

Чек-лист

# Как проверить сообщество во ВКонтакте перед запуском таргетированной рекламы

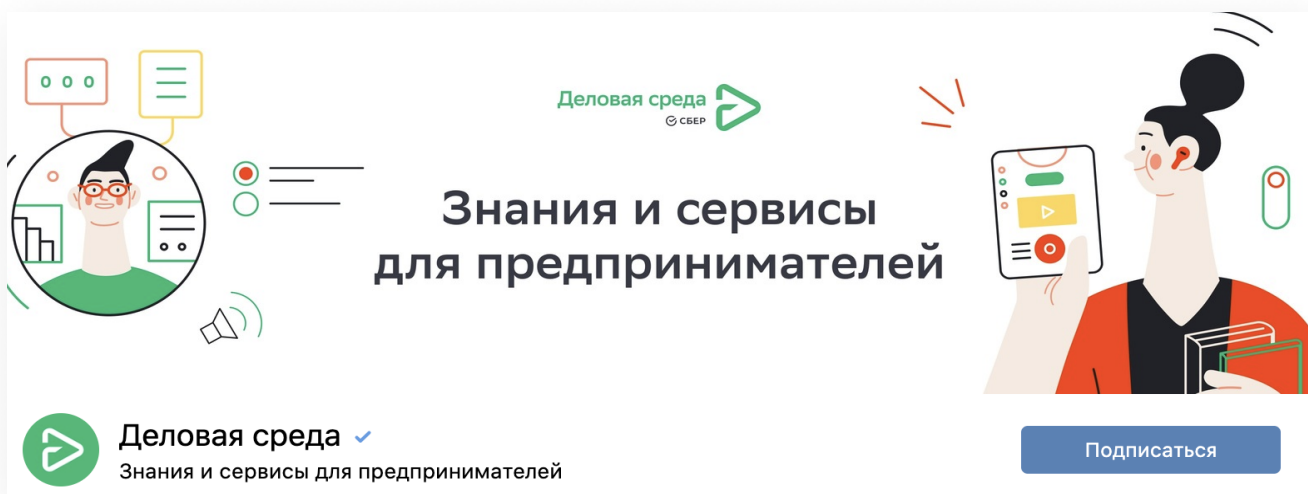
Мы подготовили чек-лист, в котором рассказали, что нужно проверить в сообществе, прежде чем запускать рекламную кампанию.

# Содержание

Обложка сообщества .....	3
Статус сообщества .....	3
Информация о сообществе .....	4
Закрепленный пост .....	5
Ошибки в сообществе .....	6
Обсуждения .....	7
Фото .....	7
Видео .....	7
Публикации .....	8
Ошибки при создании контента .....	8
Товары/Услуги .....	9
Механики привлечения новых участников .....	11
Запрещенные механики .....	12
Бонус: как протестировать обложку сообщества .....	13

# Обложка сообщества

- ◆ Адаптирована под мобильные версии
- ◆ Дает представление о сообществе
- ◆ Содержит лаконичное сообщение
- ◆ Содержит название компании, логотип

