

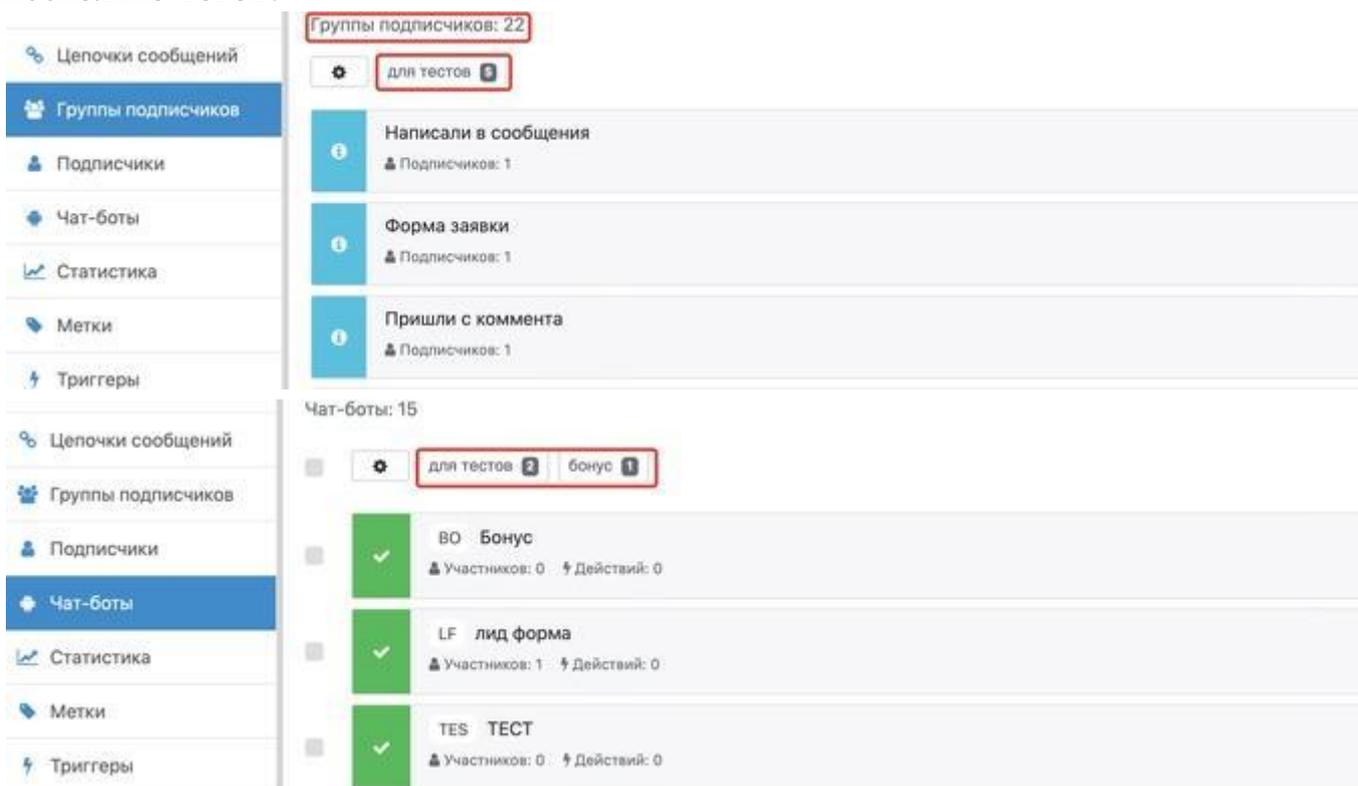
Теги. Для чего они нужны?

Со временем ваш кабинет обрастает множеством групп подписчиков и чат-ботами. В них все сложнее становится ориентироваться. В этом случае к нам на помощь приходят теги.

Теги — это специальные метки для ботов и групп подписчиков, которые выполняют роль папок для упорядочивания и быстрого поиска.

Например, есть несколько ботов, связанных какой-нибудь логикой, указываете в этих ботах один и тот же **тег**, и по нему можно будет быстро их найти.

В качестве **тега** может быть использовано любое слово или словосочетание. К боту или группе подписчиков можно привязать несколько **тегов**.



Теги можно указать как при создании, так и при редактировании ботов или групп подписчиков.

