



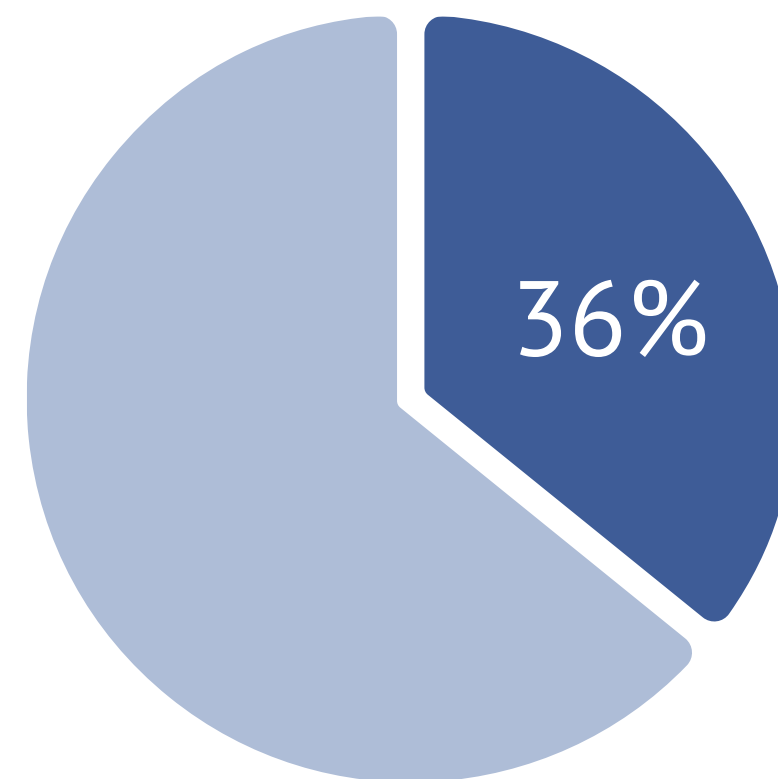
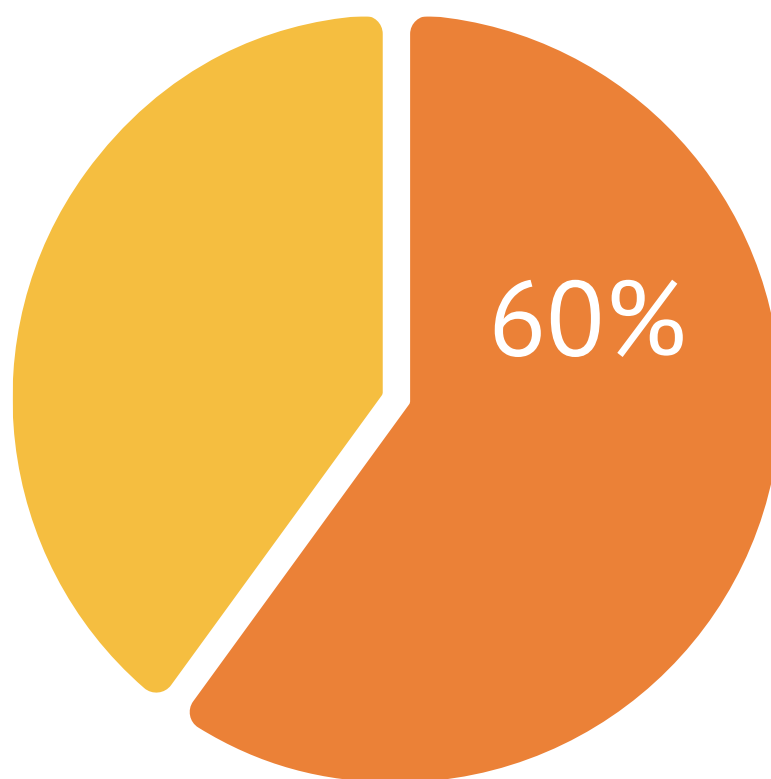
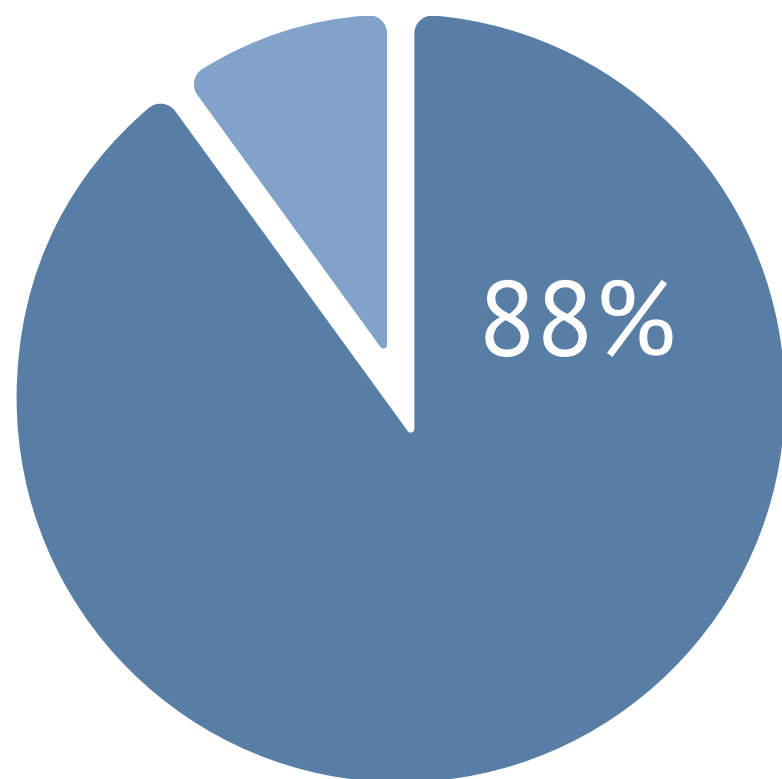
ВКонтакте для бизнеса