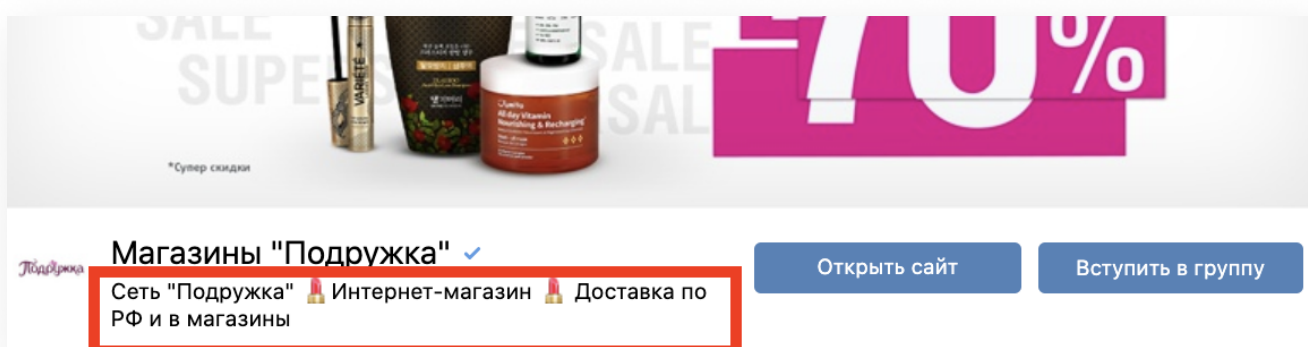


Пример обложки сообщества

# Статус сообщества

Находится прямо под заголовком

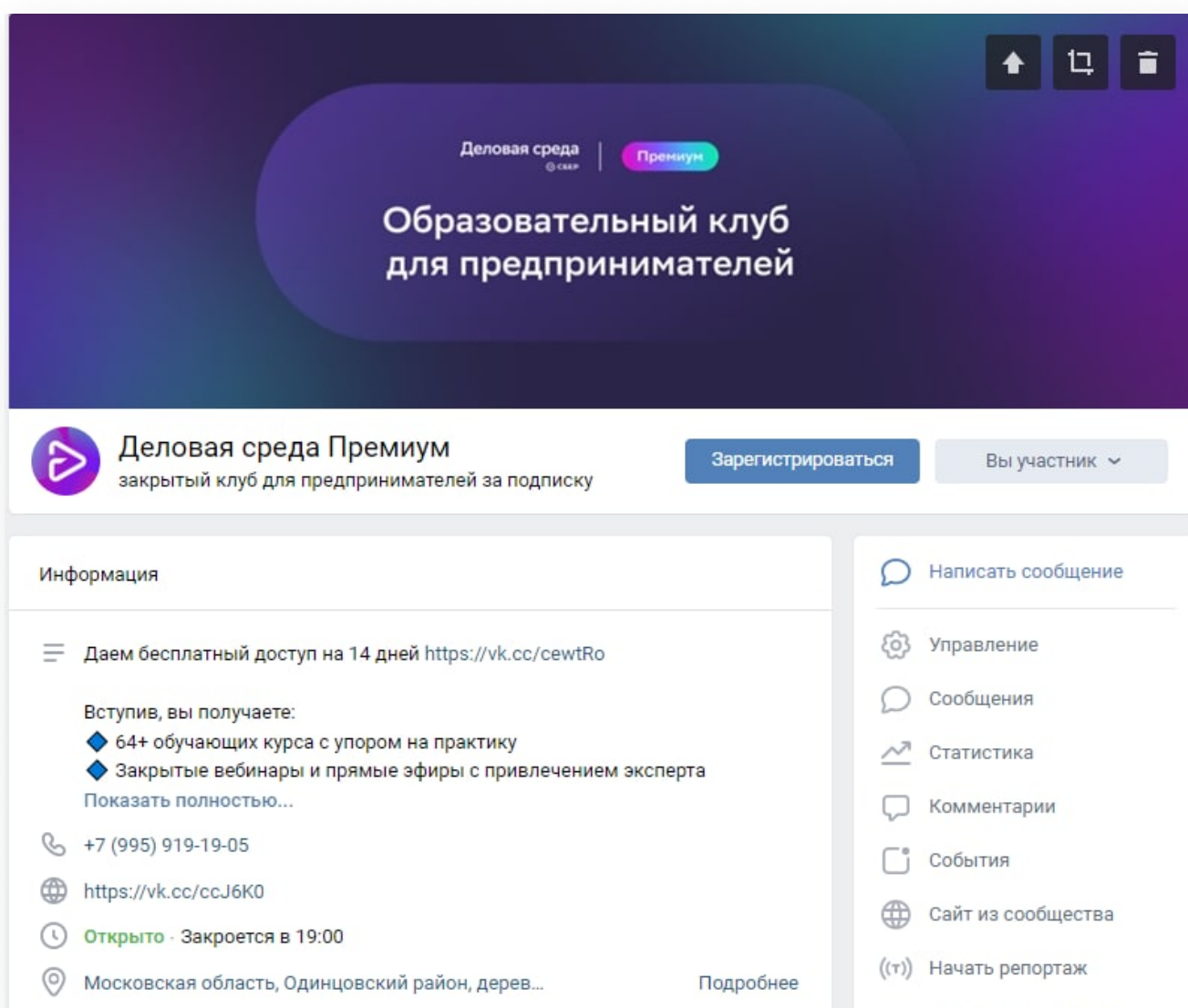
- ◆ Содержит УТП (уникальное торговое предложение)
- ◆ Может сообщать об акции или основном предложении



