



Facebook сделал доступным в России один из своих самых инновационных рекламных продуктов.

Новый продукт Custom Audience даёт возможность рекламодателям найти свою off-line аудиторию на Facebook, идентифицировать ее и, впоследствии, таргетировать рекламу на Facebook только на эту группу пользователей.

«В понедельник, 17 сентября, мы начали тестирование новых таргетингов вместе с МегаФон и Volkswagen, что бы посмотреть, как продукт будет работать для решения разных задач» - сообщила Наталья Мороз, генеральный директор Amarena Group, официального реселлера Facebook в России. «Стоимость рекламы с применением кастомизированных таргетингов примерно на 40% дороже стандартного размещения, но, благодаря высокой точности таргетирования, отклик на такую рекламу в 5-7 раз выше. Новые таргетинги имеют ряд особенностей. Например, минимальное количество данных для начала таргетирования – 20 единиц, максимальное – 5 миллионов, данные проходят шифрование, а объявления - двойную модерацию, так же есть опция исключения уже охваченных пользователей».

Технологическая возможность идентификации off-line пользователей на Facebook пока является бесплатной опцией, однако разработчики не исключают переводения её на платную основу в будущем. По прогнозам экспертов, данный таргетинг будет востребован компаниями из секторов авто, финансы, телеком и e-commerce,

нуждающихся в высокой точности коммуникаций с потребителями.