

## Содержание



Виды рекламы для бьюти-мастера

Наружная реклама

Indoor

Печатная реклама

Сувенирная реклама

Событийная реклама (event-маркетинг)

Таргетированная реклама

Контекстная реклама

Нативная реклама, инфлюенс-маркетинг

Контент-маркетинг

Требования к рекламе

Маркировка Интернет рекламы

Оператор рекламных данных (ОРД)

Настройка таргетированной рекламы ВКонтакте

Настройка рекламы на телефоне

Настройка контекстной рекламы

Форматы объявлений контекстной рекламы

Текстово-графические объявления

Баннеры

Регистрация в личном кабинете

Продвижение сообщества ВК

Счетчик Яндекс Метрики

Настройка Яндекс Директа для рекламы сообщества ВКонтакте

Продвижение группы или канала Телеграм

**Реклама** — коммуникация для привлечения внимания клиентов, повышения узнаваемости, запоминаемости и побуждения к какому-либо действию: покупка,

подписка, регистрация итд.

Реклама бьюти-мастеру нужна, чтобы повысить узнаваемость мастера, увеличить количество клиентов, поменять аудиторию и увеличить чек.

### **Какие бывают виды рекламы?**

Офлайн: реклама в прессе, телевизионная реклама, радиореклама, наружная реклама и indoor (внутри помещения), печатная реклама, сувенирная реклама, событийная реклама (event-маркетинг)

Чаще всего офлайн-реклама становится актуальной при росте бизнеса, так как требует больших затрат, например, теле и радиореклама. При малый бизнес может использовать печатную рекламу в лифтах, сувенирную рекламу, например, стикеры на телефон и клиентские мероприятия.

Реклама в Интернете: таргетинг, контекстная реклама, нативная реклама, контент-маркетинг, push-уведомления, аудиореклама (например, в ВК музыке).

Расскажем о самых востребованных форматах для бьюти-мастера или малого бизнеса.

## **Виды рекламы для бьюти-мастера**

### **Наружная реклама**

Реклама на улице, например, рекламные щиты, билборды, тротуары, штендеры и баннеры. Подходит для мастеров, которые арендуют помещение или открыли свой кабинет/салон. Наружную рекламу видят прохожие и те, кто проезжает мимо.

Наружную рекламу надо самостоятельно или через посредника согласовать с городской администрацией. Чаще всего за ее размещение требуется оплата, за несанкционированную наружную рекламу Федеральная антимонопольная служба может выписать штраф.

**Не надо согласовывать наружную рекламу, которую легко убрать.** Например, баннеры, штендеры, щиты, которые можно быстро занести в помещение. [Письмо ФАС от 15.05.2012 № АК/14984](#)

**Еuphoria**  
студия красоты

Наружное оформление магазина - вывеска, режим работы, баннеры по проводимым акциям.  
Наружная реклама, инф.стенды, навигация по ТЦ.

Навигация

Наружная реклама, указатели

Наружная реклама

Вывеска, баннеры

Баннеры

Информационный стенд

СТУДИЯ КРАСОТЫ

все виды парикмахерских услуг

- маникюр
- педикюр
- услуги визажиста
- профессиональный турбосолярий

ЭТАЖ

Еuphoria

СТУДИЯ КРАСОТЫ

все виды парикмахерских услуг

- маникюр • педикюр
- услуги визажиста
- профессиональный турбосолярий

т. 375-05-95

г. Минск «Фестиваль» - 0 этаж

Акция

«Успей до снега!»

Абонемент 100 минут всего за 1499 руб.

Акция

«Модный комплекс»

Скидка от 10% при выборе 2-х и более услуг!

Комплекс услуг по телефону

## Indoor

Реклама размещается внутри помещений, например, вы организовали бьюти-точку внутри торгового центра. Indoor может быть представлен в разных форматах: ростовые куклы, брендированные витрины и подставки, плакаты, аудиосообщения в торговых центрах, цифровые экраны.

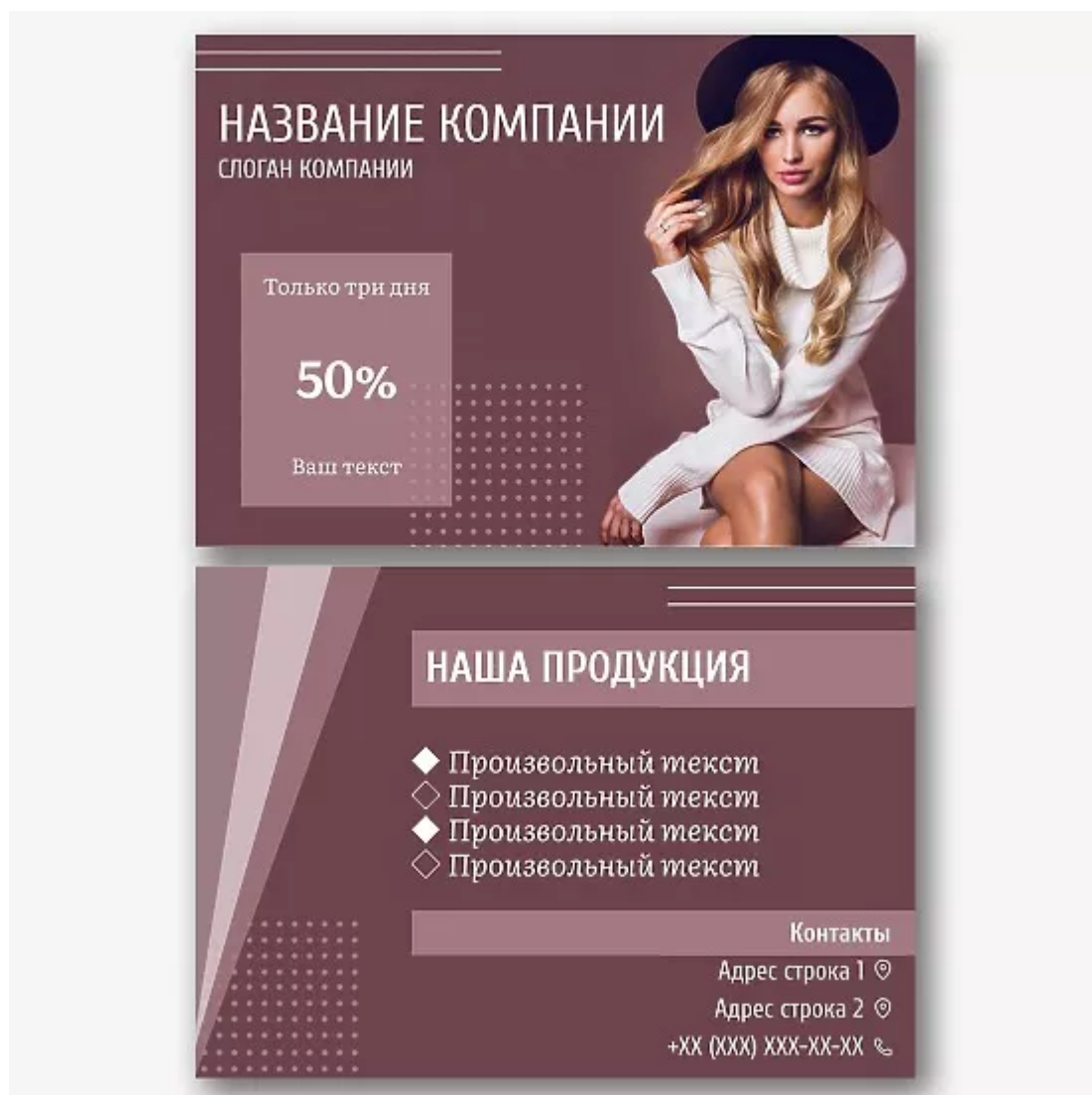


## Печатная реклама

В эпоху Интернета печатная реклама считается неэффективной, например, большинство листовок, которые раздают промоутеры, берут из вежливости и не глядя выкидывают.

При этом важно учитывать обстоятельства, например, реклама в лифтах в районе, где расположен кабинет или салон может привлечь клиентов, которые любят получать услуги рядом с домом. Стоит учитывать специфику района при использовании печатной рекламы, например, листовки в почтовых ящиках в районе новостроек могут быть эффективны, а в спальном районе — нет, только из-за числа молодых платежеспособных жителей.





## Сувенирная реклама

Сувенирные изделия с вашим брендом: наклейки на телефон, открытки, шоперы, стаканчики для чая/кофе, наборы миниатюр или полезные мелочи для клиента в брендированном пакете. Часто в Интернете мастера рассказывают о том, как собирают презенты для клиентов на маркетплейсах.



## Событийная реклама (event-маркетинг)

Публичные мероприятия и события проводят для клиентов и сотрудников компании. Это презентации, конференции, семинары, праздники, фестивали, корпоративы, тимбилдинги на площадке салона или на других площадках. Бьюти-мастер может организовывать платные и бесплатные мероприятия для своих клиентов, например, сезонные или девичники.





## Таргетированная реклама

Реклама, которая нацелена на пользователей с определёнными характеристиками.

Самые популярные модели таргетированной рекламы:

плата за показы — со счета списывают фиксированную сумму за тысячу показов;

плата за клики — деньги списывают за каждого пользователя, который переходит по ссылке в объявлении.



**Золотое Яблоко**

Реклама · 



Открытие уже близко! 🍎

Подпишись на новости, чтобы не пропустить! ☐ ☐



## ONLINE STORE ОТКРЫТИЕ

БУДЬ В ЧИСЛЕ ПЕРВЫХ | ПОЛУЧАЙ ПОДАРКИ

 **ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО**  
парфюмерный супермаркет

GOLDAPPLE.RU

**Интернет-магазин «Золотое Яблоко»**

Подписаться



# Контекстная реклама

Реклама, которую показывают пользователю, который интересуется определенной темой. Модели контекстной рекламы: за клики, показы или целевые действия.

Виды контекстной рекламы:

**Поисковая реклама** — реклама, которую видит пользователь, если на его запрос настроена реклама. Например, “Мелирование в Москве недорого”.

**Контекстно-медийная реклама** — показывается на сервисах поисковика, например, Яндекс-сервисах и сайтах партнерах.



**Учить английский язык – Легко. Удобно. Дома.**

Стоимость обучения О курсе Записаться Пробный урок

[escc.ru/заочные-курсы](#) [реклама](#)

Начните говорить с первых уроков! Пробный урок скачайте бесплатно и выиграйте приз!

Дистанционный курс ЕШКО · Помощь преподавателя · Сертификат

Контактная информация · +7 (800) 200-35-01 · пн-сб 9:00-20:00 [18+](#)**Английский язык с Puzzle English / puzzle-english.com**

Видеопазлы Puzzle Movies Метод Тичера Puzzle Academy

[puzzle-english.com](#) [реклама](#)Изучай английский язык онлайн. Видео-материалы на любой вкус. Бесплатно! [18+](#)**Английский язык в Омске – Акция! От 2500р/месяц**

Интенсивное обучение Гибкий график Офис в центре города

[easybusyomsk.ru/отображаемая-ссылка](#) [реклама](#)

Бесплатное пробное занятие! Научим читать, писать и говорить на английском!

Контактная информация · +7 (960) 987-24-24 · пн-пт 10:00-22:00 · Омск

**Английский по Скайпу – до 15 мая +2 урока в подарок!**

Цены от 530 Р Выбор преподавателя 12 курсов Бесплатный урок

[englex.ru](#) [реклама](#)

Английский по Скайпу от 530 Р. Поурочная оплата. Успеите получить бонусные уроки!

Контактная информация · +7 (495) 777-10-74 · пн-вс 9:00-21:00

**Английский по Skype**

с сильными учителями

[Попробовать](#)

Нашлось 88 млн результатов

36 тыс. показов в месяц

[Дать объявление](#) [Показать все](#)**Самоучитель по английскому онлайн бесплатно**[Урок 2](#) [Урок 3](#) [Урок 4](#) [Урок 5](#) [Урок 6](#) [Урок 9](#) [Урок 8](#)[begin-english.ru](#) [samouchitel](#)Онлайн-самоучитель позволит поднять английский на нормальный уровень. Уже через месяц вы сможете с легкостью выражать свои мысли, понимать собеседников. [Читать ещё >](#)**Duolingo: Изучайте английский, испанский и другие языки...**[ru.duolingo.com](#) [Изучайте английский](#)Duolingo — самый популярный ресурс для изучения иностранных языков. Это интересно, бесплатно и научно обосновано. [Читать ещё >](#)**Уроки английского языка для начинающих с нуля онлайн...**[Урок 3](#) [Урок 1](#) [Вопросительное предложение](#) [Урок 6](#) [Урок 7](#)[lingust.ru](#) [Английский > Уроки](#)

## Нативная реклама реклама, инфлюенс-маркетинг

**Нативная реклама** — полезный или интересный материал для клиента, который не призывает напрямую что-либо купить, но при этом рассказывает о преимуществах и не перестает продавать. Например, публикации в профессиональных блогах, сюжеты на ТВ, в блоге другой компании, в которой рассказывают о способах решения проблемы

читателя, проплаченная публикация, которая рассказывает о решении проблемы.



