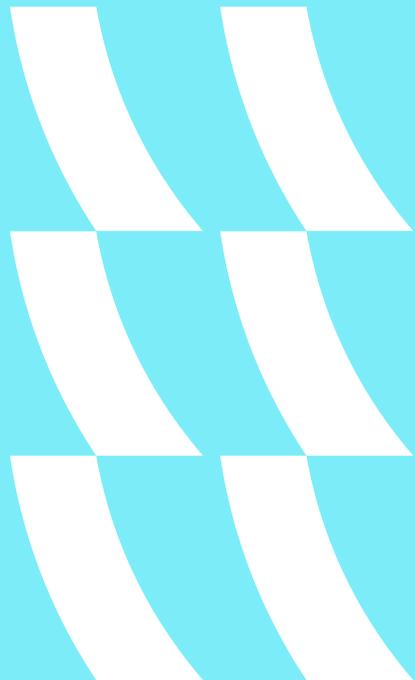


# Тестирование креативов

🕒 3-5 дней



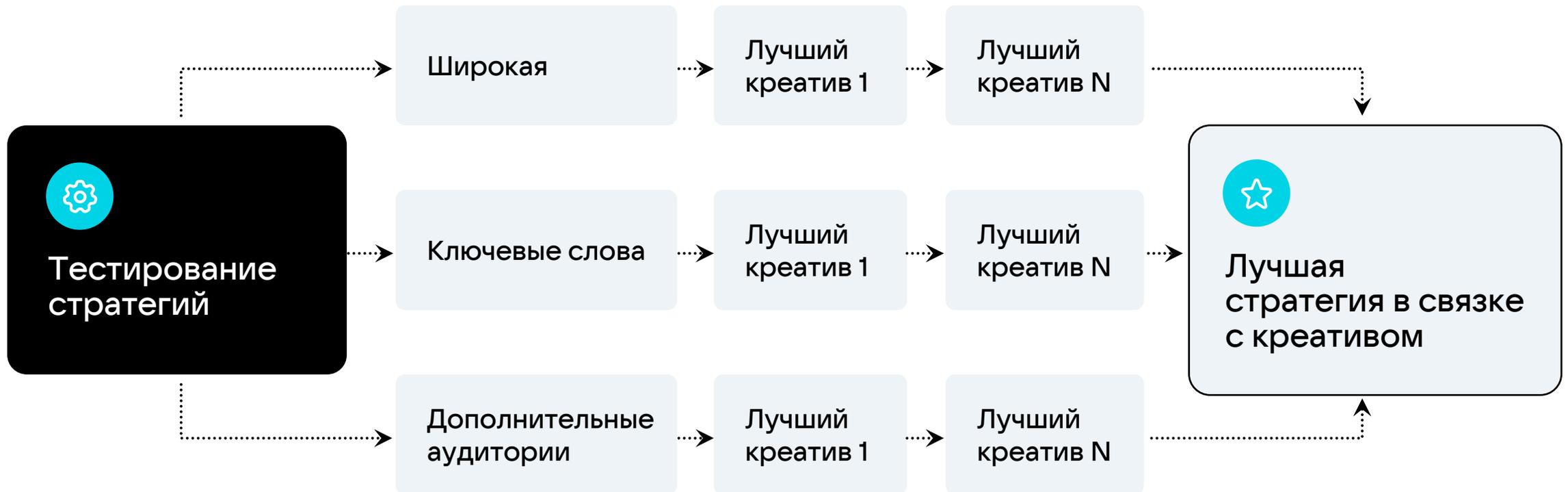
# Работа с креативами



- Изучайте целевую аудиторию
- Создавайте вовлекающий креатив
- УТП на креативе должно соответствовать потребностям ЦА
- Тестируйте подходы к разработке креативов

