# http://pinme.ru/login

# supercoolpics

# iC2#Ohm61kT@

# ТМБЛР

# supercoolpics1@gmail.com

# Ffjai\*Z336x#

# Лида

# Клоакинг

### Like Box

# Facebook Insights.

# UTM-параметры

# <http://lovim.net/2014/02/analitika-marketinga-v-socmedia/>

# пункт 4

# Повышаем вовлеченность

Вторым типом рекламного объявления — но не менее важным  — является Page Post Engagement (PPE, или «Вовлеченность для публикации»).  Казалось бы, для чего? Зачем? Чтобы что?  Ведь и так новостная лента забита разнообразными публикациями, а есть еще и page feed  —  лента, в которую выводятся все посты страниц, на которые подписан пользователь, и которую многие смотрят помимо основной ленты.

Дело вот в чем: сейчас алгоритм показа  новостей в ленте Фейсбука таков, что без оплаченного ( a.k.a. рекламного) продвижения  ваши подписчики увидят  только часть ваших постов. Поэтому  для получения достаточного числа взаимодействий ваши публикации нужно продвигать с помощью рекламы.  Иначе  у вас будет при 10 тысячах живых подписчиков  300 просмотров публикации и один лайк, а про комментарии и shares можно будет забыть навсегда. Да, мы немного утрируем, но истина где-то рядом.  Все остальные  подписчики, скорее всего, просто не увидели ваш пост. (Еще раз: мы говорим о страницах, чьи подписчики — живые люди, а не боты с бот-биржи).

Тут-то нам и пригодится второй тип рекламного объявления. Продвижение поста можно запустить как со страницы бренда (кнопка Boost внизу объявления), так и через рекламную панель, выбрав Page Post Engagement.

При использовании Boost  вы указываете, кому должно быть показано объявление  —  только вашим подписчикам с их друзьями или только тем, кто ещё не подписан на вашу страницу.  Если  рекламные показы будут предназначены не вашим подписчикам, то  вы можете дополнительно выставить геотаргетинг, возраст, пол, указать от 4 до 10 интересов.

При использовании PPE можно использовать больше настроек таргетирования, чем предлагает Boost-формат.  
Подробнее:<http://www.cossa.ru/155/71604/>

# <http://texterra.ru/blog/kvintessentsiya-opyta-smm-marketologov-70-statey-kotorye-sdelayut-iz-vas-profi.html?utm_source=landing&utm_medium=email&utm_campaign=test>

# Контекстная реклама в яндексе и гугле

# [blogun.ru](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fblogun.ru&post=-40018862_3115) и [rotapost.ru](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Frotapost.ru&post=-40018862_3115)

### Раздел «Ссылки»

1. [Mailchimp](http://mailchimp.com/) – один из самых лучших сервисов для email-рассылки. Русских аналогов ему нет. В чем его преимущества: а) если в вашем списке подписчиков до 2000 человек, можете пользоваться сервисом абсолютно бесплатно б) возможность проводить А/Б-тестирования в) поддержка адаптивной верстки, т.е. вашу рассылку будет удобно читать на всех устройствах г) высокая точность доставки (99,7 – 100%) д) суперподробные отчеты

# е [Bufferapp](http://bufferapp.com/" \t "_blank)

# 28-OID29W5M

# semantik@felomena.com

# w5jrJVp5qb6k

# http://apploidnews.com/wp-admin/

# editor

# W6hHNcaeGF2q