## Нативная реклама    Контент маркетинг



### Это платная услуга

Бренды платят за размещение контента на платформах за пределами своих медиа



### Это реклама внутри контента

Контент полезный, интересный и высоко-таргетированный



### Это не традиционная реклама

Непосредственно продвигающая продукт или услуги какой-то компании



### Поставляется в потоке

Покой пользователя не нарушается нативной рекламой, потому что она плавно интегрирована в текст таким образом, чтобы не препятствовать нормальному восприятию информации и поведению пользователя в этом конкретном месте

### Это маркетинговая техника

Создание и распространение ценной, актуальной и содержательной информации с целью привлечь четко определенную ЦА - чтобы увеличивать прибыль путем изменения и улучшения поведения потребителей



### Это непрерывный процесс

Который лучше всего интегрируется в общую маркетинговую стратегию



### Собственная площадка

Контент концентрируется на собственной площадке, а не на чужих. В контент-маркетинге бренд владеет площадкой для размещения своей информации



**Инфлюенс-маркетинг.** Блогер рассказывает своей аудитории о продуктах или услугах. Это может быть как отдельный рекламный пост, так и формат нативной рекламы.

 Назад

**Молянов**   
7 362 подписчика



Закреплённое сообщение

👉 О чем этот канал? Прив...

Задать вопрос

Молянов

### Как стать дорогим спецом в маркетинге?

Ответ банален – развивать свои скилы.  
Сделать это поможет канал [@MAIMPULSE](#)

Его создали чуваки, которые сами несколько лет работают в маркетинге. Сейчас они делятся своим опытом с коллегами по цеху: рассказывают про рабочие инструменты рекламы, как развивать софт скилы и решать проблемы с заказчиками. Вот несколько их крутых постов:

- Прокачка бизнеса в нише спорта: 8 приемов маркетинга для стабильных продаж
- Как решать проблемы с клиентами, удержать их и не потратить всю ЗП на психотерапевта
- Маркетологам и трафик-менеджерам: факты о сезонности, чтобы РК работала эффективно, а вы получили премию от босса

Подписывайся → [@MAIMPULSE](#)

#реклама



7



4



1



1





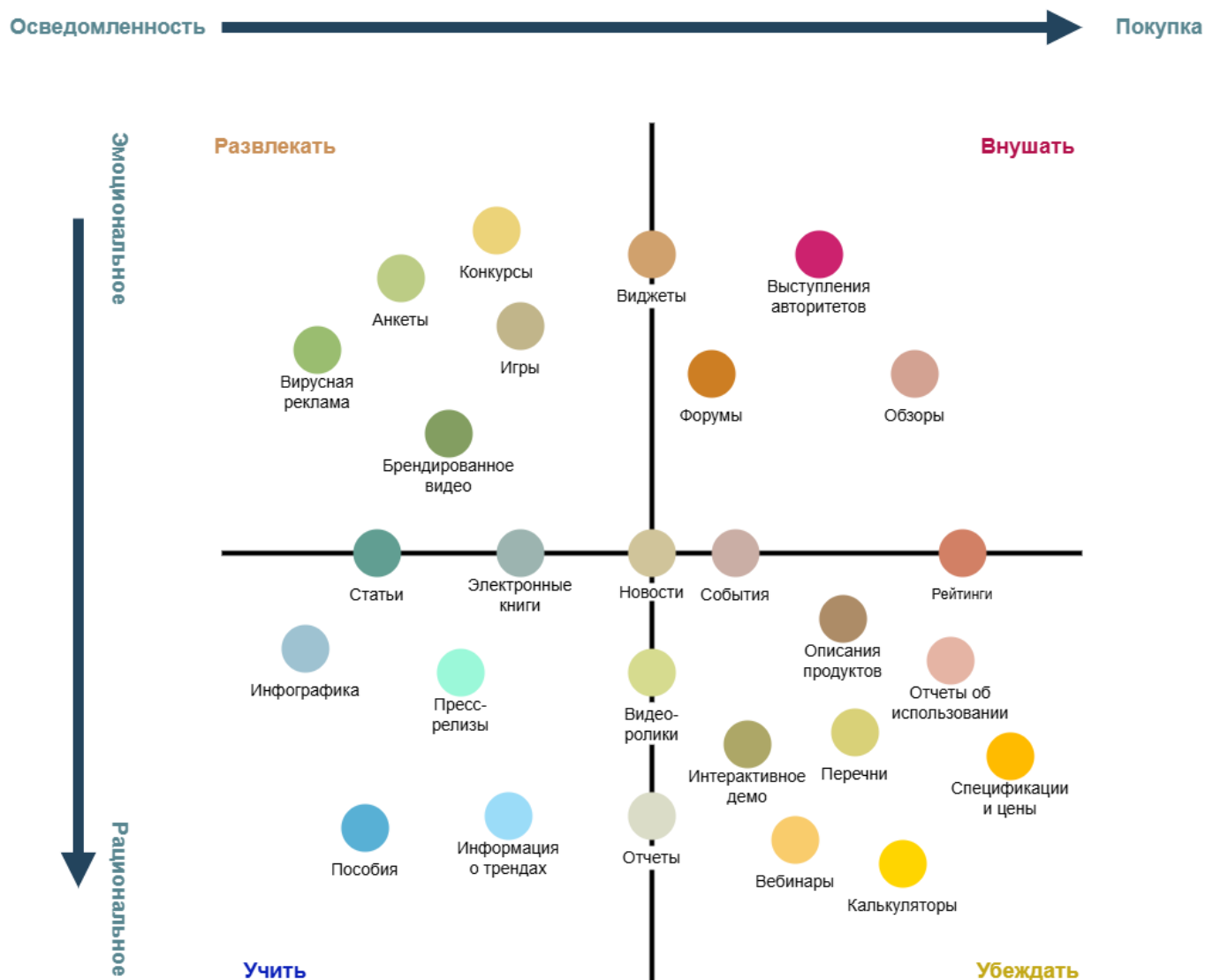
Ранее — это был один из самых востребованных вариантов, который вызывал доверие у аудитории. Но сейчас в России изменились правила размещения нативной рекламы и рекламы у блогеров, правила размыты, не все моменты учтены. Роскомнадзор пока не может дать четкие ответы на все вопросы по рекламе у блогеров, легко получить штраф за нарушения требований к рекламе. Ответственность за скрытую рекламу ложится как на блогера, так и на рекламодателя.

Поэтому бьюти-мастеру удобнее пользоваться таргетированной или контекстной рекламой, при которой сервисы сами выполняют маркировку рекламы итд.

## **Контент-маркетинг**

Контент-маркетинг — продвижение бьюти-мастера и услуг через контент: статьи, посты в соцсетях, ролики, рассылки.

# Матрица контент-маркетинга



## Требования к рекламе

В России реклама должна соответствовать закону [“О рекламе”](#). Реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Недобросовестной рекламу признают, если она

порочит честь, достоинство или репутацию третьих лиц, в том числе конкурентов;  
содержит некорректное сравнение продукта с продуктами других брендов;  
вводит в заблуждение;  
демонстрирует результаты интеллектуальной деятельности без согласия автора.

## Маркировка Интернет рекламы

**Маркировка рекламы** — это обозначение рекламных материалов в Интернете специальным идентификатором (токеном). По закону необходимо маркировать все рекламные сообщения, даже по бартеру или бесплатные. Маркированы должны быть все материалы, которые размещены после 1 сентября 2022 года. За отсутствие маркировки при ее необходимости грозит штраф.

## Оператор рекламных данных (ОРД)

ОРД — это организации, уполномоченные Роскомнадзором для присвоения рекламе токенов и передачи данных в ЕРИР. **Бьюти-мастеру добнее всего работать через рекламный кабинет ОРД, когда оператор сам маркирует рекламу.** Например, VK Реклама будет автоматически передавать сведения, если заполнить в личном кабинете ИНН, ФИО, название юридического лица и номер телефона.

**Важно** внимательно изучать условия, некоторые сервисы платные.

Актуальный [список операторов размещен на сайте Роскомнадзора](#).

[«Яндекс Оператор Рекламных Данных» \(Яндекс\)](#)

[«ОЗОН ОРД» \(Озон\)](#)

[«ОРД-А» \(Амбердата\)](#)

[«Лаборатория разработки» \(Сбер\)](#)

[«Первый ОРД» \(Вымпелком\)](#)

[«VK Рекламные Технологии» \(VK\)](#)

[«МедиаСкаут» \(МТС\)](#)

**ERID**

ERID (Electronic Record ID) — это идентификатор рекламы, который присваивается каждому рекламному объявлению или креативу. Правила размещения ERID

указаны в [рекомендациях по размещению идентификатора в различных форматах интернет-рекламы](#) от Роскомнадзора. Многие ОРД размещают ERID на рекламном креативе самостоятельно.

Если бьюти-мастер заказывает рекламу у блогеров то самостоятельно или через посредника нужно регистрироваться в ОРД, а затем отчитываться за рекламные креативы.

### **Различия между рекламой и информацией**

| Критерий                            | Реклама                                                     | Информация                                                         |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Цель публикации                     | Продвижение товара/услуги, побуждение к покупке             | Информирование, обучение, развлечение                              |
| Наличие призыва к действию          | Содержит явные призывы ("купите", "закажите", "попробуйте") | Обычно не содержит прямых призывов                                 |
| Фокус на конкретном продукте/бренде | Концентрируется на одном продукте или бренде                | Может упоминать разные продукты/бренды или не упоминать их вовсе   |
| Объективность                       | Подчеркивает преимущества, часто преувеличивая их           | Стремится к объективности, может указывать как плюсы, так и минусы |
| Наличие цен и условий покупки       | Часто содержит информацию о ценах, скидках, акциях          | Обычно не включает такие детали                                    |
| Эмоциональная окраска               | Часто использует эмоциональные триггеры                     | Обычно более нейтрален                                             |
| Источники информации                | Может не содержать ссылок на внешние источники              | Часто ссылается на различные источники                             |
| Сравнение с конкурентами            | Если и сравнивает, то в пользу рекламируемого продукта      | Может предоставлять объективное сравнение                          |
| Наличие маркировки                  | Часто имеет пометку «реклама» или «на правах рекламы»       | Обычно не имеет такой маркировки                                   |
| Глубина раскрытия темы              | Обычно поверхностна, фокусируется на выгодах                | Стремится к глубокому раскрытию темы                               |
| Целевая аудитория                   | Нацелена на потенциальных покупателей                       | Может быть интересен более широкой аудитории                       |
| Формат и стиль                      | Часто использует яркие образы, короткие фразы               | Обычно более структурирован и детализирован                        |

### Не требуют маркировки:

Информация о товарах и услугах на сайте самой компании.

Вывески и указатели с информацией о местонахождении организации.

Справочно-информационные и аналитические материалы, не призывающие к покупке товаров или услуг.

Социальная реклама и объявления физических лиц, не связанные с предпринимательской деятельностью.



Упоминание товаров или брендов в новостных материалах, если это не является скрытой рекламой.

Информация о проводимых акциях и мероприятиях, если она размещена на собственных ресурсах компании.

Органическая выдача в поисковых системах.

Контент, который создан пользователями без коммерческой цели.

## Настройка таргетированной рекламы ВКонтакте

**Таргетированная реклама (от англ. target — цель)** – это вид Интернет-рекламы, который позволяет показывать объявления определенной целевой аудитории с выбранными параметрами.

После запрета некоторых социальных сетей ВКонтакте сохраняет лидерство в России как по активным авторам, так и по объему создаваемого ими контента.

Предполагается, что ВКонтакте станет еще популярнее на фоне замедления YouTube. Разберем таргетированную рекламу на примере социальной сети ВКонтакте.

Можно подготовить рекламу с помощью умных алгоритмов или вручную, рассмотрим оба варианта.

**Важно!** Ваша группа или сообщество должны быть готовы встретить новых клиентов. Если страница выглядит пусто или неубедительно, успех рекламы будет минимален.

Основное:

Понятное название и описание: кто вы, что делаете, где находитесь и как с вами связаться. Например: Обучение маникюру | Москва, Центр | +7 (999) 000-00-00.