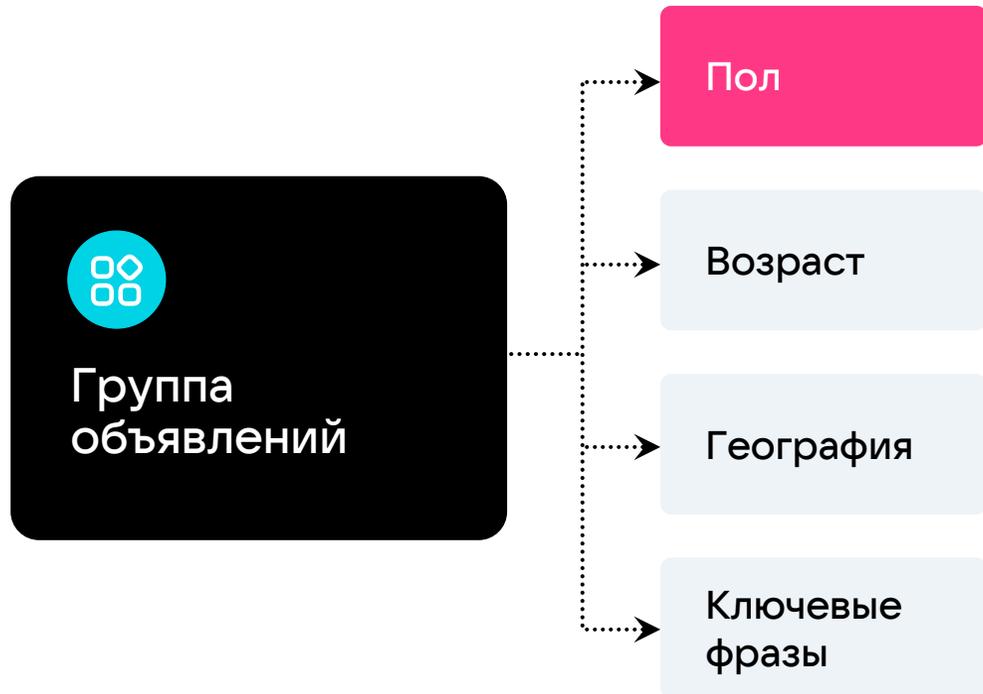
# Тестирование стратегий

🕒 3-5 дней



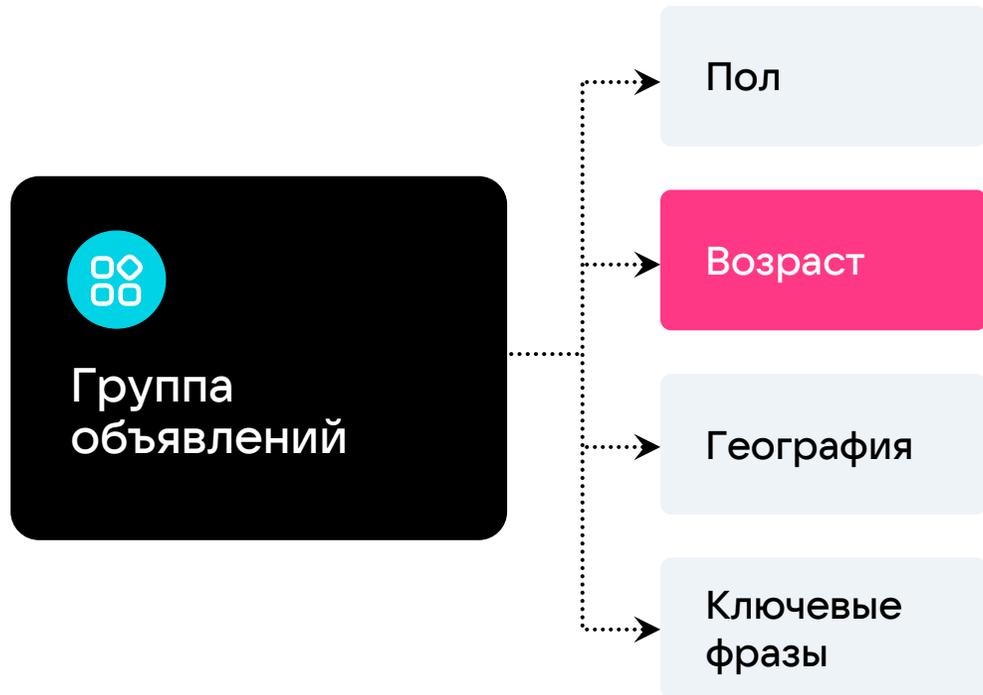
# Тестирование таргетингов: пол

🕒 Не чаще, чем в 2-3 дня

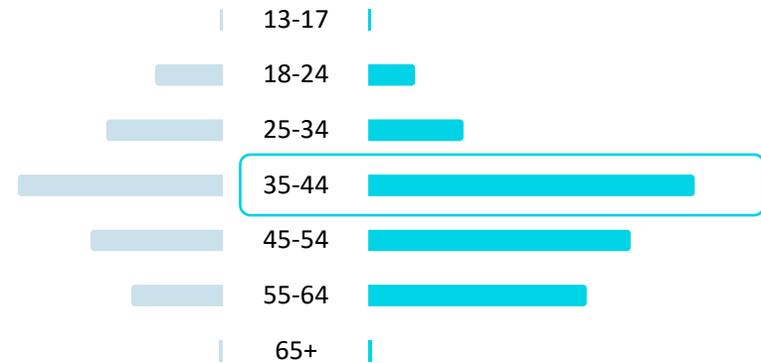


# Тестирование таргетингов: возраст

🕒 Не чаще, чем в 2-3 дня

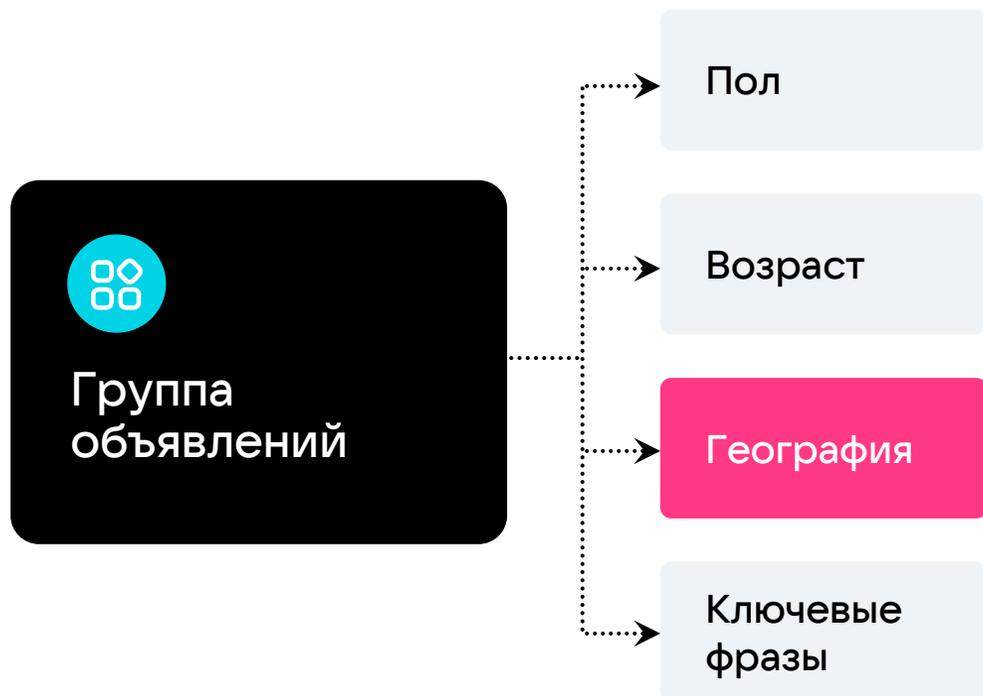


Распределение по возрасту



# Тестирование таргетингов: география

🕒 Не чаще, чем в 2-3 дня

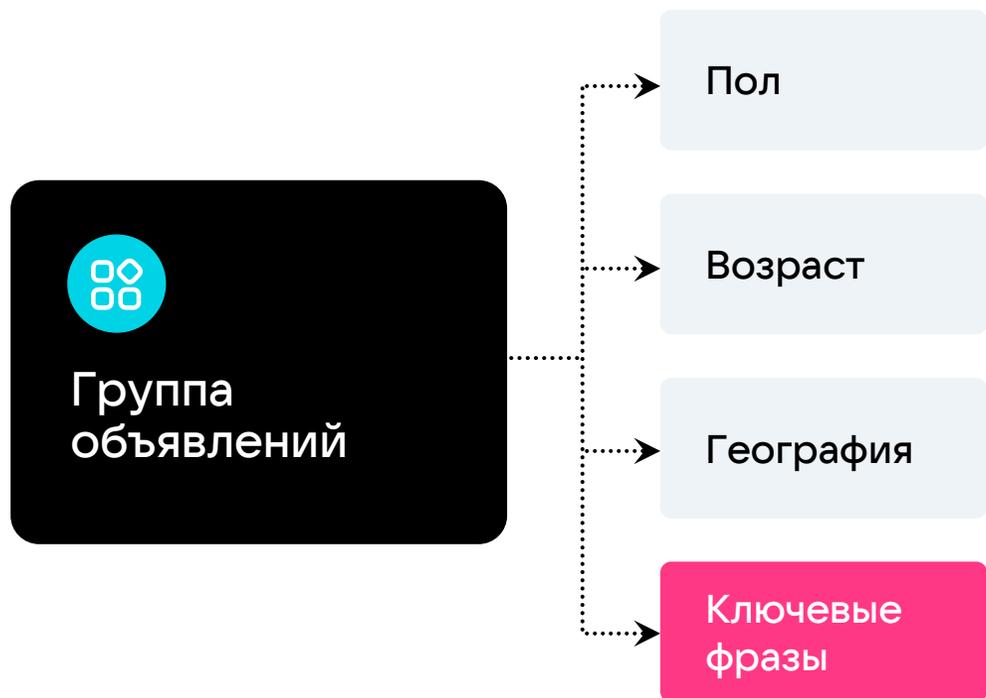