Аудитория

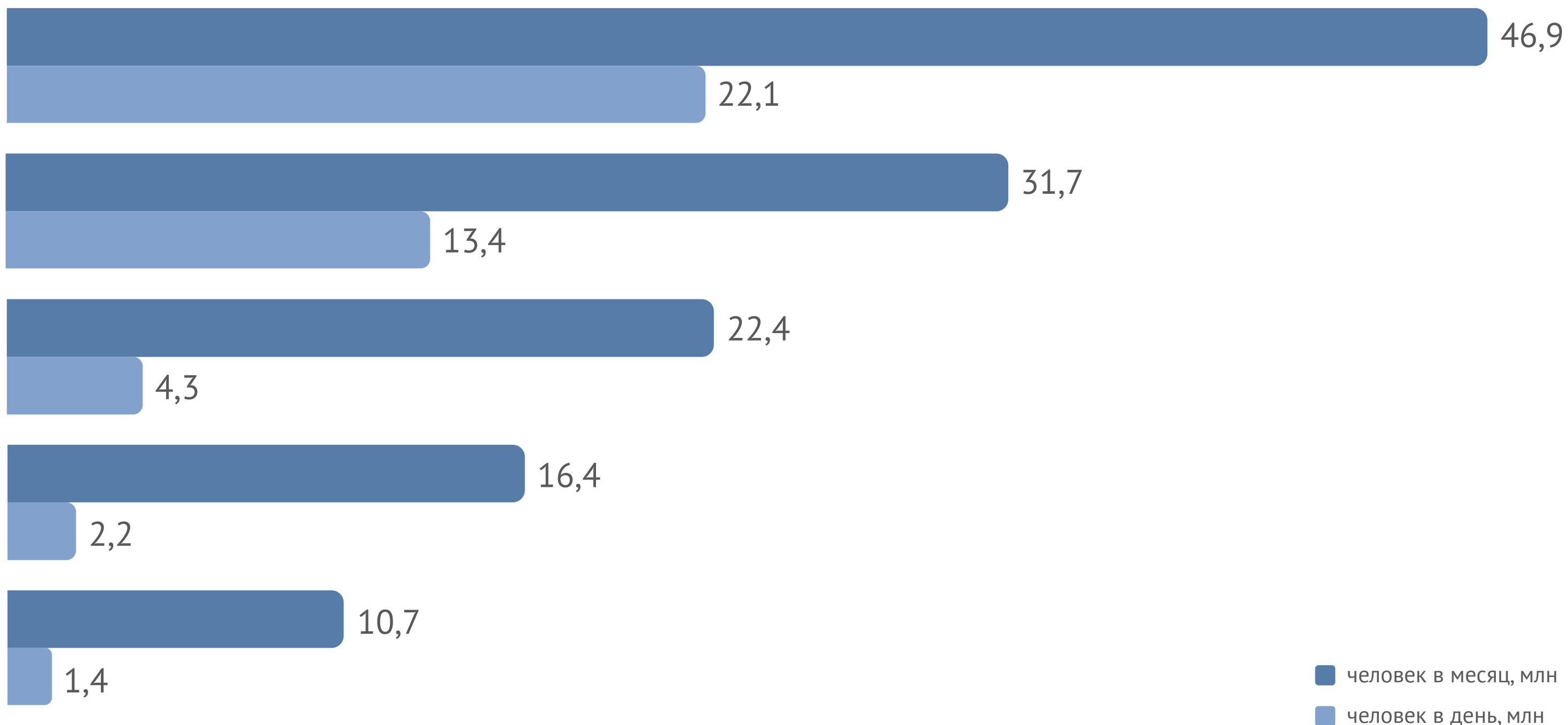


Социальные сети в рунете





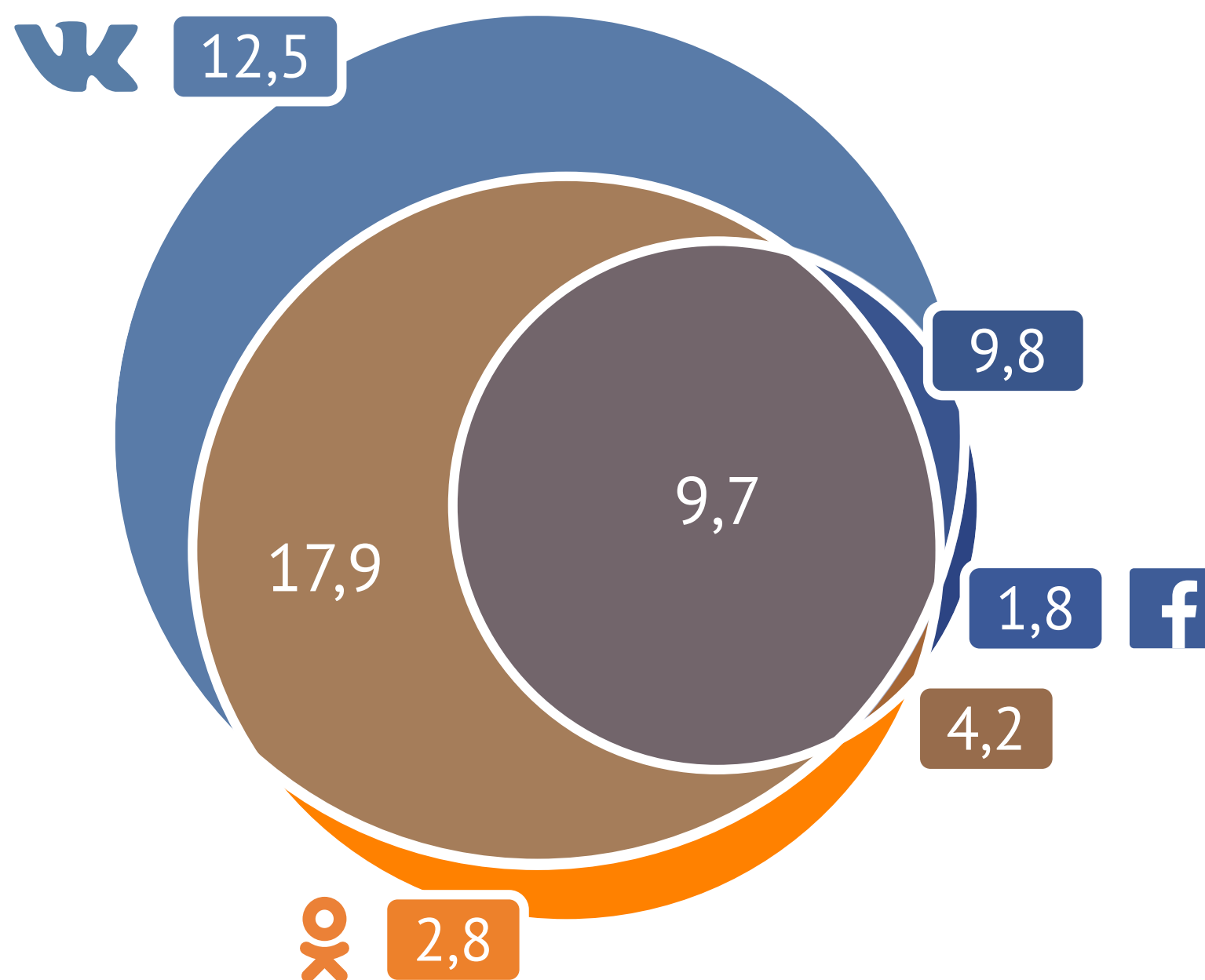
Социальные сети в рунете



Источник: TNS Web Index, декабрь 2015, Россия (все города и населённые пункты, 12–64 лет), MAU и DAU, млн человек.



Пересечение аудитории

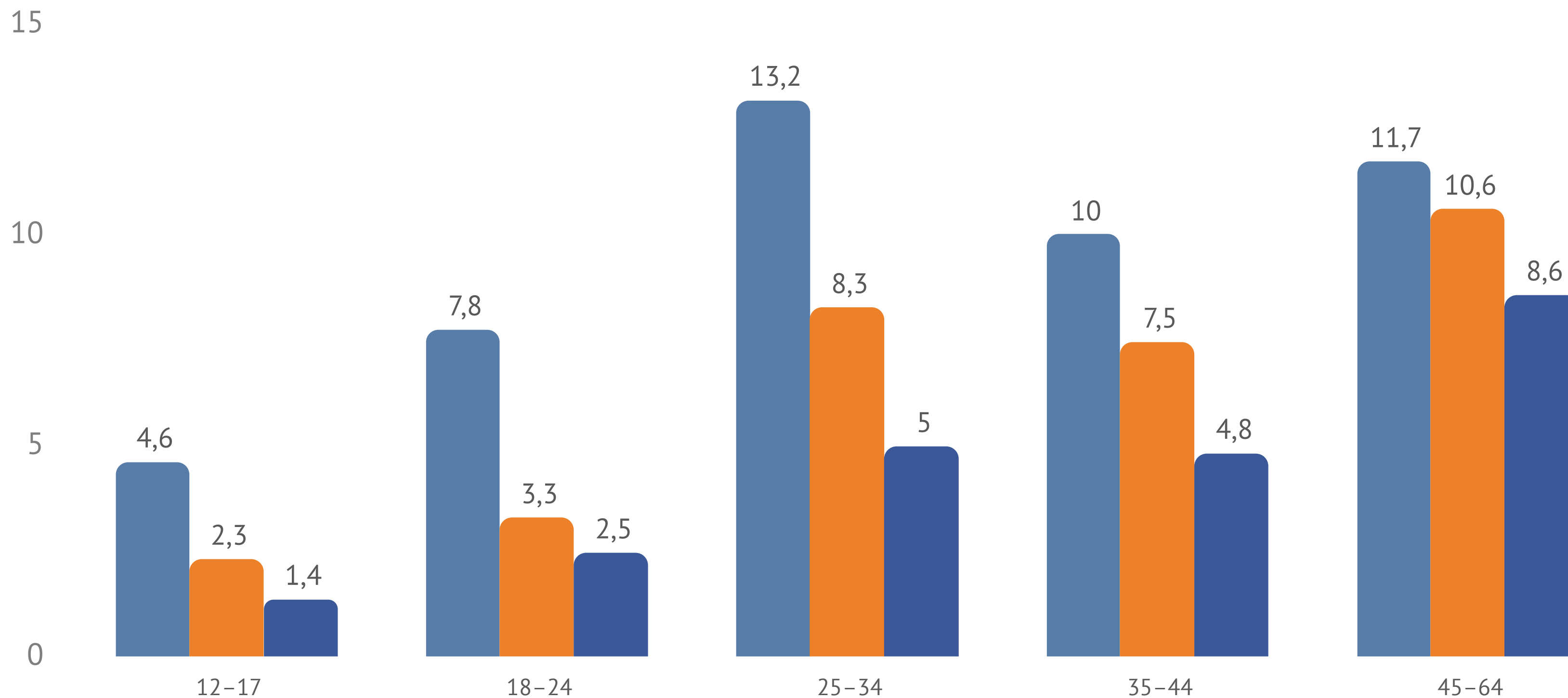


В течение месяца посещали:

- только ВКонтакте — 12,5 млн;
- только ОК — 2,8 млн;
- только Facebook — 1,8 млн;
- ВКонтакте и ОК — 17,9 млн;
- ВКонтакте и Facebook — 9,7 млн;
- ОК и Facebook — 4,2 млн;
- ВКонтакте, ОК и Facebook — 9,7 млн.