Примеры работ: заполните профиль качественными фото и видео.

Отзывы и кейсы.

# Настройка рекламы на телефоне

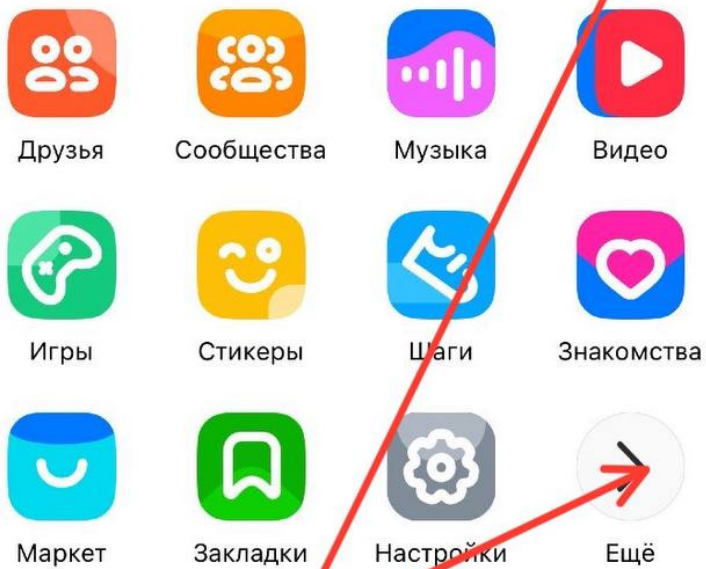
Бьюти-мастер может быстро и удобно настроить рекламу на личную страницу или страницу салона в телефоне. Если тема таргетированной рекламы вам интересна, мы подготовили инструкцию для настройки рекламы с компьютера [Реклама ВК](#)

**Откройте приложение VK** на телефоне.

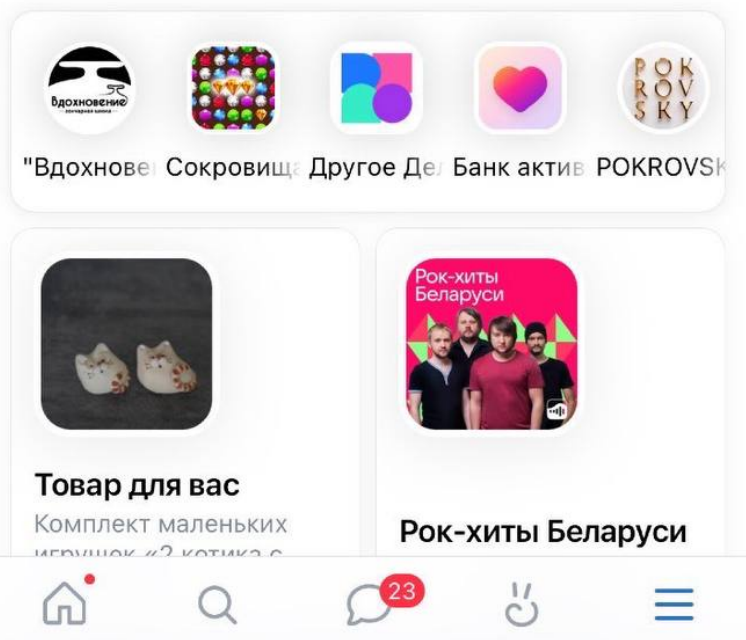
**Меню.** если у вас были открыты новости, для перехода в меню надо нажать на три полоски в правом нижнем углу экрана. Откроется экран меню.

**Вход в рекламный кабинет.** Чтобы попасть в рекламный кабинет можно нажать на кнопку со стрелочкой “Еще” или на три точки в правом верхнем углу.

## Меню



## Обзор



В открывшемся окне надо выбрать кнопку или строку "Реклама".

11:37

ВКонтакте



## Сервисы



### От ВКонтакте



Подарки



Тренировки



VK Бег



Чекбэк



Звонки



Погода



Питомцы



Билеты



Фестиваль по



SuperUP



vmoji



Реклама



### Недавние

[Показать все](#)



Другое Дело



VK Шаги



Фестиваль по



VK Бег



Тайный Санта



Расскажите о

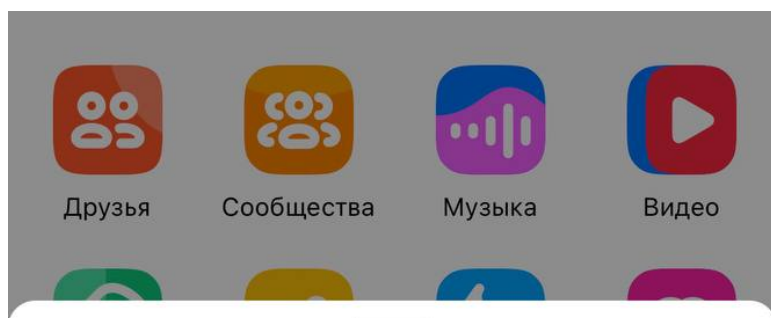


Коробка вале



Погода





 Управление VK ID >  
Личные данные и безопасность

 Закладки 2 >

 Файлы >

 VK Pay >

 Реклама >

 Помощь >

 Настройки >

 Сменить аккаунт >

 Вход через QR-код >



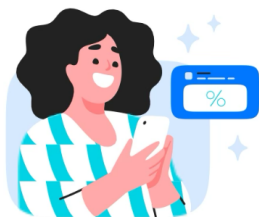
Если у вас не было рекламного кабинета, его нужно создать. Также нажмите на кнопку “Реклама”. Согласитесь с условиями, а данные автоматически прикрепляются из вашего аккаунта ВК.

16:30

ВКонтакте



VK Реклама



## Новый кабинет VK Рекламы поможет найти больше клиентов



Доступ к старому кабинету сохранится

И не придётся жечь мосты. Переключайтесь между кабинетами через 3 точки в шапке.



Алгоритмы стали ещё мощнее

Сравним похожие кампании и подберём подходящую аудиторию для вашей рекламы



Вся аналитика в одно касание

Подробная аналитика поможет оценить эффективность рекламы

Продолжить

Вернуться в старый кабинет



Продолжая, я принимаю [условия](#)



**Бюджет.** Бюджет в рекламном кабинете пополняется с банковской карты. Следите за акциями, например, ВК может удвоить ваш бюджет на рекламу. Начать тестировать рекламу можно с 1000 рублей.

16:40

ВКонтакте

LTE



VK Реклама



0

Бюджет

1

Акции

—

Посмотрели

Объявления

Фильтры (1) ▾



Как получить книгу Стивена Кинга в...

Аккаунт неактивен

Заполните ИНН и ФИО

Это нужно по закону о рекламе. Без них не сможем показывать ваши объявления

Заполнить



Лид-формы

Активные ▾

Лид-форм пока нет

Создать лид-форму

Запустить продвижение



Когда откроется рекламный кабинет, надо заполнить данные, что VK реклама автоматически делала маркировку рекламы.

15:12

ВКонтакте

LTE



VK Реклама



0

Бюджет

1

Акции

—

Посмотрели

Объявления

Фильтры (1) ▾



Как получить книгу Стивена Кинга в...

Аккаунт неактивен

**Заполните ИНН и ФИО**

Это нужно по закону о рекламе. Без них не сможем показывать ваши объявления

Заполнить



Лид-формы

Активные ▾

Лид-форм пока нет

Создать лид-форму

Запустить продвижение





## О рекламодателе

По закону всю рекламу нужно маркировать.  
Заполните поля ниже — и мы возьмём маркировку  
на себя. [Подробнее](#)



Физлицо или самозанятый



ИП



Компания

ИНН \*

0/12

Введите ИНН

Можно найти в приложении банка или на [Госуслугах](#)

ФИО \*

0/30

Введите ФИО

Номер телефона

+7 (999) 000-00-00

Если возникли трудности при заполнении

Сохранить





для компаний: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица;

для ИП: ФИО, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;

для самозанятых: ФИО, ИНН и адрес места оказания услуг. ИНН физического лица можно узнать на сайте ФНС России.

**Важно!** Без этих данных объявление не пройдет проверку модерации.

Вернитесь назад и нажмите кнопку “Запустить продвижение”.



 0

Бюджет

 1

Акции

—

Посмотрели

## Объявления

Фильтры (1) 



Как получить книгу Стивена Кинга в...

Аккаунт неактивен

## Заполните ИНН и ФИО

Это нужно по закону о рекламе. Без них не сможем показывать ваши объявления



Заполнить

## Лид-формы

Активные 

Лид-форм пока нет

Создать лид-форму

Запустить продвижение



Выберите цель рекламы. Обратите внимание, что для личной страницы и страницы сообщества предложены разные варианты.

15:13

вконтакте

LTE



Цель

[Как выбрать цель?](#)

Что вы хотите получить  
от продвижения?



Крафтопия



Привлечь клиентов, подписчиков



Принять заказы в сообщениях



Продвигать пост, видео, клип



Продать товары, оказать услуги



Сайты и лид-формы



Привлечь посетителей на сайт



Получить лиды (контакты)



15:14

ВКонтакте

LTE



Цель

[Как выбрать цель?](#)

Что вы хотите получить  
от продвижения?

Надежда

-  Продвигать пост, видео, клип
-  Привлечь клиентов, подписчиков
-  Принять заказы в сообщениях

Сайты и лид-формы

-  Привлечь посетителей на сайт
-  Получить лиды (контакты)



### **Выберите цель продвижения.**

**Привлечь клиентов, подписчиков:** нужно придумать заголовок и описание объявления, выбрать изображение для рекламы. Шаблон текста предложит система, но его можно придумать и самостоятельно. Инструмент “Предпросмотр” покажет, как будет выглядеть объявление.

Далее необходимо определить настройки аудитории: географические (регионы показа объявления) и демографические (пол, возраст, возрастная маркировка). Также нужно задать таргетинги по интересам, ключевым словам и сообществам. Об этих настройках подробнее можно почитать здесь [Реклама ВК](#).

### **Какие таргетинги доступны доступны в упрощенном кабинете?**

В мобильном кабинете VK Рекламы доступны не все таргетинги, которые можно настроить на компьютере. Но со смартфона можно быстро и легко запускать рекламу по настройкам:

пол (мужской, женский или любой);

местоположение;

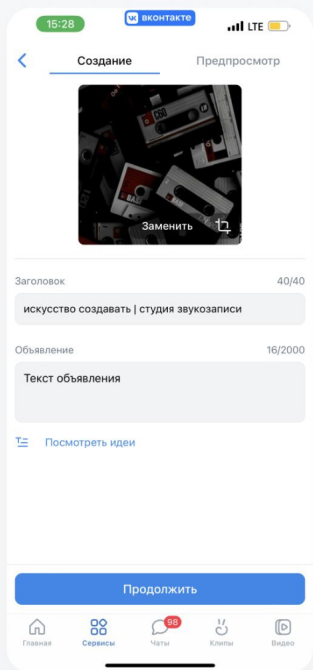
возраст;

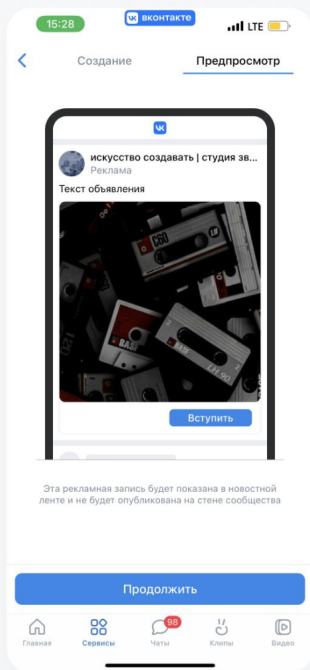
таргетинг по интересам;

таргетинг по сообществам;

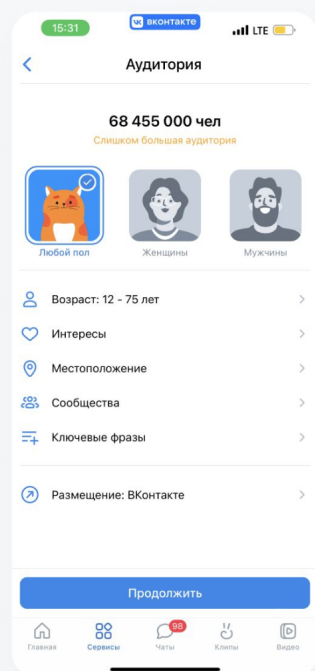
таргетинг по ключевым фразам.

Реклама будет показана только подписчикам ВКонтакте, система покажет какое количество человек попадает под выбранные вами настройки.

