

# VK Реклама 2024 полный курс



## Владимир Дорецкий

Performance agency Height Line

IT продюсер, руководитель отдела аналитики

“Каждый успех измеряется цифрами”

 +7 (911) 744-44-48

 vdn@dadcan.ru

 [hl2b.ru](http://hl2b.ru)

# Воронки продаж в таргетированной рекламе

# Как выстроить воронку продаж при работе с разными отраслями в VK Рекламе

# Содержание

- Что такое воронка продаж
- Сегментация аудитории
- Создание контента для каждого этапа воронки продаж – персонализация
- Оптимизация рекламных кампаний – лайфхаки performance маркетинга

# Определение воронки продаж

**Воронка продаж — это модель, описывающая путь потенциального клиента от первого знакомства с продуктом до первой и всех последующих покупок, включая этапы осознания, интереса, рассмотрения, намерения, оценки и приобретения.**

**Задача:** Увеличение продаж и привлечение новых клиентов через социальные сети.

# Определение автоворонки продаж



**Автоворонка продаж** — это автоматизированная система маркетинга и продаж через цепочку контента в мессенджере.

**Задача:** Систематическое и последовательное вовлечение и конвертация аудитории в клиентов и покупателей **с минимальным человеческим вмешательством.**

# Лестница Ханта



Лестница Ханта представляет собой методику продаж, ориентированную на поэтапное вовлечение клиента в процесс покупки через серию предварительно спланированных действий или контактов. Эта модель помогает маркетологам последовательно продвигать потенциального клиента от начального интереса к товару или услуге до окончательного принятия решения о покупке.

# Лестница Ханта



## Аудитория

1. Безразличие

# Лестница Ханта и VK Реклама



## Аудитория

1. Безразличие

## Бизнес

1. Привлечение внимания



# Лестница Ханта и VK Реклама

## Целевая аудитория

1. Безразличие
2. Осведомленность
3. Сравнение
4. Выбор
5. Покупка

## Бизнес

1. Привлечение внимания
2. Увеличение интереса
3. Лайкинг (Liking)
4. Предпочтение (Preference)
5. Лояльность

Отправьте клиента  
в путешествие, где каждое  
касание **чувствуется**  
как разговор напрямую  
с брендом...

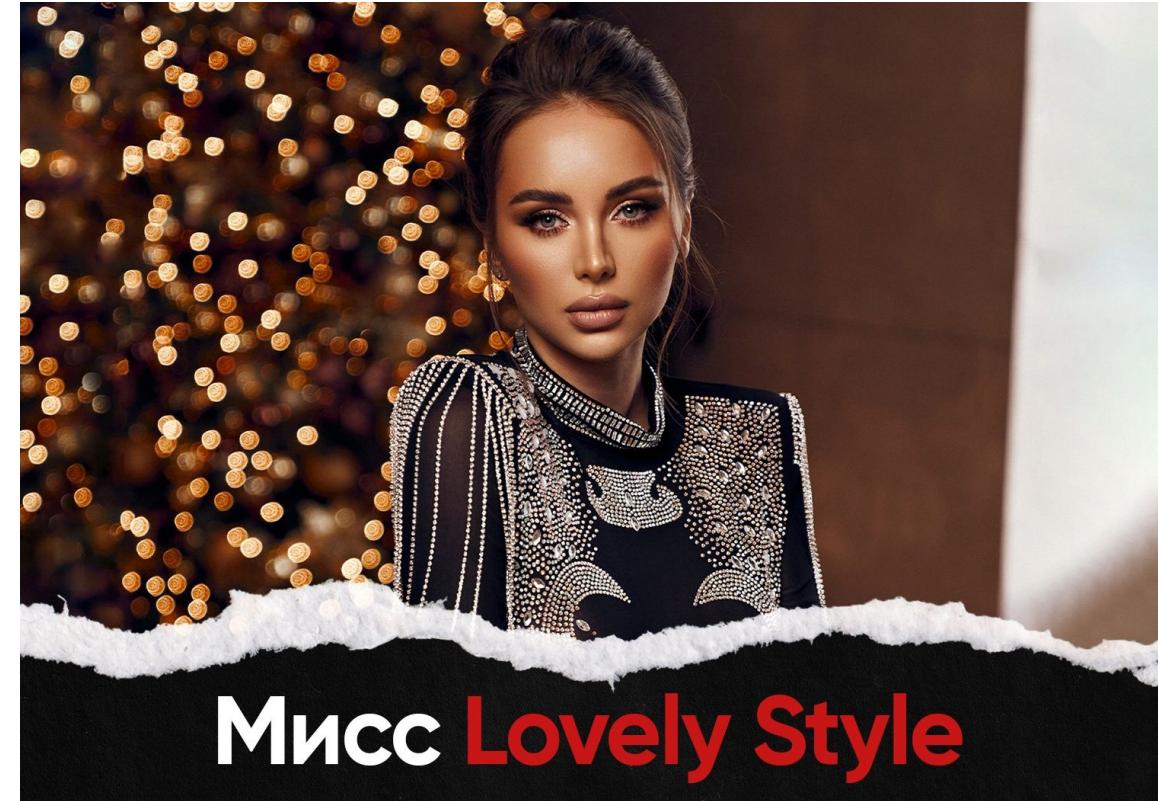


## Пример с воронкой продаж по лестнице Ханта

**Ситуация:** Онлайн-ритейлер одежды использовал данные о покупках, поведении на сайте и предпочтениях клиентов для сегментации своей аудитории на различные группы: по интересам, демографическим характеристикам и истории покупок.

## 1. Безразличие - привлечение внимания

Таргетированные рекламные кампании в социальных сетях, в том числе ВКонтакте, контент-маркетинг и вирусный маркетинг для привлечения внимания к их стильной одежде и аксессуарам.



