



Genius Incubator

M&D
МАРКЕТИНГ

Урок 2

Аудитории в Фейсбук





- ЧТО ТАКОЕ ЦА
- ОШИБКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ
- КАК ОПРЕДЕЛЯТЬ ЦА
- ТИПЫ АУДИТОРИЙ В FACEBOOK
- ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЕ
- LOOKALIKE
- СОХРАНЕННЫЕ
- КАК РАБОТАТЬ С АУДИТОРИЯМИ



Целевая аудитория - это:

группа людей, которые являются потенциальными клиентами нашего бизнеса. То есть им потенциально нужна наша услуга или товар.

У этих людей есть общие признаки:

- гендерные
- локация
- интересы
- занятость
- боли, которые решает наш бизнес и другие.



Целевая аудитория

Что тебе даст знание ЦА:

- понимание КАК ПРОДАТЬ продукт/услугу
- понимание КАКИЕ именно БОЛИ решает твой продукт/услуга
- понимание ГДЕ найти свою аудиторию – площадка
- возможность настроить качественную РК, приносящую результаты



Genius Incubator

MD
маркетинг

С КАКИМИ ОШИБКАМИ МЫ ЧАЩЕ ВСЕГО СТАЛКИВАЕМСЯ В РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ



ЦА. Ошибки

01

Все люди - моя целевая аудитория

Маркетолог: Опишите портрет ЦА для Вашей услуги/продукта

КЛИЕНТ: Нууу....мои клиенты ВСЕ!

Возраст 18-60, ведь моя услуга/продукт нужна всем



ЦА. Ошибки

01

Все люди - моя целевая аудитория

Маркетолог: Опишите портрет ЦА для Вашей услуги/продукта

КЛИЕНТ: Нууу....мои клиенты ВСЕ!

Возраст 18-60, ведь моя услуга/продукт нужна всем

Контрольный вопрос: КТО У ВАС ПОКУПАЕТ ЧАЩЕ ВСЕГО ЭТУ УСЛУГУ/ПРОДУКТ?

ИХ ВОЗРАСТ?



ЦА. Ошибки

02

ВЫДАЕМ ЖЕЛАЕМУЮ ЦА ЗА РЕАЛЬНУЮ!

Маркетолог: Опишите портрет ЦА для Вашей услуги/продукта

КЛИЕНТ: Это предприниматели и/или айтишники!

Они ведь платежеспособные. Значит им проще продать.



Резюмируем



Понимание ЦА важно как для вас, так и для специалистов.

зная кто твой клиент и какие боли закрывает продукт может зависеть результат



ЦА – ВСЕ не подходит

Слишком широкая выборка с разными болями. Вероятность результата ниже
гораздо.

Бывает РЕАЛЬНАЯ ЦА и ЖЕЛАЕМАЯ.



Genius Incubator

MD
маркетинг

АУДИТОРИИ В FACEBOOK



Аудитория

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННАЯ

Аудитория по готовой базе либо по каким либо критериям (например: вовлеченные в публикации; лиды и т.д.)

Похожая

Сохраненная



Аудитория

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННАЯ

Аудитория по готовой базе либо по каким либо критериям (например: вовлеченные в публикации; лиды и т.д.)

Похожая

ФБ самостоятельно отбирает пользователей похожих на первоисточник (Индивидуализированная аудитория)

Сохраненная



Аудитория

ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННАЯ

Аудитория по готовой базе либо по каким либо критериям (например: вовлеченные в публикации; лиды и т.д.)

Похожая

ФБ самостоятельно отбирает пользователей похожих на первоисточник (Индивидуализированная аудитория)

Сохраненная

Собранная вручную таргетологом по ряду параметров.



Как собирать аудитории

01

В инструменте “Аудитории”

Ads Manager – Выпадающее окно вверху – Аудитории

02

При настройке РК

В настройке группы объявлений

03

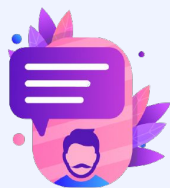
При запуске промо поста

В ФБ или Инстаграм



Genius Incubator

MD
маркетинг



Рассмотрим детальнее



Genius Incubator

MD
маркетинг

Важные моменты



Это важно !



Прежде, чем работать с аудиторией подписчиков

узнай как привлекали эту аудиторию!



Используй LookaLike аудитории

если есть база клиентов – не пренебрегай этим



Для аудитории по БАЗЕ нужен БМ

без него ты не сможешь сформировать аудиторию



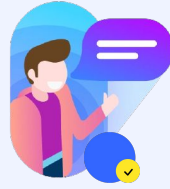
Не делай ставку только на одну ЦА

даже при собранном LAL по базе клиентов, собери Сохраненную ЦА для А/В теста



Genius Incubator

MD
маркетинг

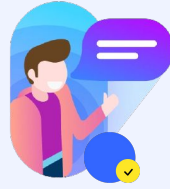


Сохраненная аудитория



Genius Incubator

MD
маркетинг



Важные моменты



Минимум один критерий соответствия

в окне “детальный таргетинг” из всех собранных там интересов



Потенциальный охват

Обращай внимание на этот параметр при формировании аудитории



О путешественниках

Это НЕ всегда путешественники. Можешь захватить студента!