## Распределение по географии

Регион	CTR, %	eCPC, ₽	Цена за результат, ₽	Результат	Потрачено, ₽ ↓
Ростов-на-Дону	6.51	14.33	86.92	476	41 375.21
Пермь	6.82	13.85	80.99	460	37 257.11
Омск	5.71	15.14	88.49	416	36 810.78
Тюмень	5.66	15.37	84.67	359	30 396.18
Чебоксары	5.45	14.91	85.27	303	25 837.31
Ижевск	4.63	16.59	108.96	224	24 408.10
Тверь	5.44	16.83	79.07	269	21 269.65

# Тестирование таргетингов: ключевые фразы

🕒 Не чаще, чем в 2-3 дня



## Распределение по ключевым фразам

Фраза	CR, %	CTR, %	eCPC, Р	Результат	Цена за результат, Р	Потрачено, Р ↓
продукты интернету	5.77	0.56	33.45	246	579.18	142 478.64
сбермаркет	3.11	0.87	24.16	22	776.33	17 079.29
лента продукты каталог	6.78	0.57	41.03	25	605.63	15 140.74
заказ продуктов	7.16	0.60	37.13	28	518.53	14 518.77
доставка пятерочки	4.18	0.74	28.68	16	686.54	10 984.60
куулклевер мяснoвь	5.24	1.60	15.87	31	303.12	9 396.80
доставка магнита	1.77	1.12	19.77	8	1117.24	8 937.94

