

# Секреты и фишки настройки рекламы ВКонтакте

## Небольшая хитрость настройки

Самый оптимальный способ ведения рекламной кампании – это создание целого ряда объявлений с разным таргетингом по всем показателям – **возраст, гео, пол, интересы и т.д.**, и отключать со временем те, что идут «в минус», повышая бюджет тем, что активно приносят посетителей.

## Обязательная подготовка страницы в ВК

Если в качестве посадочной страницы, будет ваша страничка в ВК, то первое что вам нужно сделать это наполнить ее или вашу группу (паблик) тематическими постами по теме рекламируемых товаров или услуг.

Закрепить в начале страницы или группы, самый главный пост (рекламное предложение), в котором должен быть привлекательный заголовок, краткий рекламный текст, рекламирующий ваш товар (товары) или услугу, загрузить яркое и привлекательное изображение и ссылку на посадочную страницу.

## Настройка бюджета в рекламе ВК

Как и любая другая рекламная сеть, создана для получения максимальной прибыли. И им важно, чтобы рекламодатели как можно больше денег тратили на свои рекламные компании.

### К чему мы это?

Да к тому, чтобы вы не верили в те рекомендации цены за показы и клики, которые вам рекомендует система. Вам всегда нужно выставлять свою цену за клики и за 1000 показов, а не ту, которые рекомендует система.

Как это делать, мы показали в одной из 5 наших видео инструкций (в 4 или в 5 видео), которые вы можете посмотреть в этой статье <https://vs-bumerang.ru/nastroit-reklamu-vkontakte/>

Иначе, если станете следовать (соглашаться) с предлагаемой системой ставками за клик и за каждую 1000 показов, то или сольёте много денег и будете утверждать, что реклама в ВК не работает.

А выставляя свои цены за клики и за показы, вы **отрегулируете** такие цены, при которых не будет огромного перерасхода денег с вашего рекламного бюджета и одновременно с этим, начнете получать переходы, продажи и заказы.

**Настройка цены**

**Автоматическое управление ценой**  
Система автоматически назначает стоимость для максимально эффективной открутки и достижения цели рекламодателя. [Подробнее о целях](#)

Способ оплаты:  **CPM** <sup>?</sup>  **CPC** <sup>?</sup>  
Оплата за показы Для получения максимального охвата  
Оплата за переходы Для увеличения трафика на сайт или в сообщество

Цена за 1000 показов:   
Выставленная стоимость напрямую влияет на результаты вашей рекламы

**Целевая аудитория** <sup>?</sup>  
6 200

ПРОГНОЗ **ЗА НЕДЕЛЮ** <sup>?</sup>

Охват <sup>?</sup>  
3.0K — 5.0K  
~65% от целевой аудитории

Показы <sup>?</sup>  
3.6K — 6.0K

Бюджет, Р <sup>?</sup>  
343 — 572

## Настройка частоты показа рекламы в ВК таргете

При настройке частоты показа объявлений на человека, попробуйте начать с 2 показов на человека. Если будет мало кликов, то увеличьте частоту показов до 3-4 раз.

Но в большинстве рекламных компаний, 2 показов на человека каждые 5-7 дней, будет достаточно.

**настройка размещения**

Рекламные площадки:

Показывать также на стенах сообществ  
 Показывать в рекламной сети

Ограничение показов:

Период ограничения:

Рекламная кампания:  Выбрать существующую  
 Создать новую

Если сделаете настройку 1 показ на человека, то ваше объявление скорее всего получит меньше переходов, его просто не запомнят.

# Не подключен пиксель ВК

Если реклама ВКонтакте ведет пользователя на сайт, то без пикселя не обойтись. JavaScript код пикселя соц сети ВКонтакте, нужно добавить на свой сайт.

Без него и отслеживания событий, вы не узнаете действия пользователей, которые кликают по вашим объявлениям.

А ведь эти знания (которые будете получать с помощью пикселя), помогут использовать их для взаимодействия с аудиторией, напоминать о себе, подбирать похожую аудиторию, настроить ретаргетинг и и.д.

Как только авторизованный ВКонтакте пользователь попадет на нужную страницу или совершит целевое действие на сайте и в приложении, пиксель автоматически это зафиксирует.

Пиксель поможет настроить отслеживание событий, которые вы предварительно настроите, например, это может быть: заполнение формы (подписки или другой).

Благодаря настроенным событиям пикселя вы сможете отслеживать результаты рекламных объявлений прямо в рекламном кабинете ВКонтакте.

