



VK Реклама

Как продвигать лид-формы в VK Рекламе



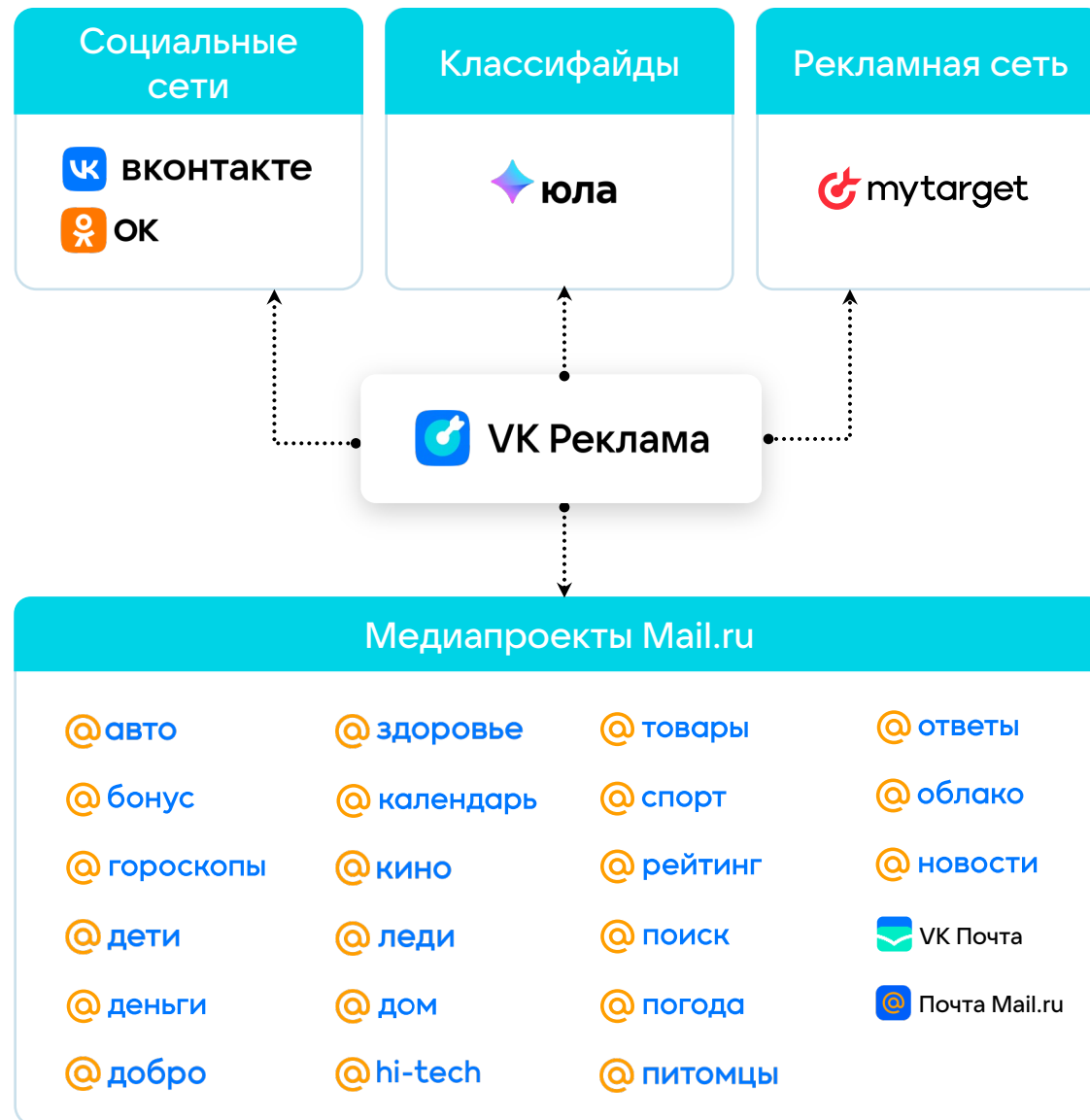
бизнес

Аудитория VK



>95%

аудитории рунета
охватывают ресурсы VK



Аудитория VK



MAU

98,8млн

активных пользователей
в России в месяц



DAU

75,9млн

активных пользователей