**Мисс Lovely Style**

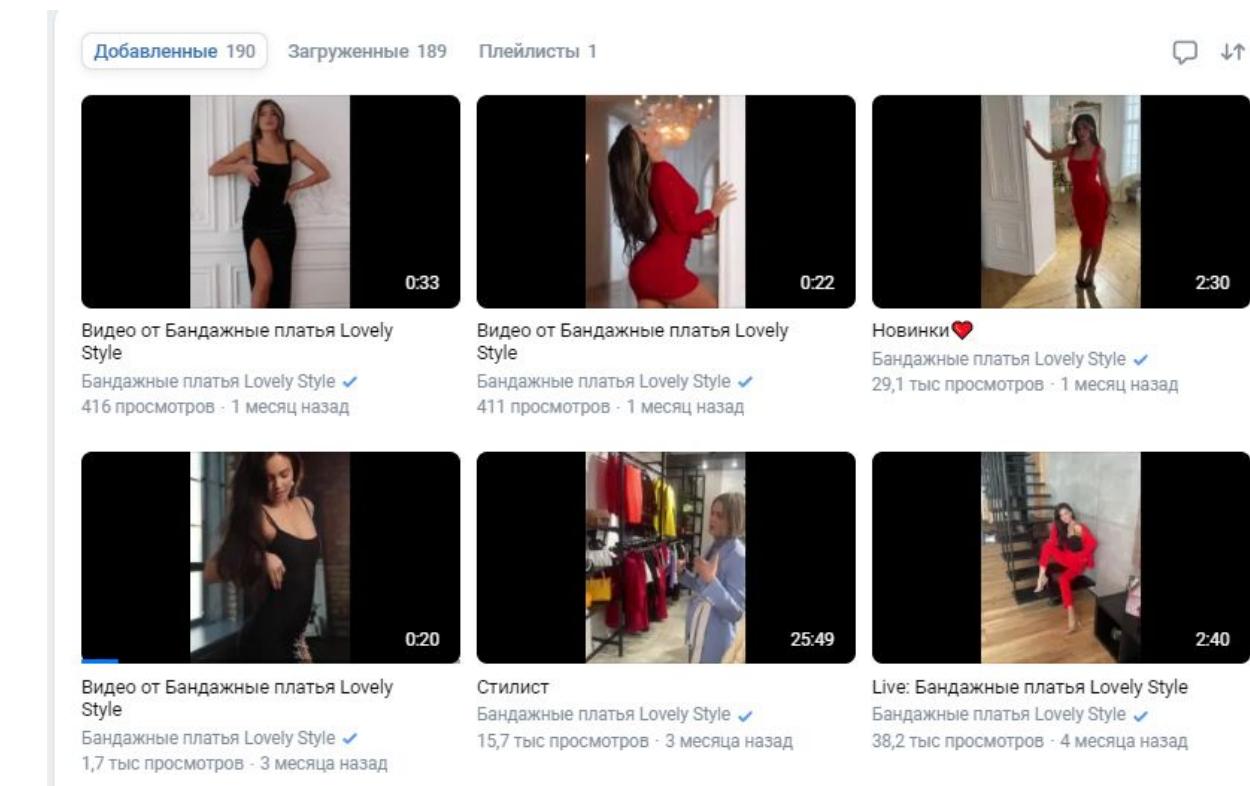
Стань Королевой, Амбассадором или лицом **Lovely Style**

**14 ноября** старт грандиозного конкурса  
Участвовать и победить может каждая

**Призы:** титул, корона, контракт на 500.000р., сертификаты от 5.000 до 50.000р.,  
поездки по самым красивым местам России, iPhone и многое другое

## 2. Осведомленность - увеличение внимания

Предоставляем подробную  
информацию о продукции через  
образовательный контент, прим.  
блоги о моде, обзоры товаров  
и видео о том, как комбинировать  
разные элементы гардероба.



## 2. Осведомленность - увеличение внимания

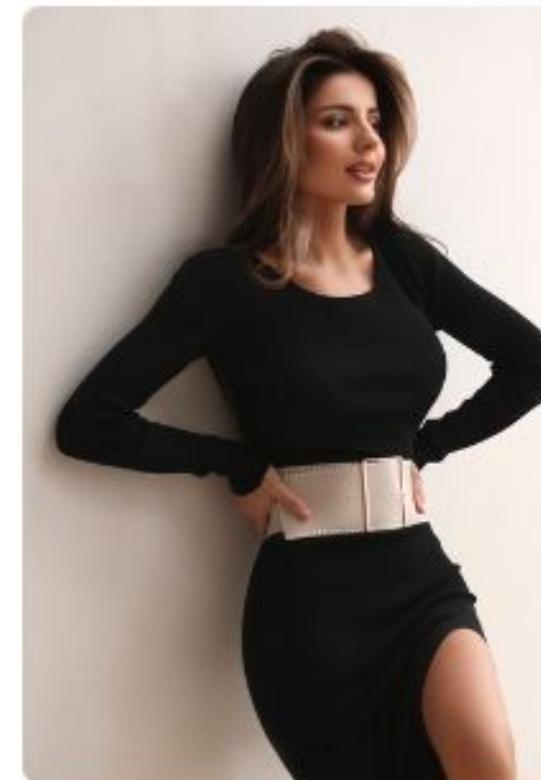
Предоставляем подробную информацию о продукции через образовательный контент, прим. блоги о моде, обзоры товаров и видео о том, как комбинировать разные элементы гардероба.



Бандажные платья Lovely Style ✓

19 фев в 11:09

С ремнём или без ? ❤ Как больше нравится?



103

22

10

19K

Сначала интересные ↴



Arina Polishchuk

Без.

