



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 8: А/В тестирование рекламы

Темы урока

- ЗАЧЕМ И КАК ПРОВОДИТЬ А/В ТЕСТИРОВАНИЕ
- КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕСТИРОВАТЬ:
ЗАГОЛОВКИ, ТЕКСТЫ,
ИЗОБРАЖЕНИЯ
- КАК АНАЛИЗИРОВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ
ТЕСТОВ И УЛУЧШАТЬ РЕКЛАМУ

Что такое А/В тестирование?

А/В тестирование – метод сравнения двух или более вариантов рекламы для выявления наиболее эффективного

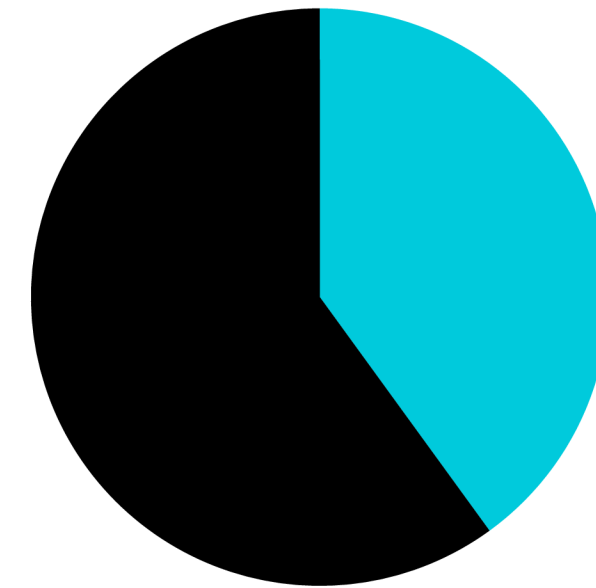
ЦЕЛИ:

- Повышение конверсии
- Оптимизация затрат
- Уточнение предпочтений аудитории

Пример А/В теста

- Запускаем два варианта объявления с разными заголовками
- Анализируем, какой из них приносит больше кликов
- Отключаем слабый вариант

Зачем проводить А/В тестирование



60% успешных рекламных кампаний прошли через этап А/В тестирования

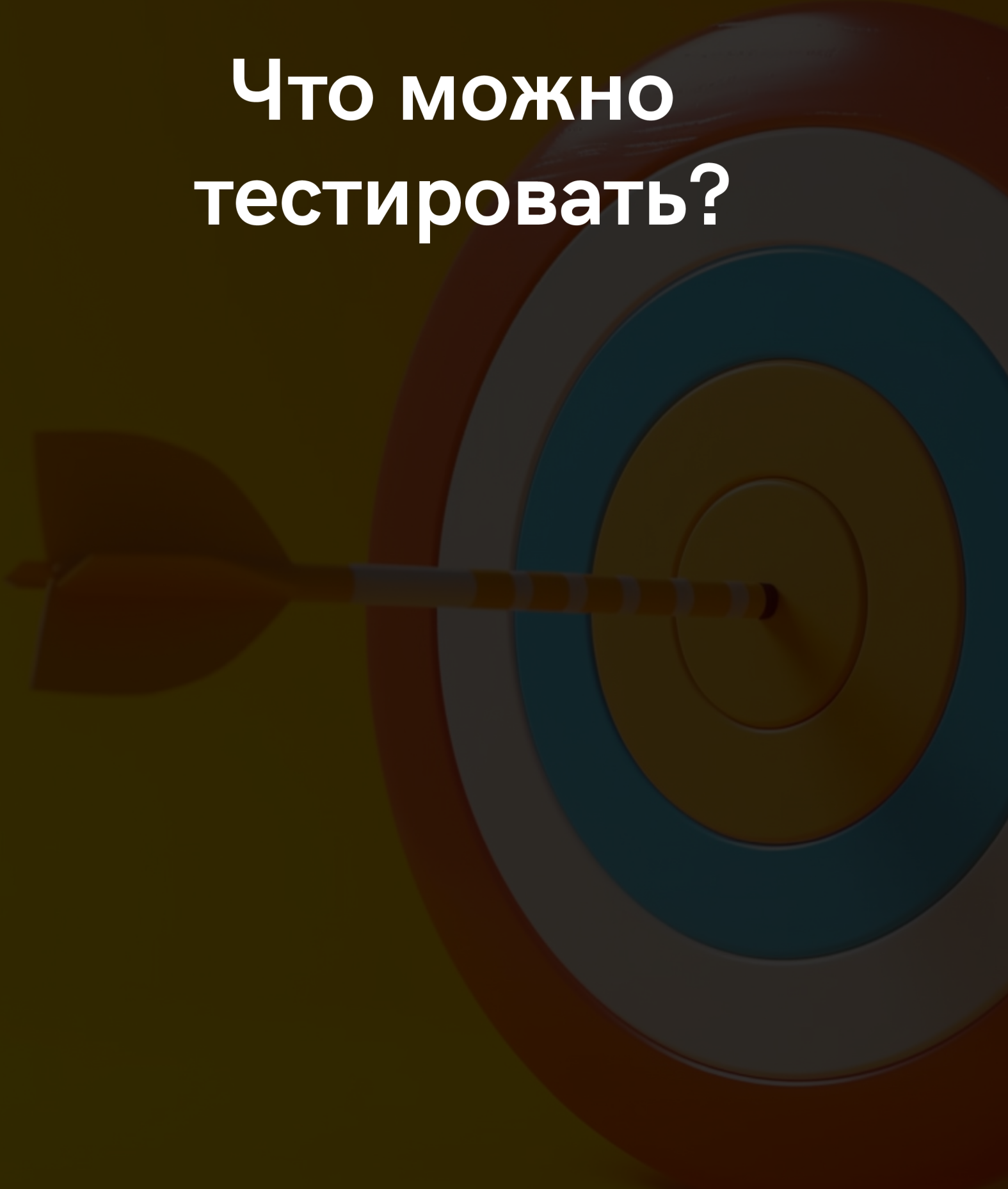
- Тестирование особенно важно при запуске новых продуктов или работе с неизученной аудиторией