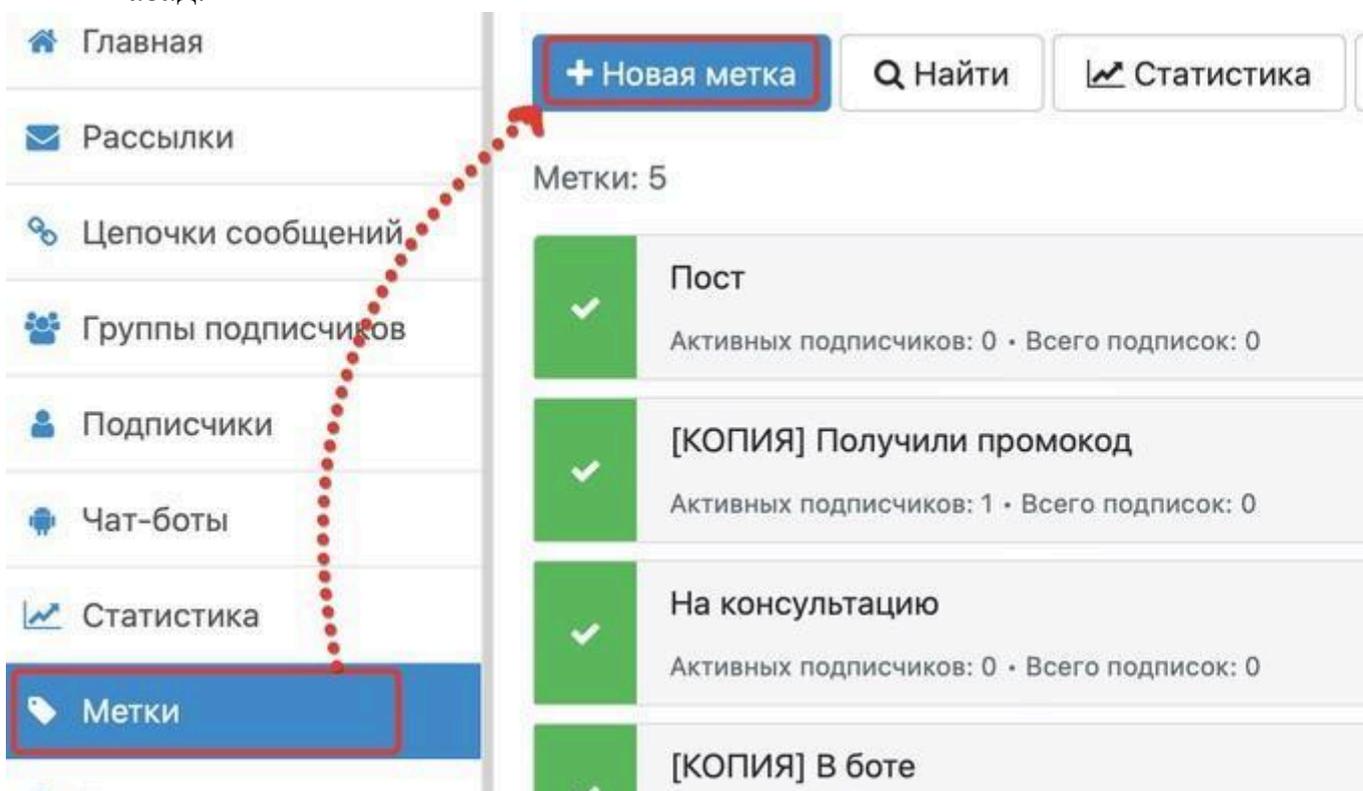
Метки. Где их использовать?

Метки в Senler часто использовались в рекламных компаниях ВК.

