

Expert assessment of the value of targeted promotion in the social network "Vkontakte" Ganeev R. (Russian Federation)

Экспертная оценка стоимости продвижения таргетингом в социальной сети «ВКонтакте»

Ганеев Р. А. (Российская Федерация)

*Ганеев Радмир Артурович / Ganeev Radmir Arturovich – студент,
кафедра экономики, управления и инвестиции,
факультет экономики и управления,
Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

Аннотация: в статье рассмотрены вопросы разработки стратегии продвижения товаров и услуг при помощи социальных сетей. Рассмотрены условия и возможности эффективного продвижения и отражены основные составляющие стратегии продвижения продукции в социальных сетях.

Abstract: the article discusses the development of strategies to promote products and services through social networks. The conditions and the possibility of effective promotion and reflects the main components strategii product promotion in social networks.

Ключевые слова: продвижение, реклама, реклама в социальных сетях, услуги, интернет-СМИ, таргетинг, ретаргетинг.

Keywords: promotion, advertising, social networking services, online media, targeting, retargeting.

УДК: УДК: 339.1.

В данной статье рассмотрим продвижение сообщества Вконтакте при помощи использования таргетинга. Основной задачей будет являться вступление новых участников по минимальной стоимости в региональное СМИ сообщество по следующим критериям:

- Город: Челябинск, Россия.
- Пол: Мужской/женский.
- Показатели активности: пользователи, проявившие большую активность по параметрам (мне нравится, рассказать друзьям, комментариям) за последние 4 месяца.

1 пункт.

В 1 пункте собираем список региональных сообществ со схожей тематикой (Новости, события, афиша развлечений города). Затем при помощи специальных сайтов или приложений делаем выборку id(айди) пользователей, совершивших те или иные действия по интересующим нас параметрам, разбиваем полученную базу идентификаторов пользователей на 2 списка по половому признаку (мужчины/женщины) [5].

Для дальнейшей работы нам будет необходимо дополнительно разделить оба списка на 20 равных более маленьких списков.

Затем делаем случайную выборку 20 наиболее узнаваемых памятников и мест интересующего нас города [6]. Для данной процедуры можете воспользоваться поисковиком любого интернет-браузера, прописав в строке поиска «Памятники или достопримечательности нужного вам города», в нашем случае это «Челябинск» (Рисунок 1)

После составляем заголовок (25 символов) и текстовое описание (60 символов) для наших объявлений. В моей работе был составлен следующий «Афиша событий Челябинска» и «Мы знаем, куда сходить на майских выходных в Челябинске [2].

2 пункт. 1 этап.

На данном этапе приступаем к созданию объявлений для нашей рекламной кампании (40 штук) в рекламном кабинете. Для этого выбираем интересующие нас параметры объявления, а именно:

- Формат объявления: Изображение и текст.
- Заголовок: Афиша событий Челябинска
- Описание: Мы знаем, куда сходить на майских выходных в Челябинске.
- Изображение: поочередно выбираем для каждого объявлений свое.
- Тематика объявления: новости и СМИ.
- Подраздел: интернет-издания.
- Страна: Россия.
- Город: Челябинск.
- Пол: Мужской/женский (по 20 объявлений на каждый).
- Сообщества: исключаем наше сообщество, т.к. участники не смогут вступить повторно.
- Группы ретаргетинга: поочередно выбираем для каждого объявлений свою группу [4].

- Способ оплаты: оплата за показы.
- Стоимость 1000 показов: 0.7 рубля.
- Рекламная компания: создать новую (для каждого последующего этапа рекомендую создавать новую для более простого анализа результатов вашей деятельности).

После создания объявлений запускаем их и по достижению каждым объявлением средней отметки в 9-11 тысяч выключаем их (рисунок 2).

Делаем ранжирование объявлений по показателю CTR (рисунок 3) всех объявлений в обеих кампаниях для отбора 5 лучших, из которых берем изображения для следующего этапа.

CTR – это эффективность объявления. Количество переходов по объявлению, поделенное на количество показов, измеряется в процентах.