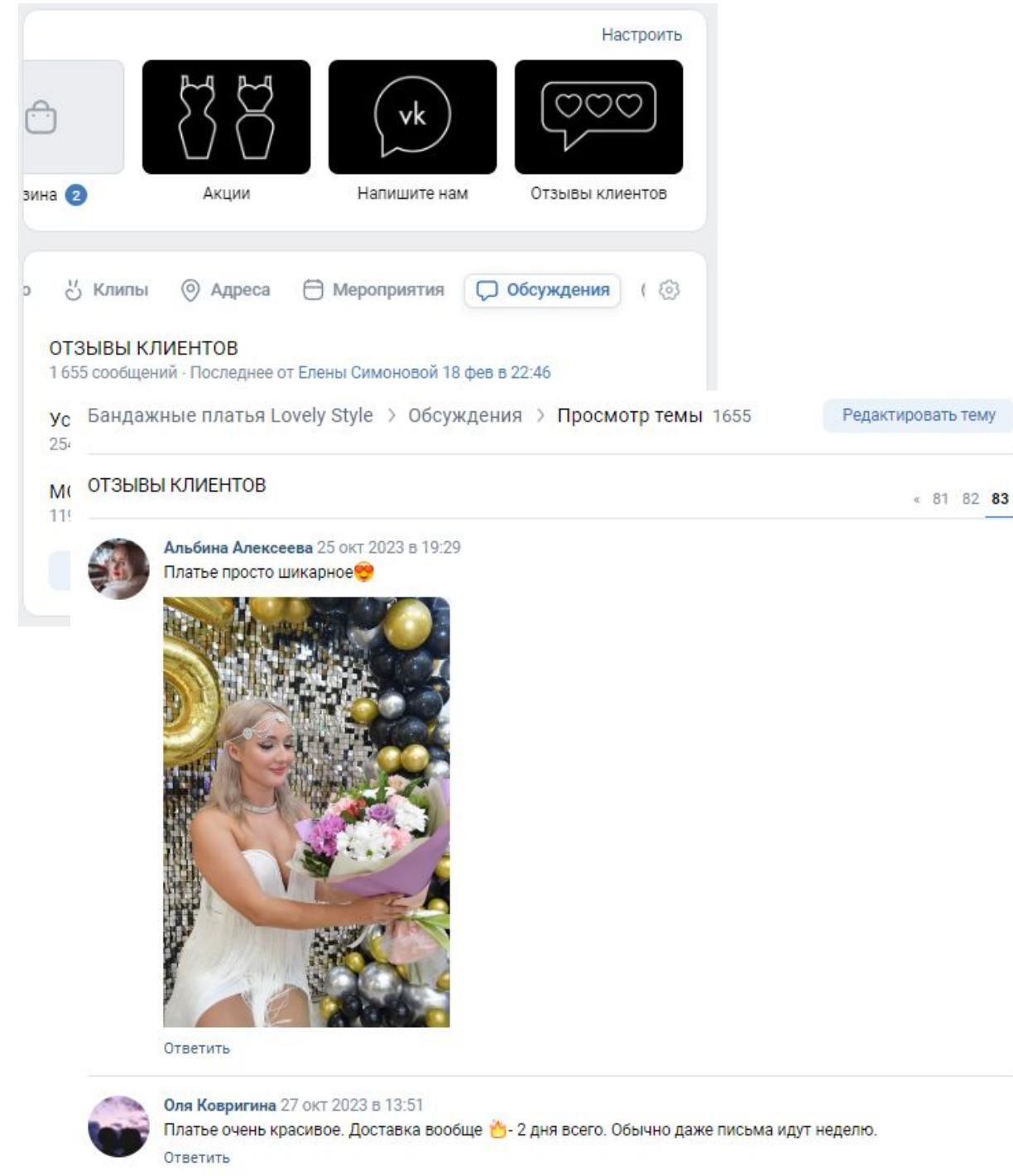
19 фев в 11:13 Ответить Поделиться



9

### 3. Сравнение - Лайкинг

Отзывы довольных клиентов, демонстрацию качества товаров. Эффективно применяются также инфлюенсеры и бренд-амбассадоры для создания положительного имиджа.