Пример статуса сообщества

# Информация о сообществе

- ◆ Содержит краткое описание компании и перечисление услуг/товаров
- ◆ Есть способы связи: телефоны, мессенджеры, e-mail
- ◆ Есть ссылка на сайт
- ◆ Отражается график работы
- ◆ В раздел также можно добавить бонус, специальное предложение и т. д.




Пример обложки, статуса и информации о компании



# Закрепленный пост

Закрепить можно любую запись на вашей странице, чтобы она оставалась всегда на первом месте.

- ◆ Может содержать описание акции или основного предложения
- ◆ Может давать объяснение, что находится в сообществе
- ◆ Может содержать ссылки на полезные материалы (чек-листы, шпаргалки и т. д.)




**Церебро Таргет** запись закреплена  
6 июл в 17:53



Рекламный кабинет ТикТок от А до Я

Обучающий марафон с практикой по СНГ пройдет в сообществе для доноров Церебро.

Старт – 12 июля.  
[Показать полностью...](#)




УРОК 1. Подготовка к созданию рекламных креативов и рабочие шаблоны



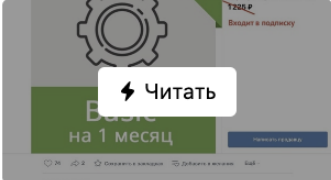
Феликс Зинатуллин

358 75 271 64K

Статьи 1416





Как изменилось поведение потребителей в феврале и марте. Обзор иссл..




Как стать донором и получить максимум выгоды

Ссылки 9

 Инструкция к сервису [blog.xn--90aha1bhc1b.xn--p1ai](https://blog.xn--90aha1bhc1b.xn--p1ai)

 База кейсов и специалистов [vk.cc](https://vk.cc)

 Как стать донором и получить максимум

Пример закрепленного поста с описанием предложения

# Ошибки в сообществе

## ✦ У сообщества стоит ограничение 18+

Обязательно проверьте в настройках, не стоит ли это ограничение. Такие сообщества не показываются на смартфонах Apple, и не будут видны в поиске

## ✦ Продвижение бизнеса по другой тематике

Например, у вас два бизнеса — ногтевой сервис и продажа аппаратуры для косметологии. В одном сообществе писать сразу об обоих нельзя: по правилам ВКонтакте так вести сообщество запрещено, вас могут забанить. Для каждого бизнеса делайте отдельное сообщество

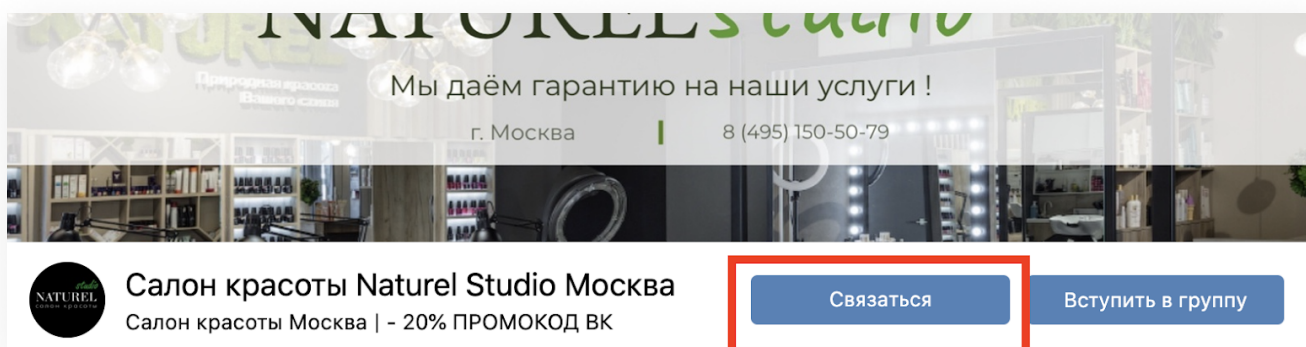
## ✦ Обилие смайликов

Рекомендуется использовать не более 6 смайликов в одном посте

## ✦ В закреплённом посте не ясна цель вашего предложения — что участник сообщества должен сделать дальше. Ведь смысл такого поста — сделать так, чтобы человек понял, какой следующий шаг нужно сделать. Примеры: если вы рассказываете о спецпредложении — не забудьте дать ссылку на него. Предлагаете записаться на консультацию — оставьте контакт для связи