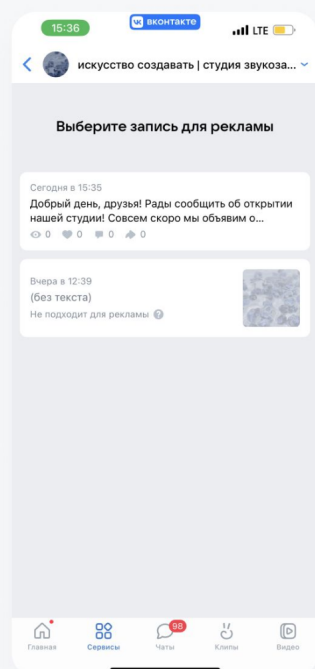




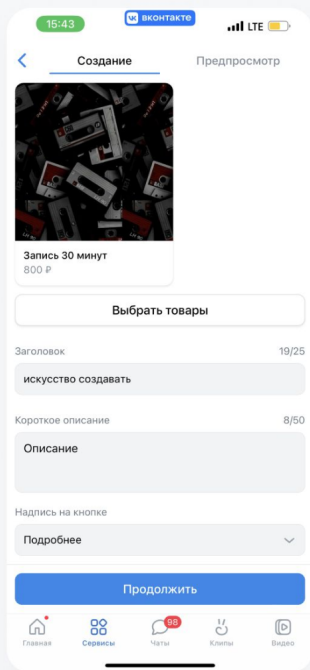


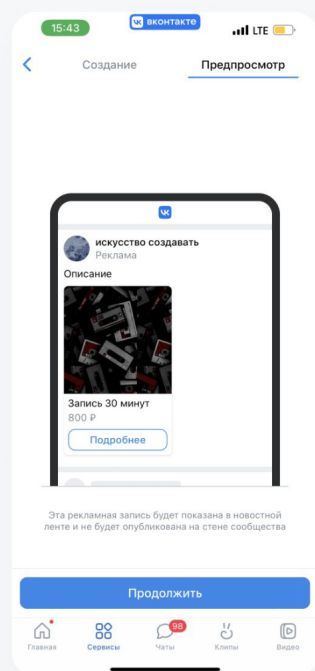


**Увеличить просмотры или реакции для записи на стене сообщества**, вам нужно выбрать запись и задать настройки аудитории (географические и демографические), а также таргетинги по интересам, ключевым словам и сообществам. Продвижение доступно только для записей, которые содержат текст без смайликов, эмодзи. Реклама будет показана только подписчикам ВКонтакте.



**Продажа товаров или услуг.** Нужно выбрать товары, которые вы хотите продвигать, ввести заголовок и краткое описание объявления и выбрать надпись для кнопки из предложенных вариантов. Инструмент “Предпросмотр” покажет, какой внешний вид объявления увидят пользователи.





После необходимо задать настройки продвижения: характеристики аудитории (географические и демографические), таргетинги по интересам, ключевым словам и сообществам. Можно выбрать дополнительные места размещения объявления: Проекты VK и Рекламную сеть.

**- Получить лиды или контакты.** Лид-форма для сбора контактов — это форма с полями для заполнения, в которой клиенты оставляют свои контакты, например, номер, телефона.

Если вы еще не продвигали лид-форму ее нужно создать.

14:56

ВКонтакте

LTE



VK Реклама



0

Бюджет

1

Акции

—

Посмотрели

Объявления

Фильтры (1) ▾



Как получить книгу Стивена Кинга в...

Аккаунт неактивен

Заполните ИНН и ФИО

Это нужно по закону о рекламе. Без них не сможем показывать ваши объявления

Заполнить



Лид-формы

Активные ▾

Лид-форм пока нет

Создать лид-форму

Запустить продвижение



Название лид-формы дается по умолчанию “Лид-форма дата создания”. ;Нужно придумать заголовок и описание, выбрать вознаграждение за прохождение формы;.

Контакты клиентов. Выберите, что хотите узнать от клиентов, например, имя, номер телефона итд. Юридическая информация нужна для создания соглашения об обработке персональных данных.

Можно включить уведомления о новых заявках, настроить финальный экран и добавить обложку или изменить цвет.

Также работает инструмент предпросмотра и продвижения.

**Продвижение сайта.** При необходимости можно направлять рекламу на ваш сайт.

**Статистика.**

**В мобильном кабинете VK Рекламы можно отслеживать стандартные показатели** эффективности объявлений, которые доступны для десктопной версии:

охват — количество уникальных пользователей, видевших рекламу;

количество показов объявления;

количество кликов по объявлению;

CTR — соотношение, указывающее, как часто пользователи нажимают на ваше объявление, по этому показателю можно судить насколько правильно подобраны ключевые слова;

сумму потраченных средств;

eCPA — средняя стоимость одного перехода.

## Настройка контекстной рекламы

Для большего охвата можно запустить контекстную рекламу. До 2022 года можно было выбрать площадку для рекламной кампании: Google или Яндекс. После 2022 года в России запустить рекламную кампанию можно только в Яндекс.

**Контекстная реклама** — это вид Интернет-рекламы, который позволяет показывать

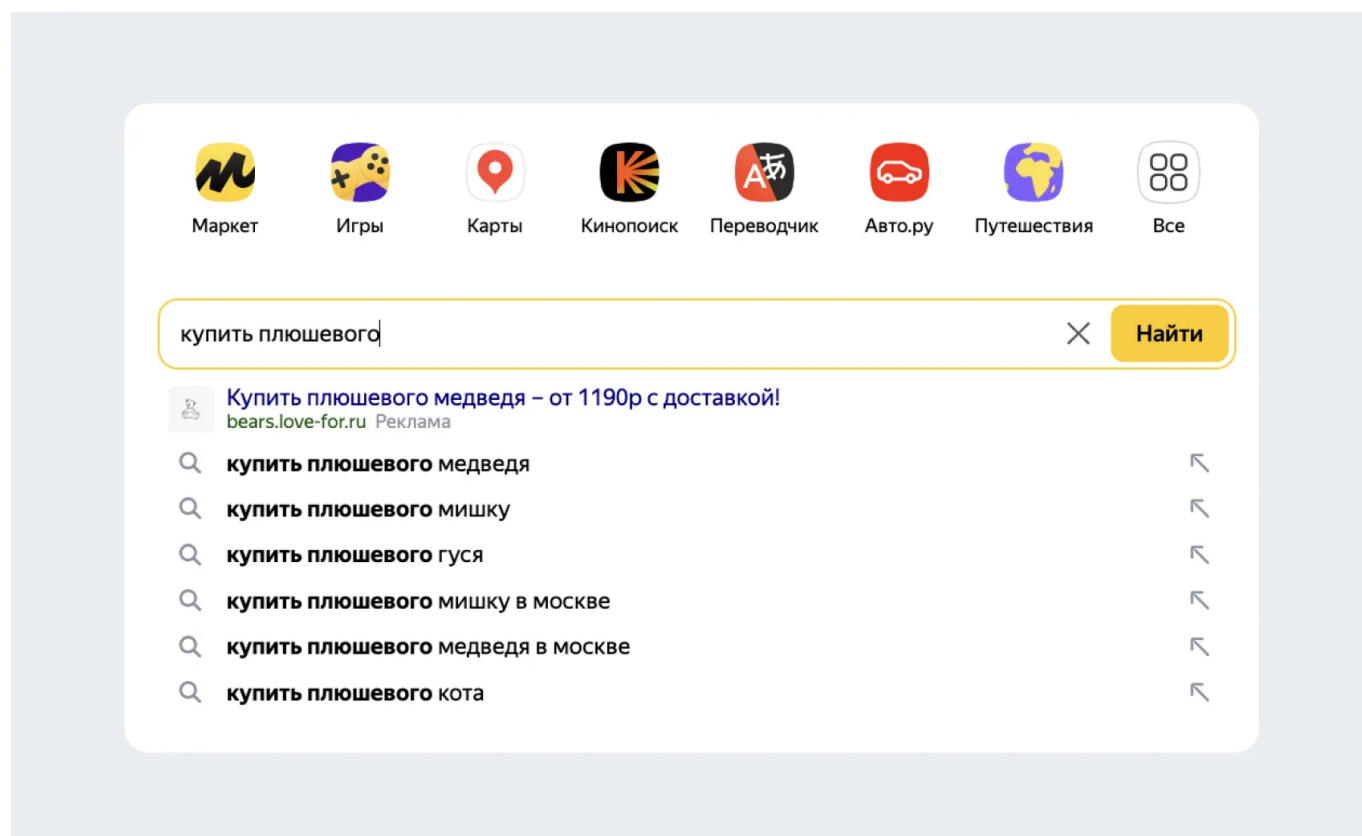
объявления пользователям с учетом их предыдущих действий в Интернете.

## Форматы объявлений контекстной рекламы

Так контекстную рекламу увидят ваши клиенты.

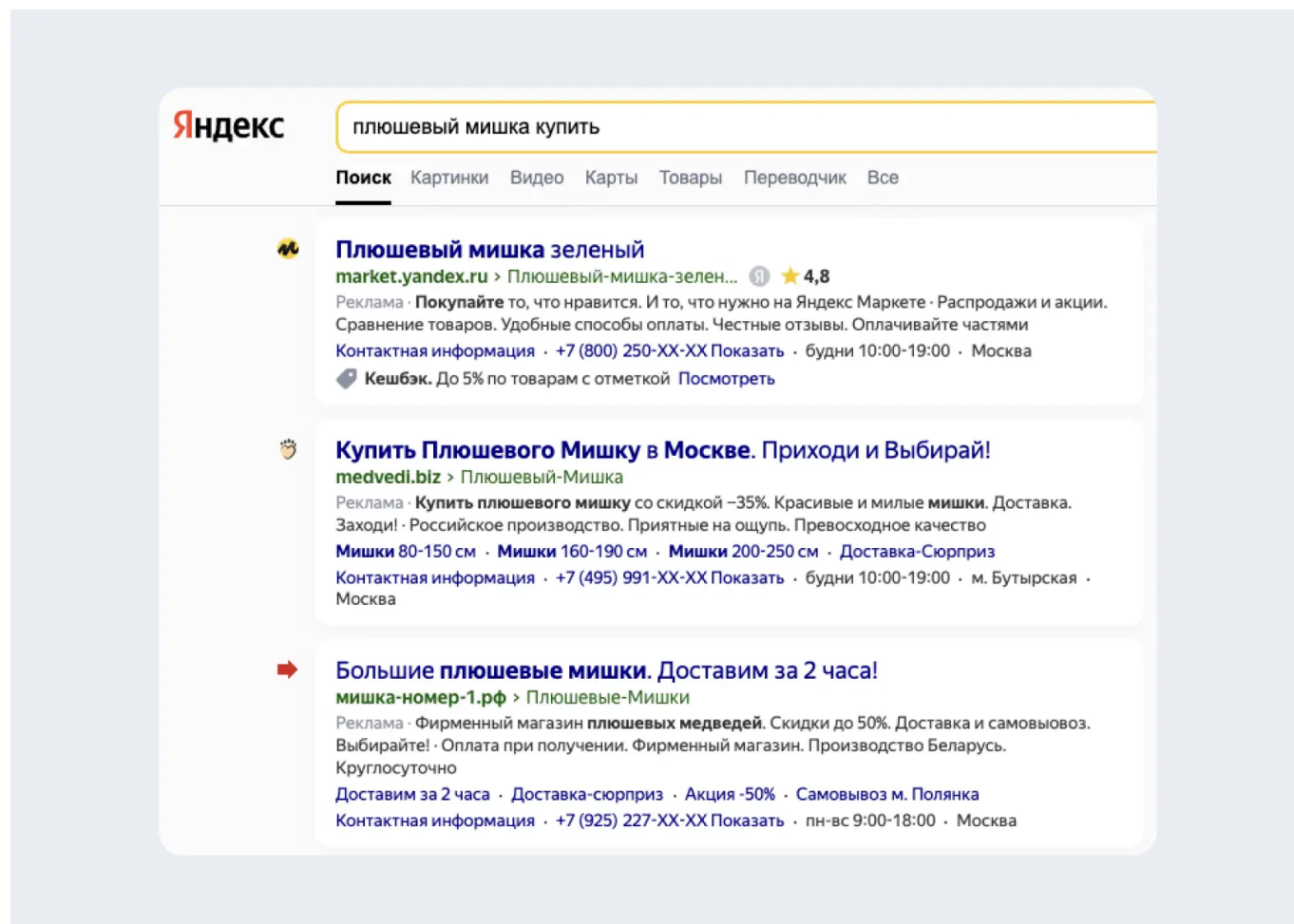
### Текстово-графические объявления

Когда пользователь вводит поисковый запрос, система предлагает ему поисковые подсказки, среди них может быть рекламная ссылка. Она состоит исключительно из текстовых элементов и соответствует наиболее вероятной поисковой подсказке.