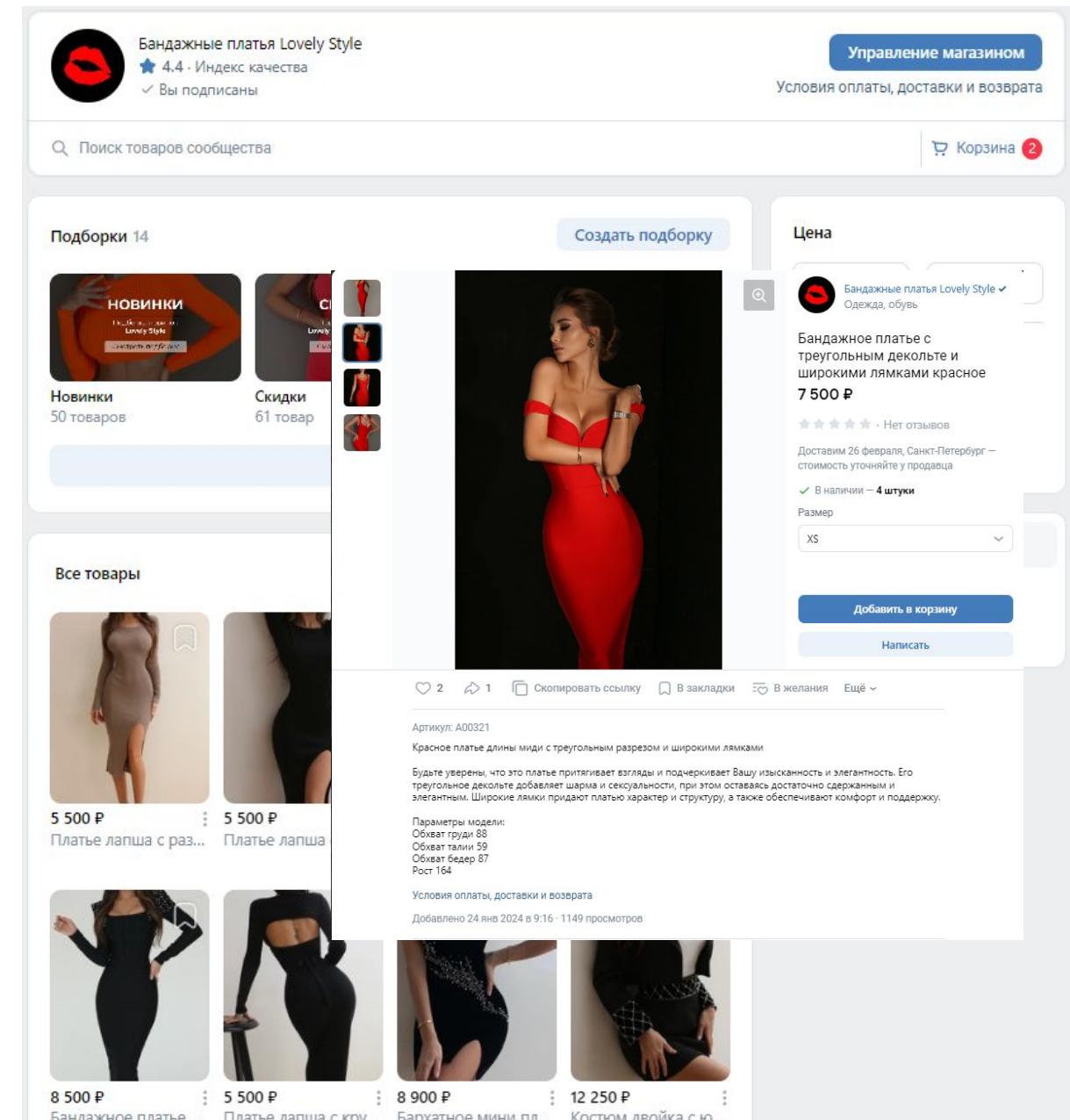
## 4. Выбор - предпочтение

На этом этапе компания старается выделиться среди конкурентов, подчеркивая свои уникальные предложения, такие как, собственное производство одежды высокого качества, эксклюзивные коллекции, розыгрыши и конкурсы, специальные онлайн мероприятия, и высокое качество обслуживания.



## 5. Покупка - лояльность

**Результат:** Увеличение конверсии на 20%, рост среднего чека на 15%



Скриншот страницы магазина ppc.world, демонстрирующей покупку красного бандажного платья Lovely Style. На странице видны:

- Логотип сообщества "Бандажные платья Lovely Style" с рейтингом 4.4 и индексом качества.
- Кнопка "Управление магазином" и ссылка "Условия оплаты, доставки и возврата".
- Корзина с 2 товарами.
- Подборки: "Новинки" (50 товаров) и "Скидки" (61 товар).
- Кнопка "Создать подборку".
- Слева: "Все товары" с изображением и ценой платья "Платье лапша с разрезом" за 5 500 ₽.
- Справа: Описание товара: "Бандажное платье с треугольным декольте и широкими лямками красное" за 7 500 ₽. Указано, что платье в наличии 4 штуки, размер XS. Кнопки "Добавить в корзину" и "Написать".
- Параметры модели: Обхват груди 88, Обхват талии 59, Обхват бедер 87, Рост 164.
- Описание: Красное платье длины миди с треугольным разрезом и широкими лямками. Будьте уверены, что это платье притягивает взгляды и подчеркивает Вашу изысканность и элегантность. Его треугольное декольте добавляет шарма и сексуальности, при этом оставаясь достаточно сдержаным и элегантным. Широкие лямки придают платью характер и структуру, а также обеспечивают комфорт и поддержку.
- Справа: "Условия оплаты, доставки и возврата" и "Добавлено 24 янв 2024 в 9:16 · 1149 просмотров".
- Внизу: Примеры других платьев: "Бандажное платье" за 8 500 ₽, "Платье лапша с крушеным" за 5 500 ₽, "Бархатное мини платье" за 8 900 ₽, "Костюм двойка с юбкой" за 12 250 ₽.

