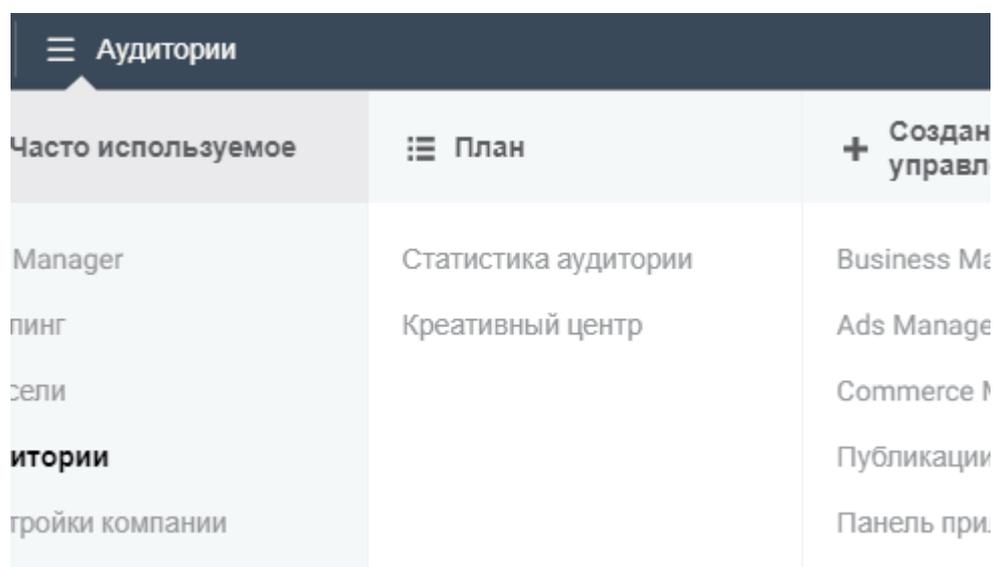


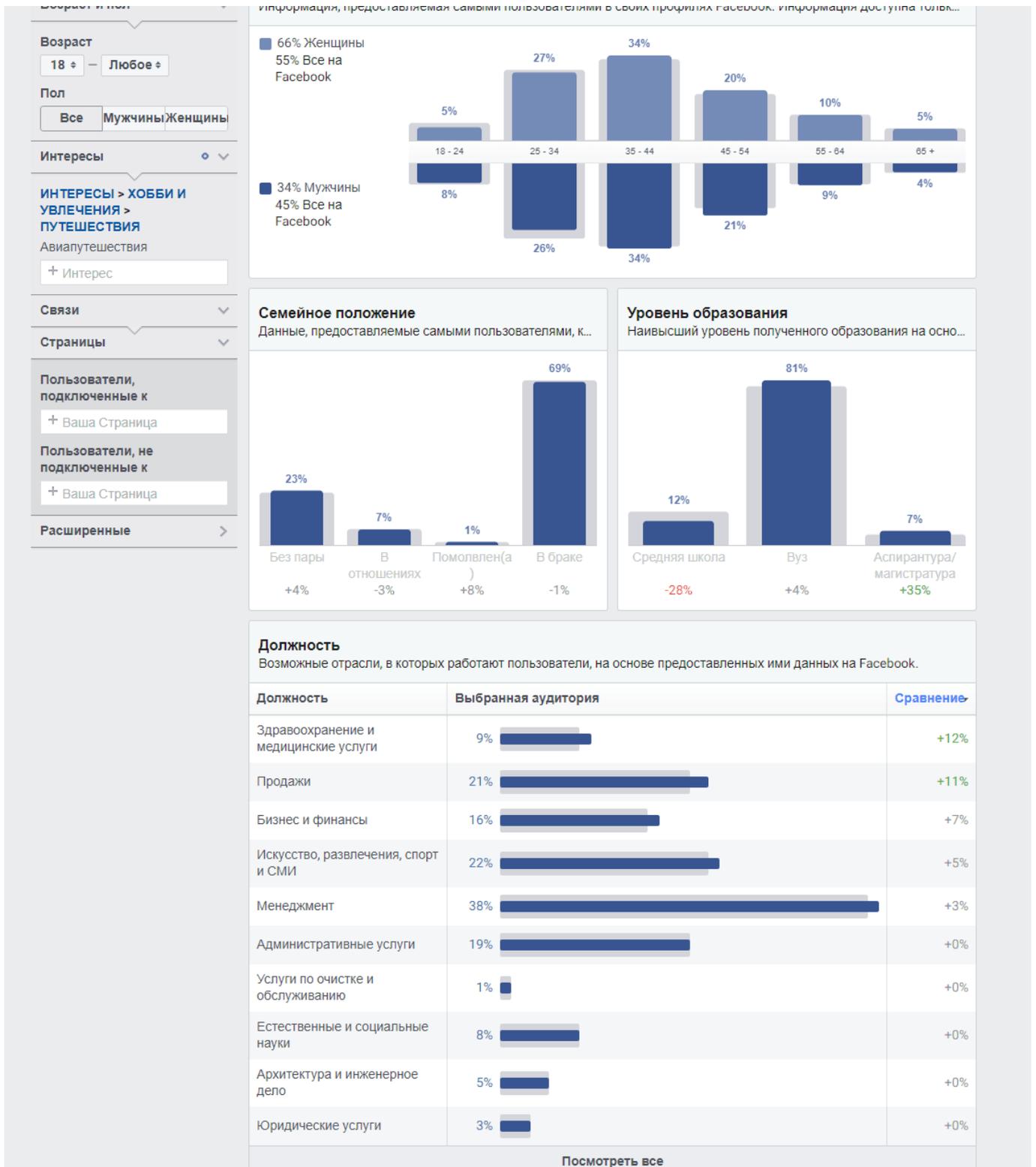
[В предыдущем посте](#) рассказывалось о том, с чего начать при выборе целевой аудитории для рекламы. Facebook имеет много информации о пользователях своей платформы. Вы можете воспользоваться этими знаниями, чтобы провести сегментирование целевой аудитории. Это улучшит таргетинг объявлений на Facebook и снизит затраты на рекламу.