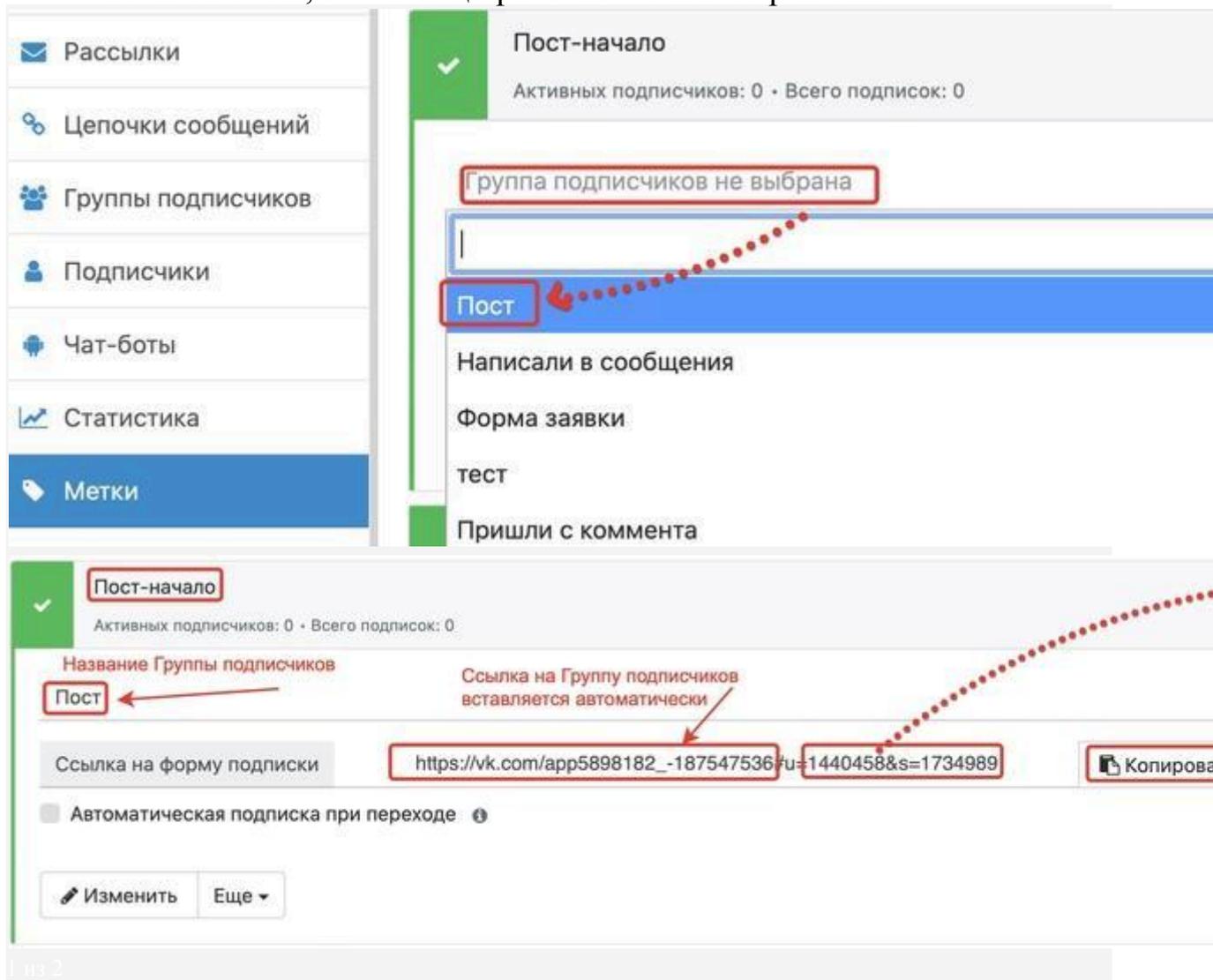
Но сегодня они обретают другой смысл и функционал. По меткам можно понять, откуда пришел ЛИД, проанализировать читаемость постов, также их можно ставить в ботах, для определения на каком этапе находится человек. Если образно представить, то Метка — это некий флажок на подписчике.

Давайте разберем на примере. Есть пост с каким-то уникальным предложением и мы проверяем наше УТП. Даем ссылку на оформление покупки в начале поста и конце поста. Но как узнать, откуда пришел покупатель.