Половозрастная структура



Источник: TNS Web Index, октябрь 2015, Россия (все города и населённые пункты, 12–64 лет), MAU, млн человек.



Уровень достатка



**Хватает только
на еду**



**Хватает на еду
и одежду**



**Могут покупать
дорогие вещи**

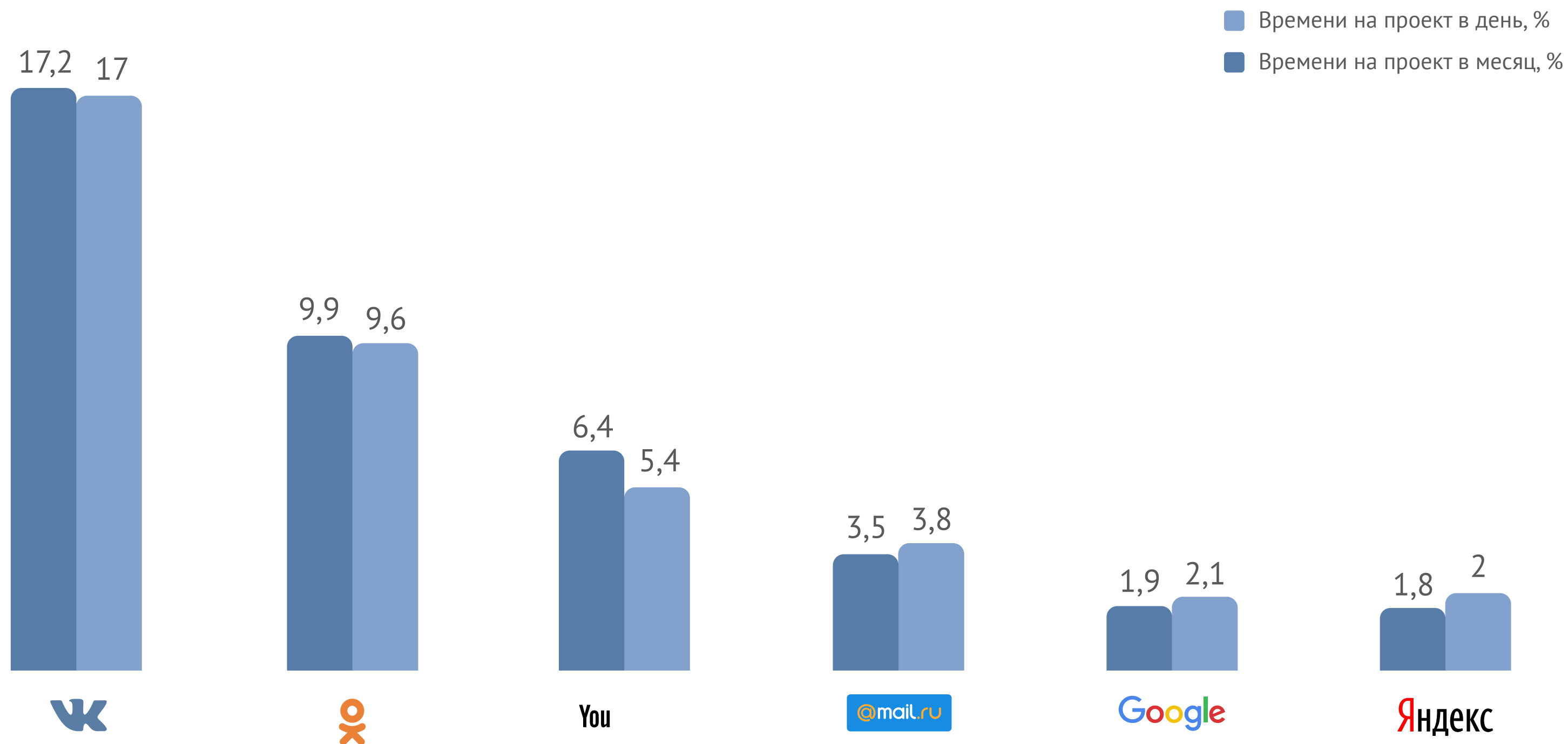


**Полный
достаток**

.RU	3,1	24,2	28,1	0,57
	2,5	19,1	22,5	0,41
	2,1	13,7	14,4	0,31
	1,2	9,3	10,8	0,23

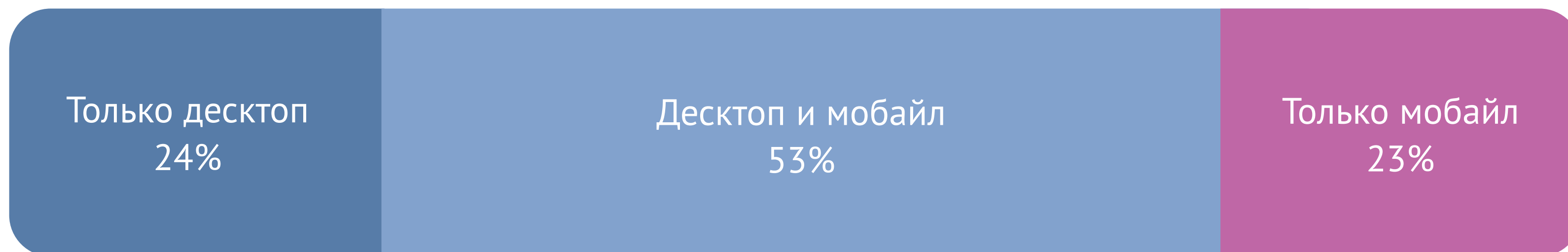


Топ проектов по времени использования





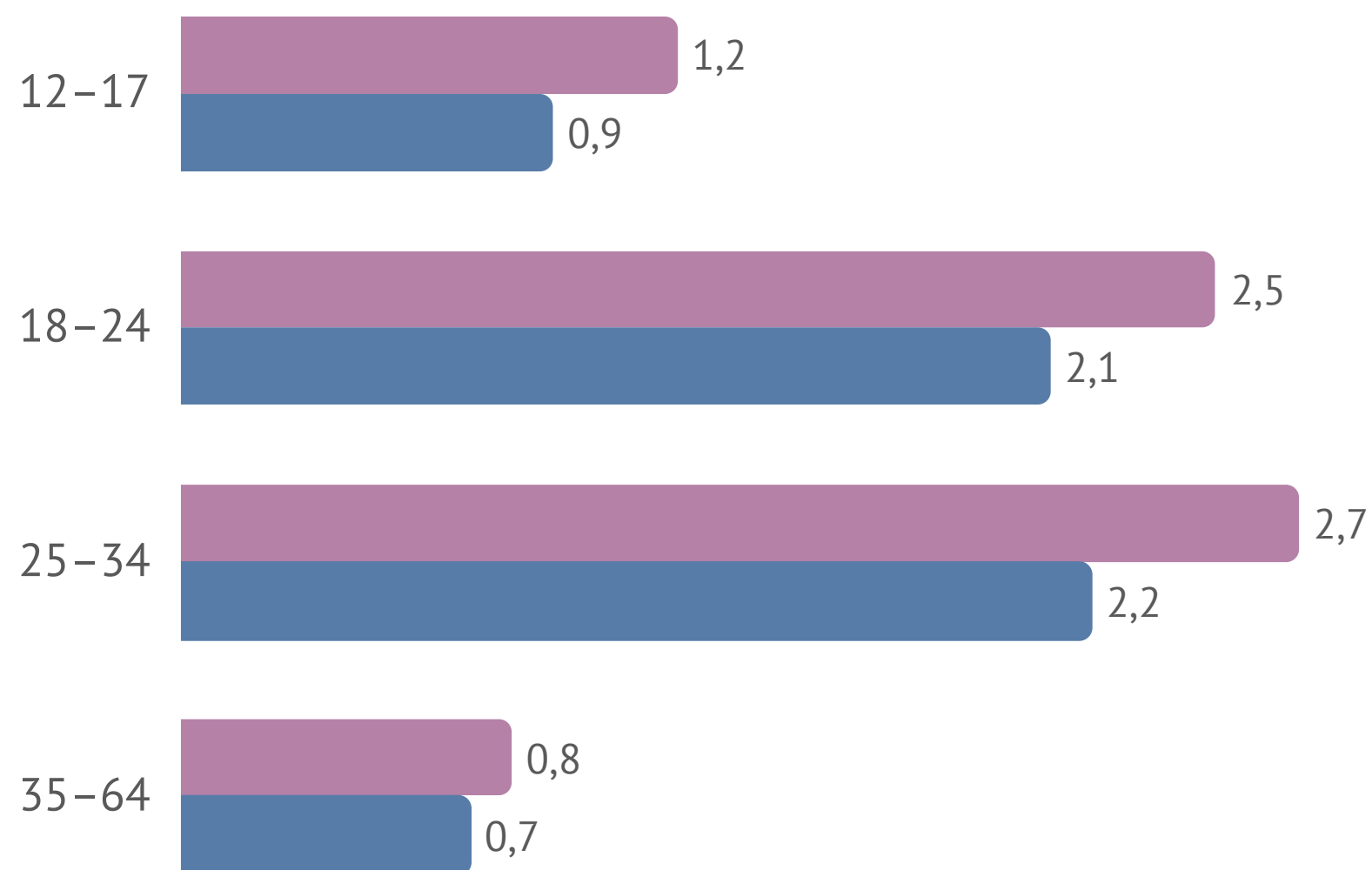
Особенности использования



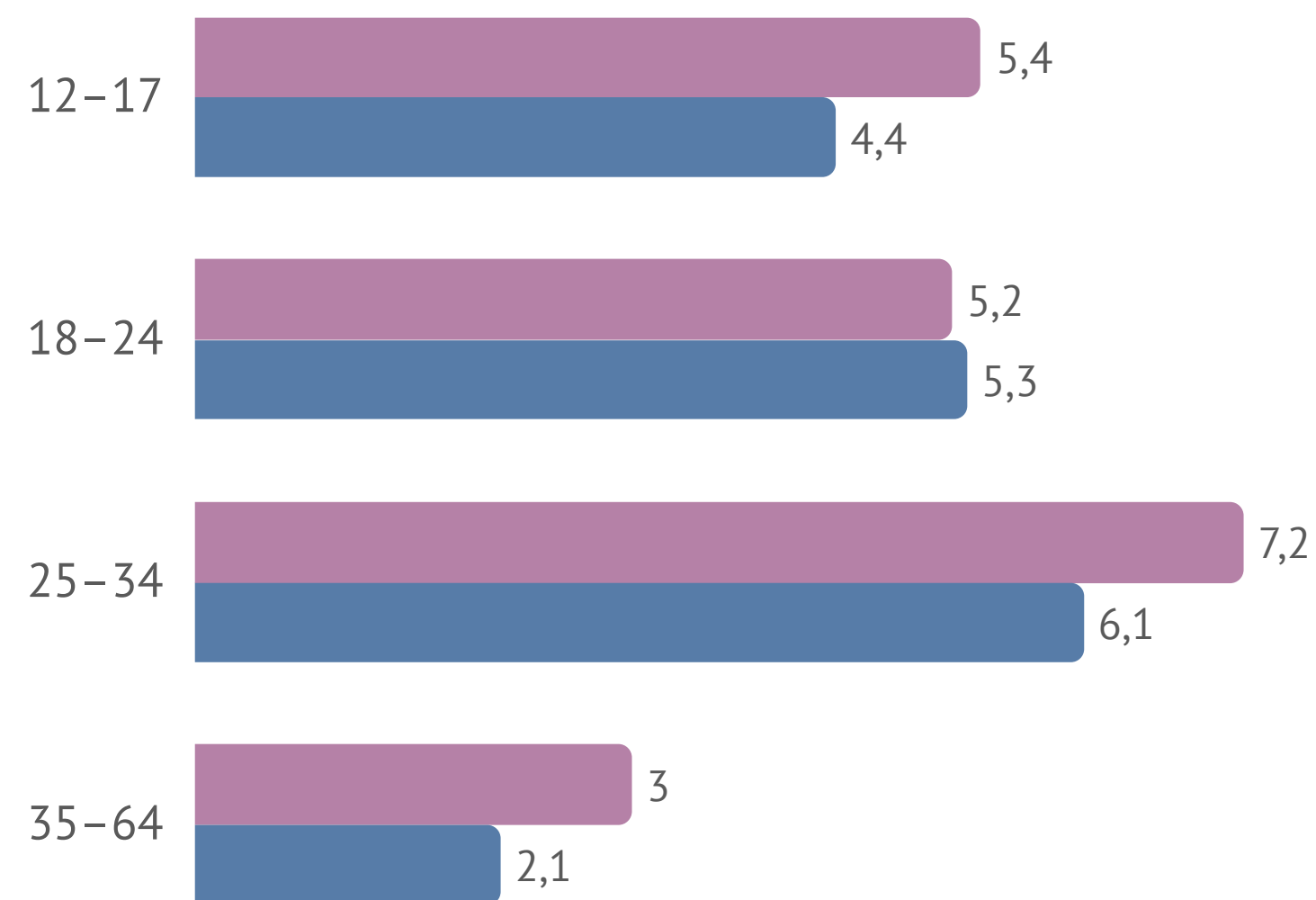


Мобильная аудитория

iOS

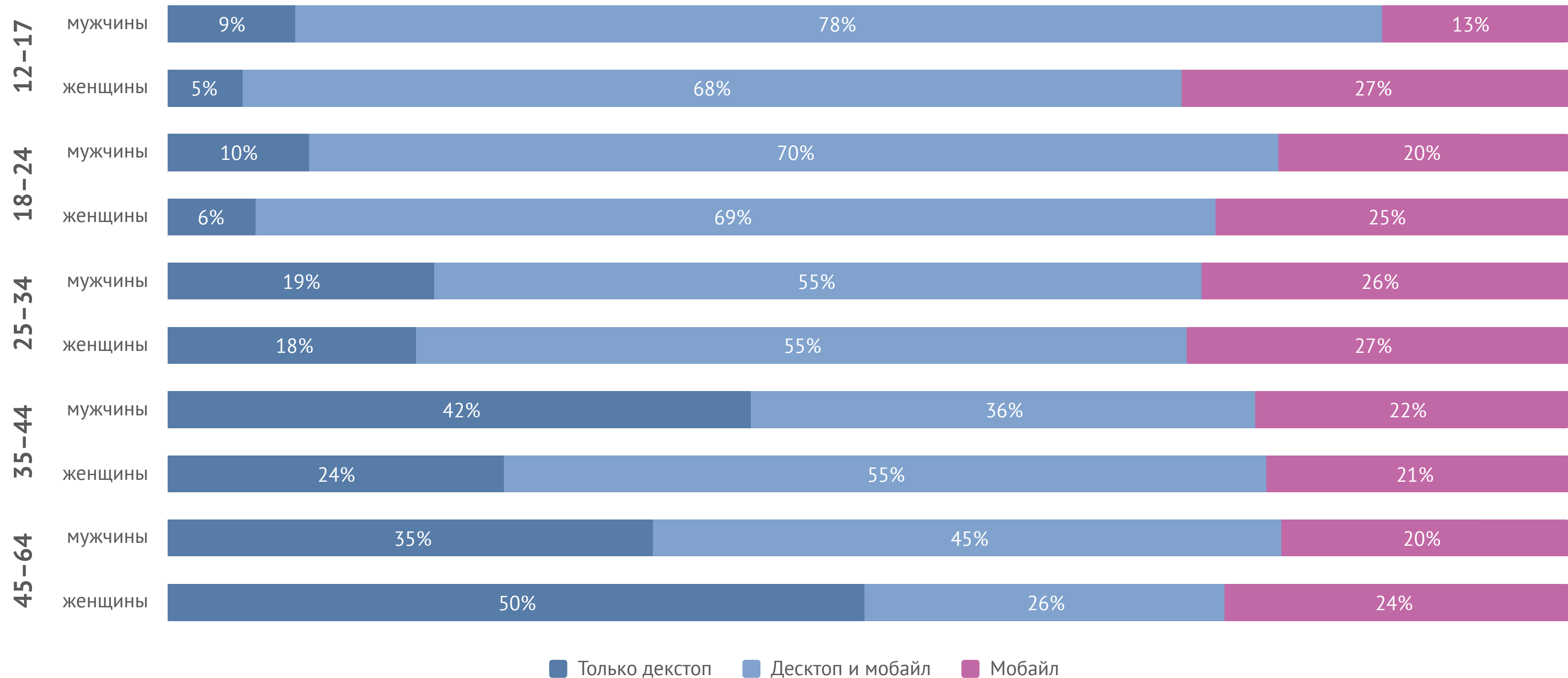


Android





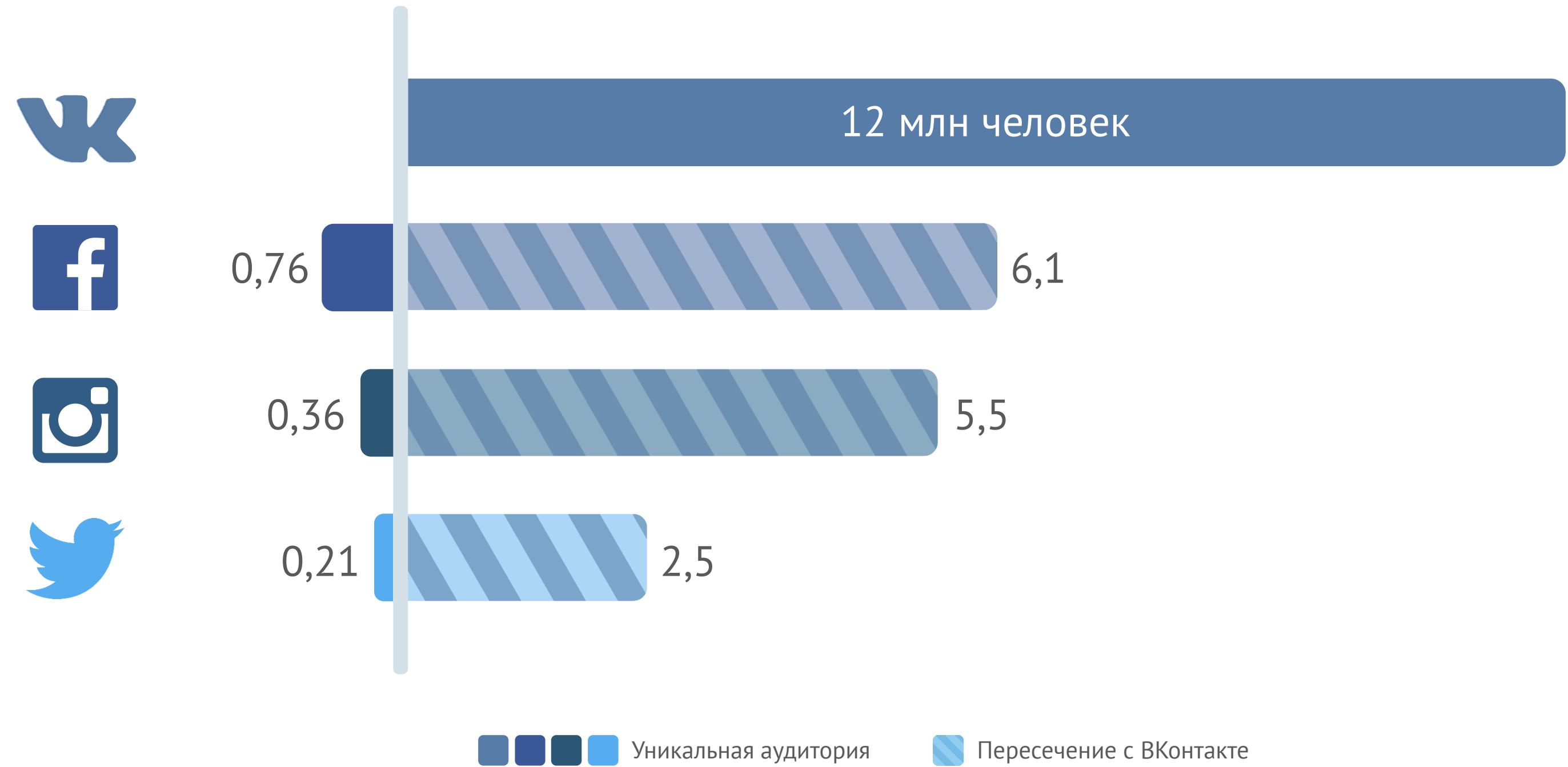
Особенности использования



Источник: ВКонтакте, январь 2016, Россия (0+, 12–64), MAU.



Пересечение мобильной аудитории



Источник: TNS Web Index, июнь 2015, Россия (города от 700 тыс, 12–64 лет), MAU, приложения и мобильные сайты, млн человек.



