

Отчёт по таргетированной рекламе Проекта во ВКонтакте

Месяц год

Вводная часть

- Цели и задачи продвижения на отчётный период (в цифрах)



Что нового

- Что произошло за период в соцсетях — сводка новостей, которые повлияли на проект и его продвижение



Общая статистика по проекту

- Ключевая общая статистика по проекту за месяц (или другой отчётный период)



Статистика по таргету во ВКонтакте

- Если инструментов продвижения несколько, то цифры даём с разбивкой по инструментам.
- Если каналов продвижения несколько, то делаем статистику по каждому каналу на отдельном слайде.



Примеры обратной связи пользователей

- Здесь можно показать скриншоты переписок, комментариев клиентов. Можно показать примеры заполненных анкет и лид-форм.



Лучшие промпосты за период

- Показываем скриншот и статистику по каждому из лучших промпостов за период. Можно выбрать 2-3 штуки.



Худшие промопосты за период

- Не стесняемся показать, что не зашло аудитории. Клиент оценит, что его таргетолог пробует новые подходы, креативы, сегменты и т.д. Плюс важная информация себе на будущее, чтобы не сливать тестовый бюджет дважды.
- Здесь так же — скриншот, статистика.



Аудитория

- Данные по аудитории: какие сегменты в работе, какие у них показатели, какие есть изменения в поведении / структуре аудитории.



Выводы

- Логические умозаключения вида:
«Благодаря ... показатель ... упал / вырос на ...»
«Показатель ... изменился на ... относительно
предыдущего периода, потому что...»



План действий

- Фактически, это конкретные шаги, которые лягут в основу слайда «Цели и задачи» в следующем отчёте.



Сводный слайд с КРІ

□ План / Факт / План на следующий период

