



Таргетированная реклама в Telegram Ads

Макс Кэнари



Маркетолог, таргетолог, продюсер

- автор 18 курсов по генерации клиентов в сети
- 4000+ учеников и клиентов из 14 стран
- 2530+ часов лекций
- 200+ часов живых вебинаров на 300+ человек.

Участник конференций, спикер университетов «Синергия», ТГУ, РАНХиГС, Института Марка Бартона, проекта мэра Москвы «Московское долголетие», Санкт-Петербургской школы телевидения, "Клуба Удаленщиков", "Межрегиональной академии профессиональных стандартов" и т. д.

Основатель Академии Клиентов Cherry Canary. Работал с клиентами и обучал учеников из Испании, Германии, ОАЭ, Австрии, Таиланда, Израиля, Турции и т. д.



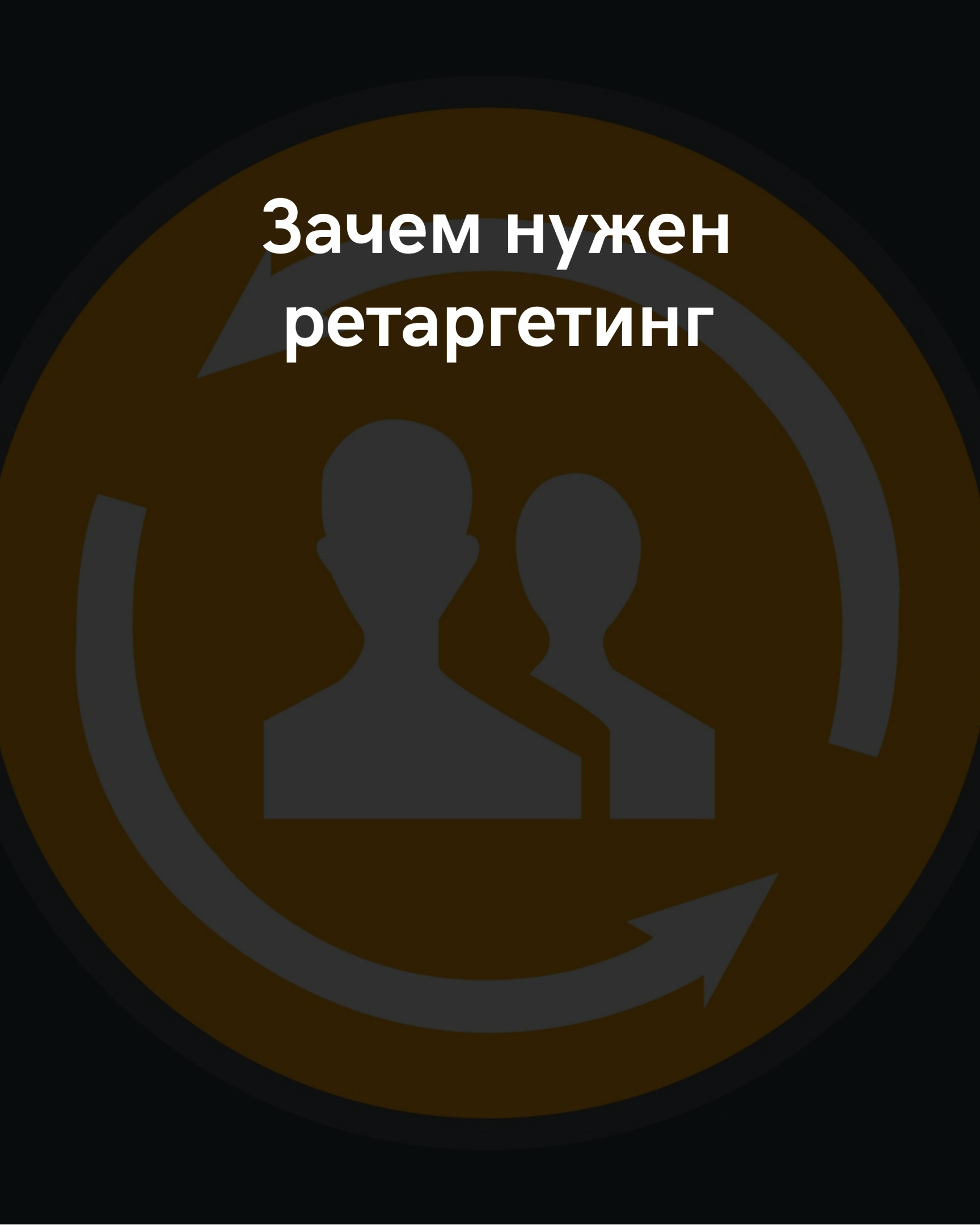
Урок 11: Ретаргетинг и работа с повторными аудиториями