Возможности таргетинга



Доступные таргетинги

Более 20 видов таргетинга — от демографии до поведения пользователей



демография



география



образование



дни рождения



устройства



ретаргетинг



сообщества



интересы



путешественники



поведение



Поведенческий таргетинг



Факты о поведенческом таргетинге:

- возможность показа рекламы в зависимости от поведения человека;
- учитывается активность в новостной ленте, объявлениях, сообществах и внешних сайтах;
- более 40 категорий интересов — от увлечения автомобилями до красоты и здоровья;
- данные актуализируются автоматически на ежедневной основе.



Ретаргетинг по CRM



Как это работает?

- специалист по маркетингу сегментирует клиентов в базе данных компании (1);
- база, содержащая адреса электронной почты, телефонные номера и/или ID пользователей загружается во ВКонтакте (2);
- в новостной ленте социальной сети клиентам компании предлагается вступить в сообщество бренда (3).



Ретаргетинг по пикселю



Как это работает?

- устанавливается специальный код ретаргетинга на сайт (1);
- когда пользователь заходит на страницу сайта с установленным кодом, он добавляется в группу ретаргетинга (2);
- при посещении социальной сети пользователю предлагается вступить в сообщество бренда (3).



Таргетированная реклама



Таргетированная реклама



Факты о таргетированной рекламе:

- до трёх рекламных блоков на каждой странице ВКонтакте;
- пять форматов — каждый для решения требуемых задач;
- место показа рекламы — полная версия сайта (desktop);
- аукционное ценообразование, оплата за переходы или показы.



Форматы таргетированной рекламы

Пять форматов, каждый для решения требуемой задачи —
от продвижения продуктов и услуг компании до привлечения подписчиков в сообщество