## Как установить пиксель ВКонтакте на сайт?

1. Заходим в рекламный кабинет. Если вам доступно несколько рекламных кабинетов, то выберите нужный.
2. Переходим в раздел «Ретаргетинг».
3. Далее — в раздел «Пиксели».
4. Создаем пиксель.
5. Задаем название для пикселя. Любое, которое вам удобно.
6. Укажите разрешенный домен, если хотите получать данные только с одного домена. Если будете устанавливать пиксель на несколько сайтов, то не заполняйте это поле.
7. Разрешенный Mini App id нужен, если вы устанавливаете пиксель в интегрированное стороннее приложение ВКонтакте (Mini App).
8. Выбираем тематику сайта. Укажите наиболее подходящий вариант из выпадающего списка, который характеризует вашу деятельность.
9. Следующий параметр — «Автоматически создать аудиторию для пикселя». Если оставите галочку в чекбоксе, то будет создана аудитория с настройками — посетители сайта за 180 дней. Можете оставить эти настройки или убрать галочку и потом самостоятельно создать аудиторию.
10. Нажимаем «Создать», чтобы получить форму с кодом пикселя.

**Инструкция ВК по настройке пикселя** <https://vk.com/faq12142>

Если ссылка не работает, задайте запрос в поиске: **пиксель вк как установить** и перейдите на сайт ВК с инструкцией.

## Не запущен ретаргетинг

Не забывайте про пользователей, которые уже каким-то образом, взаимодействовали с вашими рекламными объявлениями (переходил по ним на посадочную страницу).

Ведь именно они являются «теплой» и уже прогретой аудиторией и знакомы с вашим рекламным предложением.

## **Именно такая аудитория чаще всего совершает покупки и забывать про нее ни в коем случае нельзя**

Частое изменение настроек кампании при автоматическом управлении ставками

Если у вас автоматическое управление ставками, то вы должны знать, что машинный алгоритм автоматических стратегий устроен таким образом, что ему нужно время. А ГЛАВНОЕ достаточное количество целевых действий.

Все целевые действия (которых, если в самом начале будет много) настраивают машинные алгоритмы на эффективную работу.

А если начнете часто менять настройки объявлений до завершения обучения алгоритма, то это приведет к сбоям в его правильной работе и, как следствие, снижению эффективности.

## **Геометка говорит не только о местонахождении человека, но и о его интересах**

В ВК есть возможность настраивать таргет по гео. Для этого нужно поставить геометку на карте и выбрать подходящий вариант настройки: «Регулярно бывает», «Дом», «Работа» или «Сейчас находится».

Данную опцию рекламного кабинета VK, используют, чтобы рекламировать офлайн-точку, например, кафе, салон красоты и другую сферу услуг.

Но не все рекламодатели задумываются о том, что посещение определенных мест в городе (в котором вы рекламируете товар или услугу), может дать вам дополнительную информацию о человеке.

### **Пример:**

К примеру, обеспеченные люди часто посещают частные школы и сады, рестораны с высоким средним чеком, дорогие клиники и живут в элитных жилых комплексах. А менеджеры, студенты, часто покупают фаст-фуд.