Войдите в Менеджер рекламы и выберите «Статистика аудитории» в меню в разделе «План».



В столбце «Создать аудиторию» введите один из интересов вашей целевой аудитории из списка «мозгового штурма» ([читайте предыдущий пост](#)) в поле «Интересы». Пусть это будут авиапутешествия.

Как только вы это сделаете, увидите такие данные:



Сегментирование целевой аудитории, вкладка «Демография»

Здесь сообщается о возрасте, семейном положении и доходах аудитории по выбранному интересу. Определите, соответствуют ли эти показатели вашему портрету клиента? Если нет, переходите к исследованию другого интереса.

Что нравится вашей аудитории?

Перейдите на вкладку «Отметки «Нравится» Страницы». Добавьте страницы, которые вы видите в списке, в данные об исследовании соответствующей темы. В разделе «Инструменты» своего списка клиента вы можете добавить помимо уже присутствующего уже Skyscanner — momondo KLM Russia. В разделе «Любимые передачи, шоу» — «Застолье с Умалат».

Отметки «Нравится» Страницы				
Страницы Facebook, которые, скорее всего, будут актуальны для вашей аудитории на основе отметок "Нравится" Ст...				
Страница	Актуальность ¹	Аудитория	Facebook ²	Похожесть ³
momondo	1	35,9K	68,5K	770x
KLM Russia	2	36,5K	75,4K	712x
Skyscanner	3	73,8K	154,7K	703x
Massimo Dutti Russia	4	49,3K	104K	698x
Mastercard	5	27,2K	58,3K	686x
Visa	6	26,9K	59K	672x
S7 Airlines	7	62,8K	138,4K	668x
homify	8	45,1K	100,2K	662x
Barilla	9	32,6K	74K	649x
Rendez-Vous - Рандеву	10	34,4K	80K	634x
ИКЕА Россия - IKEA	11	65,1K	152K	630x
OZON.travel	12	25,3K	59,6K	626x
CHANEL ШАНЕЛЬ	13	38,4K	93,1K	607x
Land Rover	14	37,4K	91,9K	600x
Аэрофлот - Российские авиалинии	15	68,2K	167,4K	600x
Мираторг	16	28,6K	71,1K	593x
iHerb.com Russian	17	25,6K	64,6K	585x
ВДНХ	18	33,7K	85,4K	581x
Jaguar	19	35,3K	90,1K	576x
магазин Гардероб	20	26,6K	68,6K	571x
SOKOLOV	21	27,2K	71,5K	559x
Nikon	22	57,7K	153,8K	552x
Volkswagen	23	33,1K	90K	541x
Застолье с Умалат	24	27,3K	75K	536x
Панк Гольфклуб	25	25,7K	70,5K	536x

Прокрутите немного дальше, чтобы увидеть другие бизнес-страницы, которые могут быть полезны для сегментирования целевой аудитории.

Повторите этот процесс для каждого из выбранных первоначальных интересов в вашем списке.

Когда у вас составлен полный список потенциальных интересов, нужно поискать интересы за пределами Facebook.