Исключай лишних

Ты можешь исключить конкретные интересы



Интерес предпринимательство ≠ Предприниматель

Все, кому не лень интересуются предпринимательством.



Genius Incubator

MD
маркетинг



НЕ ВСЕГДА НАШИ ИНТЕРЕСЫ В FACEBOOK

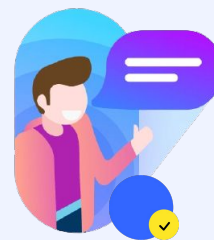
СООТВЕТСТВУЮТ РЕАЛЬНЫМ ИНТЕРЕСАМ. УЧТИ ЭТО



Genius Incubator

MD
маркетинг

4 ТИПА СОХРАНЕННЫХ АУДИТОРИЙ





УСЛОВНО разделим на 4 типа:

01

Узкая

УЗКАЯ – Максимально целевые пользователи (по нашему мнению).

Даем ФБ, насколько возможно, узкую выборку для работы. Снижаем вероятность показать РК “не тем”. НО, в то же время, связываем руки алгоритму и не даем возможность нормально оптимизироваться. **Самый дорогой CPM**



УСЛОВНО разделим на 4 типа: 


01

Узкая

02

Средняя

СРЕДНЯЯ – Как правило, сегментированная и/или суженная аудитория. 

Мы сами сужаем аудиторию и таким образом даем ФБ работать с подготовленной ЦА. Сужаем круг поиска и таким образом увеличиваем вероятность найти наших клиентов. 





УСЛОВНО разделим на 4 типа:

- 01 Узкая
- 02 Средняя
- 03 Широкая

ШИРОКАЯ – Широкая аудитория, как правило с одним набором интересов.



УСЛОВНО разделим на 4 типа:



БЕЗ ИНТЕРЕСОВ – Обширная аудитория, которую ты ограничиваешь только возрастом и/или геолокацией.

ФБ сам будет оптимизировать РК и выбирать из аудитории целевых пользователей

Самый дешевый CPM



Genius Incubator

MD
маркетинг

СУЖЕНИЯ

СОХРАНЕННОЙ АУДИТОРИ





СУЖЕНИЯ СОХРАНЕННОЙ АУДИТОРИИ

Детальный таргетинг ¹ Включить людей, которые соответствуют ¹

Демографические интересы > Работа > Должности > Business

Business

Интересы > Бизнес и индустрия

Малый бизнес

Предпринимательство

Интересы > Дополнительные интересы > Индивидуальный предприниматель

Индивидуальный предприниматель

Интересы > Дополнительные интересы > Малый и средний бизнес

Малый и средний бизнес

Добавьте демографические данные, | [Рекомендации](#) | [Просмотр](#)

а также ¹ X

Интересы > Дополнительные интересы > Деловой туризм

Деловой туризм

Интересы > Дополнительные интересы > Инвестиции в недвижимость

Инвестиции в недвижимость

Интересы > Дополнительные интересы > Пентхаус

Пентхаус

Интересы > Дополнительные интересы > First class travel

First class travel

Интересы > Дополнительные интересы > Luxury Resorts

Добавьте демографические данные, | [Рекомендации](#) | [Просмотр](#)



Genius Incubator

MD
маркетинг

СУЖЕНИЯ СОХРАНЕННОЙ АУДИТОРИ

Грамотное сужение аудитории позволит тебе исключить нецелевых пользователей или людей со “случайными” интересами



Как это сделать?

- 01 разбей интересы по группам
- 02 “смежные” интересы – в одну группу
- 03 обращай внимание на потенциальных охват



СУЖЕНИЯ СОХРАНЕННОЙ АУДИТОРИИ

Детальный таргетинг ⓘ Включить людей, которые соответствуют ⓘ

Демографические интересы > Работа > Должности > Business

Business

Интересы > Бизнес и индустрия

Малый бизнес

Предпринимательство

Интересы > Дополнительные интересы > Индивидуальный предприниматель

Индивидуальный предприниматель

Интересы > Дополнительные интересы > Малый и средний бизнес

Малый и средний бизнес

Добавьте демографические данные, | [Рекомендации](#) | [Просмотр](#)

а также ⓘ X

Интересы > Дополнительные интересы > Деловой туризм

Деловой туризм

Интересы > Дополнительные интересы > Инвестиции в недвижимость

Инвестиции в недвижимость

Интересы > Дополнительные интересы > Пентхаус

Пентхаус

Интересы > Дополнительные интересы > First class travel

First class travel

Интересы > Дополнительные интересы > Luxury Resorts

Добавьте демографические данные, | [Рекомендации](#) | [Просмотр](#)