**И эту аудиторию, легко найти с помощью настройки по гео:**

▼ География

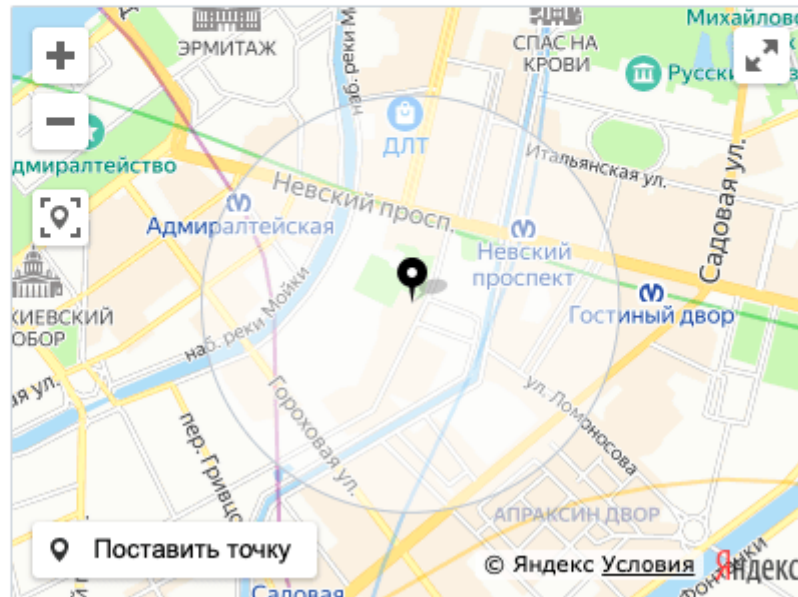
Страна, город, местоположение

География:  Города и регионы  Выбрать на карте

Тип мест: Регулярно бывает **Дорогой ресторан**

Места: Казанская улица, 3 +500 м

Введите адрес или название места



Добавить несколько мест

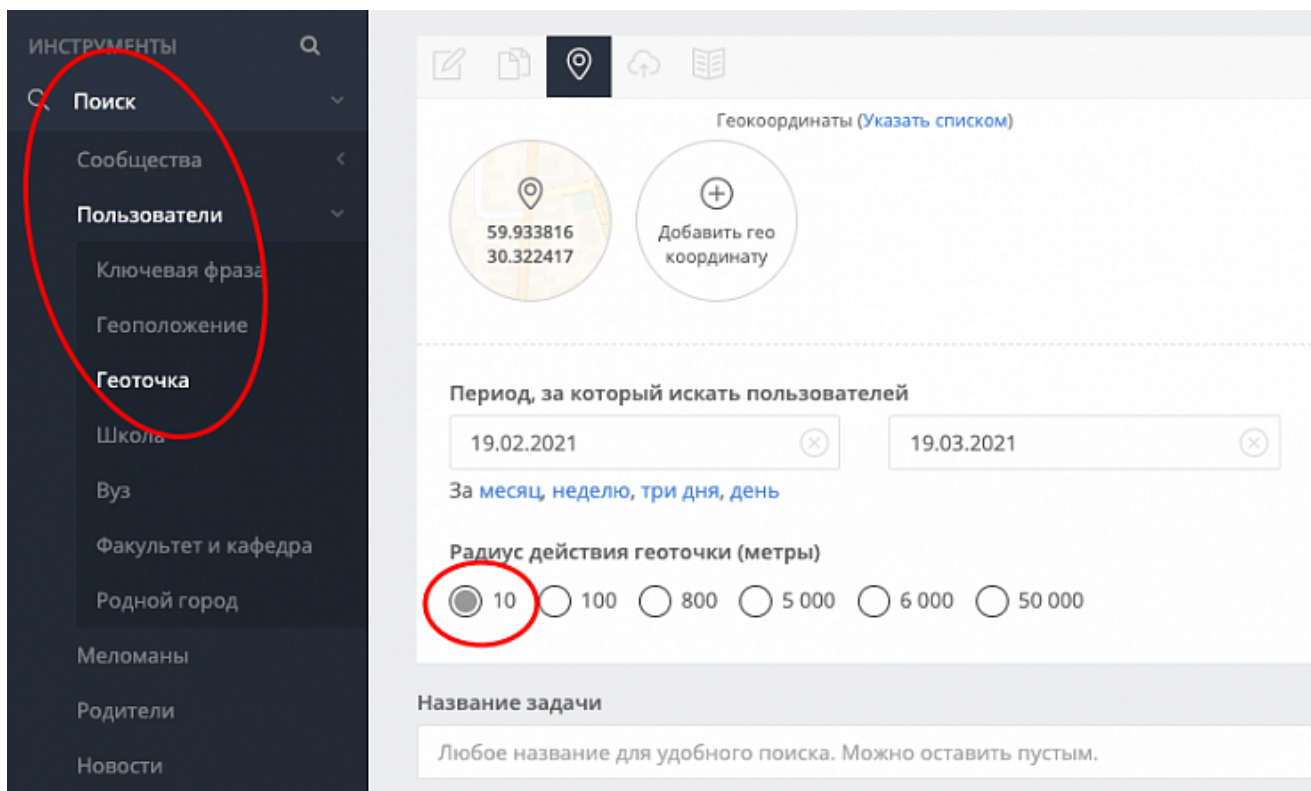
**К минусу можно отнести то:** что минимальное расстояние, которое можно использовать в ВК составляет 500 метров.

В таких ситуациях Вам понадобится сервис <https://targethunter.ru>

**Алгоритм работы здесь <https://targethunter.ru> очень простой:**

- Зайдите во вкладку «Поиск > Пользователи > Геоточка»;
- Выберите нужные геокоординаты;
- Задайте радиус «10 метров»;

После этого, вам нужно загрузить в рекламный кабинет в ВК то, что собрал сервис **TargetHunter**



Этот способ на сервисе **TargetHunter**, поможет более точно найти вашу целевую аудиторию.

