

ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА У FACEBOOK ТА РЕМАРКЕТИНГ

Клименко М.С., гр. МР-36

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.С. Олініченко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У сучасному світі важко уявити діяльність компанії без присутності в глобальній мережі. Більшість людей, які потенційно можуть бути клієнтом компанії – зареєстровані у соціальних мережах. Ця ситуація дає можливість залучати нових клієнтів за менші гроші ніж пошуковий маркетинг, підвищити впізнавання бренду або «дотиснути» відвідувача сайту, який так і не сконвертувався у клієнта.

Розглянемо структуру рекламної кампанії у Facebook з ціллю ремаркетингу. Рекламна кампанія має наступну структуру: кампанія – група оголошень – рекламні оголошення. Для просування будь-якого продукту створюються декілька груп оголошень (кількість залежить від того, як гарно сформувати свою цільову аудиторію). Наприклад, налаштування реклами на промислові плити для ресторанів, барів та кафе. Обирається цільова аудиторія, після того, як вона визначена починається сам процес налаштування груп оголошень. Кожна група оголошень – комбінація інтересів та ознак цільової аудиторії. Приблизно 9 груп оголошень, які відрізняються одно від одної однієї ознакою. Після статистично значимих показів та результатів можна проаналізувати ефективність кожного набору інтересів для обраної аудиторії, визначити в якій аудиторії ліди дешевше, якісніше і яка група приносить найбільше результатів. Далі за структурою йдуть оголошення. Рекомендуються, як і для груп оголошень, використовувати якнайменше 5–6 різних оголошень у кожній групі.

Для організації ремаркетингу у Facebook треба в рекламному кабінеті у якому береться «піксель» для сайту. Це такий код, який збирає інформацію про користувачів та відвідувачів сайту. Піксель охоплює всі сторінки сайту. Таким чином, з'являється можливість показувати оголошення зацікавленим людям, та тим які вже були на сайті, але з будь-яких причин не зробили цільової дії. Після того, як на сайт встановлено код відслідковування – достатньо лише вибрати «користувачі сайту» при налаштуванні цільової аудиторії. Далі, як у звичайній рекламній кампанії створюються різні оголошення та запускається реклама.

Таргетована реклама – один із потужних інструментів для швидкої та більш дешевої лідогенерації, яка за умови правильного налаштування приносить гарні результати.