в России в день



ВКонтакте: самая популярная соцсеть в России



MAU

84,6 млн

активных пользователей
в России в месяц

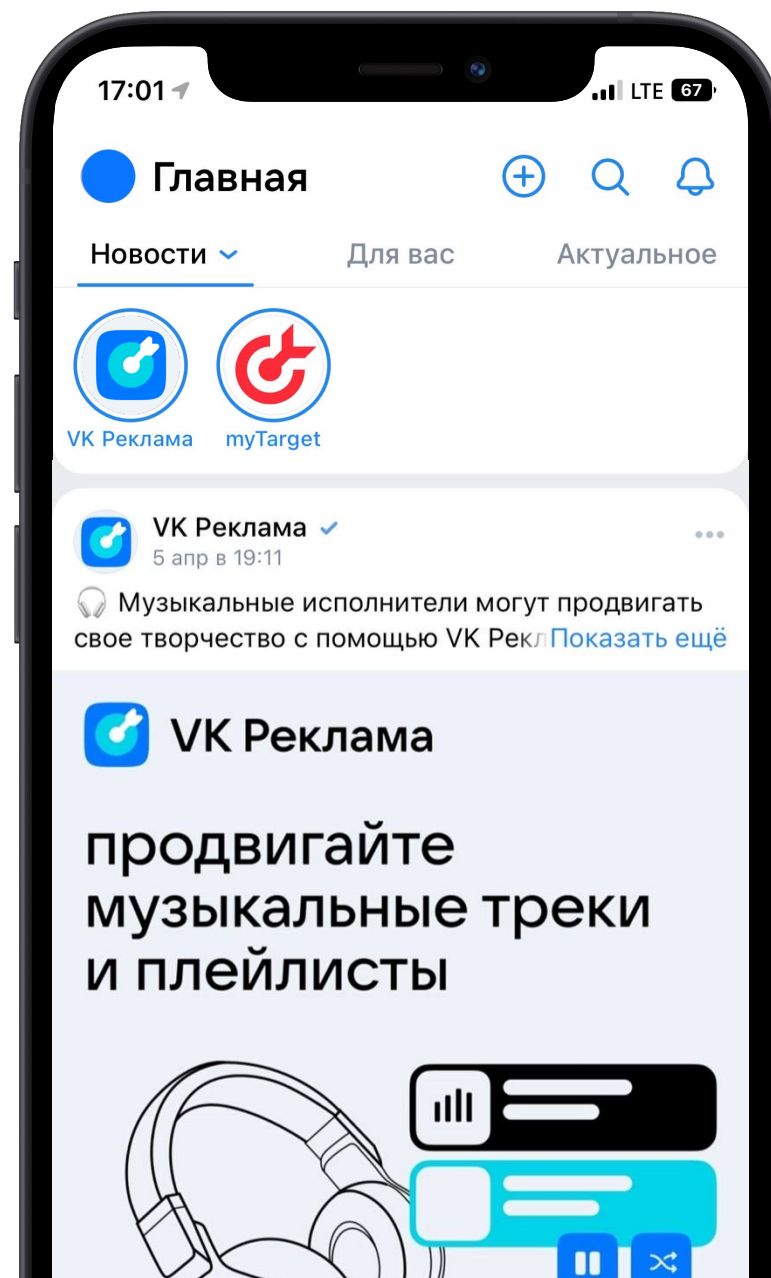


DAU

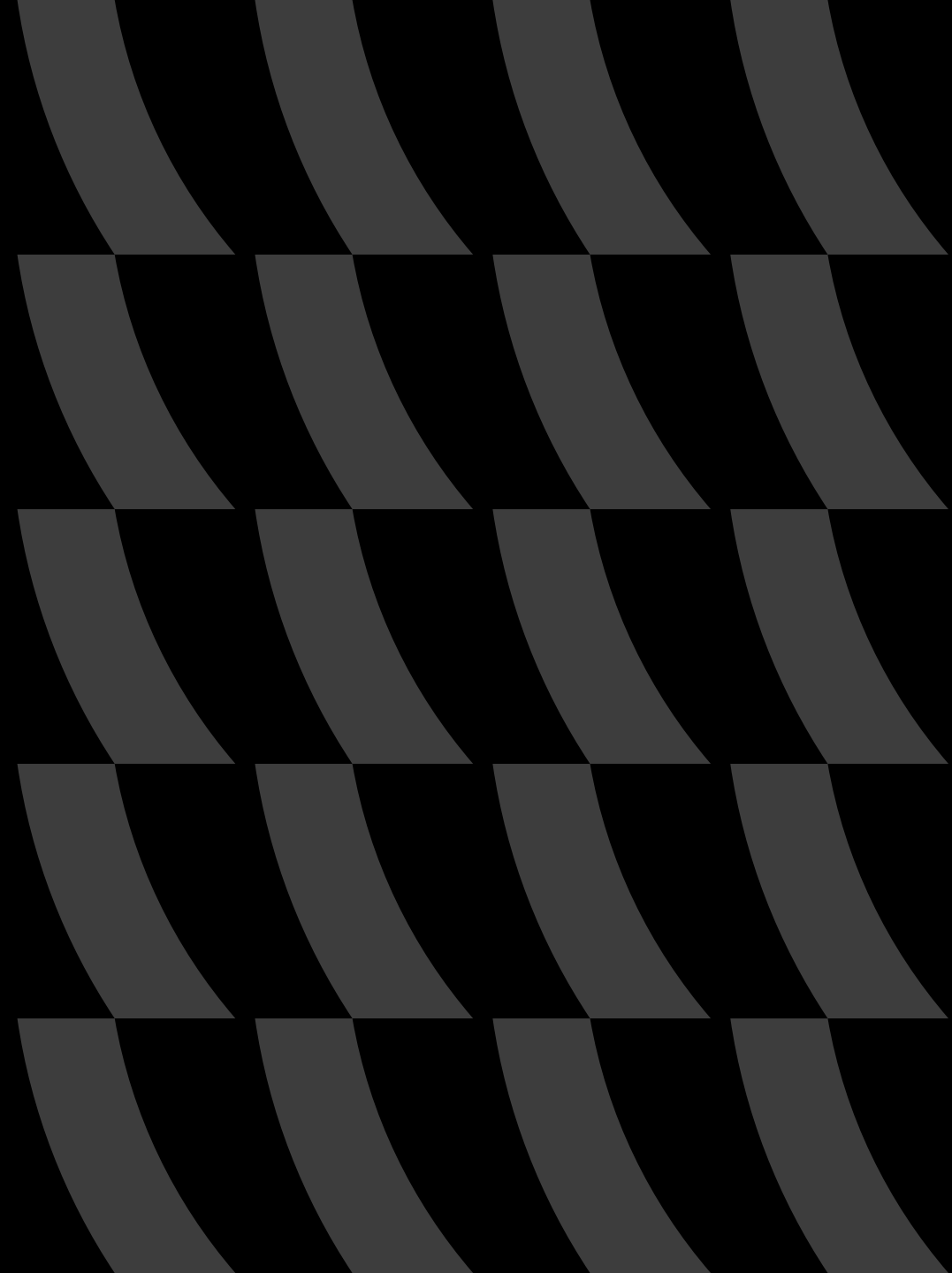
54,2 млн

активных пользователей
в России в день

ВКонтакте, Q2 2023 г.