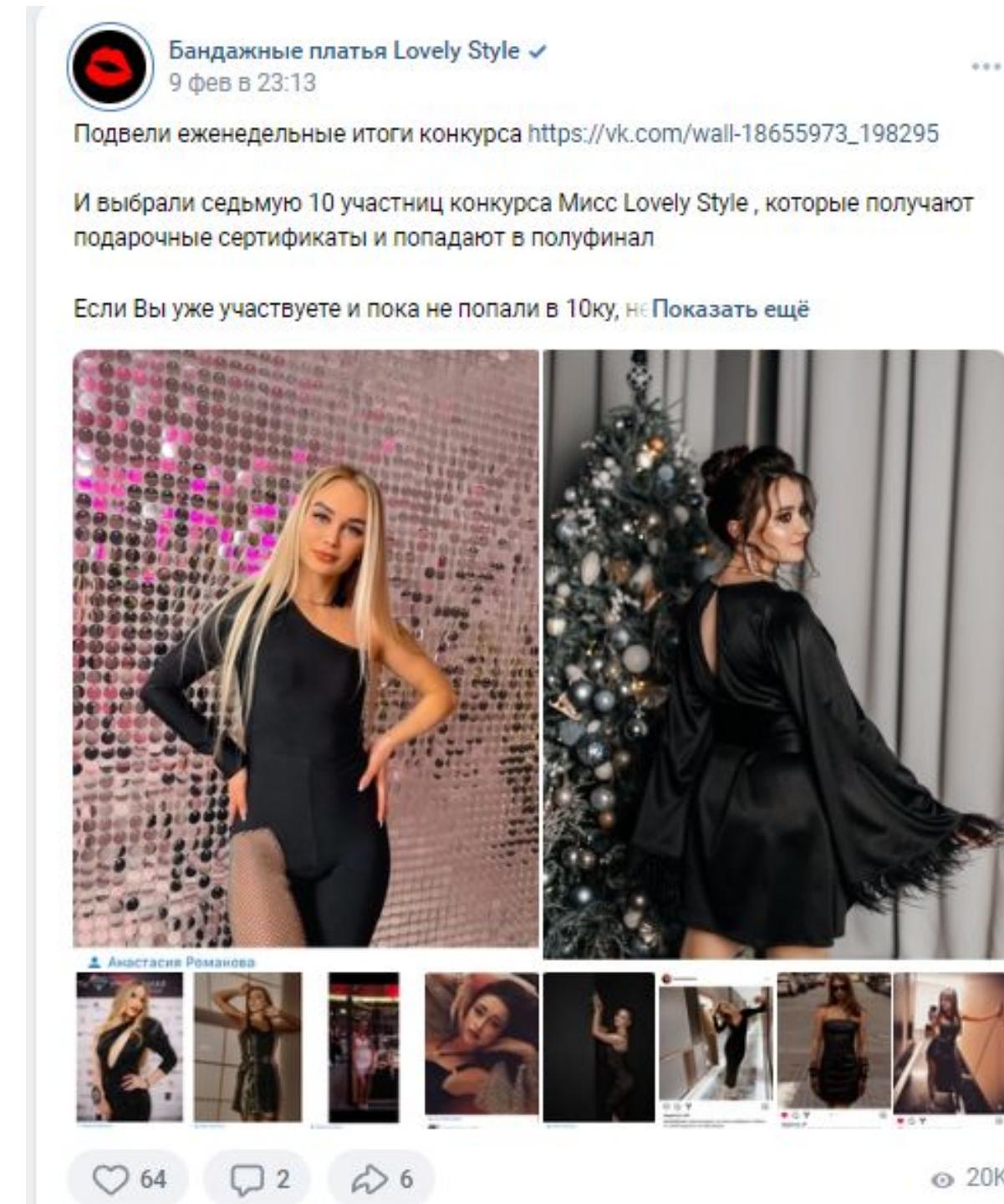
## 5. Покупка - лояльность

**Результат:** Увеличение конверсии на 20%, рост среднего чека на 15% и повышение ROI на 30% благодаря повышенной релевантности предложений и улучшенному пользовательскому опыту на каждом этапе воронки продаж по лестнице Ханта.



## 5. Покупка - лояльность

**Результат:** Увеличение конверсии на 20%, рост среднего чека на 15% и повышение ROI на 30% благодаря повышенной релевантности предложений и улучшенному пользовательскому опыту на каждом этапе воронки продаж по лестнице Ханта.



ppc.world



Владимир 6:23

Тест



Маркетинг Аналитика и Реклама HL2B 6:23

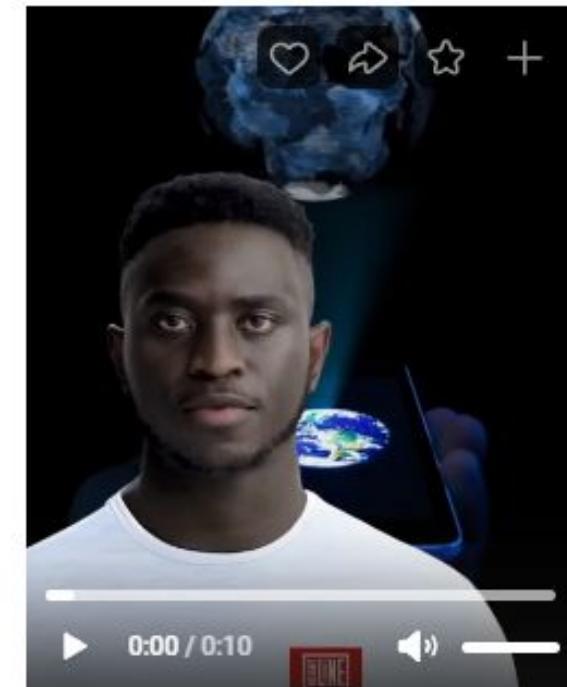
Приветствуем!

Этот бот создан, чтобы быстро и в одном месте рассказать  
вам о нашем рекламном агентстве – о наших **продуктах**,  
кейсах и команде!

Поехали? Жмите кнопку и заберите свой подарок уже  
сегодня!

[Поехали!](#)

Давайте познакомимся!



[Открыть видео](#)

А как вас зовут?