В ответ на запрос в поиске пользователь также может увидеть текстово-графические

объявления, которые располагаются вверху и внизу поисковой выдачи. Они состоят только из текстовых элементов.



В Рекламной сети Яндекса текстово-графические объявления отображаются в разных местах страницы и подстраиваются под окружающий контент. В объявлениях есть не только текст, но и картинки или видео.



В Рекламной сети Яндекса текстово-графические объявления отображаются в разных местах страницы и подстраиваются под нативный контент. В объявлениях есть не только текст, но и картинки или видео, которые доступны всем рекламодателям.

**Баннеры**

Баннеры — это графические объявления. Они могут появляться в разных местах страницы. Требования к баннерам различаются в зависимости от места публикации:

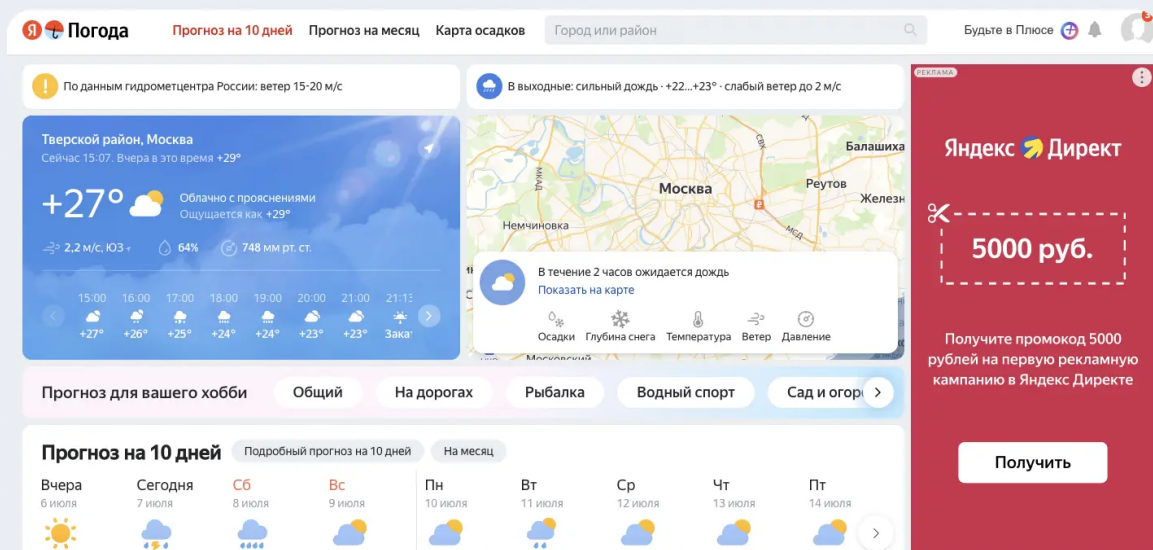
- Для Поиска можно создавать баннеры с разрешением 240 × 400 пикселей — в типе кампаний «Медийно-контекстный баннер на поиске».

# Баннеры

Баннеры — это графические объявления. Они могут появляться в разных местах страницы. Требования к баннерам различаются в зависимости от места публикации:

для Поиска можно создавать баннеры с разрешением 240 × 400 пикселей — в типе кампаний «Медийно-контекстный баннер на поиске»;

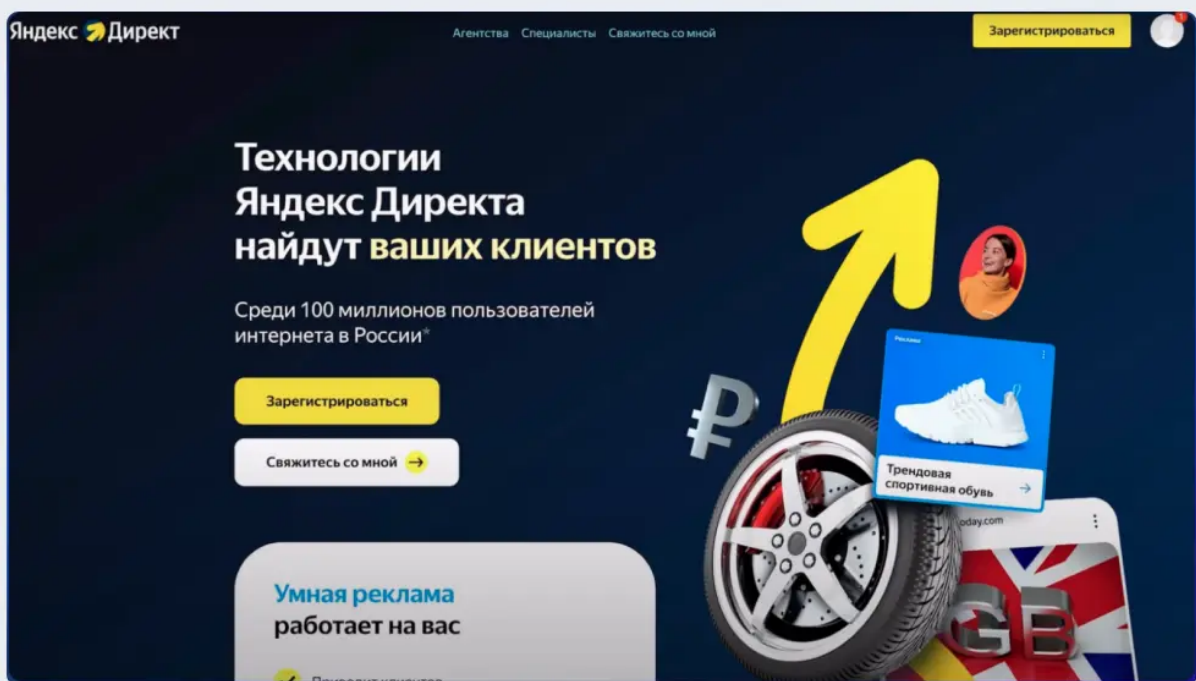
для РСЯ рекламодатели могут отрисовать собственные баннеры.



Существуют еще товарные объявления, они подойдут вам если вы будете продавать не услуга, а например записанный и оформленный видеокурс.

## Регистрация в личном кабинете

Для работы с контекстной рекламой перейдите на [direct.yandex.ru](https://direct.yandex.ru), войдите или зарегистрируйтесь. **Важно!** Доступна мобильная версия личного кабинета, но настраивать контекстную рекламу удобнее с компьютера.



**Заполните данные, которые нужны для регистрации аккаунта.**

The image shows a registration form for Yandex Direct. At the top left is the Yandex Direct logo. The main heading is "Добро пожаловать в Яндекс Директ!" followed by the instruction "Выберите страну и валюту, и примите юридические условия". Below this is a section titled "Страна и валюта платежа" with a help icon and the note "Их можно изменить только на этом шаге". The selected option is "Россия, Российские рубли". The next section is "Добавьте почту и номер телефона", featuring a text input field and a "Привязать другой номер" link. Below that is "Укажите данные рекламодателя" with a dropdown menu currently showing "Не выбрано". The "Введите ИНН" section has an empty text input field. A "Юридические условия" section contains a checkbox and text about accepting terms. At the bottom is a large blue "Зарегистрироваться" button.

Директ

Добро пожаловать в Яндекс Директ!

Выберите страну и валюту, и примите юридические условия

Страна и валюта платежа ⓘ  
Их можно изменить только на этом шаге

Россия, Российские рубли

Добавьте почту и номер телефона

+7921\*\*\*\*\*18 Привязать другой номер

Укажите данные рекламодателя ⓘ  
Не выбрано

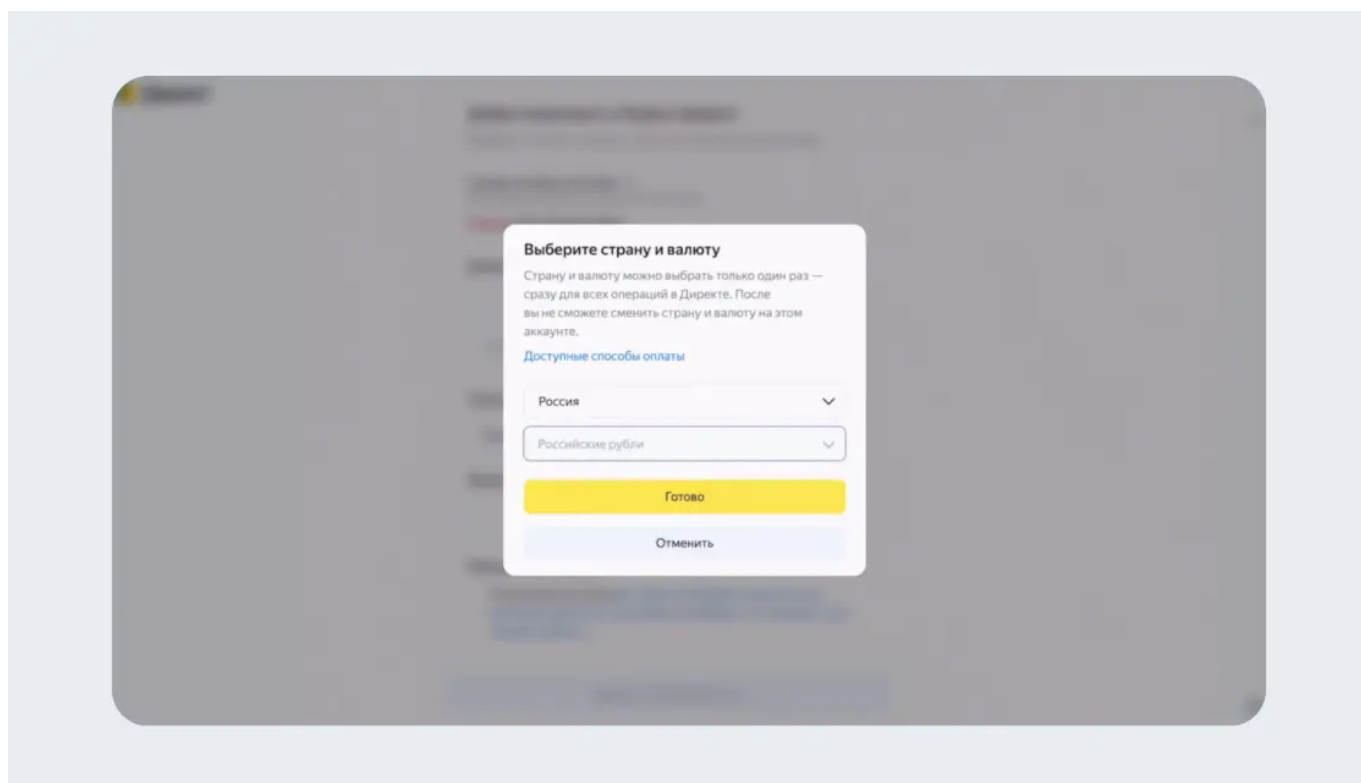
Введите ИНН ⓘ

Юридические условия

☐ Я принимаю условия Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений и Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»

Зарегистрироваться

**Укажите, в какой стране находится рекламируемый бизнес и выберите валюту для расчетов с рекламной системой и отображения денежных средств в интерфейсе.**



**5. Укажите контактную информацию** — введите адрес электронной почты и номер телефона. Директ будет отправлять уведомления о событиях в рекламных кампаниях и рекомендации по их настройке.

По умолчанию система возьмет данные из вашего Яндекс ID, если указать другие данные, например, номер телефона, то потребуется подтвердить его через SMS.

The image shows a registration form for Yandex Direct. At the top left is the Yandex Direct logo. The main heading is "Добро пожаловать в Яндекс Директ!". Below it, a sub-heading says "Выберите страну и валюту, и примите юридические условия". The first section is "Страна и валюта платежа", with a note "Их можно изменить только на этом шаге". The selected option is "Россия, Российские рубли". The second section is "Добавьте почту и номер телефона", with a text input field containing "direct-notify@ya.ru" and a phone number input field containing "+7921\*\*\*\*\*18", with a link "Привязать другой номер". The third section is "Укажите данные рекламодателя", with a dropdown menu showing "Не выбрано". Below that is a field for "Введите ИНН". The final section is "Юридические условия", with a checkbox and text "Я принимаю условия Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений и Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»". At the bottom is a large blue button labeled "Зарегистрироваться".

Директ

Добро пожаловать в Яндекс Директ!