Темы урока

- КАК НАСТРОИТЬ РЕТАРГЕТИНГ
В TELEGRAM
- РАБОТА С ПРОГРЕТЫМИ И
ХОЛОДНЫМИ АУДИТОРИЯМИ
- ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕТАРГЕТИНГА
ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ

Ретаргетинг – способ повторного взаимодействия с пользователями, которые уже проявили интерес к вашему продукту

Зачем нужен ретаргетинг

A large circular graphic on the left side of the slide. It features a dark brown outer ring and a lighter brown inner circle. Inside the inner circle, there are two grey silhouettes of people. Two thick, curved arrows form a circular path around the silhouettes, indicating a continuous cycle or loop.

- **Повышает вероятность конверсии**
- **Экономит рекламный бюджет**
- **Удерживает пользователей, уже знакомых с брендом**

Как настроить ретаргетинг для Telegram Ads

1. Сегментация аудитории

- Выберите пользователей, которые:
- Подписались на ваш канал
- Взаимодействовали с ботом
- Совершили действие на сайте (UTM-метки)

2. Интеграция с аналитикой

- Подключите CRM-систему или аналитический инструмент

3. Запуск кампании

- Настройте таргетинг на выбранную аудиторию

Работа с прогретыми и холодными аудиториями

Прогретая аудитория

- Те, кто уже взаимодействовал с брендом
- Используйте персонализированные офферы и скидки

Холодная аудитория

- Те, кто впервые видит ваш продукт
- Подготовьте вовлекающий контент:
- Кейсы
- Отзывы
- Презентации продукта

Примеры сегментации для ретаргетинга

1. Посетители сайта (Яндекс Метрика):

- Пользователи, которые посетили страницу, но не завершили покупку

2. Подписчики канала:

- Активные и неактивные участники

3. Пользователи, общавшиеся с ботом:

- Завершившие анкету
- Остановившиеся на определённом этапе

Использование ретаргетинга для увеличения продаж

Возврат клиентов:

- Предложите уникальную скидку тем, кто не завершил покупку

Кросс-продажи:

- Рекламируйте сопутствующие товары клиентам, совершившим покупку

Удержание:

- Напоминайте о вашем бренде с помощью полезного контента

Пример ретаргетинговой кампании

Задача: Вернуть пользователей, которые добавили товар в корзину, но не оформили заказ

- **Сообщение:** "Ваш товар ждет вас! Завершите покупку со скидкой 10%."
- **СТА:** "Завершить покупку"
- **Результат:** Увеличение конверсии на 30%

Сложная техническая реализация

Яндекс Метрика

Метрика

profismol.ru • 48959633

Обзор

Дашборды

Отчеты

Поведение

Посетители

Цели

Конверсии

Вариокуб

Привлечение

Интеграции

Настройки

Цели

Цели позволяют отслеживать важные события на сайте: клики на кнопки, отправка форм и многие другие. На одном счетчике может быть до 10 целей.
☒ Разрешить в рекламных кампаниях оптимизацию по целям без ставок

Добавить цель

Автоматические цели

Избранные

Название цели

1

Автоцель: скачивание файла

2

Автоцель: клик по номеру телефона

3

Автоцель: отправка формы

4

Автоцель: поиск по сайту

5

Автоцель: переход в соц.сеть

6

Автоцель: заполнил контактные данные

7

Автоцель: переход в мессенджер

Добавить цель

Название*

Например, клик по кнопке «Оставить заявку»

☐ Избранная цель

Тип условия*

Количество просмотров

Посещение страниц

JavaScript-событие

Продолжительность визита

Составная цель

Клик по номеру телефона

Клик по email

Отправка формы

Переход в мессенджер

Скачивание файлов

Поиск по сайту

Клик по кнопке

Переход в соц. сеть

Возвращение из платежной системы

Задайте до пяти шагов, которые должны быть последовательно выполнены во время одного визита. Шагами могут быть просмотры страниц или JavaScript-события. [Подробнее.](#) [Диагностика проблем.](#)

Шаг 1

Например, клик по кнопке «Оформить заказ»