## ✦ Нет кнопки для связи

Например, если к вам записываются на консультацию, то нужно так и написать в кнопке и отправить на форму записи. Если вы принимаете звонки, то нужно указать телефон, и вшить его в кнопку «Связаться»



Пример статуса сообщества

# Обсуждения

В сообществе обязательно наличие двух тем:

- ◆ Вопрос – ответ
- ◆ Отзывы

# Фото

- ◆ Все фотографии сняты/оформлены в одном стиле
- ◆ В описание фото добавляйте условия получения товара, ссылки на товар
- ◆ Альбомы структурированы. Например, каждой услуге/типу товара посвящен отдельный альбом

# Видео

- ◆ Должны работать (открываться и грузиться). Поэтому периодически проверяйте, как работают ваши видео
- ◆ Есть описание под каждым видео
- ◆ У каждого видео есть цель. Например, рассказать историю вашей компании, проинформировать об определенной услуге/спецпредложении

# Публикации

- ◆ Тексты отформатированы (есть абзацы)
- ◆ Написаны в едином стиле
- ◆ Есть заголовок в самой публикации или на фотографии
- ◆ Содержат призыв к действию
- ◆ Появляются регулярно
- ◆ **Важно:** разговаривайте на языке клиента, избегайте официального-делового стиля

## Ошибки при создании контента

- ◆ Не несет пользы
- ◆ Нет реакции на посты (лайков, реакций, комментариев)
- ◆ Не решает поставленную задачу (проинформировать, развлечь, получить выгоду)
- ◆ **Важно:** опирайтесь на статистику. Если пост отрабатывает хорошо (есть лайки, идут заказы), значит вы все делаете правильно

### Какую статистику анализировать:

- ◆ **Статистика переходов по ссылкам**

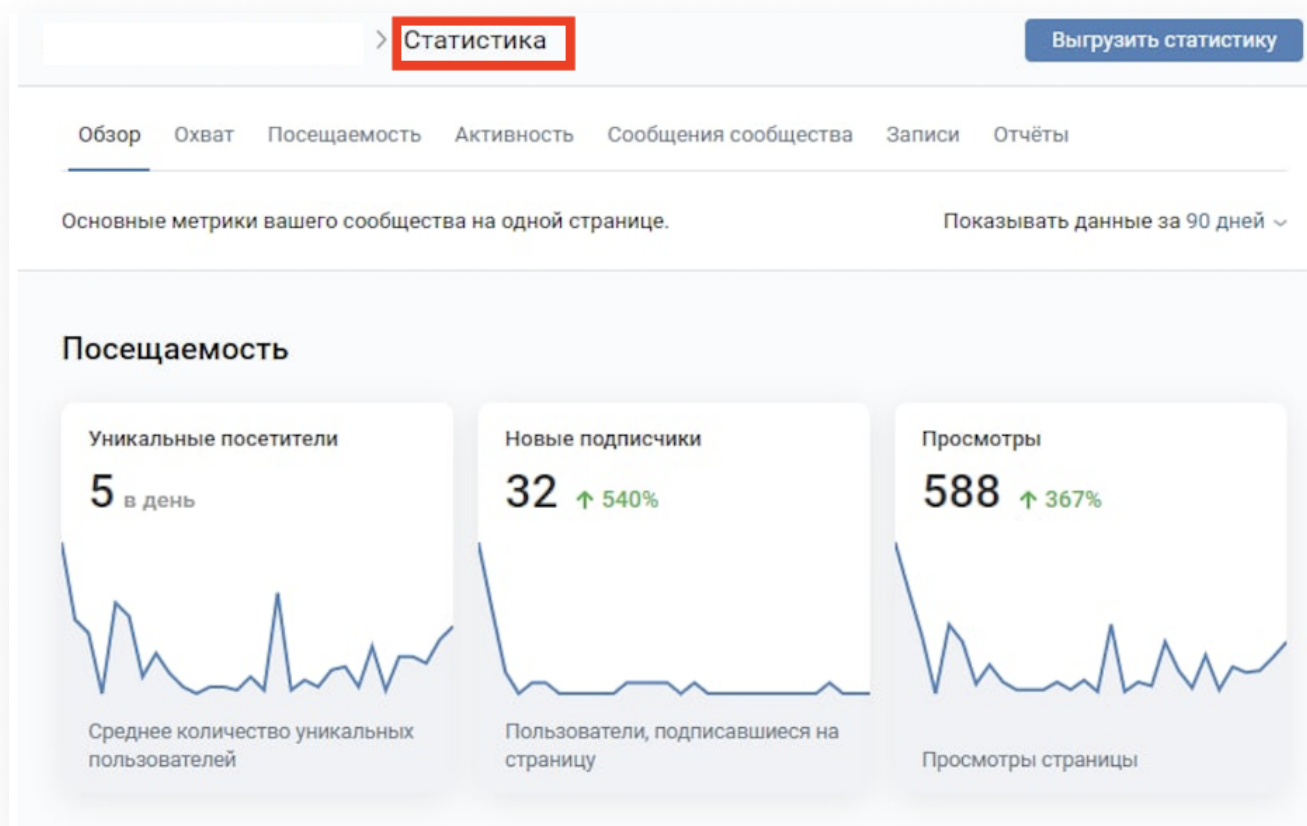
Ставьте ссылку в пост, размечайте ее\* и по ней будут считаться клики:

а) можно разметить utm-метками и считать переходы. Переходы отслеживайте в Яндекс.Метрике.

б) можно сделать сокращенную ссылку с помощью сервисов (например, clck.ru, bitly.com, vk.com/cc), и по ней будут считаться клики.

## ♦ Анализ вступлений в группу на основе поста

Статистику можно посмотреть в рекламном кабинете



## Товары/Услуги

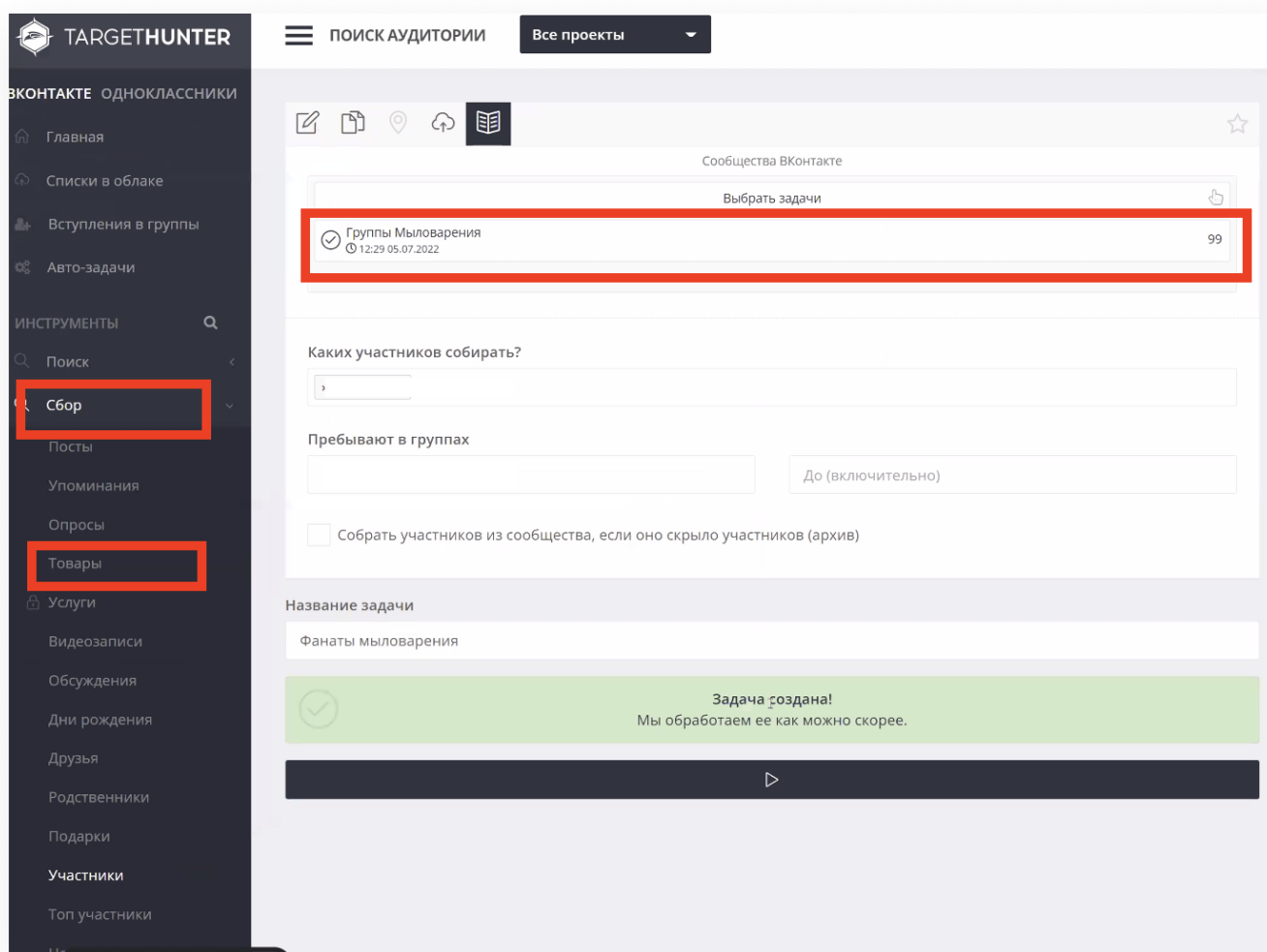
- ♦ Есть основные товары/услуги на странице сообщества, чтобы посетители могли выбрать товар/услугу и связаться с вами для оформления заказа

The screenshot shows a Facebook page layout. On the left, there is a section titled "Товары 26" (Products 26) enclosed in a red border. It displays three product cards: 1. A colorful floral t-shirt labeled "ТОЛСТОВКА 299 Р" (T-shirt 299 R). 2. A white t-shirt with a cartoon character print labeled "ФУТБОЛКА С ПРИНТОМ... 699 Р" (T-shirt with print... 699 R). 3. A colorful puffer jacket labeled "КУРТКА 1799 Р" (Jacket 1799 R). Below the product cards is a link "Показать все товары" (Show all products). To the right of the product section is a video feed. The first video is titled "Стань королевой школы вместе с O'STIN! (20S)" (Become a school queen with O'STIN! (20S)) and has a duration of 0:20. The second video is titled "Стань супергероем вместе с" (Become a superhero with) and also has a duration of 0:20.