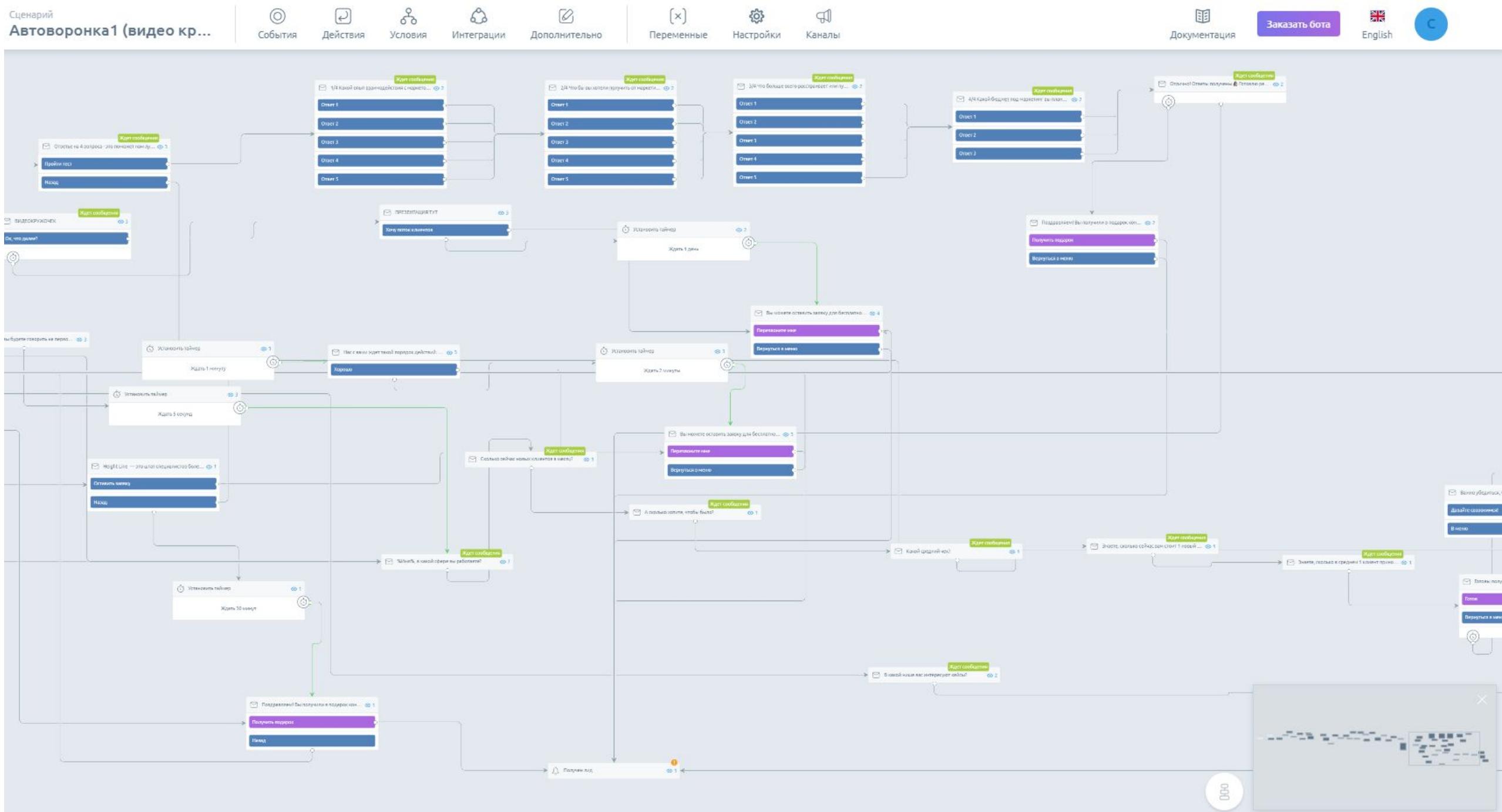
Напишите сообщение...



