

СОЗДАНИЕ ТЕСТОВОГО ИНСТАГРАМ-АККАУНТА: ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ТАРГЕТИНГА

Эффективным каналом для рекламы любого бизнеса является таргетированная реклама, ключевой особенностью которой является демонстрация рекламы пользователям, заинтересованным в определенном товаре либо услуге [1]. Для проверки гипотезы об эффективности таргетинга и его особенностях? в социальной сети Инстаграм был создан аккаунт по продаже аксессуаров для продукции фирмы Apple (<https://www.instagram.com/ur.case.by/>). Аккаунт был оформлен в виде онлайн-магазина. Для анализа конкурентов, а также сбора статистики были использованы сервисы от поисковых систем Гугл и Яндекс. После проведения подготовительных этапов, аккаунт был полностью подготовлен. Запуск рекламы проходил в два этапа и тремя различными способами: тестовый этап и основной, с помощью кнопки «продвигать» в Инстаграм, Ads-manager в Фейсбук и бизнес-кабинета, привязанного к аккаунту в Инстаграм и Фейсбук одновременно. На основании проведенных тестов различных групп пользователей, в течение первых двух недель после запуска рекламы были составлены образы целевой аудитории. Реклама демонстрировалась как в историях, так и в постах ленты. В итоге, рекламная кампания начала давать хороший результат по охватам и переходам на профиль. По основным показателям наблюдалась положительная динамика роста. Но, через определенное время, компания Apple выпустила очередное обновление iOS 14, которое влияет на процессы получения и обработки событий конверсий [2]. Это изменение оказало критическое влияние на работу аккаунта: объем конверсий уменьшился в 10 раз.

Таким образом, установлено, что таргетированная реклама эффективна, но необходимо всегда учитывать риски, связанные с особенностями производителей товаров и социальных сетей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Оточина М.С. Реклама в социальных сетях: тенденции и перспективы развития // Вестник ХГУ им. Н.Ф. Катанова. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-sotsialnyh-setyah-tendenii-i-perspektivy-razvitiya> – Дата доступа: 02.03.2022.
2. Влияние релиза iOS 14 на рекламу и работу с инструментами отчетности [Электронный ресурс] / Facebook. – 2022. – Режим доступа: <https://ru-ru.facebook.com/business/help/331612538028890?id=428636648170202> – Дата доступа: 12.03.2022.