

8 советов по повышению эффективности

Если вы хотите повысить продажи, направить трафик на свой вебсайт или запустить новый продукт, TikTok поможет вам добиться отличных результатов, если пользоваться им правильно.

1. Выделите достаточный бюджет

Наша платформа предлагает вам оптимальную эффективность расхода бюджета.

- Увеличение бюджета не всегда приводит к росту рентабельности инвестиций (ROI).
- Однако при большем бюджете у вас больше возможностей для тестирования, а еще вы можете лучше изучить, как работает наша платформа.
- А это, в свою очередь, даст вам больше возможностей для масштабирования бизнеса.

3. Устанавливайте правильные цели

Выбирайте цель кампании так, чтобы она отвечала вашим бизнес-целям.

- Чем ближе цель вашей кампании к вашей бизнес-цели (например, продажи, клики, трафик), тем больше у кампании шансов на успех.
- Если вам нужны клики, наша система попытается найти показы, которые дадут вам наибольшее количество кликов в рамках вашего бюджета. Если вам нужны конверсии, наша система попытается найти для вас наибольшее число конверсий.

2. Не сужайте аудиторию сверх меры

Наша система учится определять, состоится ли конверсия или нет.

- Чрезмерная сегментация может осложнить поиск подходящей аудитории.
- Если вы хотите адресно обратиться к определенным сегментам, попробуйте для повышения эффективности сгруппировать их в более крупные категории (например, попробуйте выделить все виды спорта вместо одного баскетбола).

4. Точное прогнозирование конверсии

Должно произойти около 50 конверсий, чтобы наша система правильно их прогнозировала.

- Эта цифра должна быть учтена при планировании вашего бюджета (бюджет = 50 конверсий × цена за конверсию).
- Оптимизация для такого бюджета поможет стабилизировать обслуживание и дать вашей кампании наилучшие шансы.

8 советов по повышению эффективности

Если вы хотите повысить продажи, направить трафик на свой вебсайт или запустить новый продукт, TikTok поможет вам добиться отличных результатов, если пользоваться им правильно.

5. Завершите этап обучения

Рассмотрите возможность использования целей выше по воронке, чтобы обеспечить лучшие результаты.

- Например, если вам не удастся в рамках кампании сократить расходы при конверсии в покупку, вы можете привязать событие оптимизации к «добавлению в корзину» или к другому событию, где у вас наблюдается наиболее качественный сигнал.

7. Не вносите изменения каждый день

Как следует обдумывайте любые корректировки своей кампании перед тем, как их вносить.

- Прежде чем внести какие-либо изменения, задайтесь вопросом, есть ли у вас на самом деле статистически значимые данные, способные что-то изменить.

6. Протестируйте сегменты аудитории

Проведите A/B-тестирование, чтобы оптимизировать стоимость конверсии.

- Если вы считаете, что в других сегментах аудитории цена конверсии будет значительно отличаться, разделите свою кампанию на сегменты, в которых будет примерно одинаковая ставка.

8. Сосредоточьтесь на ключевых метриках

Не забывайте об окончательной цели вашей кампании.

- Сосредоточьте внимание на тех метриках, которые действительно важны для вас. Если цена за конверсию снижается, но стоимость тысячи показов (CPM) растет, нет причин беспокоиться.