## Автоворонка продаж в ВКонтакте как цель РК

- Сегментация ЦА
- ТОП болей
- Реклама
- Подписка на автоворонку



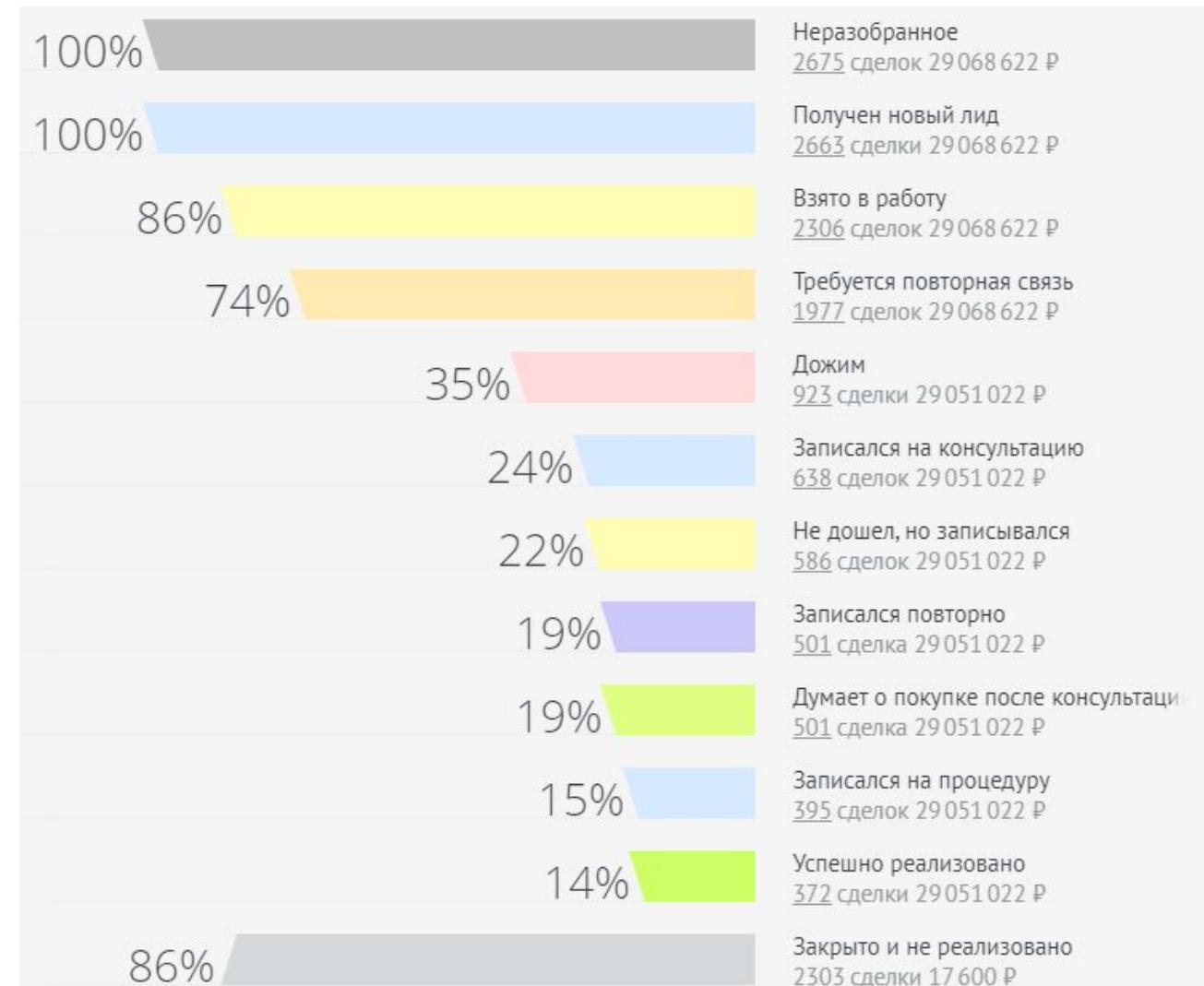


## Автоворонка продаж

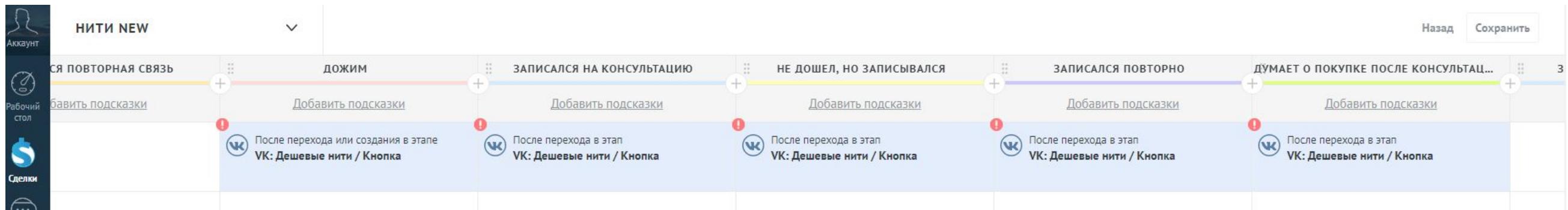
- **Бесплатная польза за подписку**
  - Интересный контент
- **Предпродажа (99р.)**
  - Ценный контент, триггеры
- **Условная продажа (990р.)**
  - Основной контент, УТП
- **Контрольная продажа (9990р.)**
  - Все лучшее, upsale + cross-sale
- **Мафия офер (110 000р.)**

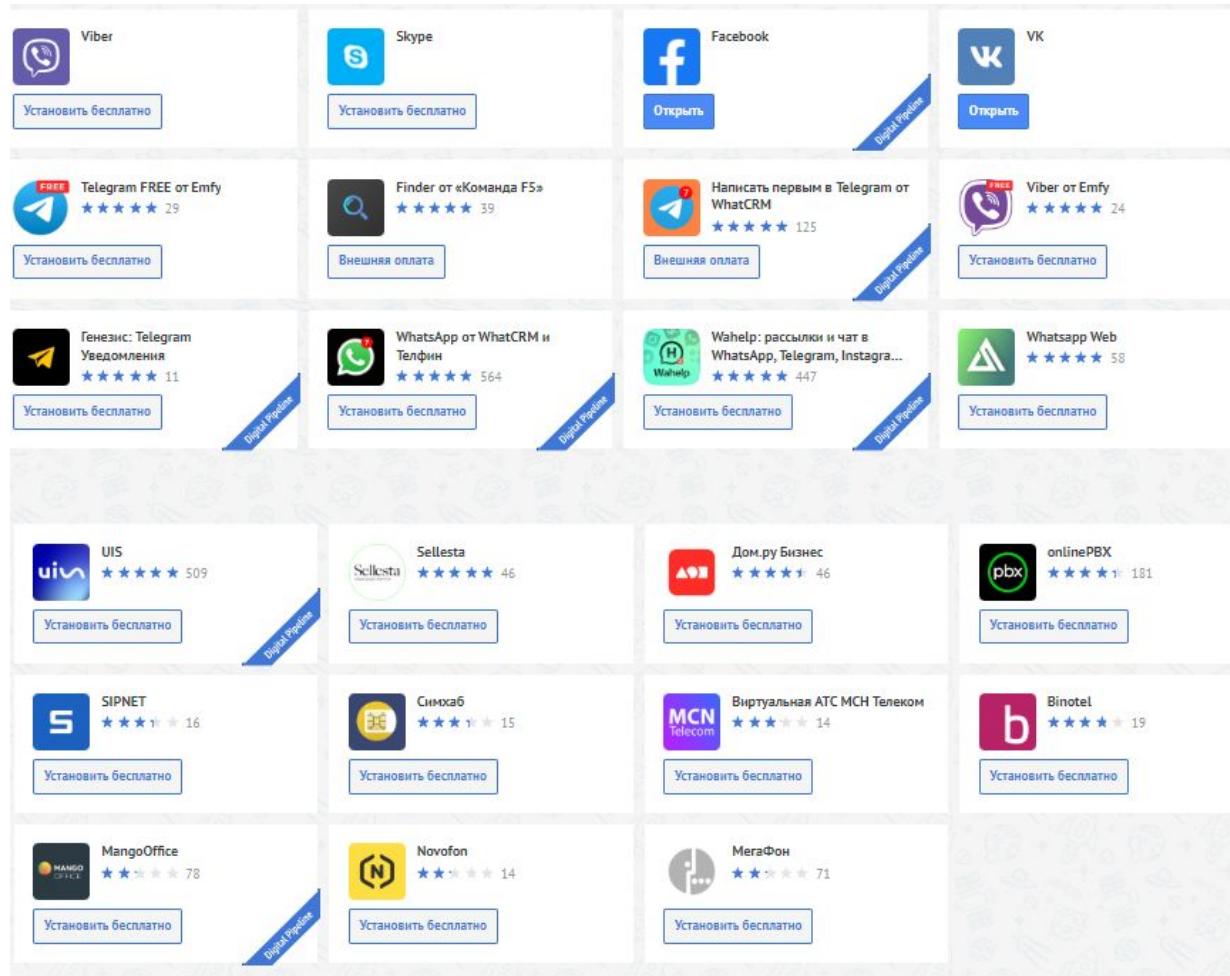
# Оптимизация рекламных кампаний с воронкой продаж

CRM-система и сквозная аналитика играют в этом процессе важнейшую роль, помогая более эффективно управлять взаимодействием с клиентами и анализировать данные на всех этапах воронки продаж.