Что такое VK Реклама и как она работает



VK Реклама – платформа для быстрого запуска эффективной рекламы на проектах VK



Высокие результаты

за счет
автоматизации



Удобство управления

благодаря
трехуровневой
структуре кампаний



Быстрый запуск

за счет адаптации
объявлений под все
площадки



Умное таргетирование

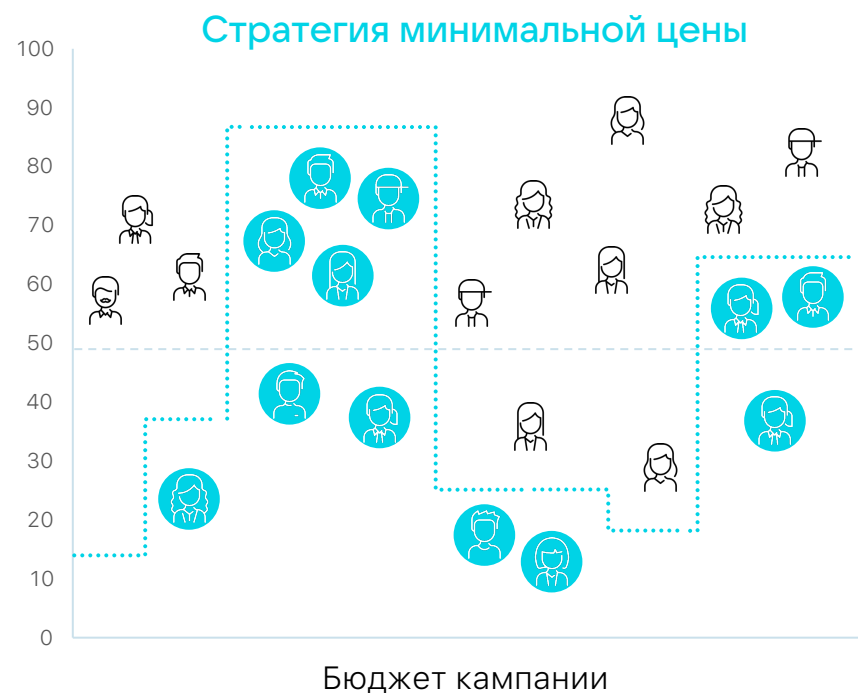
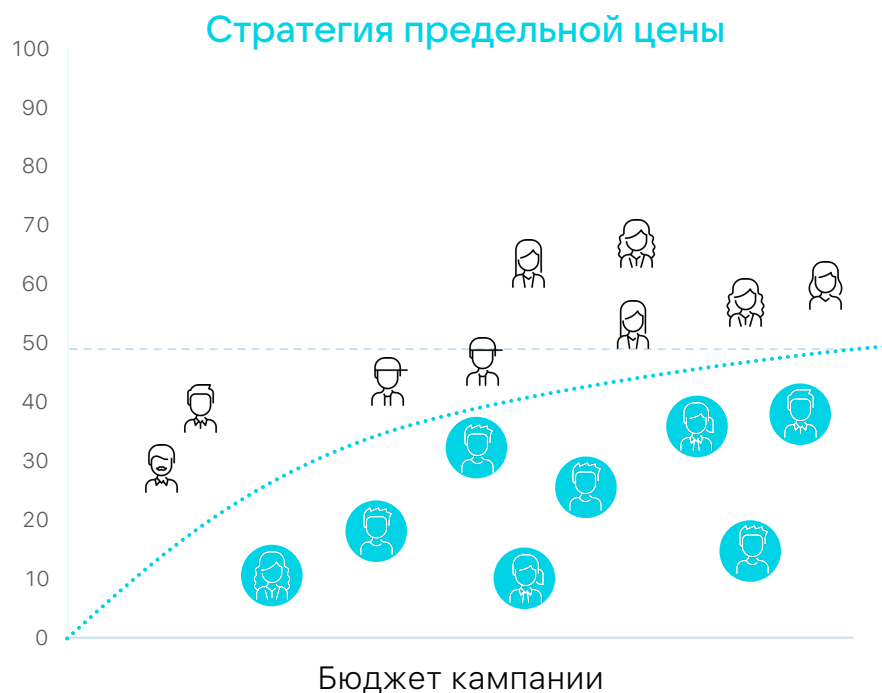
благодаря показу
объявления
в зависимости
от предпочтений
пользователя

Автоматическая система управления ставкой

Расходуйте свой рекламный бюджет еще эффективнее — получайте больше конверсий, исходя из вашей цели

Цель «Максимальное количество событий с ограничением по стоимости»

Цель «Максимальное количество событий за ваш бюджет»



Трехуровневая структура рекламных кампаний

С новой структурой рекламных кампаний стало удобно тестировать гипотезы и таргетинги, а создавать новые кампании и управлять ими стало еще проще и быстрее



Удобное распределение бюджета рекламной кампании между группами объявлений



Удобная сегментация при работе с большим количеством рекламируемых товаров или услуг