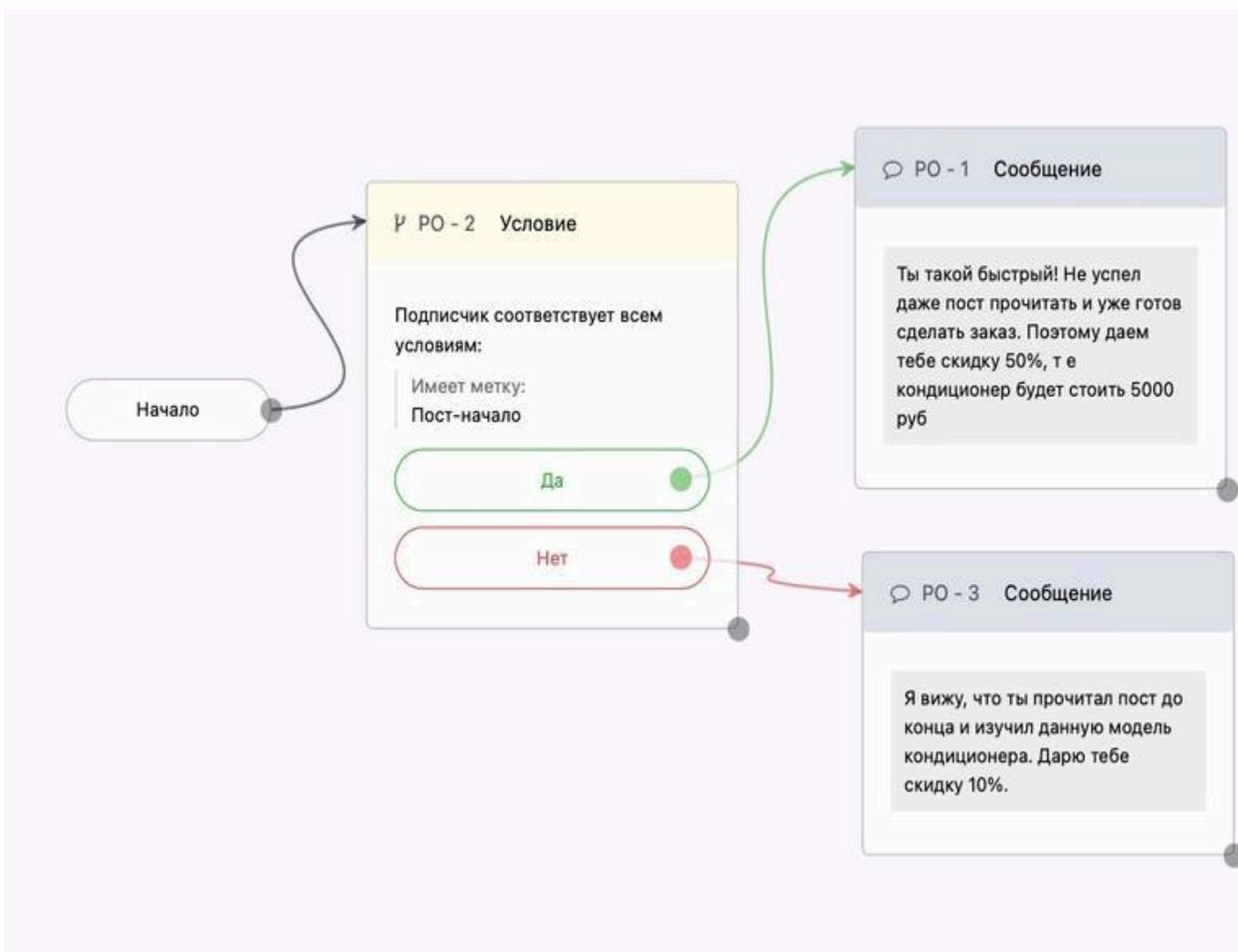
- Подготовим наш длинный пост. Заходим в сообщество и создаем Новую запись. Вставляем туда наш текст. И пока не публикуем.
- Переходим во вкладку сервиса Senler. Создаем новую Группу подписчиков (далее Подписную) - ПОСТ, делаем ее скрытой и сохраняем.
- Переходим в раздел Меток. Создаем новую метку. Называем Пост-начало. Сохраняем. Возвращаемся Назад.
- Создаем вторую метку — Пост-конец. Сохраняем. Возвращаемся Назад.



- Теперь добавим нашу подписную в созданные метки. Открываем метку Пост-начало и добавляем нашу подписную Пост. У нас генерируется ссылка — к ссылке подписной, которая вставляется автоматически, в ее конец присваивается номер метки.



- Копируем ее и вставляем в начало поста в сообществе. НЕ ПУБЛИКУЕМ!
- Возвращаемся в Senler. Открываем метку Пост-конец - и снова добавляем эту же посадочную ПОСТ. Копируем ссылку, возвращаемся в пост и вставляем ее в конец поста. Публикуем пост.
При желании можете оформить пост, добавив картинку.
- А теперь самое интересное: Создаем бота.