Жен. этап 1. редактировать

Рекламные объявления

К статистике по дням

Период статистики: За всё время ▾

Показаны: Все активные объявления ▾

В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

🔍 Поиск объявлений

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	СРМ (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 20	■	0,71 руб.	100 руб.	7,08 руб.	0,020 %	2	10 116
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 19	■	0,71 руб.	100 руб.	6,51 руб.	0,000 %	0	9 311
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 18	■	0,71 руб.	100 руб.	7,93 руб.	0,035 %	4	11 332
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 17	■	0,71 руб.	100 руб.	6,26 руб.	0,034 %	3	8 946
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 16	■	0,71 руб.	100 руб.	7,21 руб.	0,019 %	2	10 308
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 15	■	0,71 руб.	100 руб.	7,22 руб.	0,019 %	2	10 328
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 14	■	0,71 руб.	100 руб.	7,15 руб.	0,039 %	4	10 227
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 13	■	0,71 руб.	100 руб.	5,91 руб.	0,047 %	4	8 455
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 12	■	0,71 руб.	100 руб.	7,30 руб.	0,019 %	2	10 429
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 11	■	0,71 руб.	100 руб.	7,71 руб.	0,054 %	6	11 021
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 10	■	0,71 руб.	100 руб.	7,24 руб.	0,019 %	2	10 352
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 9	■	0,71 руб.	100 руб.	5,46 руб.	0,077 %	6	7 810
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 8	■	0,71 руб.	100 руб.	5,26 руб.	0,053 %	4	7 536
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 7	■	0,71 руб.	100 руб.	7,74 руб.	0,000 %	0	11 063
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 6	■	0,71 руб.	100 руб.	7,12 руб.	0,059 %	6	10 173
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0,71 руб.	100 руб.	7,09 руб.	0,099 %	10	10 129
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0,71 руб.	100 руб.	6,96 руб.	0,010 %	1	9 953
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0,71 руб.	100 руб.	7,18 руб.	0,019 %	2	10 268
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0,71 руб.	100 руб.	7,14 руб.	0,010 %	1	10 209
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0,71 руб.	100 руб.	4,89 руб.	0,014 %	1	6 999
Всего					136,36 руб.	0,030 %	62	194 965

Мы знаем. квда

Рис. 2. Результаты 1 этапа

Челябинске.

0+

Челябинске.

0+

Челябинске.

0+

Челябинске.

0+

Челябинске.

0+

Рис. 1. Выборка наиболее узнаваемых памятников и мест города Челябинска

Рекламные объявления

К статистике по дням

Период статистики: За всё время ▾

Показаны: Все активные объявления ▾

В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

🔍 Поиск объявлений

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	СРМ (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?) ▾	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0.71 руб.	100 руб.	7.09 руб.	0.099 %	10	10 129
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 9	■	0.71 руб.	100 руб.	5.46 руб.	0.077 %	6	7 810
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 6	■	0.71 руб.	100 руб.	7.12 руб.	0.059 %	6	10 173
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 11	■	0.71 руб.	100 руб.	7.71 руб.	0.054 %	6	11 021
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 8	■	0.71 руб.	100 руб.	5.26 руб.	0.053 %	4	7 536
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 13	■	0.71 руб.	100 руб.	5.91 руб.	0.047 %	4	8 455
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 14	■	0.71 руб.	100 руб.	7.15 руб.	0.039 %	4	10 227
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 18	■	0.71 руб.	100 руб.	7.93 руб.	0.035 %	4	11 332
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 17	■	0.71 руб.	100 руб.	6.26 руб.	0.034 %	3	8 946
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 20	■	0.71 руб.	100 руб.	7.08 руб.	0.020 %	2	10 116
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0.71 руб.	100 руб.	7.18 руб.	0.019 %	2	10 268
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 16	■	0.71 руб.	100 руб.	7.21 руб.	0.019 %	2	10 308
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 15	■	0.71 руб.	100 руб.	7.22 руб.	0.019 %	2	10 328
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 10	■	0.71 руб.	100 руб.	7.24 руб.	0.019 %	2	10 352
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 12	■	0.71 руб.	100 руб.	7.30 руб.	0.019 %	2	10 429
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0.71 руб.	100 руб.	4.89 руб.	0.014 %	1	6 999
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0.71 руб.	100 руб.	6.96 руб.	0.010 %	1	9 953
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0.71 руб.	100 руб.	7.14 руб.	0.010 %	1	10 209
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 19	■	0.71 руб.	100 руб.	6.51 руб.	0.000 %	0	9 311
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 7	■	0.71 руб.	100 руб.	7.74 руб.	0.000 %	0	11 063
Всего					136.36 руб.	0.030 %	62	194 965

Рис. 3. Список активных объявлений 1 этапа по показателю CTR

Кликнув по кнопке «Статистика по дням», переходим на страницу в которой мы можем увидеть общее количество вступлений в данной кампании (рисунок 4), также здесь можем ознакомиться со средним показателем CTR по всей кампании, в данном случае он равен 0.030%.