Но у рекламного кабинета VK больше возможностей «видеть» вашу аудиторию их нужного гео, чем у парсера TargetHunter, который найдет меньше людей из-за технических ограничений.

Вы можете пожертвовать количеством в пользу качества или поступить с точностью до наоборот. Выбирайте тот инструмент, который вам больше подходит.

## Не путайте ЦА «вся Россия» с ЦА «все русскоговорящие люди»

По умолчанию VK автоматически ставит в настройках ГЕО «Россия».

Если вам нужна русскоговорящая аудитория и место проживания подписчиков вам не важно, то если изменить гео с «Россия» на «Любая» (Страна), то объявления покажутся в странах: Украина, Грузия, Беларусь и для русскоговорящей аудитории других стран, где она проживает.

А так как на эти страны редко настраиваются, то в этом случае, стоимость клика станет дешевле.

Это очень простая фишка, в перспективе сэкономит вам десятки и сотни тысяч рублей.

▼ География  
Страна, город, местоположение

География:  Города и регионы  Выбрать на карте

Страна: Любая

Города и регионы: Сначала выберите страну

За исключением: Сначала выберите страну

## Когда стоит исключить города миллионники

Часто можно встретить совет: «Нужно настраиваться на крупные города! У жителей. Проживающих в них, более высокие доходы».

### Это не совсем так и вот почему:

Если ваш товар стоит недорого, и доставка покупателю осуществляется Почтой России, нужно исключить города миллионники потому что жители больших городов как правило, выбирают курьерскую доставку на дом.

Им нужно получить заказ быстро и с доставкой на дом и на почту им идти «облом». А если не учесть это правило, то значительное их количество, увидят в рекламе ваш товар, перейдут на ваш сайт, узнают детали и уйдут на маркетплейс, чтобы заказать его там, но с доставкой на дом.

В итоге, ваш бюджет скликивается, а заказов или нет совсем, или очень мало. А причину я вам только что рассказал.

▼ География  
Страна, город, местоположение

География:  Города и регионы  Выбрать на карте

Страна: Россия

Города и регионы: Введите название города или региона

За исключением: Москва X Санкт-Петербург X

Поэтому, часто настройка на маленькие города, работает более эффективней.

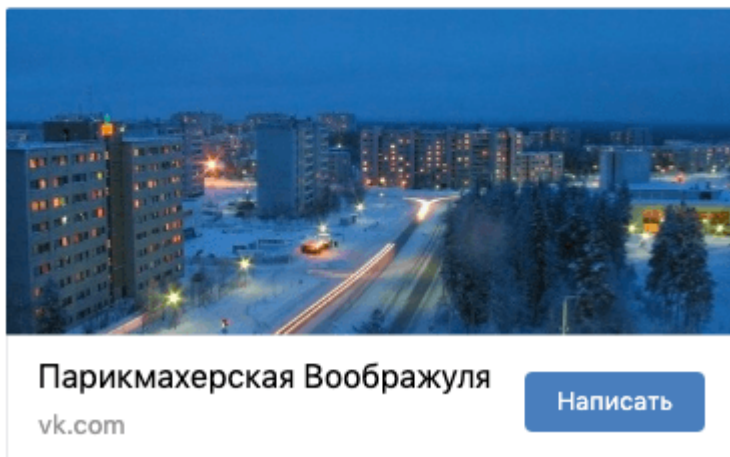
Но у этого правила есть исключение: смело лейте на крупные города, когда вы знаете, что у вашего товара, отсутствуют конкуренты. Попросту говоря, кроме вас, его больше никто не продает. Или у вас более низкая стоимость чем на маркетплейсах (проверяйте цены у конкурентов, в том числе и на маркетплейсах).

## Фишка при работе с маленьким городком

Если настраиваете таргетинг на маленький город, в объявлении обязательно используйте название города.

На примере ниже, вы видите, что в объявлении в вопросе указан город. Пользователи, которые увидят такое объявление отреагируют так же, как если бы вы обратились к ним по имени.