Выберите страну и валюту, и примите юридические условия

Страна и валюта платежа ⓘ  
Их можно изменить только на этом шаге

Россия, Российские рубли

Добавьте почту и номер телефона

direct-notify@ya.ru

+7921\*\*\*\*\*18 Привязать другой номер

Укажите данные рекламодателя ⓘ  
Не выбрано

Введите ИНН ⓘ

Юридические условия

Я принимаю условия Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений и Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»

Зарегистрироваться

**6. Введите данные рекламодателя, чтобы выполнить требования закона о рекламе.** Выберите ваш вариант из списка и укажите ИНН. Уточнить номер налогоплательщика в России можно на сайте [nalog.gov.ru](http://nalog.gov.ru).

The image shows a registration form for Yandex Direct. The form is titled "Добро пожаловать в Яндекс Директ!" and includes fields for email, phone number, advertiser details, and a checkbox for legal conditions. The "Зарегистрироваться" button is highlighted in blue.

Директ

Добро пожаловать в Яндекс Директ!

Выберите страну и валюту, и примите юридические условия

Страна и валюта платежа ⓘ  
Их можно изменить только на этом шаге  
Россия, Российские рубли

Добавьте почту и номер телефона

direct-notify@ya.ru

+7921\*\*\*\*\*18 Привязать другой номер

Укажите данные рекламодателя ⓘ

Юридическое лицо (РФ) ▼

Введите ИНН ⓘ

7736207543

Юридические условия

Я принимаю условия Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений и Оферты на оказание услуг «Яндекс Директ»

Зарегистрироваться

**7. Примите юридические условия сотрудничества и нажмите кнопку “Зарегистрироваться”.** Аккаунт готов к работе.



## Добро пожаловать в Яндекс Директ!

Выберите страну и валюту, и примите юридические условия

### Страна и валюта платежа

Их можно изменить только на этом шаге

Россия, Российские рубли

### Добавьте почту и номер телефона

direct-notify@ya.ru

+7921\*\*\*\*18

Привязать другой номер

### Укажите данные рекламодателя

Юридическое лицо (РФ)

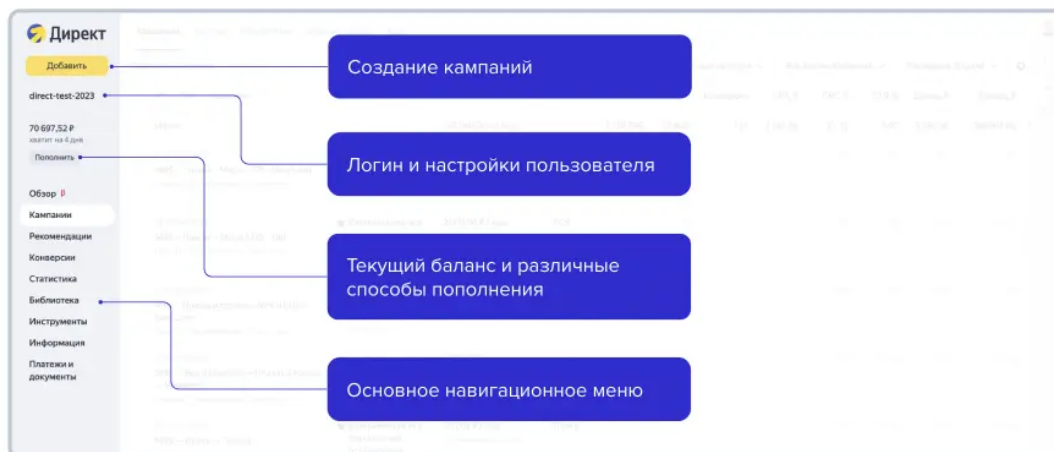
### Введите ИНН

7736207543

### Юридические условия

☒ Я принимаю условия Договора об обработке данных при рекламе мобильных приложений и Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»

Зарегистрироваться





# Продвижение сообщества ВК

Настраивать Яндекс Директ на страницу ВКонтакте имеет смысл только если в сообществе оформлена шапка, активно публикуются посты, и добавлены живые подписчики.

## Счетчик Яндекс Метрики

**Прикрепление счетчика Яндекс Метрики к группе ВКонтакте в Яндекс Директе.**

Для этого нужно сделать, создайте сайт из сообщества:

В разделе “Управление” поставьте статус “Открытая” в типе группы. Выберите пункт “Сайт из сообщества”.

Основная информация

Название:

Описание:

Тип группы: **Открытая**

Обложка: **Управление**

Адрес:

Номер сообщества — club123456789.  
Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте [здесь](#).  
Вы можете создать наклейки для вашего сообщества [здесь](#).

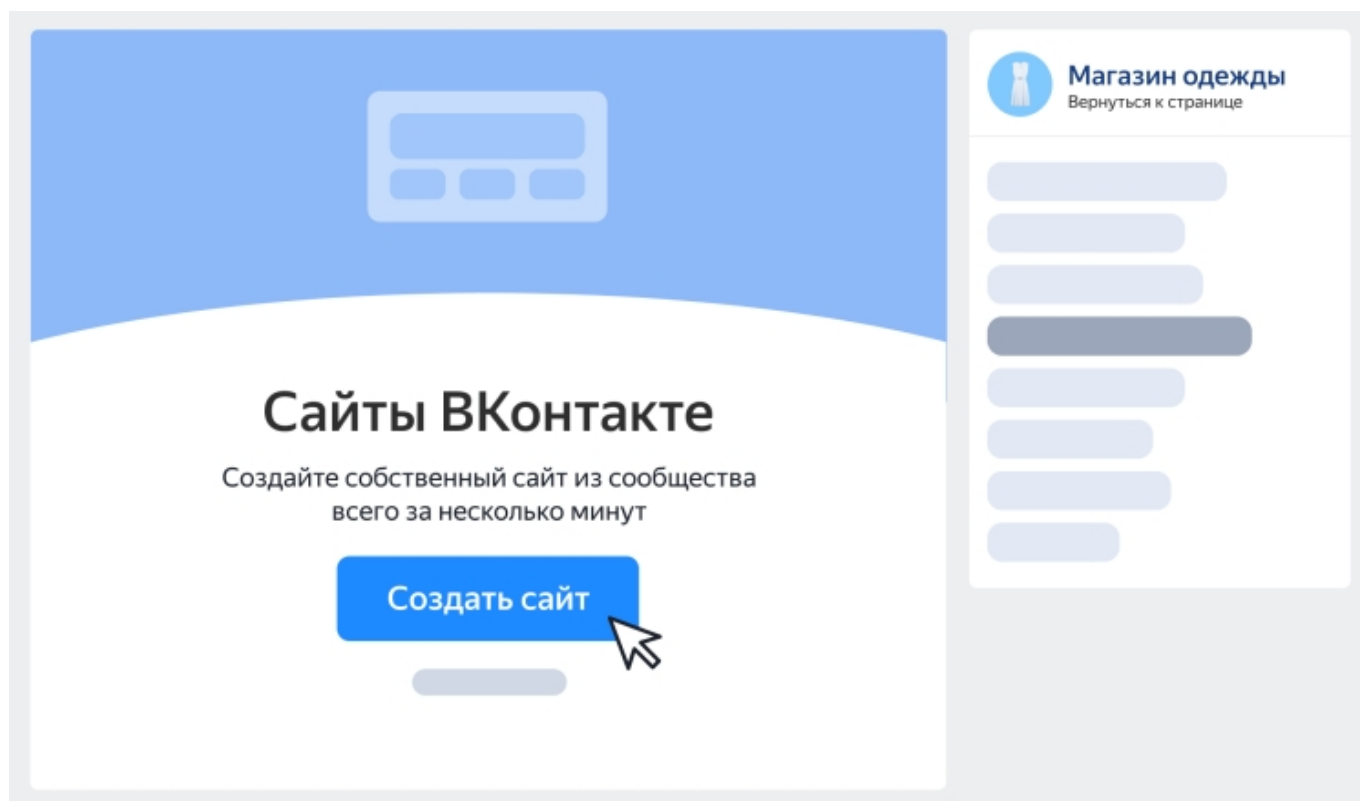
Верификация: **Подать заявку**

[Сохранить](#)

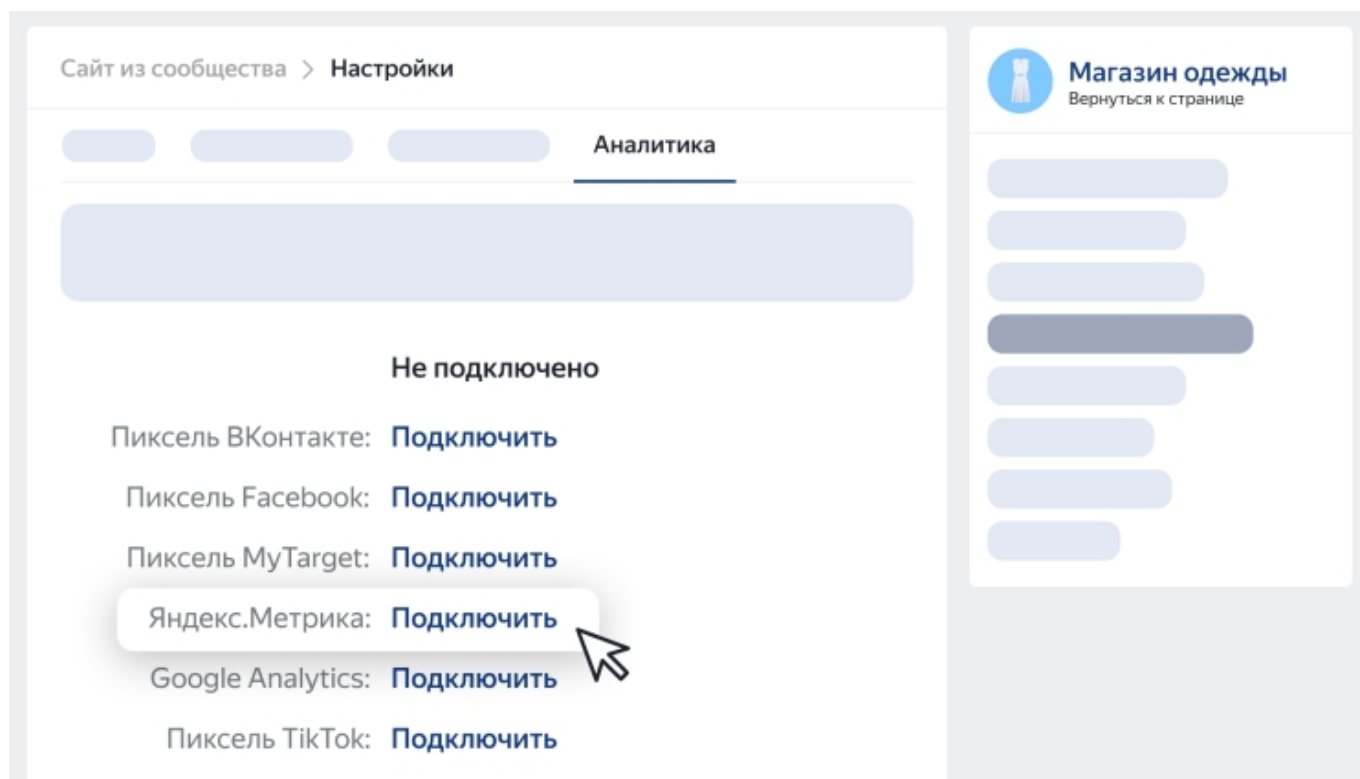
Магазин одежды  
Вернуться к странице

Сайт из сообщества

**Нажмите на кнопку “Создать сайт”,** отредактируйте товары, если это необходимо, это можно сделать позже. Кликните на “Опубликовать”.



**Настройте новый счетчик в Яндекс Метрике** — обязательно вставьте в него ссылку на только что созданный сайт вашего интернет-магазина ВКонтакте. Вернитесь в раздел “Управление” сообщества ВКонтакте, зайдите во вкладку “Аналитика” и нажмите “Подключить” в строке “Яндекс Метрика”. Укажите код счетчика и кликните “Сохранить”.



## Настройка Яндекс Директа для рекламы сообщества ВКонтакте

Реклама группы ВКонтакте в Яндекс Директе настраивается так же, как и обычные контекстные объявления по кнопкам: “Добавить” → “Кампанию” → “Режим эксперта” → “Конверсии, продажи и трафик”. Вы также можете выбрать типы рекламной кампании “Охват на сервисах Яндекса и площадках партнерах(РСЯ)”, “Охват в новой вкладке Яндекс Браузера”, “«Заметность на Поиске Яндекса” итд.