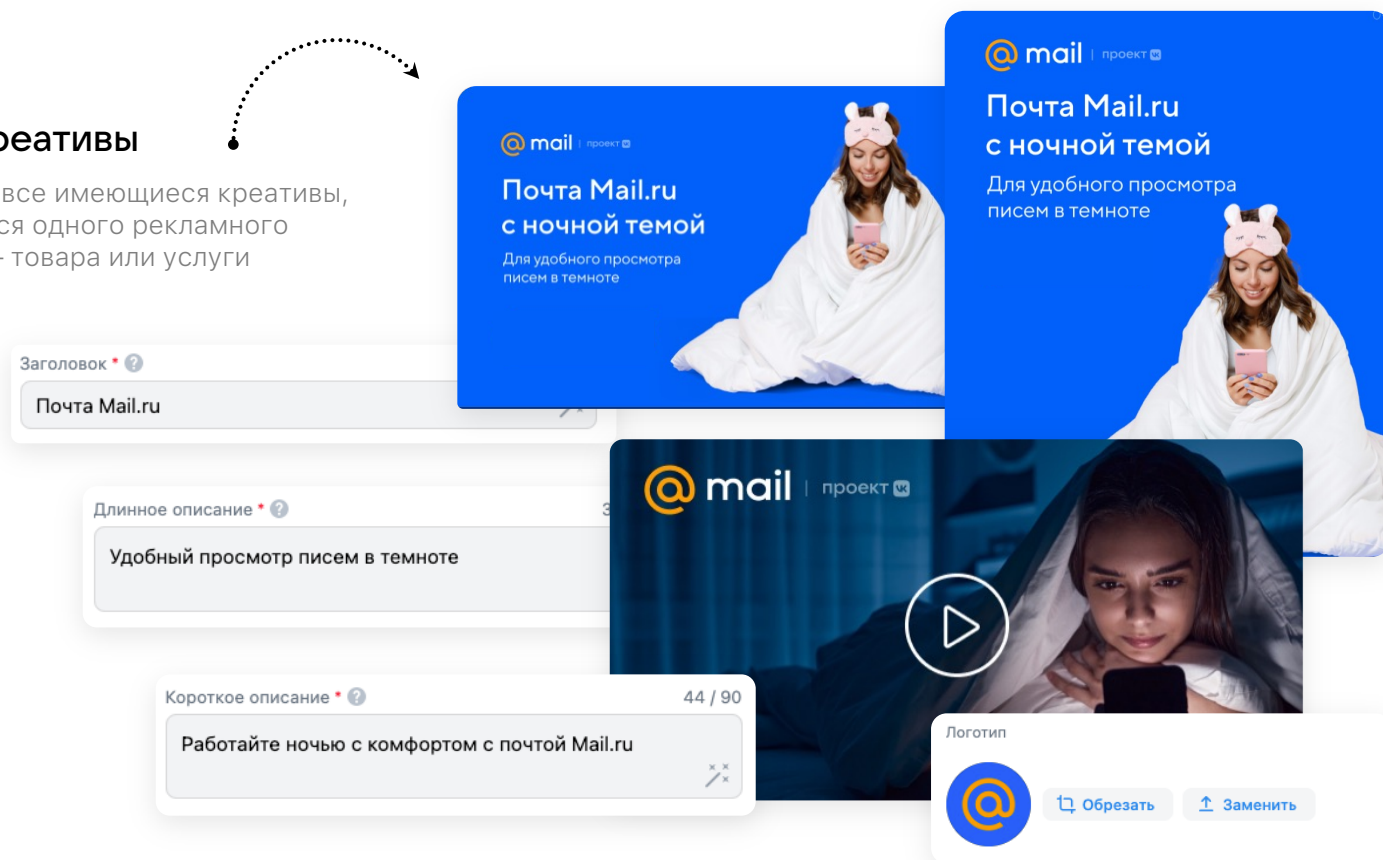
Удобная сегментация при работе с различными рекламными инструментами и настройками

Универсальные объявления

Адаптивный формат позволяет получить доступ ко всем форматам площадок **через одно объявление**

Ваши креативы

Загрузите все имеющиеся креативы, касающиеся одного рекламного концепта – товара или услуги