# Масштабирование

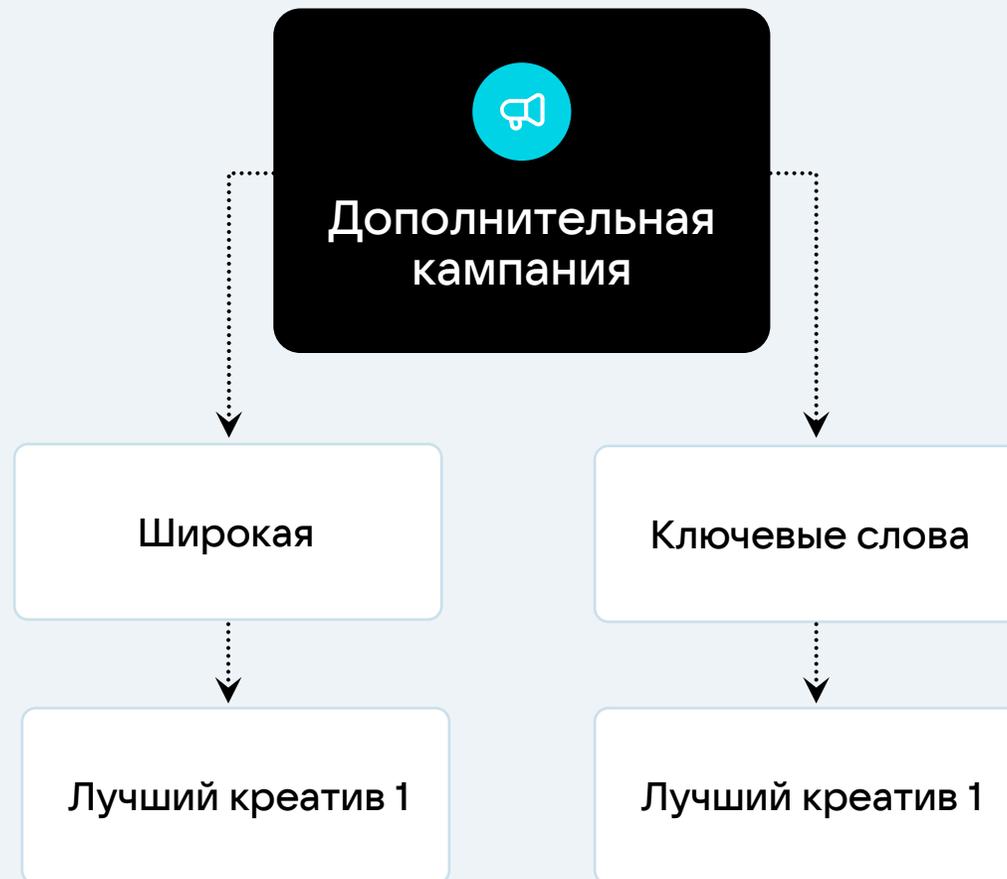
🕒 Раз в 2-3 дня

на **20-25%**



увеличивайте дневной бюджет

Когда бюджет приближается к пороговому значению KPI, можно заводить отдельную кампанию с самыми эффективными стратегиями и креативами



# Настройка аналитики

## Аналитические платформы



# Тестирование таргетингов: используйте отчеты

- 1 Выгрузите отчеты по группам/полу/возрасту/гео/ключевым запросам

## ! Важно!

- Делайте выводы только по статистически значимым числам
- Анализируйте только те показатели, которые заложены в плане (KPI)
- Убирайте из аналитики явно неудачные кампании