**Директ**

Кампании Группы Объявления Ставки и фразы Фильтры фидов Ретаргетинг и аудитории Профили пользователей

Добавить

direct-test-2023

70 697,52 ₽  
хватит на 4 дня

Пополнить

Обзор

Кампании

Рекомендации

Статистика

Библиотека

Инструменты

Информация

Платежи и документы

Кампания

От типа кампании зависит, где будут показываться объявления

Группы

Пустая группа, в которой можно создать до 50 новых объявлений

Объявление

Форма создания нового объявления, где вы сможете настроить его

Ключевые фразы

Подборщик ключевых слов, который поможет найти нужные слова

Пакетную стратегию

Стратегию, которую можно использовать в нескольких кампаниях одновременно

— Weekend  
Перейти Редактировать Статистика

№ 64239684  
MBS – Платья и тренчи – Мск и СПб – New Limit  
Перейти Редактировать Статистика

№ 64099753  
MBS – Платья – Мск и СПб – Old

Бюджет и стратегия

395 040,00 ₽ / нед

4 000,00 ₽ / нед  
Оптимизация кликов

500,00 ₽ / нед  
Оптимизация кликов

4 000,00 ₽ / нед  
Оптимизация кликов

8 000,00 ₽ / нед  
Оптимизация кликов

2 000,00 ₽ / нед  
Оптимизация конверсий

Места

Поиск

Поиск

Поиск и РСЯ

Поиск и РСЯ

Поиск и РСЯ

Показы

250 457

0

0

0

0

0

Клики

2 127

0

0

0

0

0

Конверсии

28

0

0

0

0

0

CPA, ₽

2 372,90

–

–

–

–

–

CPC, ₽

31,24

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

CTR, %

0,85

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

Доход, ₽

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

Расход, ₽

66 441,33

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

0,00

**Директ**

Кампании Группы Объявления Ставки и фразы Фильтры фидов Ретаргетинг и аудитории Профили пользователей

Добавить

direct-test-2023

70 697,52 ₽  
хватит на 4 дня

Пополнить

Обзор

Кампании

Рекомендации

Статистика

Библиотека

Инструменты

Информация

Платежи и документы

Ссылка на сайт, соцсеть, маркетплейс или приложение

У меня нет сайта

Мастер кампаний Режим эксперта Рекламная подписка

Создайте и запустите кампанию за 5 минут

Конверсии и трафик

Универсальные объявления с оплатой за переходы или действия пользователей

Товарная кампания

Простая настройка рекламы товаров с оплатой за результат — одна кампания на все площадки

Продажи на маркетплейсах

Реклама товаров и магазинов на Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет и Маркет с оплатой за результат

Узнаваемость и охват

Оплата за показы уникальных баннеров и видеороликов

Продвижение телеграм-канала

Объявления из лент увеличат посещаемость канала и привлекут новых подписчиков

Установки и конверсии в приложении

Оплата за установки и действия пользователей в приложениях на iOS и Android

**Укажите ссылку на рекламируемую страницу — на ваше сообщество во ВКонтакте. Выберите места показа рекламы.**

## Создание кампании

Ссылка на сайт, соцсеть, маркетплейс или приложение

[У меня нет сайта](#)

Мастер кампаний

Режим эксперта

Рекламная подписка

### Расширенные инструменты для профессиональных маркетологов

#### Конверсии, продажи и трафик



Универсальные объявления  
с оплатой за переходы или  
действия пользователей

#### Продажи товаров



Реклама для продажи  
товаров на Поиске,  
в товарной галерее  
и в Рекламной сети

#### Установки и конверсии в приложении



Оплата за установки  
и действия пользователей  
в приложениях на iOS  
и Android

#### Охват в Рекламной сети Яндекса



Оплата за показы  
и просмотры

#### Охват в новой вкладке Яндекс Браузера



Оплата за показы

#### Охват на сервисах Яндекса



Оплата за показы  
с фиксированной  
стоимостью

#### Заметность на Поиске Яндекса



Оплата за переходы  
по баннеру справа  
от результатов Поиска

## Места показа рекламы ?

- ☐ Поиск и Рекламная сеть Яндекса  
Максимальная аудитория для вашей рекламы
- ☒ Поиск Яндекса  
Привлекайте пользователей, которые ищут ваши товары и услуги прямо сейчас
- ☐ Рекламная сеть Яндекса  
Охватите посетителей десятков тысяч сайтов, которым могут быть интересны ваши товары и услуги

**Поиск** — для “горячих” клиентов, которые ищут информацию по этому запросу прямо сейчас.

**РСЯ** — для визуальной рекламы, охвата и привлечения новых клиентов.

**Ретаргетинг** — для повторных рекламных кампаний, направленных на клиентов, которые интересовались обучением или услугами.

**Выберите стратегию, назначьте бюджет, выберите модель атрибуции и поставьте максимальную цену клика.**

## Стратегия

Стратегия

Максимум конверсий ▾

С оплатой

За клики ▾

Недельный бюджет

₽

Ограничение расхода

Средняя цена конверсии ▾

Поле для ввода будет рядом с целью

### Счётчики Яндекс.Метрики ?

Добавьте счётчик

### Целевые действия и их цена

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Цена — сумма, которую вы готовы платить за достижение посетителем этой цели.

Добавить цель

Чтобы выбрать цель, необходимо сначала добавить счетчик

Дополнительные настройки ^

### Модель атрибуции

Последний переход из Яндекс.Директа кросс-девайс ▾

### Максимальная цена клика

₽

**Привяжите счетчик Яндекс Метрики, настроенный на вашу группу ВКонтakte.**

**Настройте расписание показов.**

## Расписание показов

Часовой пояс: Россия, Москва

Включить почасовую настройку



Показывать объявления

Ежедневно



00:00



24:00

В праздничные дни

По расписанию соответствующего дня недели



Начало кампании

Сегодня, 07.12.2022

Добавить дату окончания

**Настройте географию показов.**



## География показов ?

- ☒ Страны, области, города  
Регионы, где представлен ваш бизнес, есть филиалы или работает доставка.
- ☐ Точные местоположения  
Области на карте, в которых важно показать рекламу. Например, область, где до кофейни меньше 5 минут пешком.

Страны, области, города

Введите или выберите из списка

Всеволожский район

Москва

Санкт-Петербург

Россия

**Настройте автотаргетинг, ключевые слова и минус-фразы.**



**Добавьте корректировки: по полу, возрасту, устройствам, платежеспособности**

**и другие.**

**Напишите заголовки и тексты объявлений.**

Пример:

– **Заголовок 1:** Вступай в сообщество!

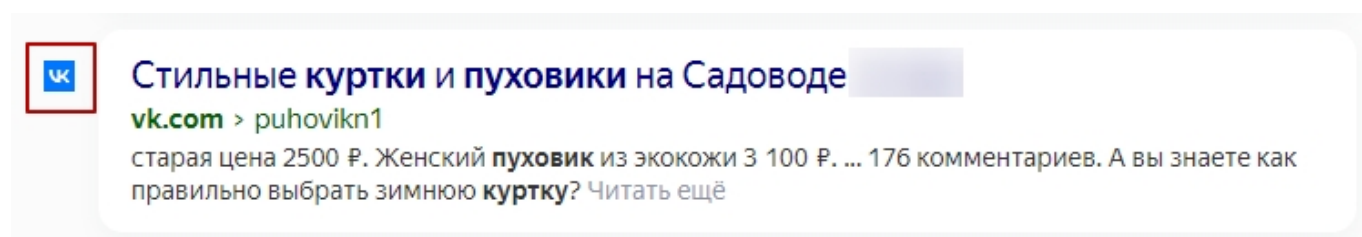
– **Заголовок 2:** Новости, акции и советы

**Описание:** Подпишись на группу ВКонтакте, будь в курсе новинок и получай скидки!

В ленте и РСЯ они ничем не будут отличаться от обычных контекстных, кроме того, что будет добавлен логотип ВК.

Запускайте сразу несколько объявлений в кампании, а не одно. Это позволит быстрее понять, какие креативы и тексты эффективнее действуют на целевую аудиторию.

Удаляйте неэффективные.

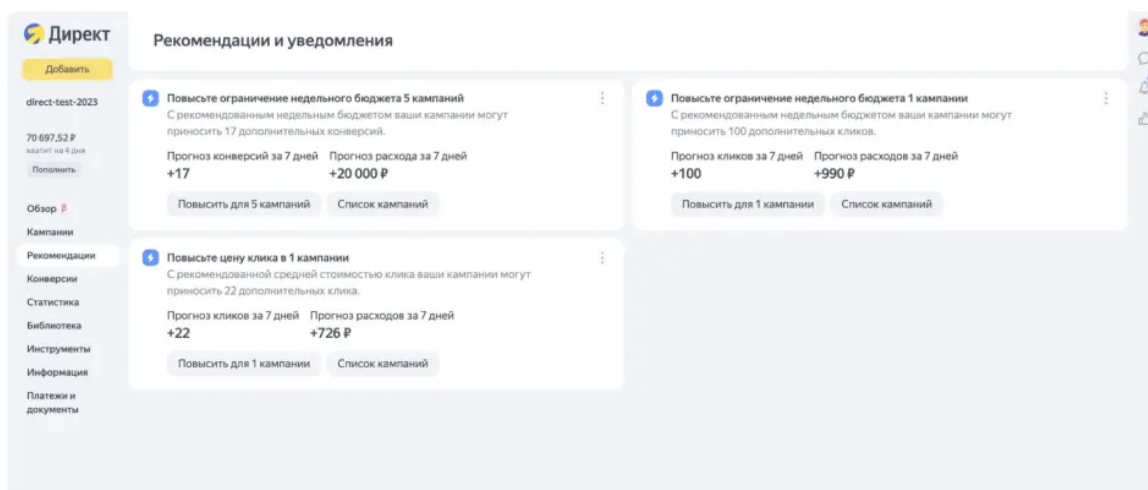


The image shows a screenshot of a VK advertisement. On the left is the VK logo. The main text of the ad is 'Стильные куртки и пуховики на Садовом' (Stylish jackets and down jackets on Sadovoye). Below this is the URL 'vk.com > puhovikn1'. The description text reads: 'старая цена 2500 Р. Женский пуховик из экокожи 3 100 Р. ... 176 комментариев. А вы знаете как правильно выбрать зимнюю куртку? Читать ещё' (old price 2500 R. Women's down jacket from eco-leather 3 100 R. ... 176 comments. And do you know how to choose a winter jacket? Read more).

### **Анализ рекламной кампании**

Результаты рекламы группы ВКонтакте в Яндекс Директе можно посмотреть в Яндекс Метрике, если вы прикрепili к сообществу счетчик перед тем, как запустить объявления.

В личном кабинете есть вкладка рекомендации с готовыми предложениями от умных алгоритмов, которые помогут увеличить эффективность рекламных кампаний.