Вы из **Костомукши?** Приходите делать стрижку в парикмахерскую «Воображуля». Мы посидим с вашим ребенком, пока мастер делает вам прическу. Записывайтесь по телефону + 7 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3



Но если таргетируетесь на крупный город, то там данная фишка уже не сработает

## Частые ошибки в креативах и в рекламных текстах

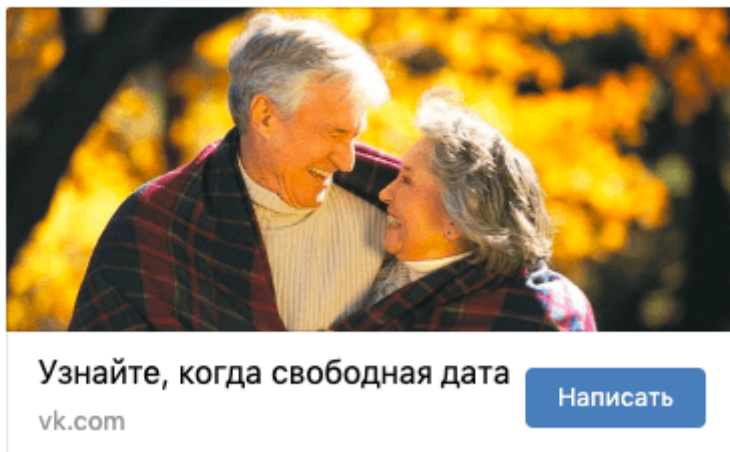
Нужно всегда помнить, что пользователи, которые увидят ваши рекламные объявления — это живые люди, которые увидят изображение вашего объявления с другой стороны монитора.

- Если обращаетесь к женщине, то используйте женский род. Например, ты сказа**А**, ты увидел**А**;
- Изображение людей в объявлениях должно соответствовать указанному возрасту. Не стоит показывать фото 25-летней девушки 60-летней даме. Она себя «не узнает» и не отреагирует.

Ниже пример такого не совсем правильного рекламного объявления, с таргетингом на 30-летних женщин:



Семейная фотосессия для любящей пары



Надеюсь. Вы увидели, какая тут ошибка.

## Типичные и нетипичные способы использования опции настройки «День рождения»

Большинство рекламодателей, не используют или забывают про настройку «День рождения».

**А ведь она прекрасно работает в следующих случаях:**

- вы рекламируете услуги для организации праздничных мероприятий: ресторан, доставка еды, клининг, декораторы, аниматор, кондитер и т.д.
- вы рекламируете подарки, которые могут купить широкая аудитория пользователей. Например, косметику.
- ваши курсы помогают изменить свою жизнь. Например, вы рекламируете курс или средство помогающее бросить курить или рекламируете способ заработка и т.д.
- проводите огромные скидки и раздаете подарки только для именинников.

### **Фишка:**

Если ваша акция, распродажа, конкурс проводится в определенные даты, то рекомендуем настроить таргет на тех, кто в этот день празднует День рождения.

Реакция у именинников на ваше предложение, будет более чем положительная, так как у них и так праздничное настроение, а тут еще и вы в этот радостный для них день, предлагаете скидки.

### **Ещё фишка:**

Укажите дату рождения в объявлении. Люди реагируют так, словно вы упомянули их имя.

У вас день рождения первого декабря? Получите скидку 30% на банкет в ресторане на Васильевском острове



Напишите, чтобы  
забронировать скидку

vk.com

Написать

Настройки таргетинга в VK, предоставляет возможность настроить показ объявлений пользователям, у которых день рождения: сегодня, завтра или в течение недели.

## Выделяйте изображения

В обязательном порядке, ваши рекламные изображения должны отличаться в рекламном блоке от всех остальных.

Придумайте (проявите креативность), как это сделать. Можете сделать яркую рамку по краям изображения, привлекательный текст. Хорошо работает короткая фраза расположенная вертикально сбоку, которая сильно привлекает внимание пользователей.

Кстати, создавать креативы для РК, соц сетей и статей на сайте можно [вот на этом сервисе](#).

Теперь вы знаете некоторые ошибки, которые совершают большинство начинающих таргетологов, самостоятельно настраивающих рекламу.

## Мало информации?

Согласны с вами, что предоставили вам небольшую часть информации. Но поймите и нас, если все отдавать бесплатно, то на чем же зарабатывать?

Тем более самая ценная информация, всегда продается только за деньги.

## **А вот что вас может еще заинтересовать**

**Настройка Яндекс Директ своими силами**

<https://vs-bumerang.ru/nastrojka-yandeks-direkt/>

**Видео-уроки по созданию сайта**

<https://vs-bumerang.ru/sozdat-sajt/>

**10 курсов по 1 цене Глобальная Мега распродажа**

<https://vs-bumerang.ru/vse-kursy-po-1-cene/>

**Сайт для бизнеса в интернете**

<https://vs-bumerang.ru/sajt-dlya-zarabotka/>

А если хотите узнать, как запустить рекламу ВКонтакте так, чтобы продавать и не слить рекламный бюджет, на этой странице нашего сайта <https://vs-bumerang.ru/nastroit-reklamu-vkontakte/> есть видео-инструкции как это сделать.