Период статистики: За май ▼

Дата ▼	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы	Охват (?)	Вступления (?)
14 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
13 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
12 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
11 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
10 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
9 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
8 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
7 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
6 мая	0.00 руб.	0.000 %	0	0	0	0
5 мая	2.35 руб.	0.032 %	1	3 161	293	0
4 мая	17.74 руб.	0.045 %	11	24 133	1 289	1
3 мая	61.72 руб.	0.030 %	26	87 955	3 447	8
2 мая	54.55 руб.	0.030 %	24	79 716	2 766	8
	136.36 руб.	0.030 %	62	194 965		17

Рис. 4. Общие результаты 1 этапа

2 этап.

После выбора 5 наиболее эффективных фотографий (Рисунок 5) по показателю CTR проводим повторную отборку, чтобы выбрать изображение для следующего этапа таргетирования с наибольшим количеством переходом.

Так как у нас 20 списков участников, распределяем каждое изображение на 4 списка и проводим и запускаем объявления (Рисунок 7). По итогам данного этапа выбираем наиболее эффективное изображение с наибольшим показателем CTR, который мы повысили по сравнению с предыдущим этапом на 0.011% до 0.041% (Рисунок 6)



Рис. 5. Наиболее эффективные изображения по количеству переходов по итогам 1 этапа: а) № 1; б) № 2; в) № 3 г) №4 д) № 5

В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	СРМ (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?) ▾	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0.70 руб.	100 руб.	7.76 руб.	0.135 %	15	11 096
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0.70 руб.	100 руб.	17.67 руб.	0.071 %	18	25 391
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0.70 руб.	100 руб.	14.97 руб.	0.070 %	15	21 394
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0.70 руб.	100 руб.	21.88 руб.	0.067 %	21	31 259
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 1	■	0.70 руб.	100 руб.	14.69 руб.	0.048 %	10	20 998
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0.70 руб.	100 руб.	7.15 руб.	0.039 %	4	10 225
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0.70 руб.	100 руб.	13.23 руб.	0.037 %	7	18 914
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0.70 руб.	100 руб.	10.07 руб.	0.035 %	5	14 389
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0.70 руб.	100 руб.	10.14 руб.	0.035 %	5	14 487
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0.70 руб.	100 руб.	18.44 руб.	0.034 %	9	26 345
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0.70 руб.	100 руб.	18.88 руб.	0.033 %	9	26 981
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0.70 руб.	100 руб.	13.02 руб.	0.032 %	6	18 609
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0.70 руб.	100 руб.	9.07 руб.	0.031 %	4	12 971
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0.70 руб.	100 руб.	9.18 руб.	0.030 %	4	13 124
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 3	■	0.70 руб.	100 руб.	10.08 руб.	0.028 %	4	14 403
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0.70 руб.	100 руб.	10.58 руб.	0.026 %	4	15 118
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 2	■	0.70 руб.	100 руб.	20.19 руб.	0.024 %	7	28 851
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0.70 руб.	100 руб.	12.91 руб.	0.022 %	4	18 445
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 5	■	0.70 руб.	100 руб.	15.47 руб.	0.018 %	4	22 112
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска 4	■	0.70 руб.	100 руб.	9.83 руб.	0.007 %	1	14 048
Всего					265.36 руб.	0.041 %	156	379 160

Рис. 7. Список активных объявлений 2 этапа по показателю CTR

3 этап.

Выбрав наиболее эффективное изображение для интересующей нас целевой аудитории, увеличиваем число вариаций заголовков и описаний в объявлениях наиболее подходящих под тематику сообщества (Рисунок 8).