- Сразу к Началу связываем блок Условия и проверяем - есть ли у человека метка - Пост-начало:

ДА - пишем сообщение, которое он получит ТОЛЬКО в ЛИЧКЕ - “Ты такой быстрый! Не успел даже пост прочитать и уже готов сделать заказ. Поэтому даем тебе скидку 50%, т е кондиционер будет стоить 5000 руб!”

НЕТ - пишем, “Я вижу, что ты прочитал пост до конца и изучил данную модель кондиционера. Дарю тебе скидку 10%.”

Метку «Пост-конец» проверять нет смысла. Этим условием она уже исключилась.

Конечно, может быть ситуация, что человек прочитал пост весь и вернулся в начало и нажал на ссылку. Тут этой вероятностью мы уже управлять не можем.

- Опубликуем бота и запустим. Теперь чтоб бот запустился, прикрепляем его к посадочной ПОСТ во вкладке Дополнительно. Для теста поставим галочку Добавить заново.

Все! Можно публиковать пост и проверять!

UTM-метки. Нужны ли они?

Как же быть таргетологам? Как использовать метки? Если у вас 2-3 объявления и вы делаете тест связки, то вполне можно обойтись Метками Senler. То есть вы к посадочной привязываете Метку объявление 1, объявление 2, объявление 3 и тд.

А если объявлений 50-100-150?

Тут лучше использовать динамические ссылки или UTM-ссылки, которые сами к посадочной подтягивают номера компании и объявления.

Рекомендуем их генерировать на сайте Автопилота по ссылке

<https://skyjoom.com/servises/a/3-sites/290-utm-url-builder-for-vk>

Вам нужно всего лишь скопировать ссылку на посадочную и вставить на сайте генератора ЮТМ-меток. Думаю, таргетологи это уже знают. Строки utm_campaign и utm_content будут автоматически подтягивать с объявления идентификаторы.

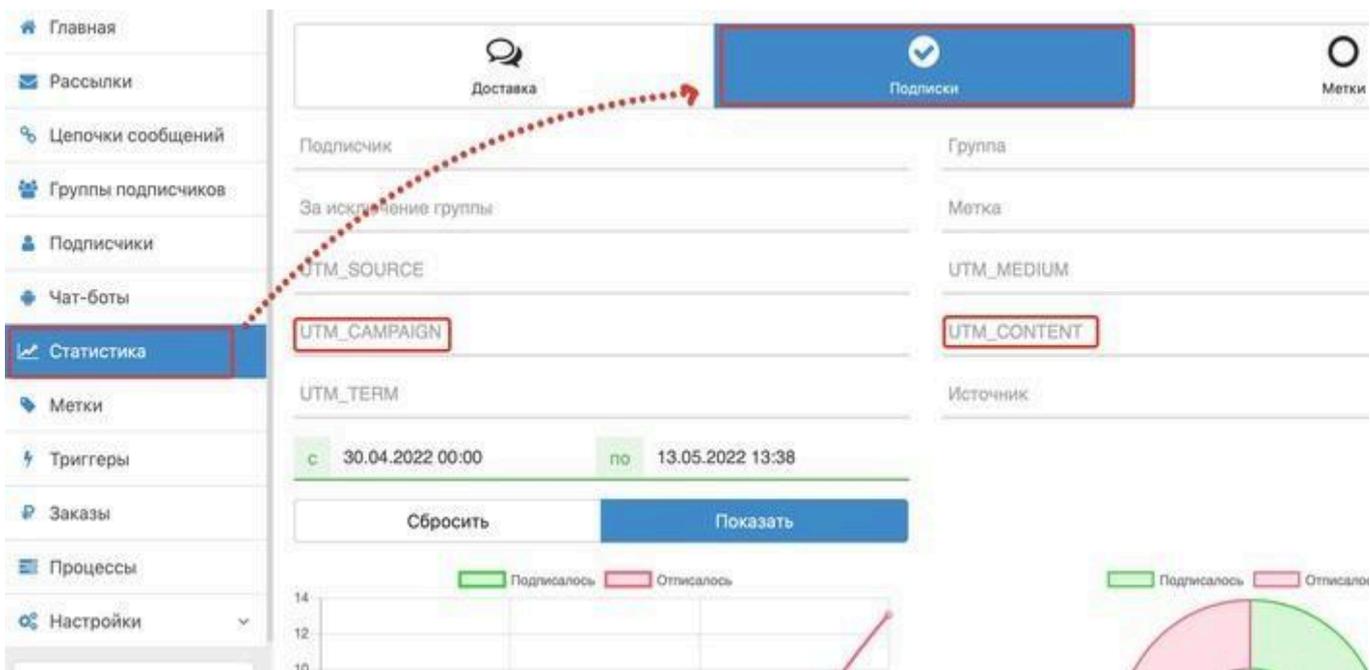
Когда ссылка сгенерировалась, копируем ее один раз и вставляем во все объявления.