Условие

url: содержит

Доход шага

RUB

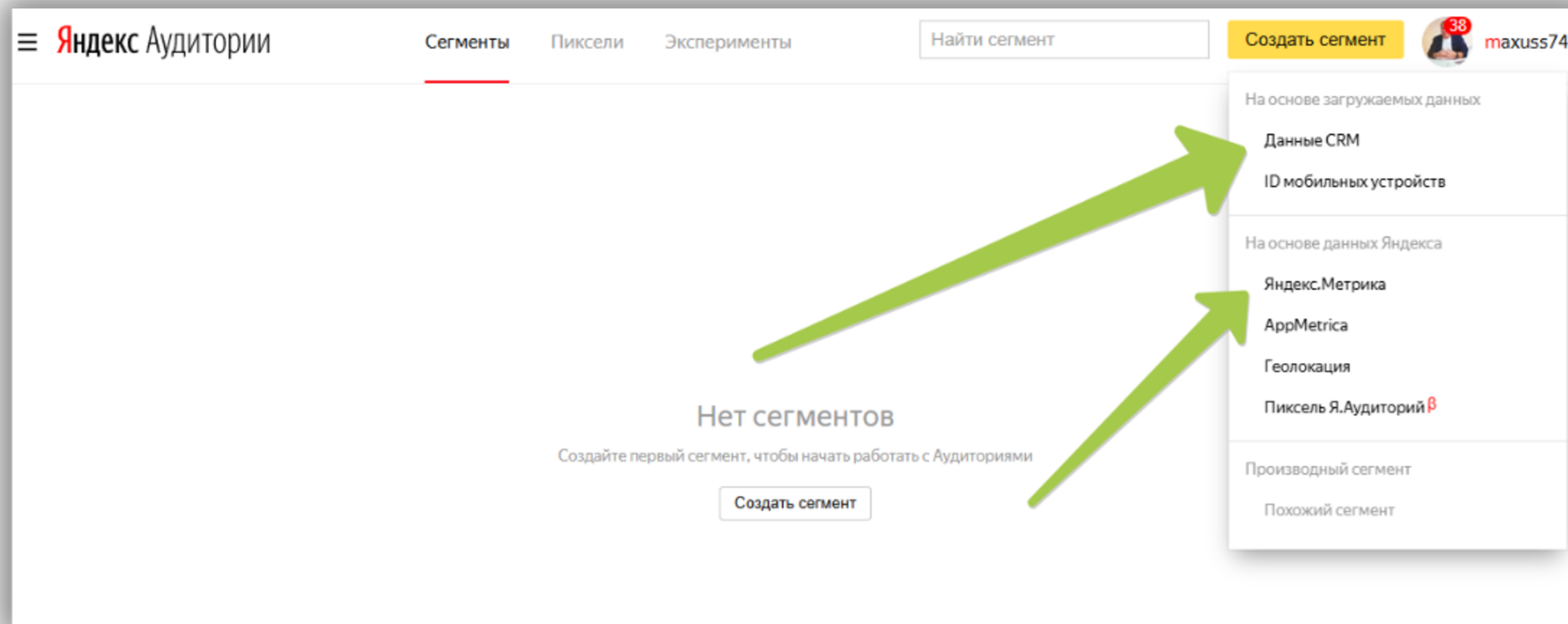
Добавить шаг

Добавить цель

Отмена

Сложная техническая реализация

Яндекс Аудитории



Сложная техническая реализация

Маркетолог PRO

МАРКЕТОЛОГ PRO Пронин Максим Геннадьевич

Управление
Статистика
Профили
Аудитории
Стратегии
Интеграции
Сегменты

Новый сегмент

← Назад

* Название сегмента 0 / 255 * Описание сегмента 0 / 1024

Название сегмента Описание сегмента **Создать сегмент**

При оказании услуги используются математические модели на основе агрегированных и обезличенных данных.
📌 Указание сайта, приложения, номера телефона используется для определения вектора интересов пользователей и дальнейшего использования этого вектора интересов в моделировании.

Условия Выполнены все одновременно **+ Добавить условие**

Look-Alike по телефонным номерам Удалить

* Список номеров * Период активности

Список номеров в формате 79999999999 через перенос строки 2024-12-13 - 2024-12-19

* Направление звонков
☒ Входящие ☐ Исходящие

Простая связка ретаргетинга

Telegram Ads

+

Лендинг – Яндекс Метрика

+

Яндекс Директ – РСЯ