Рис. 7. Объявления с изображением с наибольшей эффективностью и 4 видами вариаций заголовков и описаний

По итогам показа данных объявлений мы выявляем, что для нашей аудитории более важно, на данном примере мы увидели, что важную роль играет принадлежность к своему городу (Рисунок 8). Так же заметен результат тщательной отборки изображения для показа данного вида рекламы. Это хорошо прослеживается по показателям всех объявлений данного этапа. Больше половины объявлений имеет значение CTR выше 0.050%, а средней показатель составляет 0.054% (Рисунок).

Рекламные кампании » Жен. этап 3. Beta-версия

Жен. этап 3. редактировать

Дневной лимит: Не задан
 Общий лимит: Не задан
 Статус: Запущена (?)
 Дата запуска: Не задана
 Дата остановки: Не задана

[Создать объявление](#)

Статистика [К списку объявлений](#)

Период статистики: За май ▼

Дата ▼	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы	Охват (?)	Вступления (?)
13 мая	17.60 руб.	0.067 %	15	22 263	1 613	7
12 мая	15.50 руб.	0.047 %	9	19 157	1 307	4
11 мая	10.73 руб.	0.085 %	11	12 901	1 114	4
10 мая	10.19 руб.	0.028 %	4	14 134	1 172	1
9 мая	20.46 руб.	0.050 %	12	23 804	1 622	5
8 мая	36.53 руб.	0.050 %	23	46 067	2 458	7
7 мая	56.64 руб.	0.056 %	43	76 410	2 763	11
	167.55 руб.	0.054 %	117	214 736		39

Рис. 8. Результаты 3 этапа

В кампании 20 активных объявлений

Выделить: все, запущенные, остановленные

🔍 Поиск объявлений

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	СРМ (?)	Лимит (?)	Потрачено	CTR (?) ▾	Переходы	Показы
<input type="checkbox"/>	Живете в Челябинске?	▶	0.81 руб.	100 руб.	5.44 руб.	0.129 %	9	7 000
<input type="checkbox"/>	Живете в Челябинске?	▶	0.81 руб.	100 руб.	8.06 руб.	0.107 %	11	10 267
<input type="checkbox"/>	Живете в Челябинске?	▶	0.81 руб.	100 руб.	4.63 руб.	0.101 %	6	5 950
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска	▶	0.81 руб.	100 руб.	9.57 руб.	0.098 %	12	12 275
<input type="checkbox"/>	Живете в Челябинске?	▶	0.81 руб.	100 руб.	5.84 руб.	0.080 %	6	7 469
<input type="checkbox"/>	Живете в Челябинске?	▶	0.81 руб.	100 руб.	4.98 руб.	0.078 %	5	6 410
<input type="checkbox"/>	Не знаете куда сходить?	▶	0.81 руб.	100 руб.	5.56 руб.	0.056 %	4	7 087
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска	▶	0.81 руб.	100 руб.	11.61 руб.	0.054 %	8	14 900
<input type="checkbox"/>	Не знаете куда сходить?	▶	0.81 руб.	100 руб.	5.86 руб.	0.053 %	4	7 486
<input type="checkbox"/>	Куда сходить в мае?	▶	0.81 руб.	100 руб.	13.21 руб.	0.053 %	9	17 053
<input type="checkbox"/>	Куда сходить в мае?	▶	0.81 руб.	100 руб.	12.24 руб.	0.051 %	8	15 660
<input type="checkbox"/>	Не знаете куда сходить?	▶	0.81 руб.	100 руб.	12.41 руб.	0.050 %	8	15 900
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска	▶	0.81 руб.	100 руб.	10.37 руб.	0.045 %	6	13 281
<input type="checkbox"/>	Куда сходить в мае?	▶	0.81 руб.	100 руб.	8.15 руб.	0.038 %	4	10 472
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска	▶	0.81 руб.	100 руб.	14.33 руб.	0.033 %	6	18 371
<input type="checkbox"/>	Куда сходить в мае?	▶	0.81 руб.	100 руб.	9.67 руб.	0.032 %	4	12 364
<input type="checkbox"/>	Не знаете куда сходить?	▶	0.81 руб.	100 руб.	5.08 руб.	0.031 %	2	6 533
<input type="checkbox"/>	Афиша событий Челябинска	▶	0.81 руб.	100 руб.	10.89 руб.	0.029 %	4	13 924
<input type="checkbox"/>	Куда сходить в мае?	▶	0.81 руб.	100 руб.	3.58 руб.	0.022 %	1	4 553
<input type="checkbox"/>	Не знаете куда сходить?	▶	0.81 руб.	100 руб.	6.07 руб.	0.000 %	0	7 781
Всего					167.55 руб.	0.054 %	117	214 736