Что можно тестировать?

Заголовки

- Яркий вопрос или прямое утверждение
- Примеры: «Скидка 15% только сегодня» или «Почему тысячи людей выбирают нас?»

Что можно тестировать?



Тексты

- Прямые и лаконичные vs эмоциональные и длинные

Примеры:

- Прямой текст: «Быстрая доставка по всей стране»
- Эмоциональный: «Вам больше не нужно ждать – доставка мечты за 2 дня»

Что можно тестировать?

Изображения

- Продуктовые фото или lifestyle-изображения
- Цветовые акценты: яркие или нейтральные

Что можно тестировать?

СТА (призывы к действию)

Примеры:

- «Купить сейчас»
- «Узнать больше»

Как проводить А/В тестирование

ШАГИ ТЕСТА:

1. Определите цель тестирования
2. Выберите элемент для тестирования
3. Создайте два варианта
4. Запустите тест
5. Соберите данные
6. Проанализируйте результаты

1. Определить цель тестирования

- **Увеличение кликов**
- **Повышение конверсии**

2. Выбрать элемент для тестирования

Начинайте пошагово с одного элемента:

- 1. заголовок**
- 2. оффер**
- 3. СТА**
- 4. текст**

3. Создать два варианта

- **A – текущая версия**
- **B – измененный вариант**

4. Запустить тест