Заголовок

до 25

ссылка

Текст

до 60

Заголовок

до 25

ссылка

Заголовок

до 25

ссылка

Заголовок

до 25

видеозапись

Название

группы

участники

Вступить



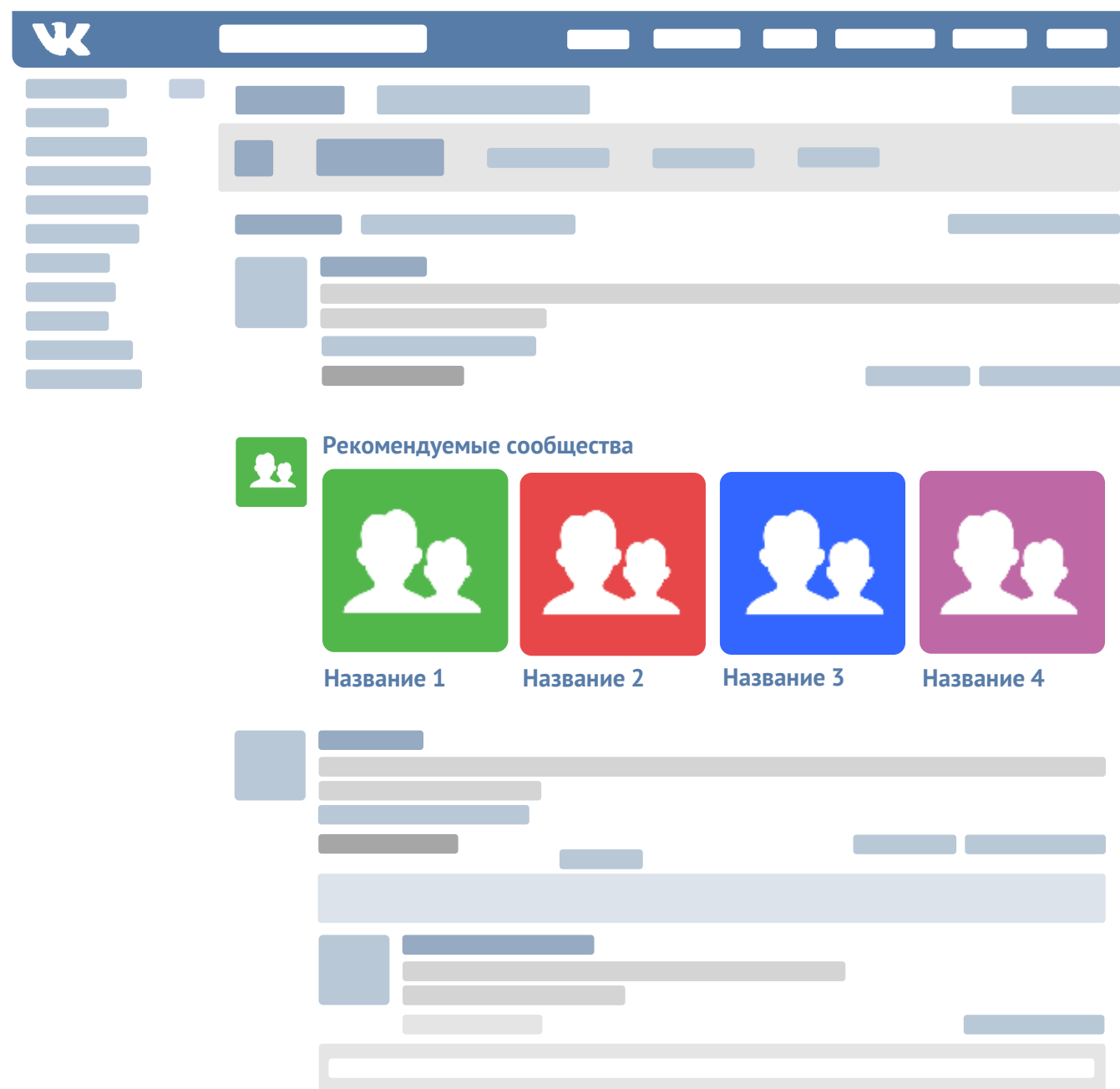
Обновление форматов

Обновлённые размеры рекламных объявлений
позволят вам увеличить вовлечённость пользователей





Реклама сообществ в новостной ленте



Факты о рекламе сообществ:

- четыре рекламных блока в новостной ленте полной версии ВКонтakte (desktop);
- идеально подходит для продвижения сообществ, мероприятий и приложений;
- оплата за показы.



Продвижение записей

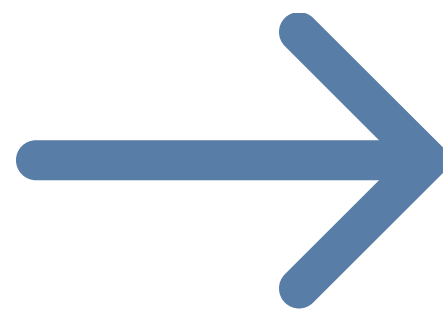
Продвижение записей – универсальный формат,
позволяющий охватить 90% пользователей рунета
в десктопе и на мобильных устройствах





Как это работает?

Разместите в своём сообществе запись, которую вы планируете продвигать



Показывайте её в новостной ленте ВКонтакте тем пользователям, которые вам интересны





Преимущества



Нативность

Не нужно
заботиться
об адаптации
креатива



Таргетинги

Доступны все
таргетинги, а также
ретаргетинг



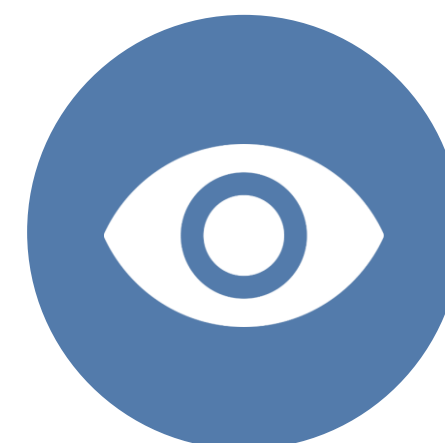
Cross-device

Отображение
рекламы на любом
устройстве



Частота

RF на человека,
а не устройство

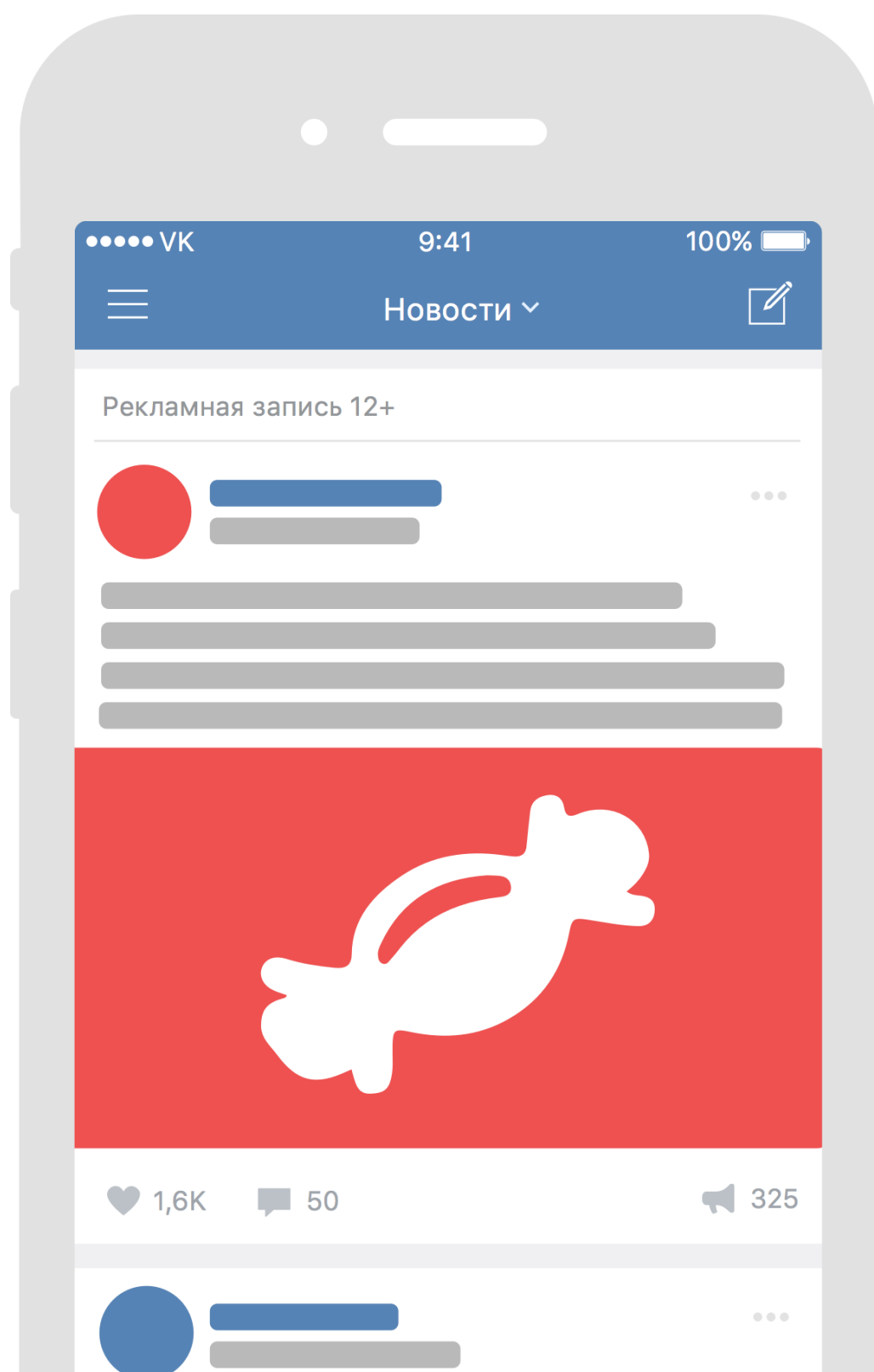


Трекеры

Поддерживаются
сторонние пиксели
(AdRiver, TNS,
Gemius и другие)



Продвижение записей



Факты о формате:

- медийный формат с потрясающей точностью таргетингов ВКонтакте;
- формат поддерживает установку сторонних пикселей: AdRiver, Weborama, TNS, Gemius и других;
- используйте пиксели, чтобы контролировать показатели кампаний во ВКонтакте одновременно с другими площадками, а также проводить независимую оценку данных.