Сейчас мы не будем вдаваться в глубокие знания таргета, т к это уже за рамками курса.

Статистика таргетированной рекламы. Но при чем тут Senler?

Как вы можете проверить точное количество ЛИДов? Ведь когда в объявлении человек нажал на ссылку, то РК ВК уже посчитал переход, но у человека в этот момент мог зазвонить телефон, или он передумал, увидев уведомление «Разрешить отправлять сообщения». Этим может быть много.

Достоверные переходы можно проверить в Senler разделе Статистика.



Чтоб узнать, с какого объявления сколько человек пришло, переходим во вкладку Подписки. Мы можем проверить как саму компанию целиком, вставив ее ID в строку `utm_campaign`, так и отдельные ее объявления с высоким CTR. Номер объявления вставляем в строку `utm_content`.

Вот такой анализ по ЛИДам можете сделать вы, если запущена реклама.

Давайте посмотрим, что еще в данном разделе мы видим.



Во вкладке Доставка мы можем отследить статистику рассылок и отдельные шаги бота. Тем самым анализируем открываемость наших

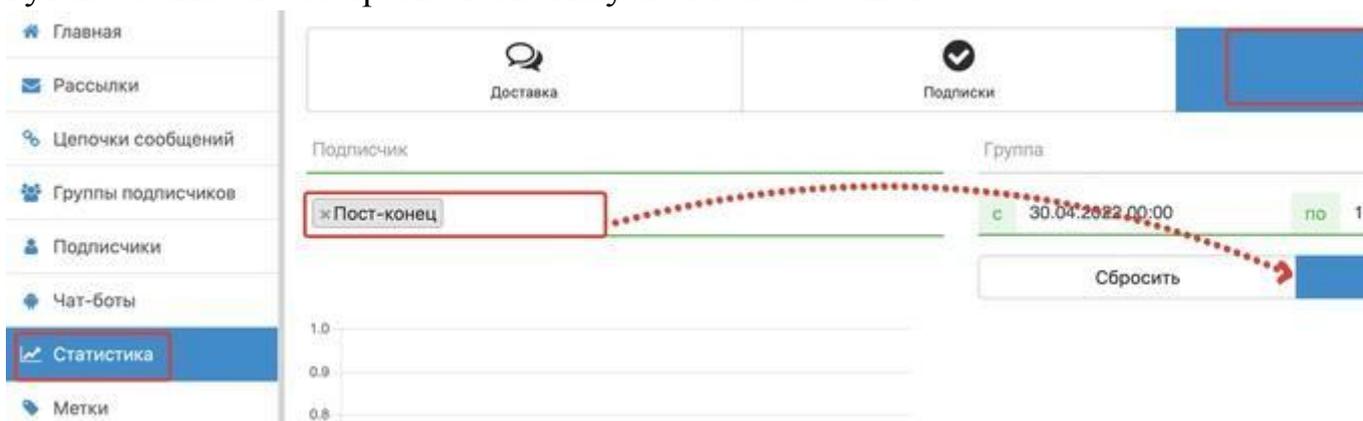
сообщений, переходы по ним и так далее. Можем посмотреть действия конкретного пользователя. Если нажмем на него.



Хотим отметить, что статистика показывает не уникальных посетителей, а их целевые действия: подписался, отписался, находится на шаге бота и т.д.

Уникальное число подписчиков можно посмотреть в разделе Подписчики.

Тут же можно посмотреть статистику по Меткам Senler.