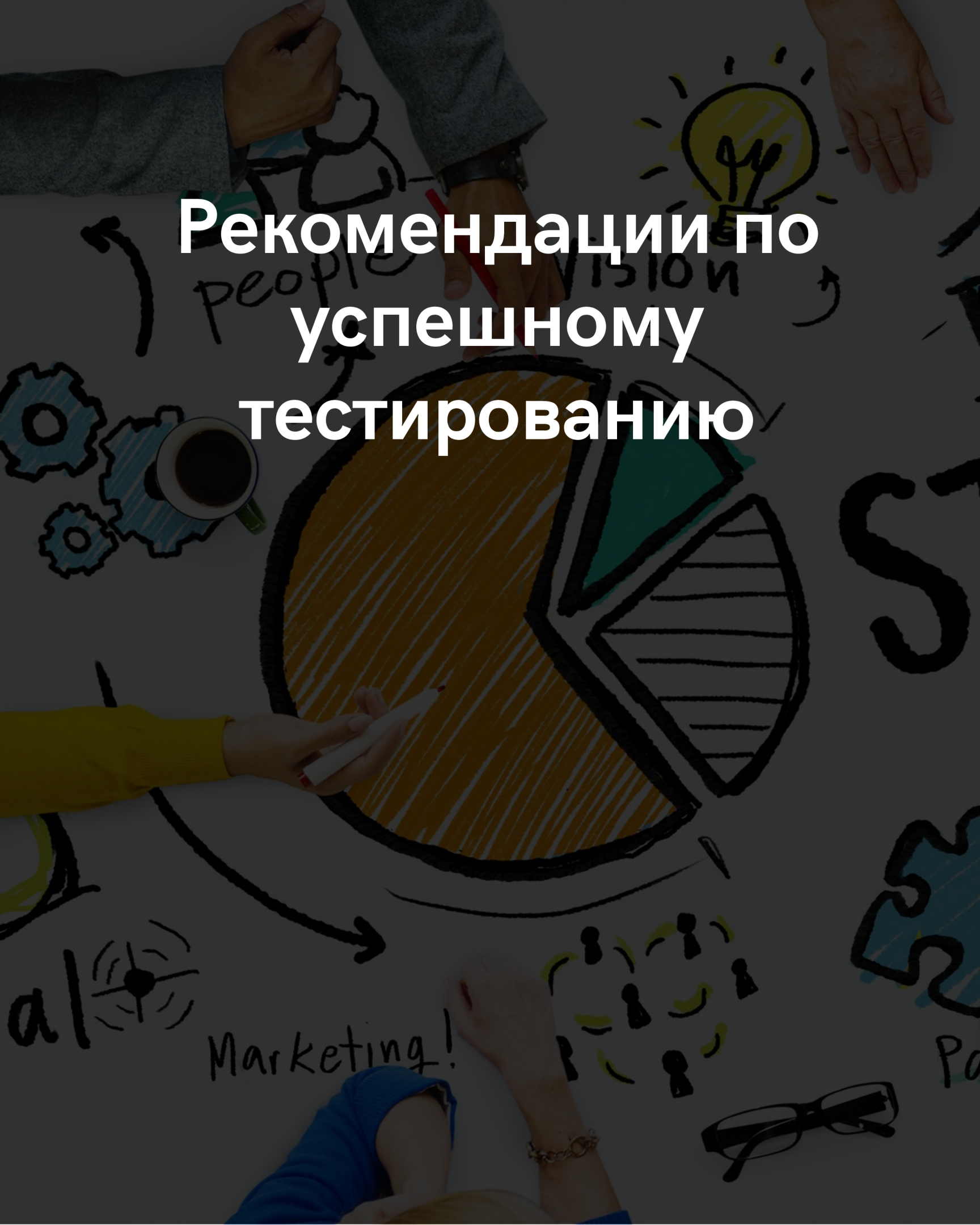
- Используйте одинаковые настройки таргетинга и бюджета
- Продолжительность: от 3 до 7 дней

5. Собрать данные

- **КЛИКИ**
- **конверсии**
- **СТОИМОСТЬ ДЕЙСТВИЯ**

6. Проанализировать результаты

- Какой вариант показал лучшие результаты?
- Оставить его, отключить вариант с худшими результатами

The background of the slide is a dark, semi-transparent image of a brainstorming session. It shows several hands drawing on a whiteboard. There are sketches of a lightbulb, gears, a cup of coffee, a pie chart, and various handwritten words like 'people', 'vision', 'Marketing!', and 'Pa'.

Рекомендации по успешному тестированию

- Тестируйте только один элемент за раз
- Не меняйте настройки рекламы в процессе теста
- Используйте достаточно большую аудиторию
- Не завершайте тест слишком рано
- Дайте алгоритмам Telegram Ads время для оптимизации
- Маленький бюджет не даст объективное тестирование кампании
- Неправильное время запуска (в выходные для B2B) даст искаженные результаты

**Проводите несколько
последовательных тестов,
чтобы достичь максимальной
эффективности**