Кроссплатформенный формат



Подробности:

- настройка места размещения рекламных записей: в полной версии сайта, на мобильных устройствах или на всех платформах сразу;
- в полной версии сайта формат занимает от 50% экрана, в мобильных приложениях — от 80%.
- возможность значительно увеличить охват продвигаемых записей за счёт размещения в мобайле;
- формат автоматически адаптируется под платформу (десктоп, мобайл).



Настраиваемая частота

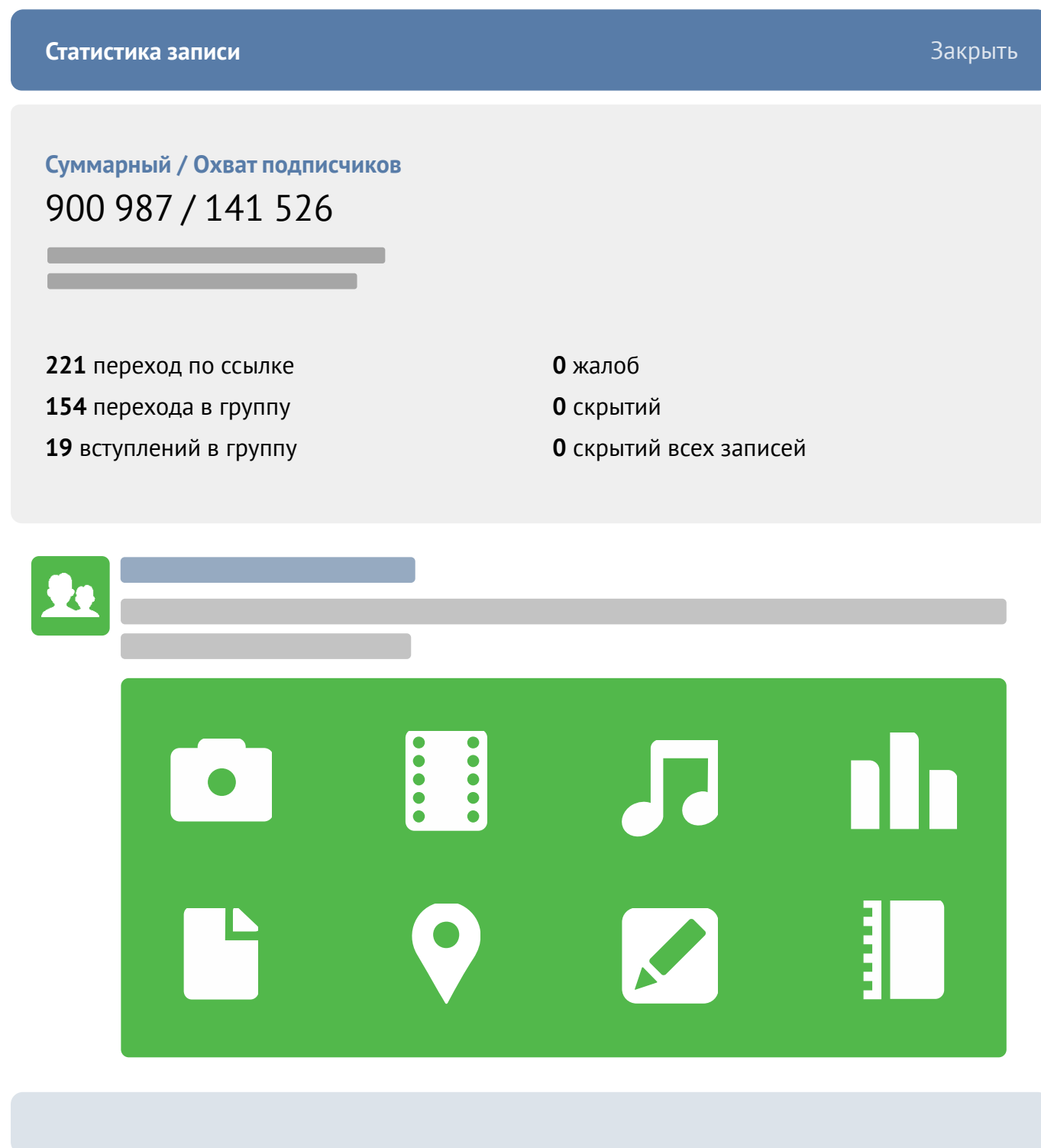


Возможности:

- установка ограничения показа записи на человека, а не абстрактного пользователя;
- указание частоты — от 1 до 20;
- учитываются показы на десктопе и мобильных устройствах;
- при частоте больше единицы каждый показ при новом встраивании оплачивается отдельно;
- ограничение по времени между показами одной рекламной записи — 12 часов.



Расширенная статистика



Что доступно?

- информация об охвате рекламной записи;
- оценка эффективности по трём ключевым направлениям: обратная связь, скрытия, переходы;
- статистика обновляется в режиме реального времени.



Модель закупки



Особенности:

- аукционное ценообразование — стоимость зависит от текущего спроса на аудиторию;
- оплата за 1 000 встраиваний объявления в новостную ленту;
- при частоте более единицы каждое встраивание оплачивается отдельно — по СРМ;
- показ засчитывается только после полной загрузки объявления в ленте.



Кейсы



Кейс: интернет-магазин Proskater.ru



Proskater.ru

Вам нравится и нам нравится! Именно по-этому акция «Четыре по цене двух» продлена до 30 июня включительно! Более 300 покупателей уже воспользовались ей, а для остальных напомним: успеете оформить заказ по акции 1+1=4 от DC, QUIKSILVER и ROXY и получите четыре товара по цене двух.

В акции участвуют 1600 товаров. Добавляйте в корзину, скидка рассчитывается автоматически. Доставка по России бесплатная! Выбирайте товары на странице акции:

мужские — <http://vk.cc/3UZSHp>

женские — <http://vk.cc/3UZSc0>



Факты:

- Proskater.ru — розничная сеть по торговле молодёжной одеждой, обувью, аксессуарами, товарами для скейтбординга и сноубординга;
- требовалось увеличить количество заказов в интернет-магазине;
- использовался новый формат таргетированной рекламы — продвижение записей.



Кейс: интернет-магазин Proskater.ru



Proskater.ru

Ребята, это бомба! Успейте оформить заказ по акции 1+1=4 от DC, QUIKSILVER и ROXY!
Четыре товара по цене двух только до 23 июня включительно.

В акции участвуют 1600 товаров. Добавляйте в корзину, скидка рассчитывается автоматически.
Доставка по России бесплатная! Выбирайте товары на странице акции:

мужские — <http://vk.cc/3UZSc0>

женские — <http://vk.cc/3UZSHp>



АКЦИЯ!
1+1=4
4 ТОВАРА ПО ЦЕНЕ 2-Х
2 ТОВАРА БЕСПЛАТНО
ТОЛЬКО ДО 23 ИЮНЯ

1600 ТОВАРОВ



ВСЕ ТОВАРЫ ПО АКЦИИ

Процесс и результаты:

- период кампании: 20.05 – 29.06.2015;
- использовался ретаргетинг на аудиторию, посетившую интернет-магазин proskater.ru;
- ROI – более 480%;
- 3,5 рубля за переход, CTR – 1,58%;
- Proskater.ru также получил около 900 новых подписчиков на страницу магазина со стоимостью вступления в 90 руб.



Кейс: интернет-магазин «Траектория»



Траектория Boardshop: сноуборды и вейкборды

👉 Максимальный сноубордический PRE SALE в Траектории!

Чтобы цены из растущего курса валют не оставили вас без бюджета на поездки в горы, мы решили устроить сноу распродажу не в конце сезона, а перед самым его началом!

