

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

В настоящее время для любого бизнеса важно найти быстрый и короткий путь к целевой аудитории. Таргетированная реклама — лучший помощник маркетолога, потому что она направлена на определенную целевую аудиторию, отобранную по прошлым запросам пользователей интернета.

Таргетированная реклама в социальных сетях — эффективный канал коммуникации с аудиторией. В своих профилях пользователи указывают информацию, необходимую рекламодателю для поиска групп потенциальных клиентов. Выделяют следующие параметры настройки таргетированной рекламы: демографические (национальность, экономический статус, пол, возраст, образование потребителя); психографические (ценности потребителя как личности, его мнение, образ жизни); ориентированные на поведенческие характеристики (история браузера, история покупок и другие недавние действия); временной (актуальное время для продажи); географический (если потребитель находится в определенный промежуток времени в определенном месте).

Ретаргетинг — один из инструментов интернет-маркетинга, который нацелен на показ рекламных объявлений повторно той же аудитории. Рекламодатели используют поведенческий ретаргетинг для показа объявлений, которые следуют за пользователями после того, как пользователи просмотрели или приобрели определенный товар, просмотрели его в карточке товара или положили в корзину, но не совершили покупку. Преимущество ретаргетинга — возможность обеспечить дополнительные продажи, или кросс-продажи. Рекламные объявления ретаргетинга по CPC (цене за клик) стоят дешевле таргетинга. Однако для настройки ретаргетинга требуется время и определенное количество трафика, полученное органическим способом или за счет рекламы.

TikTok — социальная платформа для публикации вертикальных, желательна музыкальных, видеороликов. Площадка имеет около 800 млн активных пользователей в месяц. К 2022 г. TikTok стал одной из лидирующих социальных платформ в мире.

Наибольшее количество подписчиков среди белорусских брендов отмечается у OZ.by (более 21 тыс.). На втором месте по количеству подписчиков — Symbal.by (более 5 тыс.), на третьем — Минский завод игристых вин (более 4,5 тыс.).

Как работает реклама в TikTok? Известный белорусский развлекательный проект obzooг.by поставил задачу — ускорить рост подписчиков с помощью таргетированной рекламы по минимальной цене. При продвижении столкнулись с проблемами: 1) модераторы отклоняли рекламные объявления; 2) поскольку видеоролики в профиле идут с хештегами, отклонялась большая их часть; 3) в первые часы было сложно определить, есть ли результат; 4) креативы «выгорали» за 2–5 дней. В результате за два месяца удалось привлечь 29 тыс. подписчиков по цене менее 0,02 долл. США за каждого.

Таким образом, TikTok — площадка, которая подходит для быстрого продвижения бизнеса. Каждый месяц настройки становятся более гибкими и точными, а кабинет удобным.

Источники

1. Таргетированная реклама: значение, виды, преимущества [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. — Дата доступа 25.11.2022.

2. TikTok для белорусского бизнеса: как продвигаться, создавать контент и зарабатывать [Электронный ресурс] // Про бизнес. — Режим доступа: <https://www.google.com/amp/s/probusiness.io/amp/marketing/7473-tiktok-dlya-belorusskogo-biznesa-kak-prodvigatsya-sozdavat-kontent-i-zarabatyvat.html>. — Дата доступа: 25.11.2022.

3. Кейс по таргетированной рекламе в TikTok [Электронный ресурс] // CLICKMEDIA — Режим доступа: <https://clickmedia.by/raboty/obzoor-by/>. — Дата доступа: 25.11.2022.