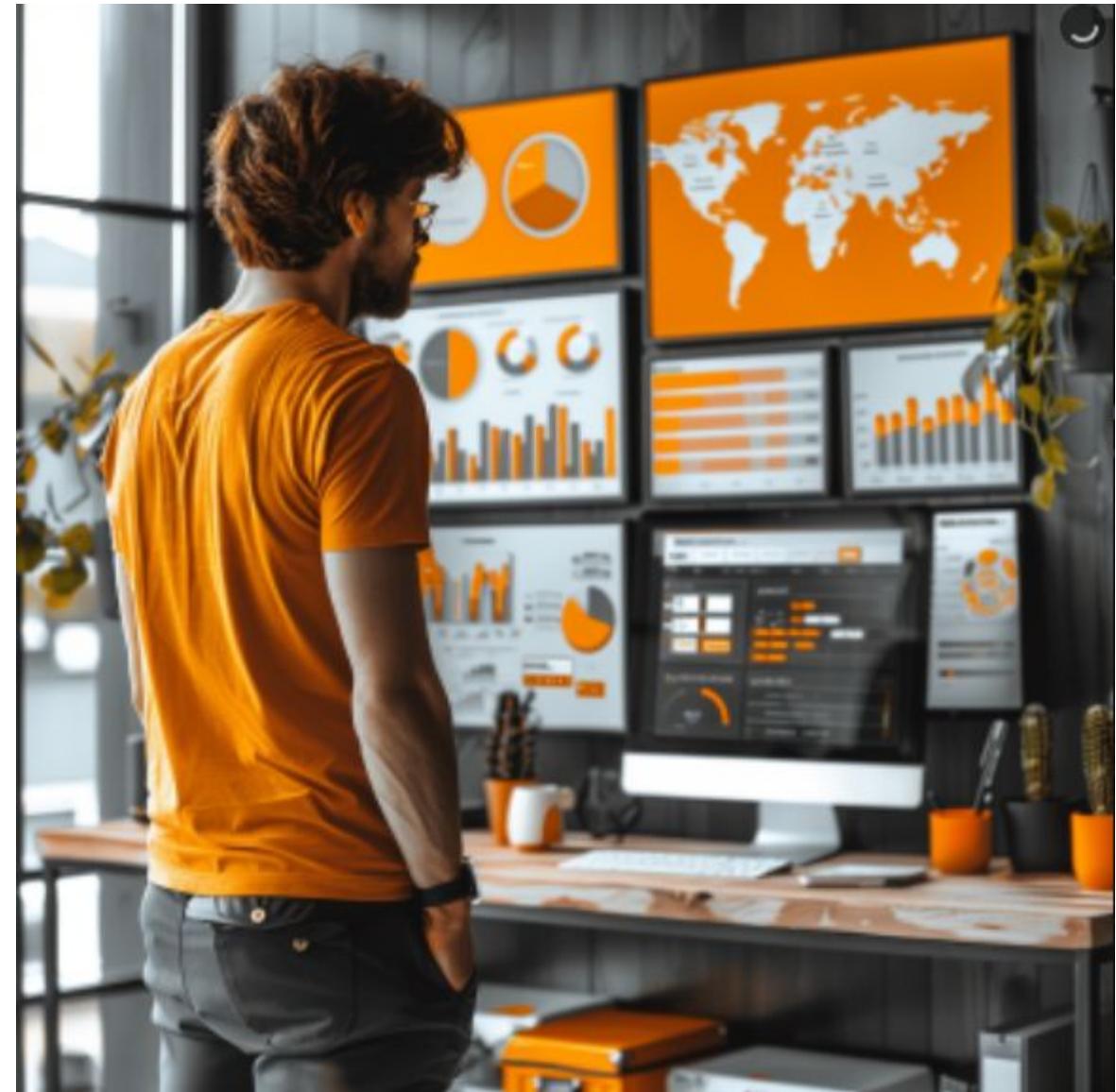
CRM система позволяет **сегментировать аудиторию и создавать персонализированные маркетинговые кампании для таргетированной рекламы ВКонтакте**, основанные на положении пользователей в конкретном этапе воронки продаж из CRM системы, истории покупок и метрик поведения. Это повышает эффективность рекламных кампаний, увеличивая их релевантность для конечного пользователя.





CRM-системы могут **автоматизировать** **рутинные задачи**, такие как пополнение баз ретаргета, отправка электронных писем, SMS-сообщений или уведомлений в социальных сетях, что увеличивает эффективность рекламных кампаний и снижает вероятность ошибок.

**Понимание пути клиента:** Сквозная аналитика позволяет отслеживать взаимодействие клиентов с брендом на всех этапах воронки продаж, от самого первого клика по рекламе и визита на сайт, сквозь этапы воронки продаж и вплоть до совершения покупки и последующего повторного обращения. Это помогает понять, какие каналы и рекламные сообщения наиболее эффективны.





Оптимизация рекламного бюджета:  
**Имея связку CRM система + Сквозная аналитика вы сможете** анализировать данные о ROI (возврате инвестиций) таргетированной рекламы ВКонтакте, оптимизировать распределение бюджета, инвестируя больше в наиболее прибыльные рекламные связи с клиентами и отказываясь от менее эффективных.

# Полезные ссылки

[Пример автоворонки в VK для получения контакта](#)

[Как за 0 рублей создать чат-бот, который станет персональным маркетологом для владельцев бизнеса](#)

[Бесплатная консультация Performance маркетолога HL](#)

Спасибо  
за внимание!