Медиатека с быстрым доступом к ранее загруженным креативам

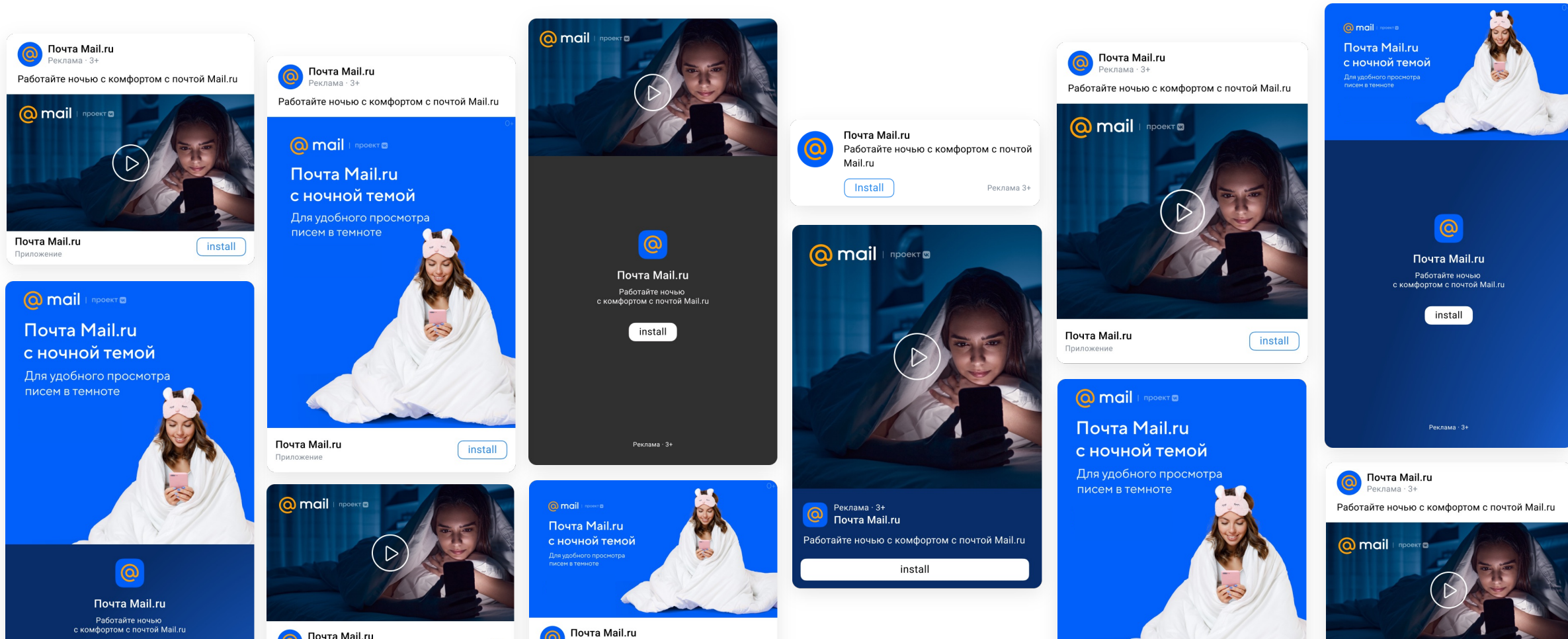


Автогенерация текстов для объявления

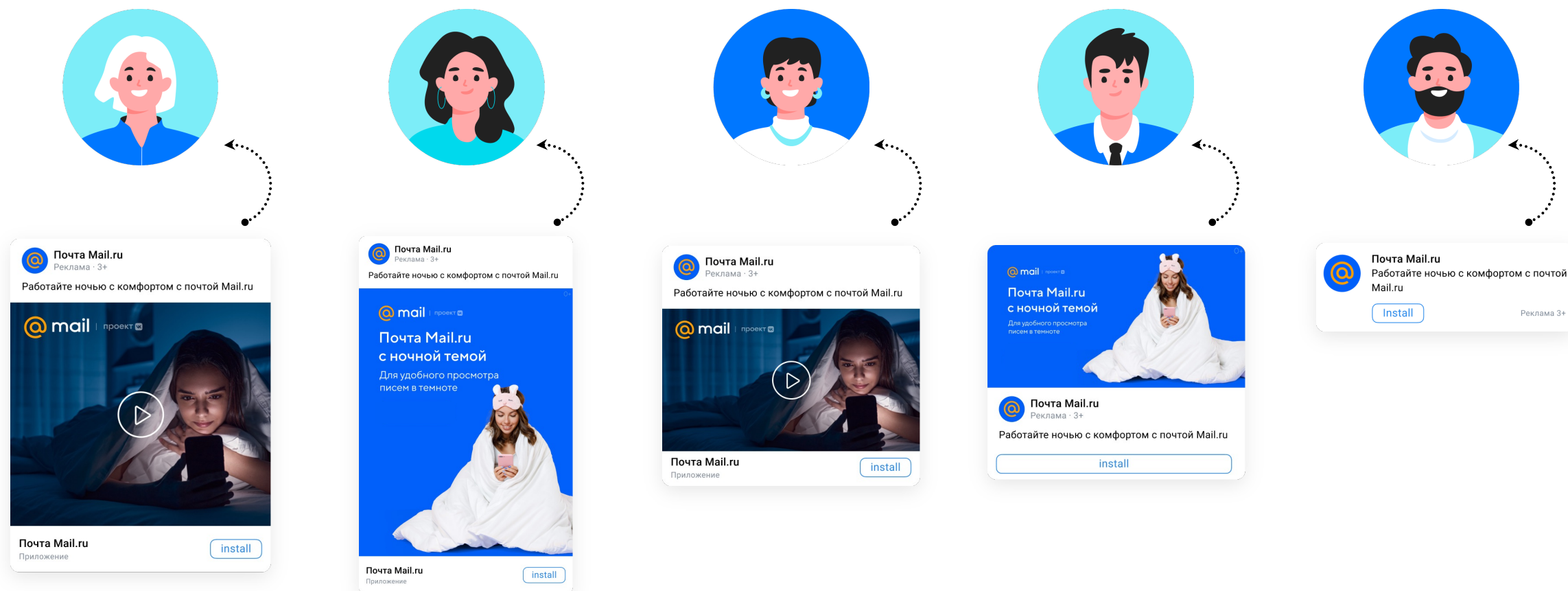


Realtime-превью всех форматов объявлений

Система создаст все варианты креативов для максимального охвата ЦА на всех доступных площадках VK



И подберет наиболее конверсионное сочетание формата креатива для каждого пользователя на каждой площадке VK



В VK Рекламе уже можно продвигать

Сайты



- Трафик на сайт
- Конверсии на сайте

Мобильные приложения



- Установки мобильных приложений
- Конверсии в мобильных приложениях
- Ретаргетинг

Каталоги товаров



Для сайтов и приложений:

- Привлечение потенциальных клиентов
- Динамический ретаргетинг
- Продвижение товаров и услуг в сообществе
- Продвижение товаров из маркетплейсов (beta)

Лид-формы



Сбор контактных данных пользователей, заинтересованных в товаре или услуге - заявки, заказы, регистрации

Сообщества ВКонтakte



- Увеличение подписчиков
- Диалоги с сообществом
- Повышение вовлеченности

Медиаконтент



- Просмотры видеозаписей
- Просмотры трансляций
- Прослушивание и добавление музыки
- Запуск и действия в мини-приложениях VK Mini Apps