Чтобы посмотреть сведения о сообществах, которые разместили похожие товары, используйте сервис Targethunter. В сервисе нужно зайти во вкладку Сбор - > Товары/Услуги и проверить просмотры и реакции в Товарах/Услугах. Используйте списки групп конкурентов для входных данных поиска.

### Подробные инструкции, чтобы:

- ✦ Проверить популярность товаров – [здесь](#)
- ✦ Проверить популярность услуг – [здесь](#)



Targethunter. Пример поиска информации о товарах в группах мыловарения.



# Механики привлечения новых участников

- ◆ Приз за лайк — розыгрыш приза среди тех, кто вступил в группу и поставил публикации лайк

The screenshot shows a VK post from the group 'КОВАНЫЕ ТОПОРЫ (Железный дровосек)'. The post is dated June 16 at 18:26 and is titled '!! ВНИМАНИЕ КОНКУРС ОТ ЖЕЛЕЗНОГО ДРОВОСЕКА !!'. The contest is free, with a free prize and delivery. The prize is a hand-hewn axe. The post lists the following specifications: Steel grade 57-59 HRC (quenched), Head weight 600 g, Total axe weight 900 g, Blade length 110 mm, Axe length 160 mm, Handle length 400 mm, Handle material ash. The post includes five conditions for participation: 1. Join the group and click the link. 2. Post a 'like' and wait for the results. 3. Contest for residents of Russia, Belarus, and Kazakhstan. 4. Winner must follow the rules. 5. Admin reserves the right to resolve disputes. The post also mentions the contest ends on July 17, 2022, at 19:00 MSK, and the winner will be chosen via a randomizer. The post is from the user 'КУТЕРЬМА СММ агентство' (28 subscribers).

