



НОБЕРЛИН
рекламное агентство

КОНЦЕПЦИЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

Для чего нужна концепция?

Помимо технической настройки таргетированной рекламы, важную роль играют посты, на которые данная реклама будет настраиваться. Они отличаются от обычного постинга в группе. Посты для таргета тщательно продуманы и ориентированы на нужную аудиторию.

Что входит в разработку концепции?

1. Исходя из особенностей бизнеса клиента и направлений его деятельности, а также спроса и поведения на рынке покупателей, анализируется и продумывается месяц и направление запуска таргетированной рекламы.
2. Продумывается постинг в социальной сети, определяются варианты постов, например:
 - Посты с уникальным торговым предложением (УТП), исходя из направлений бизнеса.
 - Посты с подробным описанием и фото.
 - Посты с коротким описанием и фото.
 - Посты с каруселью УТП и т. д.

Варианты строятся на анализе конкурентов, спроса направлений бизнеса, специфики деятельности и других факторов. Для каждого бизнеса разрабатывается свой постинг.



НОБЕРЛИН
рекламное агентство

3. Анализ аудитории, на которую будет направлена таргетированная реклама.

На основе специфики бизнеса анализируется, на какую аудиторию наиболее целесообразно настраивать рекламу. Разбивка происходит по многим критериям, например пол, город, интересы, наличие детей, определённый возраст и т. д.

Также решается, на участников каких групп будет направлена реклама: группы конкурентов, группы определённых направлений, группы по интересам и т. д.

В итоге после проведения всего анализа формируется концепция таргетированной рекламы, из которой становится ясно, какие действия будут сделаны и на что они будут направлены.