Личная страница



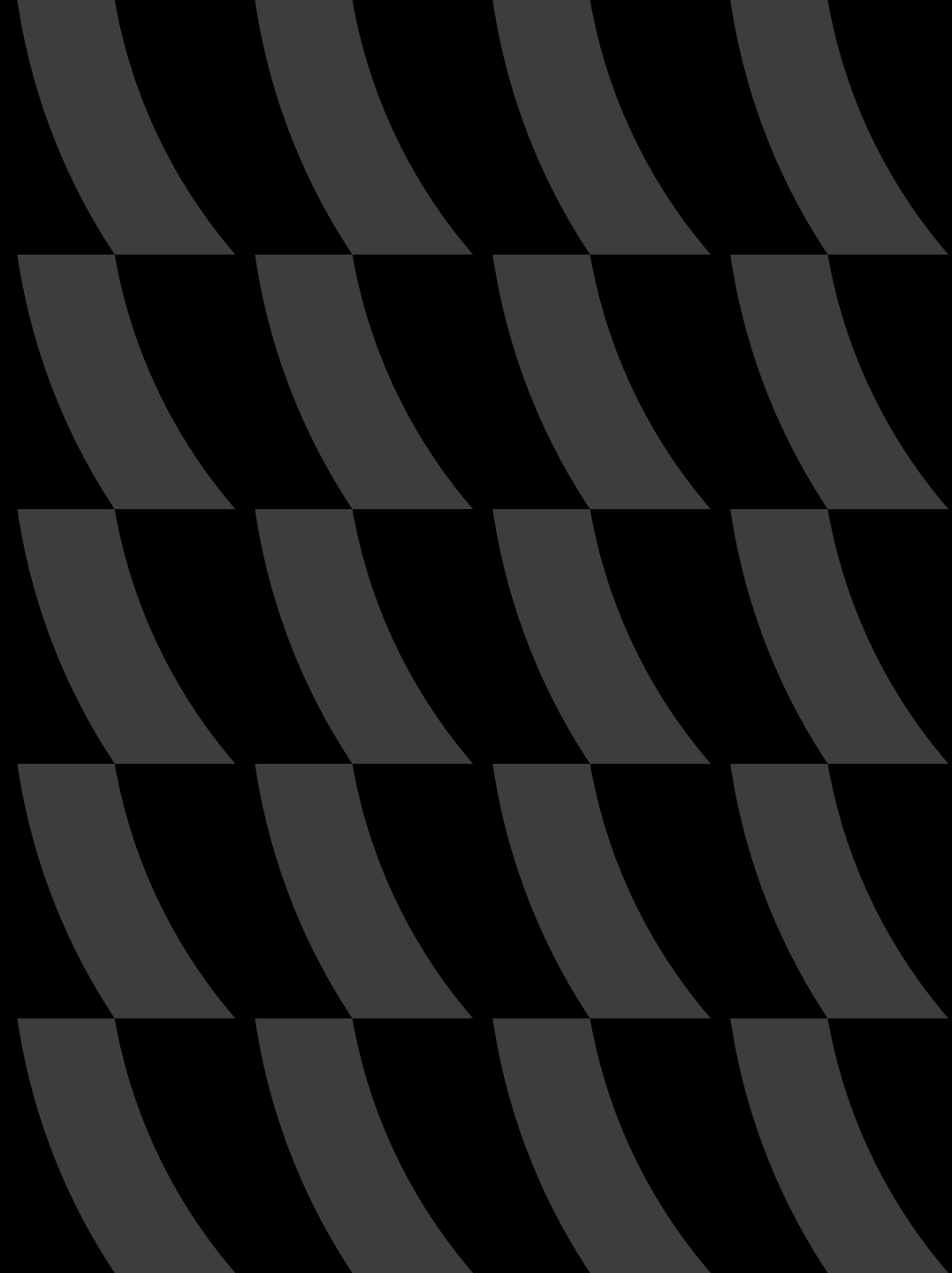
- Продвижение личного бренда ВКонтakte

Брендинг



- Построение охвата
- Увеличение знания о продукте
- Видеореклама
- Brand-lift

Продвижение лид-форм в VK Рекламе



Преимущества продвижения лид-форм в VK Рекламе



Конструктор форм

Выберите простую форму с контактными данными или сформируйте опрос, чтобы получить больше информации о ваших лидах



Оптимизация на события

Новая модель оптимизации на получение целевых заявок, заказов или регистраций



Автогенерация политики конфиденциальности

Введите данные вашей организации при настройке лид-формы, и система автоматически сформирует согласие на обработку персональных данных

Обновления лид-форм в VK Рекламе



Адаптируйте дизайн лид-форм под себя

Длина текста

Первый экран формы ?

Компактный

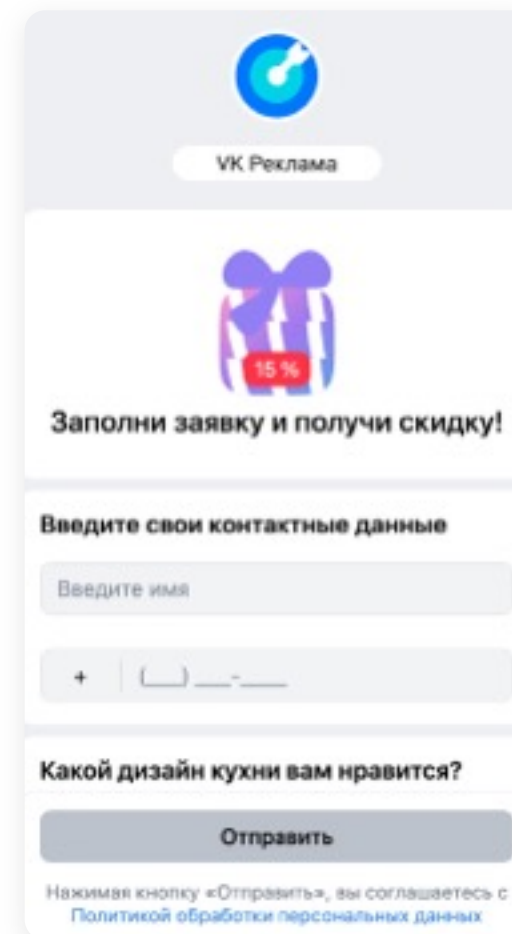
Больше текста

Лид-магнит

- Короткий текст,
до 35 знаков

- Длинный текст,
до 350 знаков

- Вознаграждение:
скидка или бонус
за заполнение формы



The image shows a mobile app interface for a lead form. At the top, there is a blue circular logo with a white key icon and the text "VK Реклама". Below this is a large purple gift icon with a red "15%" discount tag. The text "Заполни заявку и получи скидку!" (Fill out the application and get a discount!) is displayed. Below the gift icon is a section titled "Введите свои контактные данные" (Enter your contact details) with input fields for "Введите имя" (Enter name) and a phone number field with a "+" sign and a dropdown menu. Below this is a section titled "Какой дизайн кухни вам нравится?" (Which kitchen design do you like?). At the bottom is a large blue button labeled "Отправить" (Send). Below the button is a small disclaimer: "Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с Политикой обработки персональных данных" (By clicking the "Send" button, you agree with the Policy on processing personal data).