Рис. 9. Список активных объявлений 3 этапа по показателю CTR

Определив наиболее эффективное по переходам изображение и заголовок с описанием, запускаем последний этап, для того чтобы визуально оценить результаты рекламной кампании (Рисунок 10).

Рекламные кампании » Жен. этап 4. Beta-версия

Жен. этап 4. редактировать

Дневной лимит: Не задан
 Общий лимит: Не задан
 Статус: Запущена (?)
 Дата запуска: Не задана
 Дата остановки: Не задана

[Создать объявление](#)

Статистика [К списку объявлений](#)

Период статистики: За май ▾

Дата ▾	Потрачено	CTR (?)	Переходы	Показы	Охват (?)	Вступления (?)
16 мая	7.10 руб.	0.173 %	15	8 689	786	10
15 мая	7.46 руб.	0.118 %	12	10 166	855	8
14 мая	12.13 руб.	0.129 %	18	13 927	1 111	12
13 мая	19.16 руб.	0.117 %	29	24 869	1 476	15
12 мая	22.20 руб.	0.135 %	39	28 936	1 661	18
11 мая	35.48 руб.	0.178 %	80	44 830	1 878	53
10 мая	57.60 руб.	0.136 %	103	75 441	2664	57
	161.13 руб.	0.143 %	296	206 858		173

Рис. 10. Результаты 4 этапа

По результатам 4 этапов рекламной кампании, применяя таргетинговую рекламу, мы можем отследить увеличение показателя CTR и уменьшения стоимости вступления.

Анализ результатов по рекламной кампании.

Результаты 1 этапа:

- Средний показатель CTR= $62/194965*100\%=0.030\%$
- Средняя стоимость 1 участника= $136.36\text{ руб.}/17=8.02\text{ руб.}$

Результаты 2 этапа:

- Средний показатель CTR= $156/379160*100\%=0.041\%$
- Средняя стоимость 1 участника= $265.36/52=5.10\text{ руб.}$

Результаты 3 этапа:

- Средний показатель CTR= $117/214736*100\%=0.054\%$
- Средняя стоимость 1 участника= $167.55\text{ руб.}/39=4.29\text{ руб.}$

Результаты 4 этапа:

- Средний показатель CTR= $296/206858*100\%=0.143\%$
- Средняя стоимость 1 участника= $161.13\text{ руб.}/173=0.93\text{ руб.}$

По этим данным мы видим, что показатель CTR по итогам 4 этапов вырос в 4.76 раза, а стоимость 1 вступления уменьшилась с 8.02 рублей до 0.93 рублей в целых 8.62 раза. Таким образом, на основании этих данных можно заявить, что увеличивая количество этапов при помощи различных критериев, по которым мы отбираем объявления с наибольшим процентов переходов, мы существенно снижаем интересующую нас стоимость вступления в сообщество нашей целевой аудитории.

Литература

1. Васильев Г. А., Поляков В. А. Рекламные маркетинг: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2010. 276 с.
2. Мишина И. В. Методы продвижения в социальных сетях [электронный ресурс]. URL: <http://inetmark.web-3.ru> (дата обращения 25.03.2016).
3. Правила размещения рекламных объявлений [Электронный ресурс]. URL: http://vk.com/ads?act=office_help&terms (дата обращения 13.02.2016).

4. Ретаргетинг [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Ретаргетинг> (дата обращения 04.05.2016).
5. Ретаргетинг 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cossa.ru/216/8191/> (дата обращения 15.05.2016).
6. *Румянцев Д. О.* Продвижение бизнеса в ВКонтакте, 2016.
7. *Федотюченко Ю. И.* Социальные сети: вчера наступает сегодня // Реклама. Теория и практика, 2010.