## Продвижение группы или канала Телеграм

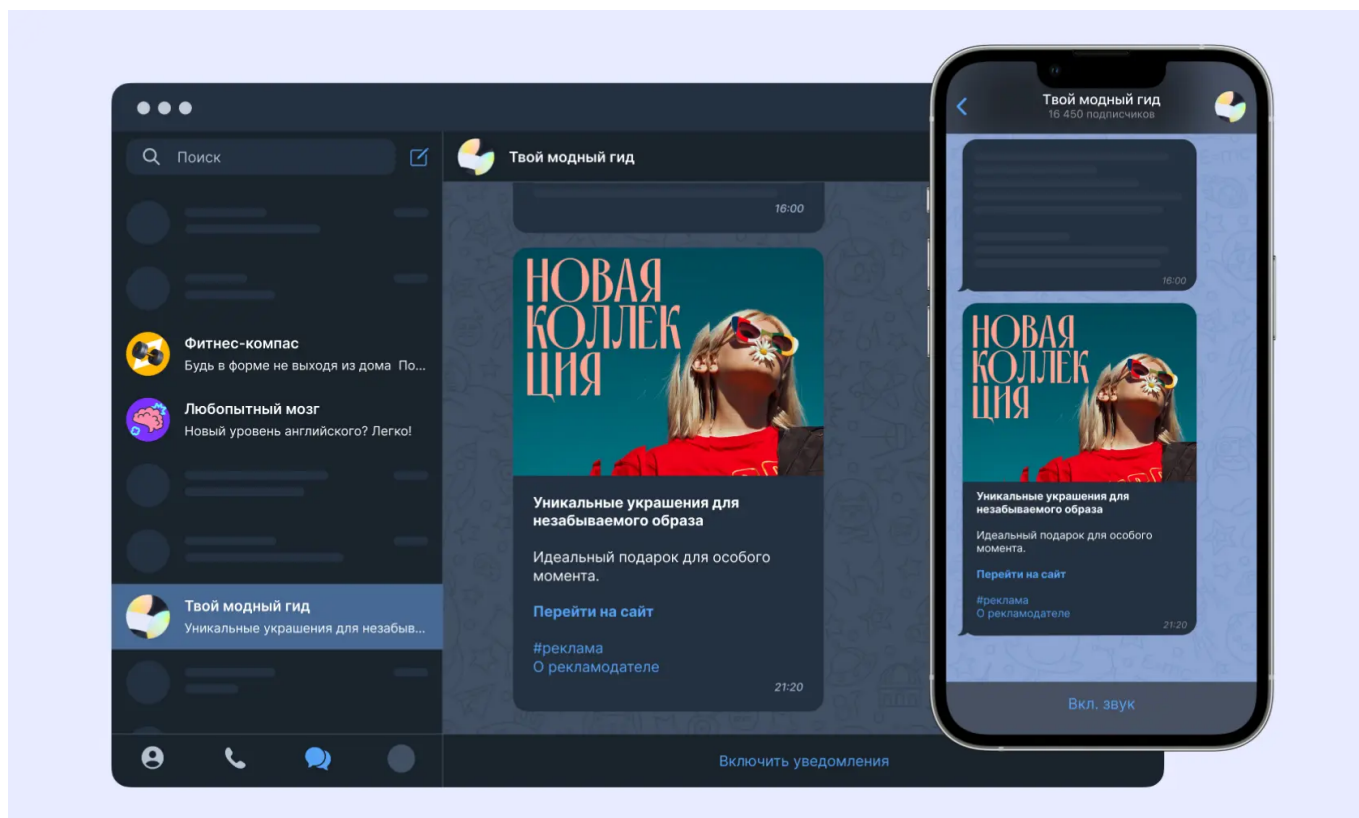
Рекламное объявление выходит как обычный пост в разных телеграм-каналах на 48 часов, поэтому его увидят даже пользователи с подпиской Telegram Premium.

Реклама в Telegram оплачивается по модели CPC (Cost per Click) — цена за клик. Вы платите, только если пользователь кликает на ваше объявление.

Рекламное объявление может содержать:

- в верхней части поста — изображение или видеоролик;
- заголовок со ссылкой;
- основной текст объявления — описание товара, услуги или спецпредложения;
- хештег “Реклама”;
- информация о рекламодателе — это текст, в который зашита ссылка на страницу с данными для маркировки;
- возрастное ограничение, дисклеймер — если требуются.

**Важно!** Маркировка рекламы добавляется автоматически, достаточно один раз заполнить данные в Яндекс Директе.



## Алгоритм запуска

**Создайте новую кампанию**, использовать статью не получится.

**Зайдите в Личный кабинет в Директе.**

На панели слева нажмите “Добавить” → “Кампанию”.

Зайдите во вкладку “Режим эксперта” и выберите “Единая перформанс-кампания”.

На открытой странице для настройки кампании, в пункте “Места показа рекламы” выберите “Телеграм-каналы”.

### Места показа рекламы ?

β Телеграм-каналы



Поиск и Рекламная сеть Яндекса

β Телеграм-каналы



Ручная настройка

**Автоматически устанавливается стратегия “Максимум кликов”** — другие варианты недоступны. Укажите недельный бюджет кампании и максимальную стоимость клика.

### Стратегия

Стратегия

Максимум кликов

С оплатой

За клики

Недельный бюджет

20 000 ₽

Максимальная цена клика

150 ₽

Счётчики Яндекс.Метрики

Добавьте счётчик

#### Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика.  
Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

Вовлеченные сессии

0,3 ₽

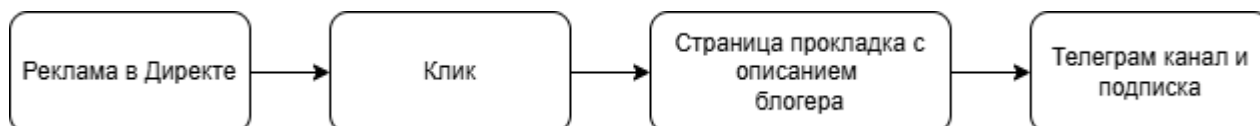
×

Добавить цель

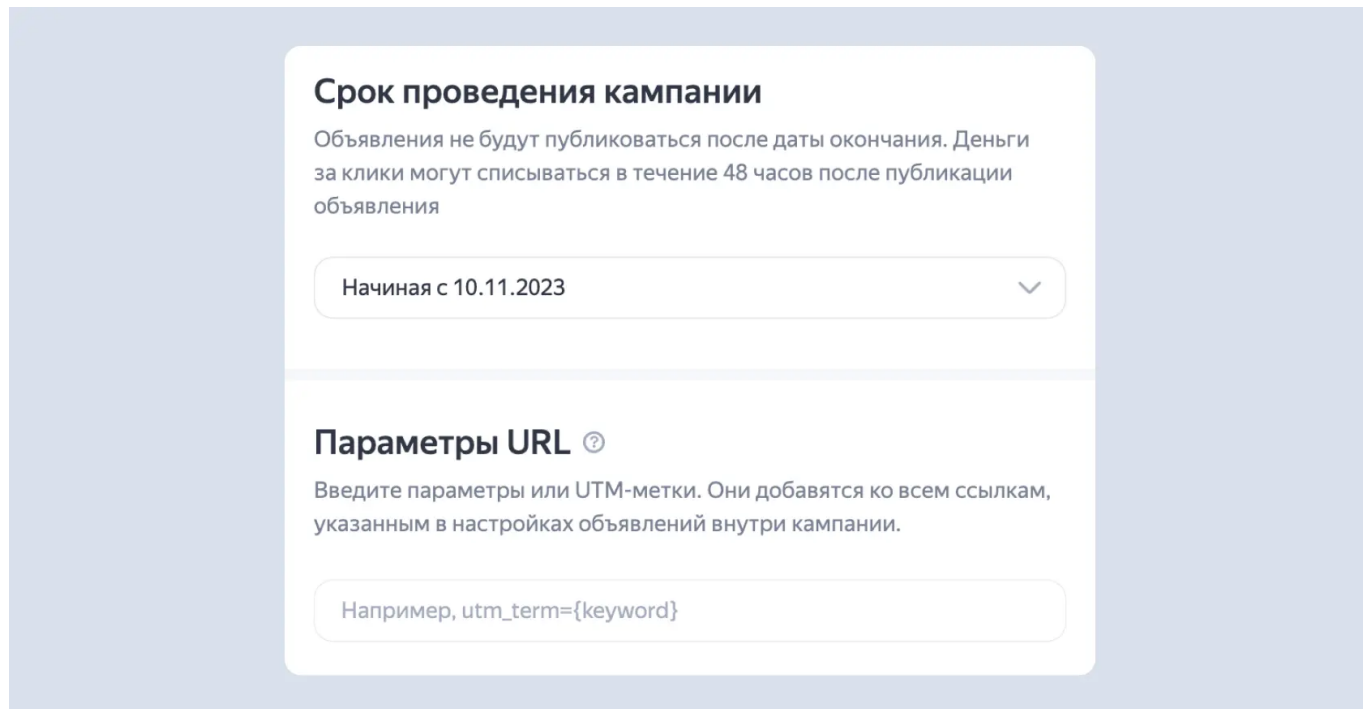
Чтобы выбрать цель, необходимо сначала добавить счетчик

Дополнительные настройки

**Необязательная, но полезная настройка.** На этом этапе можно добавить счётчики Яндекс Метрики и целевые действия. Напрямую счетчик установить в Телеграм нельзя, но можно сделать сайт-одностраничник, например, на Тильде, который уже будет переводить на телеграм канал.



Укажите период, в течение которого будут публиковаться объявления, в пункте “Сроки проведения кампании”.



The screenshot shows a light blue background with a white rounded rectangle containing two sections. The first section is titled 'Срок проведения кампании' (Campaign duration) and includes a text block explaining that ads won't be published after the end date and that click costs are billed within 48 hours. Below this is a date selector showing 'Начиная с 10.11.2023' (Starting from 10.11.2023) with a dropdown arrow. The second section is titled 'Параметры URL' (URL parameters) with a help icon. It includes a text block explaining that parameters or UTM tags will be added to all links. Below is a text input field with the placeholder 'Например, utm\_term={keyword}' (For example, utm\_term={keyword}).

**Срок проведения кампании**

Объявления не будут публиковаться после даты окончания. Деньги за клики могут списываться в течение 48 часов после публикации объявления

Начиная с 10.11.2023

**Параметры URL** ⓘ

Введите параметры или UTM-метки. Они добавятся ко всем ссылкам, указанным в настройках объявлений внутри кампании.

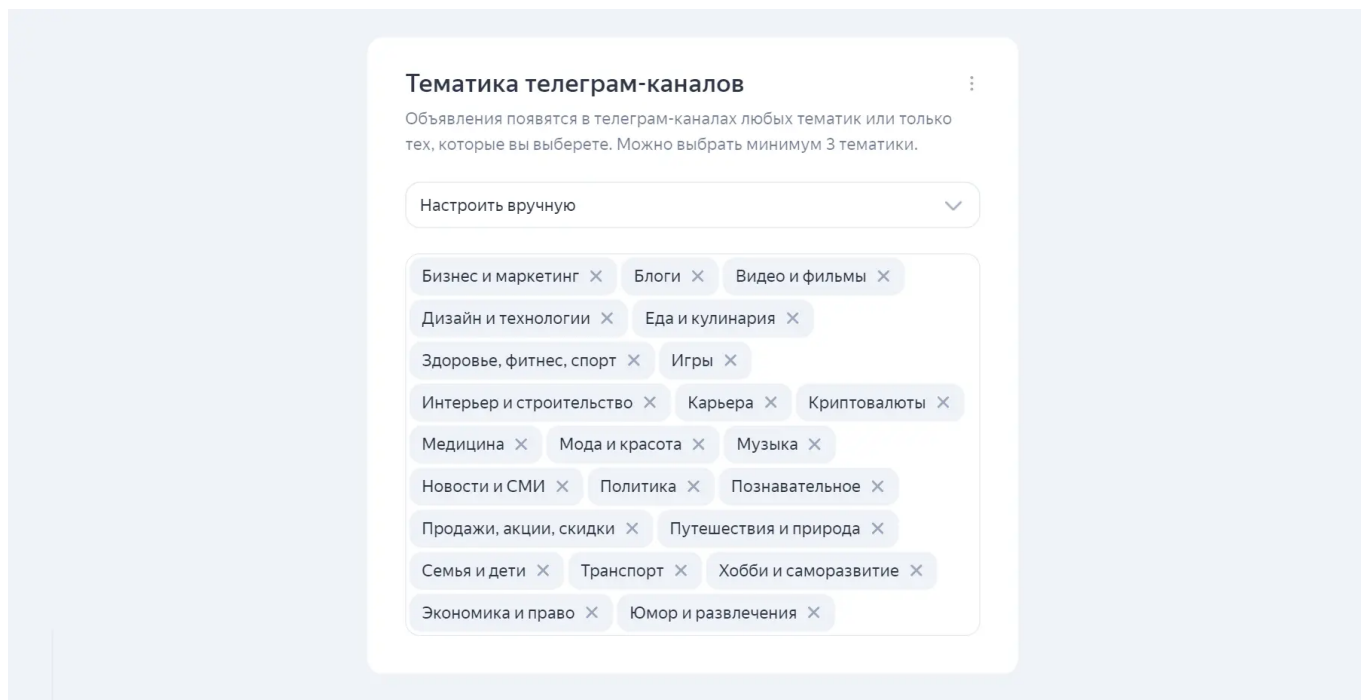
Например, utm\_term={keyword}

Укажите, в каких регионах хотите показывать объявление, в пункте “География телеграм-каналов”.

В разделе “Тематика телеграм-каналов” по умолчанию выбраны каналы любых тематик. Если настроить выбор, нажмите “Настроить вручную”.

Если хотите, чтобы в определенных каналах пост не показывался, это можно настроить в разделе “Исключение конкретных каналов из показов”, их надо перечислить через запятую или пробел.

Нажмите “Продолжить”.



Создайте объявление. Придумайте заголовок и текст для объявления. Максимальный суммарный объем — 764 символа с пробелами. Текст можно форматировать — выделять полужирным, курсивом, подчеркиванием и зачеркиванием. Можно добавить изображение или видео весом до 10 МБ.

Прикрепите кнопку действия, например, “Оставить заявку”.



## Кнопка ?

Повысьте эффективность объявления в Telegram за счёт подходящего призыва к действию и ссылки на кнопку.

Текст на кнопке

Текст по умолчанию ▾