Пример розыгрыша с условием поставить лайк

- ◆ Приз за лайк и подписку на рассылку (требует дополнительного инструмента для рассылки сообщений Senler)
- ◆ Розыгрыш приза (какого именно — секрет для подписчиков). Механика используется редко

# Запрещенные механики

- ◆ Приглашать в сообщество всех друзей с помощью личных сообщений или иным способом (по большому счёту, это та же рассылка спама силами пользователей). По правилам во ВКонтакте рекомендуется приглашать только тех, кому потенциально может быть интересна тематика группы
- ◆ Ставить условие, что конкурс состоится, только если запись о нем соберёт определённое количество репостов/отметок «Мне нравится»/в сообщество вступит определённое количество участников и т.д. Это тоже стимулирует «накрутки», а также часто используется для мошенничества со стороны организаторов
- ◆ Вступать во множество сторонних сообществ, подписываться на разных пользователей и т.п. (это очевидный способ превратить конкурс в «накрутку»)

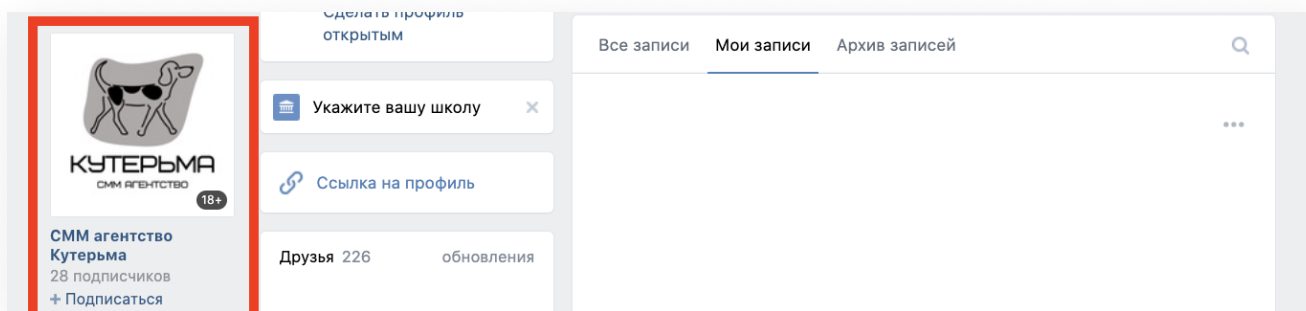




# Бонус. Как протестировать обложку сообщества

Обложка — первый элемент сообщества, на который пользователи обращают внимание, и часто её привлекательность влияет на решение оставаться в сообществе или нет. Чтобы выбрать подходящую обложку, сделайте следующий тест.

- ✦ Соберите вашу целевую аудиторию. Важно выбрать самый очевидный вариант, ваших прямых конкурентов
- ✦ Поделите базу на 3 сегмента через сервис <https://vk.targethunter.ru/tools/result>
- ✦ Поставьте первый вариант обложки и запустите ТГБ (или текстово-графический блок, формат рекламы ВКонтакте, работает только в полной версии сайта). Для теста тратьте на рекламу около 100–500 рублей
- ✦ Поставьте второй вариант обложки и запустите ТГБ. Также рекомендуем потратить на рекламу 100–500 рублей
- ✦ В вашем рекламном кабинете смотрите конверсию в подписку: сравните количество вступлений по каждому объявлению и выберите обложку с лучшей конверсией
- ✦ **Важно:** используйте ТГБ, а не другие виды рекламы, так как в этом случае пользователь увидит именно обложку, а не просто рекламное сообщение в своей ленте



Пример текстово-графических блоков