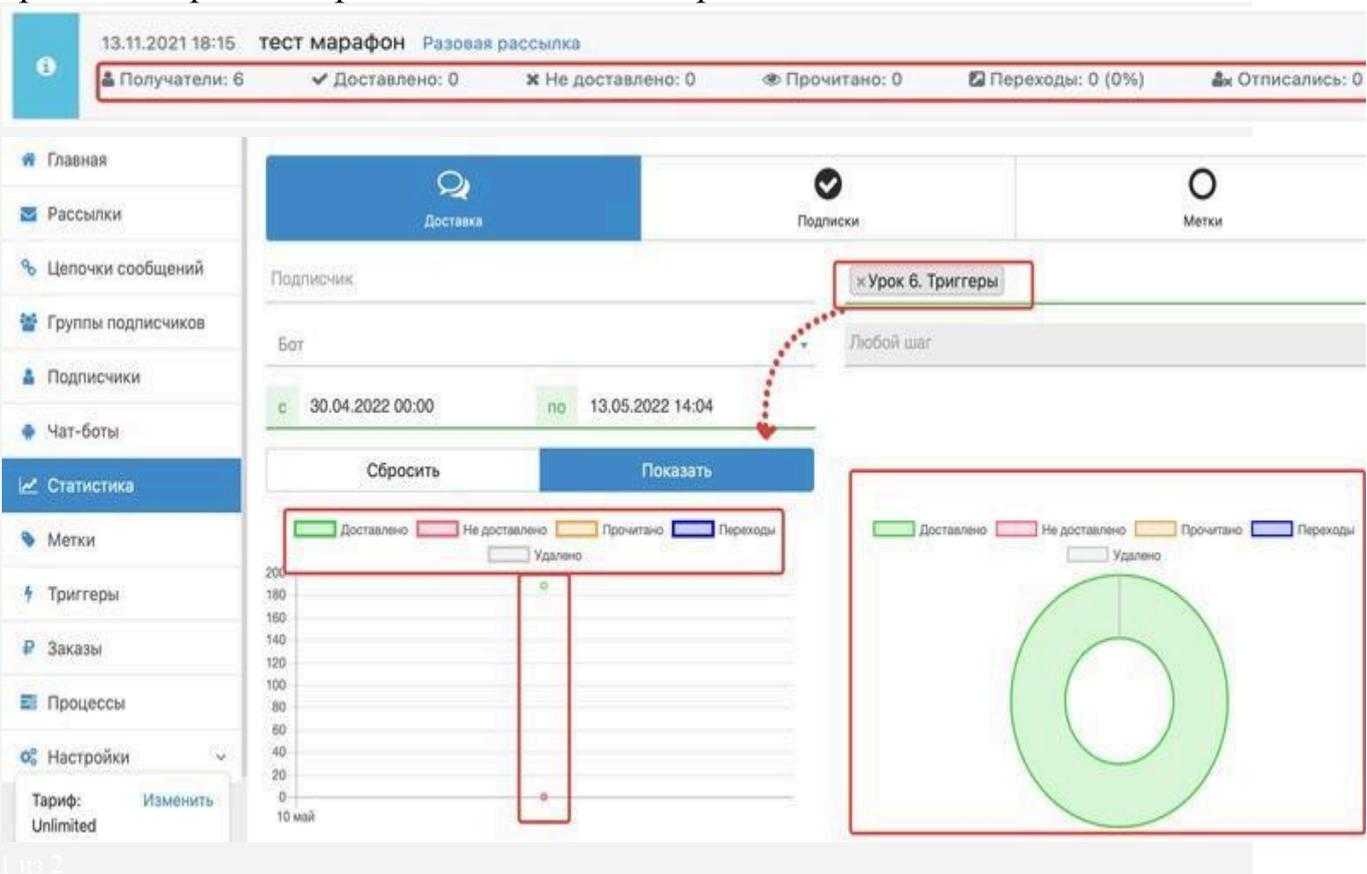


Как можно поднять охват постов ВК?

Мы с вами уже изучили Рассылки, Группы подписчиков, Чат-боты, рассмотрели Метки и статистику. Все это можно связать в единый механизм.

После того как пост вышел, готовим рассылку о новом посте с акцией по своей базе. Текст пишем примерно такой: «Добрый день! Мы активировали акцию «Успей первым получить скидку до 50%. Проходи по ссылке (тут ссылка именно на пост) и читай условия». Тестируем. Если все хорошо, сохраняем и активируем.

Когда рассылка ушла, спустя какое-то время мы можем ее проанализировать в разделе Рассылки и в разделе Статистики



Данные рассылки в разделе Рассылки

В свою же очередь, когда появляется интерес к посту — отметка Нравится, репост, комментарии — Умная лента ВК начинает ее продвигать.