Условия акции:

👉 Получи дополнительную 10% скидку на все сноубордическое оборудование, на которое сейчас действует скидка.

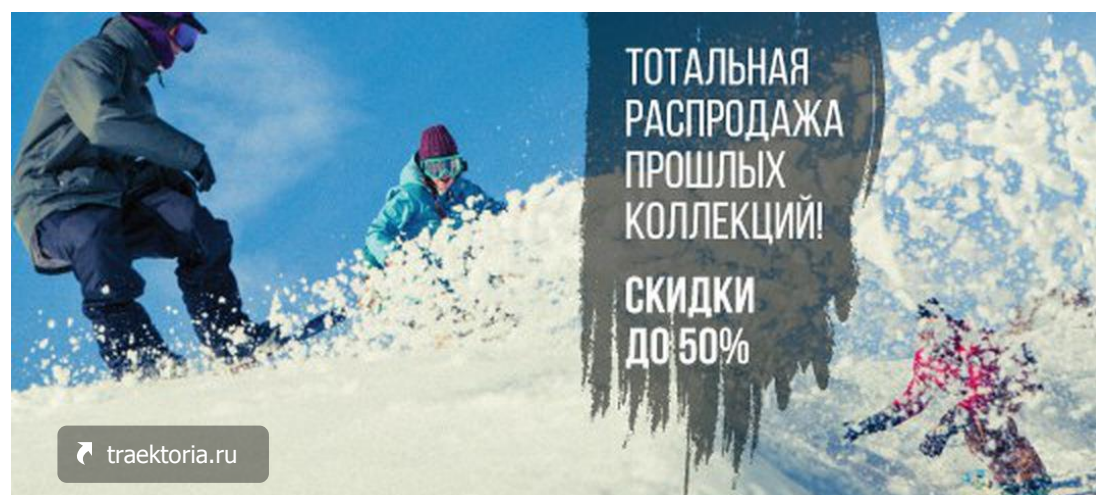
👉 Чтобы получить скидку, введи промокод presale или назови его на кассе;

Каждые 10 дней скидка будет уменьшаться!

Внимание:

Скидка по акции не суммируется со скидкой по карте и другими акциями, а также не распространяется на доставку. Акция действует во всех магазинах Траектория.

Подробнее тут: <http://www.traektoria.ru/about/shares/the-action-on-s..>



Максимальный сноубордический PRE-SALE!

Тотальная распродажа прошлых коллекций!

Факты:

- «Траектория» — интернет-магазин снаряжения для сноубордистов;
- требовалось увеличить количество заказов в интернет-магазине;
- использовался формат таргетированной рекламы ВКонтакте «Продвижение записей».





Кейс: интернет-магазин «Траектория»



Траектория Boardshop: сноуборды и вейкборды

👉 Максимальный сноубордический PRE SALE в Траектории!

Чтобы цены из растущего курса валют не оставили вас без бюджета на поездки в горы, мы решили устроить сноу распродажу не в конце сезона, а перед самым его началом!

Условия акции:

👉 Получи дополнительную 10% скидку на все сноубордическое оборудование, на которое сейчас действует скидка.

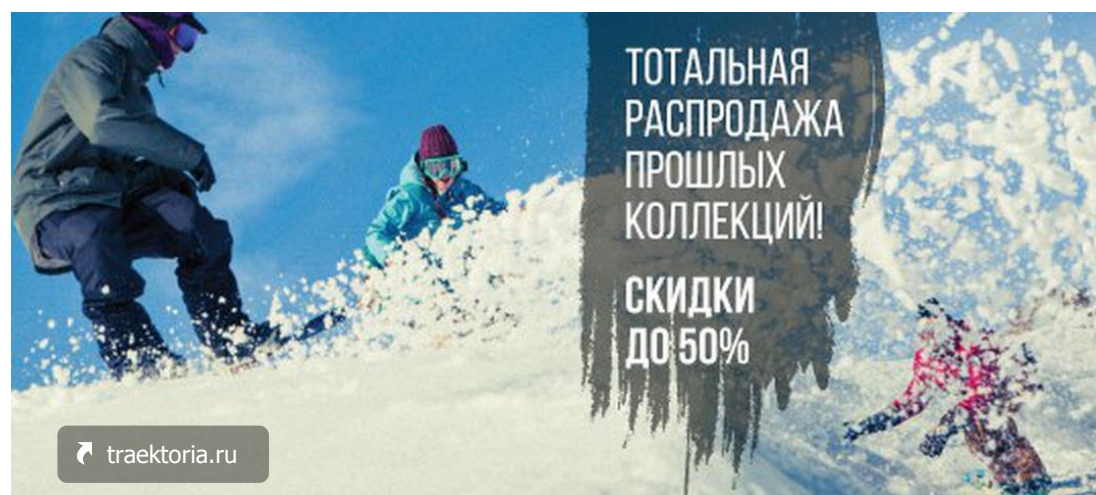
👉 Чтобы получить скидку, введи промокод presale или назови его на кассе;

Каждые 10 дней скидка будет уменьшаться!

Внимание:

Скидка по акции не суммируется со скидкой по карте и другими акциями, а также не распространяется на доставку. Акция действует во всех магазинах Траектория.

Подробнее тут: <http://www.traektoria.ru/about/shares/the-action-on-s..>



Максимальный сноубордический PRE-SALE!

Тотальная распродажа прошлых коллекций!

Процесс и результаты:

- период кампании: 21 сентября — 16 октября 2015 года;
- использовался таргетинг на аудиторию подписчиков сообществ конкурентов;
- ROI — более 8 000%;
- стоимость перехода — 5,5 рубля, CTR — 1,27%.





Кейс: интернет-магазин Askona.ru



Аскона

Каждый новый сезон приносит перемены. В создании комфортного спального места это правило работает так же часто, как, например, в моде. Так, летом многие думают о смене мягкого матраса, который был идеален для зимних ночей, на что-то более упругое и охлаждающее.

Всесезонный матрас Askona Fortuna подстроится не только под смену температуры в комнате, но и под ваши вкусы, и станет удачной обновкой для спальни:

<http://www.askona.ru/matrasy/askona/orgskok/askona-fo..>

#аскона

РАЗНОСТОРОННИЙ МАТРАС ASKONA FORTUNA

Меняйте степень жесткости и
выбирайте комфортный сон
в любой сезон!



Мягкая сторона на основе хлопкового войлока подойдет для комфортного сна зимой, жесткая сторона на основе кокоса подойдет для летнего отдыха.



Эластичная пена OrthoFoam обеспечит ортопедически правильное положение позвоночника.



Независимый пружинный блок равномерно распределяет нагрузку тела.



Факты:

- Askona — фабрика с крупнейшим производством ортопедических матрасов в Восточной Европе;
- ArrowMedia — интернет-агентство, специализирующееся на контекстной и таргетированной рекламе;
- задача: увеличить количество заказов в интернет-магазине;
- инструмент: формат таргетированной рекламы ВКонтакте «Продвижение записей».



Кейс: интернет-магазин Askona.ru



Аскона

Каждый новый сезон приносит перемены. В создании комфортного спального места это правило работает так же часто, как, например, в моде. Так, летом многие думают о смене мягкого матраса, который был идеален для зимних ночей, на что-то более упругое и охлаждающее.

Всесезонный матрас Askona Fortuna подстроится не только под смену температуры в комнате, но и под ваши вкусы, и станет удачной обновкой для спальни:

<http://www.askona.ru/matrasy/askona/orgskok/askona-fo..>

#аскона

РАЗНОСТОРОННИЙ МАТРАС ASKONA FORTUNA

Меняйте степень жесткости и
выбирайте комфортный сон
в любой сезон!



Мягкая сторона на основе хлопкового войлока подойдет для комфортного сна зимой, жесткая сторона на основе кокоса подойдет для летнего отдыха.



Эластичная пена OrtoFoam обеспечит ортопедически правильное положение позвоночника.



Независимый пружинный блок равномерно распределяет нагрузку тела.



Процесс и результаты:

- длительность кампании: один месяц;
- использовался ретаргетинг на аудиторию сайта — за исключением пользователей, уже совершивших покупку ранее;
- ROI — 1 780%;
- 8,7 рубля за переход, CTR — более 1%;
- CR в 3 раза выше, а CPO — в 11 раз ниже, чем в контексте.



ВКонтакте с вами
p.gordeev@corp.vk.com