Форма с лид-магнитом

Предоставьте промокод после заполнения лид-формы

Добавьте промокод, который отобразится после прохождения опроса

✓ Оформление — ✓ Вопросы — 3 Результат — 4 Настройки

Результат

Заголовок * 23 / 25

Спасибо за регистрацию!

Описание 37 / 160

Приглашение придет на указанную почту

Ссылка на сайт ?

Телефон для заказа

+7.....

Промокод ? 10 / 30

6579589598

**VK Реклама –
платформа для запуска
эффективной рекламы**

✓

Спасибо за регистрацию!

Приглашение придет на указанную почту

6579589598

Адаптируйте дизайн лид-форм под себя

Обложка и цвет кнопки

Выберите цвет кнопки

Алгоритмы подберут
контрастный цвет текста

Загрузите

брендованную
обложку

1 Оформление — 2 Вопросы — 3 Результат — 4 Настройки

Название лид-формы *

Лид-форма 2023-06-02

Логотип *

Заменить Обрезать

Название компании (организации) *

VK Реклама

Первый экран формы

Компактный Бо

Заголовок *

Вебинар по VK Рекламе

Описание опроса *

Запишитесь сейчас

Стили

#65D9E8 OK

Обложка

VK Реклама – платформа для запуска эффективной рекламы

Заменить

VK Реклама – платформа для запуска эффективной рекламы

Ведите свои контактные данные

Введите имя

+ () _ _

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с Политикой обработки персональных данных

Внешний вид опроса может отличаться от примера в предпросмотре

Предпросмотр:

темная и светлая темы,
десктоп и мобайл

Собирайте профили пользователей в социальных сетях

Запрашивайте ссылку на профиль пользователя в социальных сетях

Контактная информация

- ☐ Фамилия
- ☐ Электронная почта
- ☒ Ссылка на соцсеть
- ☐ Возраст
- ☐ День рождения
- ☐ Страна
- ☐ Город
- ☐ Адрес

Добавить

VK Реклама – платформа для запуска эффективной рекламы

VK Реклама

Вебинар по VK Рекламе
Запишитесь сейчас

Введите свои контактные данные

Введите имя

+ | () -

Введите ссылку на соц. сеть

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с [Политикой обработки персональных данных](#)

Сделайте вопросы обязательными

При необходимости
активируйте обязательное
заполнение вопросов



✓ Оформление

✓ Вопросы

✓ Результат

4 Настройки

Настройки лид-формы

Уведомления

☐ Уведомлять о новых заявках по email

☐ Уведомлять о новых заявках в VK Messenger

☒ Обязательные вопросы



Мы не рекомендуем
данную настройку, так
как она может сильно
ухудшить конверсию

Используйте аудиторию ретаргетинга

✕ События в лид-форме

Лид-форма

Лид-форма

☒ Открытие ф... Включить за период от 0 до 365 дней назад

☒ Отправка ф... Исключить за период от 0 до 365 дней назад

Собирайте аудиторию тех, кто открывал форму или отправлял заявку

При пересечении условий не забудьте изменить условие

Включить пользователей, которые соответствуют [всем условиям](#)

События в лид-форме

Лид-форма

Лид-форма • 72

События

Открытие формы (0 - 365)

и

Исключая события

Отправка формы (0 - 365)

Технические обновления



Статистика

- Добавили интеграцию

albaŋo

Битрикс24®

 **Calltouch**

 **CoMagic**

Roístat

SMARTIS

- Открытый API



Алгоритм оптимизации

- Подготовили и внедрили персональные модели оптимизации для разных вертикалей бизнеса
- Отправка лида через технологию Webhook

Как привлечь заявки на новостройки до 2 000 рублей

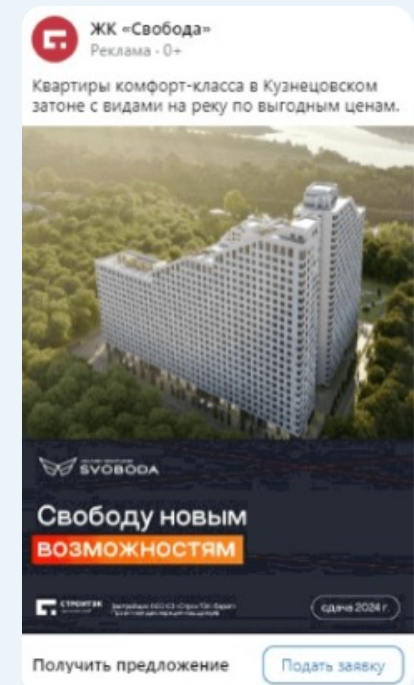
Цели кампании

- Увеличить количество заявок на покупку квартир
- Стоимость заявки (CPL) – не более 2 000 руб.

Механика

- Продвижение лид-формы с оптимизацией на получение заявок
- Таргетинг на мужчин и женщин 18-65 лет, проживающих в Уфе, с сужением по интересам и ключевым фразам
- Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены
- Ограничение бюджета – 3 000 руб. в день

Пример креатива



Результаты



-8%

снижение CPL



2 квартиры

проданы

Как алгоритмы помогли снизить стоимость заявки в 2,5 раза

Цели кампании

- Привлечь максимальное количество заявок
- Средняя стоимость заявки (CPL) в 2 раза ниже, чем в кампаниях на других платформах

Механика

- Продвижение лид-формы с оптимизацией на получение заявок
- Мужчины и женщины 24-55 лет, проживающие в городах присутствия студий
- Оптимизация бюджета на уровне кампании по стратегии минимальной цены
- Сужение таргетингов: по ключевым фразам, по интересу к ремонту, по интересу к мебели

Пример креатива



Результаты

↑ в 2 раза
больше заявок

↓ в 2,5 раза
снижение CPL

ОККАМ

На что обратить внимание
при продвижении лид-
форм?