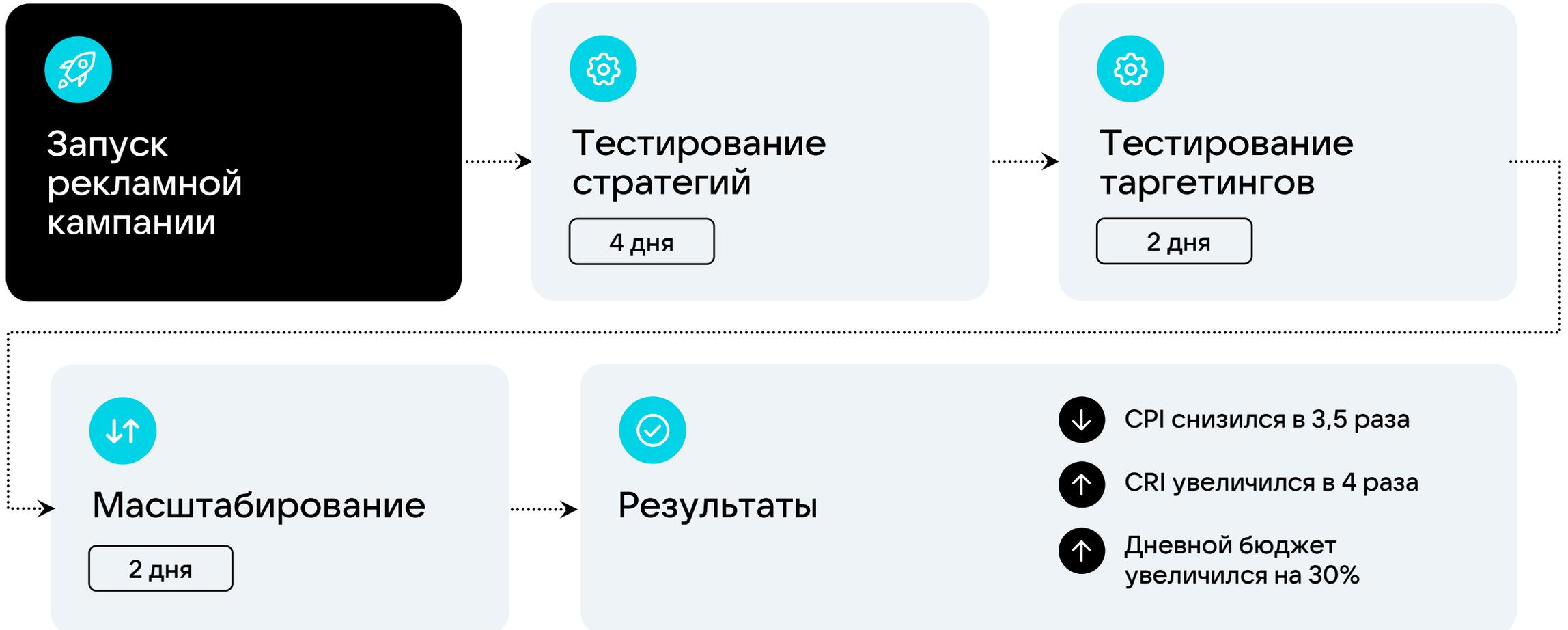
- 2 Сделайте сводную таблицу

- Проанализируйте статистику в разрезе кампании
- Эффективность по полу. Если эффективность по полу сильно отличается – разделите кампании
- Эффективность по возрасту. Оставляем самые эффективные сегменты. Если по полу разница в эффективности большая – посмотрите возраст в разрезе каждого пола
- Проанализируйте гео. Помните, что столица уже входит в область. Если область работает плохо, а столица хорошо – выберите столицы вручную
- Проанализируйте статистику по ключам. Оставьте те кампании, которые вписываются в KPI (допускается превышение цены на 20%)

# Разбор кейса

Магнит Доставка

# Порядок действий



# Тестирование стратегий

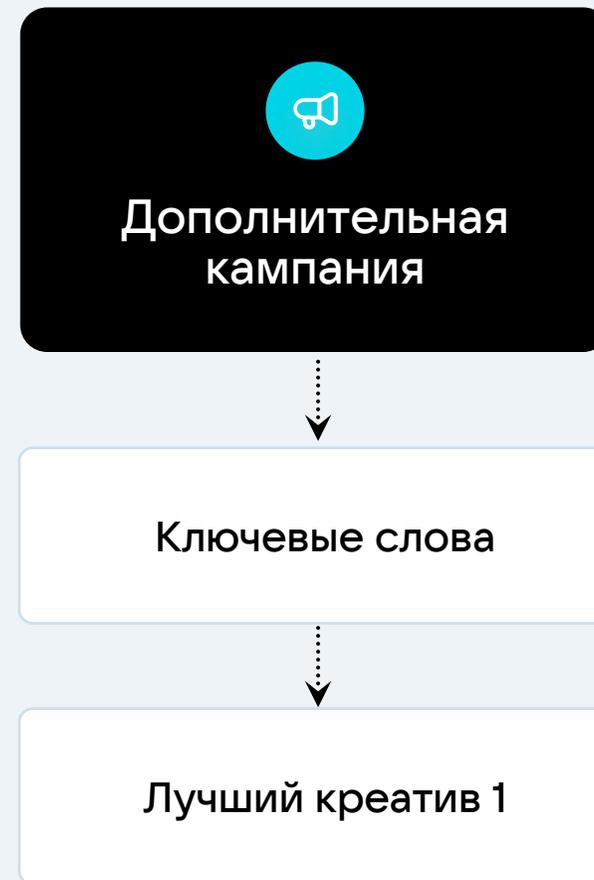


# Масштабирование: запуск дополнительной кампании

на **20-25%** 

увеличивали дневной бюджет

Когда бюджет приблизился к пороговому значению KPI, завели отдельную кампанию с самыми эффективными стратегиями и креативами.



# Как за четыре месяца увеличить количество новых покупателей в 24,5 раза

## Цели кампании

- 1 Увеличить количество новых пользователей
- 2 Стоимость нового пользователя не выше 3000 руб.

## Механика

-  Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены
-  Модель оптимизации на установки приложения

## Формат

-  Универсальный формат объявлений
-  Основной фокус в креативах на скидке (20% на первый заказ)

## Результаты

 в **24,5** раза

увеличение количества новых пользователей в сравнении с первым месяцем кампании

 на **26%**

ниже стоимость нового пользователя относительно KPI

# Спасибо за внимание!



Николай Сентюрин

Директор по развитию рекламных  
продуктов, VK