Сервис Buzzsumo

Сегментирование целевой аудитории нужно продолжить для ее более точного определения, используя сервис BuzzSumo. Он сравнивает популярные статьи, размещенные онлайн, показывает, где они были опубликованы. Также показывает, какая реакция у них в социальных сетях. Если статья пользуется популярностью, вы можете дополнить ранее составленный список интересов целевой аудитории. Можно добавить автора, саму публикацию, людей, объекты, которые упоминаются в ней.

Бесплатный тариф [BuzzSumo](#) предоставляет ограниченные результаты поиска. Для получения полных результатов и дополнительных функций планы начинаются с \$ 99 / месяц.

Зайдите на [buzzsumo.com](#) и введите тему в поле поиска. По запросу «авиапутешествия» получены следующие результаты:

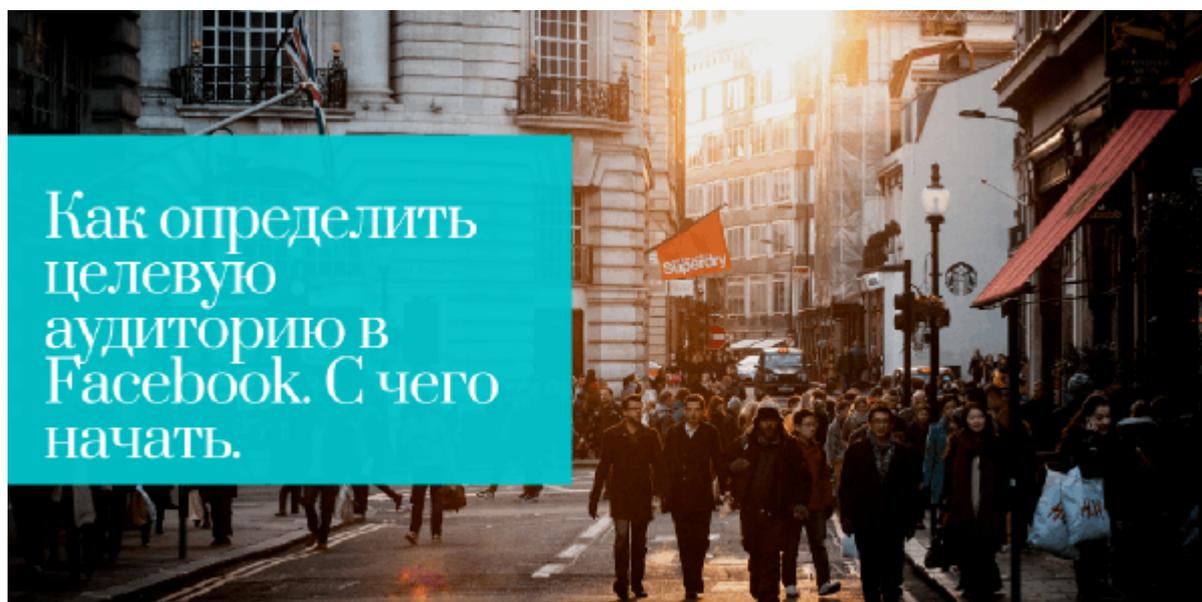
Sort by	Facebook Engagements	Twitter Shares	Pinterest Shares	Reddit Engagements	Number of Links	Evergreen Score	Total Engagements
Total Engagements	32	0	0	0	1	0	32
Полеты тогда и сейчас: как менялись авиапутешествия на протяжении десятилетий	18	8	0	0	0	0	26
Полеты тогда и сейчас: как менялись авиапутешествия на протяжении десятилетий	4	1	0	0	0	0	5

Просмотрите статьи, написанные за последний год, и отметьте авторов и публикации в своем списке интересов. Видно, что статьи чаще всего публикуются на Facebook. Если определенные материалы публикуются других сетях, например, Pinterest, то их можно добавить в свой список интересов.

Теперь нажмите на самую верхнюю статью и прочитайте ее. Добавьте любые ценные моменты, упомянутые в статье. Например, вы можете найти упоминание об использовании вашей потенциальной целевой аудиторией определенных редакторов

изображений. Например, таких как PhotoShop или другого софта. Добавьте их в ваш список в разделе «Инструменты».

Ознакомьтесь с другими самыми популярными статьями, которые показывает BuzzSumo, найдите и добавьте в список интересов, все, что считаете нужным. Также можно использовать для сегментирования аудитории сервис Google Trends. Как это сделать в [этой статье](#).



[Таргетинг в фейсбук по целевой аудитории](#)

Опубликовано: 29 июня, 2019

Поделиться Facebook Twitter Google+ Pinterest LinkedIn Одним из ключевых ответов на вопрос «как настроить рекламу в фейсбук» является определение целевой аудитории. Зачем нужен таргетинг в фейсбук? Чтобы не тратить деньги [Continue reading](#)

[нет комментариев](#)