Подход к продвижению и настройки кампаний

Дневной бюджет

- Рекомендуем устанавливать дневной бюджет минимум $\times 3$ - $\times 5$ стоимости фактического CPL на группу объявлений
- Такой дневной бюджет позволит алгоритмам корректно обучиться и принести лучшие результаты

Тестируйте разную аудиторию

- Попробуйте разные способы найти свою аудиторию: таргетинги по регионам, демографии, интересам, ключевым фразам, группам, ретаргетингу
- Старайтесь использовать одну гипотезу для группы объявлений (или интересы, или ключевые фразы), чтобы избежать создания слишком узкой аудитории

Плейсменты

- Автоматический выбор мест размещения позволяет системе лучше оптимизировать кампании под получение заявок
- Рекомендуем при первом старте выбирать автоплейсмент, чтобы оценить результативность сегмента по количеству и стоимости первичных заявок

VK Клипы

- Протестируйте отдельным плейсментом VK Клипы
- Для теста используйте адаптированный креатив под контент VK Клипы
- CR в клипах на порядок выше – в среднем $\times 2,5$
- Ёмкости аудитории может быть ниже, но стоимость и качество может быть лучше

Рекомендации по креативам и наполнению формы

Сплит-тест форм

- Используйте сплит-тест (до 4-х форм) для быстрого тестирования гипотез и определения эффективных вариантов
- Тестируйте УТП на первом экране формы (разные форматы текстов), обложки, вопросы
- Протестируйте механику с лид-магнитом

Вопросы в форме

- Не используйте слишком много полей: чем меньше полей, тем выше шанс, что человек заполнит анкету до конца.
- Используйте не более 2-4 вопросов в форме
- При типе вопросов «выбор нескольких ответов» добавьте блокирующий ответ («ещё не решили», «другое»)
- Заполните форму с точки зрения пользователя – проанализируйте, всё ли понятно и логично

Добавьте призыв к действию

- Мотивируйте аудиторию оставлять заявки через призывы к действию: «зарегистрируйтесь», «зафиксируйте цену», «оставьте заявку на консультацию»
- Рекомендуют в объявлении объяснить ценность оставления заявки: пользователь должен понимать, зачем ему оставлять заявку

Креативы

- Используйте все размеры креативов (1:1, 4:5, 16:9) в рамках каждого объявления
- Используйте как статичные креативы, так и видео
- Видео креатив должен быть адаптирован: не более 15 секунд, бренд и основные УТП в первые 3 секунды, наличие субтитров

Работа с качеством заявок

Настройте быструю обработку и передачу

- Выходите на связь с пользователем в течение 5-10 минут после того, как он оставил заявку
- Учитывайте ответы пользователя, который он оставил при отправке заявки

Тест плейсментов

- Протестируйте несколько плейсментов по отдельности, или их связку
- Стоимость первичной заявки вырастит, но может помочь увеличить их качество

Дополнительные вопросы

- Добавьте дополнительные вопросы, которые будут релевантны для вашего проекта
- Протестируйте функцию «обязательные вопросы»: добавьте свой вопрос и сделайте его обязательным для заполнения.
- Обязательные ответы на вопросы ухудшают конверсию и стоимость заявки может вырасти

Путь пользователя

- Анализируйте дальнейшую воронку пользователя; его обратную связь – это поможет доработать креативы, тексты и форму

Как алгоритмы помогли увеличить объем лидов на 71% по сниженной стоимости

Цели кампании

- Увеличить приток заявок на покупку клубных карт

Механика

- Продвижение лид-формы на всех проектах VK
- Общие лид-формы на весь город с возможностью выбрать нужный клуб
- Лид-формы по локальному гео с описанием конкретного филиала

Таргетинги

- Мужчины и женщины в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Екатеринбурге
- Сужение:
 - по ключевым фразам,
 - look-alike-аудитория (выгруженная из myTarget)
 - ретаргетинг по посетителям сайта

Пример лид-формы

The screenshot shows a mobile app interface for World Class. At the top, there's a banner with the text 'World Class' and '30 лет фитнеса в России'. Below the banner, it says 'ЛЕТО В ПОДАРОК' with icons for a gift, a calendar, and a checkmark. The main content area is titled 'World Class' and 'Клубная карта «Лето в подарок» на год!'. It lists the benefits: '+2 месяца фитнеса в подарок', '3 клуба по цене 1', '30 дней заморозки', '30 дней карта для друга', and '25% скидка на годовую детскую карту'. Below this, it states 'Предложение действительно до 15 августа.' and 'Оставьте заявку и узнайте подробности акции!'. At the bottom, there is a red button labeled 'Отправить' and a small disclaimer: 'Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с Политикой обработки персональных данных'.

Результаты

↑ на **71%**
больше заявок

↓ на **15%**
снижение CPL

Как увеличить количество верифицированных обращений в 4 раза

Цели кампании

- Увеличить приток верифицированных обращений и снизить их стоимость

Механика

- ➔ Продвижение лид-формы на всех проектах VK
- 💬 Адаптация изображений и видео креативов под все плеейсменты размещения
- 💬 Постоянное тестирование гипотез по модели HADI: креативы, сегменты, лид-формы, обработка заявок

Таргетинги

- 🎯 Мужчины и женщины в Москве и МО
- 🎯 Сужение:
 - Локальное гео рядом с ЖК
 - по ключевым фразам,
 - по интересам «Покупка новостроек» и «Ипотека»
 - по подписчикам сообществ
 - ретаргетинг по посетителям сайта
 - ретаргетинг форм (с августа)

Пример лид-формы

ЖК «Роттердам» от ФСК

Квартиры бизнес-класса

- 3 мин. до м. «Нагатинская»
- Развитая инфраструктура района
- Спортивные и игровые зоны для взрослых и детей
- Рядом школы и частные детские сады

Введите свои контактные данные

Введите имя

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы соглашаетесь с [Политикой обработки персональных данных](#)

Результаты



на **72%**

снижение CPL заявки



на **46%**

снижение CPL ВЦО



Переходите на сайт
VK Рекламы, чтобы узнать
больше о ВОЗМОЖНОСТЯХ
платформы