

Оглавление

Предисловие. Почему реклама не продает? Никакая и никогда	7
Введение. Таргетинг — краткое досье	9
Глава 1. Из какого ты теста?	13
Оффер всему голова. Особенно если он killing.	13
«Всегда правы» только три человека — покупатель, клиент и заказчик	17
Что общего между гондольерами и стоматологами?	19
Подготовьте посадочную страницу, чтобы она не стала посадочной полосой неудач	22
Рекламный кабинет. Направо пойдешь — кабинет создашь; налево пойдешь — права передашь; прямо пойдешь — сам увидишь...	25
Ретаргетинг (ремаркетинг). Чтобы эффективно сработало «ре», подготовьте его «до»	43
Прежде чем сказать «да» — заполните бриф	55
Обратный отсчет перед выходом в открытый космос. 10, 9, 8...	58

Глава 2. Таргетированная реклама. Пошаговая настройка.	61
Реклама в Facebook	61
Реклама в Instagram. Особенности	97
Таргетированная реклама в сети «ВКонтакте». Пошаговая настройка	99
Парсеры для сети «ВКонтакте». Что, как, зачем?	109
Таргетированная реклама в My Target («Одноклассники») Пошаговая настройка.	122
Принципиальные замечания по настройке кампаний таргетированной рекламы во всех социальных сетях.	135
Глава 3. Тизерная часть рекламы	153
Работа с объявлениями	153
Подготовка постов для продвижения.	182
Глава 4. Тестирование в таргетированной рекламе. Философский камень успеха	195
Что нужно знать о тестировании.	195
...Все 27 факторов, которые влияют на эффективность таргетированной рекламы.	197
Я принес вам ветер, так превратите его в бурю.	201
Техника безопасности во время тестирования. Как не «слить» бюджет	205
Предварительные тестирования. Как это происходит в жизни	209
Три с половиной сервиса, которые помогают в проведении тестов.	211

Иерархия тестирований	218
Статистическая значимость тестов	220
Какой бюджет нужен для тестирования и как быстро он будет расходоваться	225
«Выгорание» тизеров, или Как правильно вести таргетированную рекламу после тестов	226
Здравый смысл врет. Проверьте!.	228
Бонус. Тестирование постов	240
Глава 5. Модерация. Санитары таргетинговых джунглей	244
Facebook, Instagram	244
«ВКонтакте»	249
«Одноклассники»	254
Глава 6. Трехступенчатая аналитика таргетированной рекламы	256
90/60/90 эффективной аналитики	257
Прежде чем проводить анализ, вымойте и укомплектуйте свою лабораторию	258
Аналитика исходящего трафика	261
Аналитика входящего трафика.	270
Аналитика конверсий в целевые действия	274
Анализ факторов окружающей среды	276
Масштабирование результатов таргетированной рекламы	281
Глава 7. Кейсы таргетированной рекламы. Наглядное «как»	283
Компания Salers.ru. Как получать лиды по цене 201,6 рубля из Facebook	283

Лиды на повторе для сервиса CarUp (сервис попутчиков). «ВКонтакте»	302
Как увеличить спрос на пополнение банковских карт через платежные терминалы с помощью таргетированной рекламы. Кейс IBox (Facebook).	319
Как получать участников на мероприятия с помощью Facebook за \$0,69 (продвижение семинаров Голтиса в Израиле)	330
Глава 8. Бонусная	340
«Именно потому, что у нас ничего не было, ты обязан на мне жениться» (рекламные коммуникации в несколько этапов).	342
Как украсть данные о рекламной эффективности у конкурентов и как защитить от этого самих себя	344
Как делать таргетированную рекламу «на Запад»	345
Главный смертный грех таргетолога	346
Игры, в которые играют таргетологи (где учиться, если вы уже дважды перечитывали эту книгу)	349