



Александр Кукса

# Что могут дать бизнесу Дзен, Промостраницы и Пульс



## 02 Немного истории

### **2016 Яндекс анонсирует Дзен**

Бесконечная лента контента, которая формируется исходя из интересов конкретного человека

## 03 Немного истории

### **2016 Яндекс анонсирует Дзен**

Бесконечная лента контента, которая формируется исходя из интересов конкретного человека

### **2017 Дзен разрешает создавать свой контент**

Дзен стал платформой для создания контента, а не только его распространения

## 04 Немного истории

### **2016 Яндекс анонсирует Дзен**

Бесконечная лента контента, которая формируется исходя из интересов конкретного человека

### **2017 Дзен разрешает создавать свой контент**

Дзен стал платформой для создания контента, а не только его распространения

### **2019 Mail.Ru запустила сервис «Пuls»**

Платформу с рекомендациями статей и другого контента

## 05 Немного истории

### **2016 Яндекс анонсирует Дзен**

Бесконечная лента контента, которая формируется исходя из интересов конкретного человека

### **2017 Дзен разрешает создавать свой контент**

Дзен стал платформой для создания контента, а не только его распространения

### **2019 Mail.Ru запустила сервис «Пульс»**

Платформу с рекомендациями статей и другого контента

### **2022 VK (ex Mail.ru) объявила о приобретении сервисов «Дзен»**

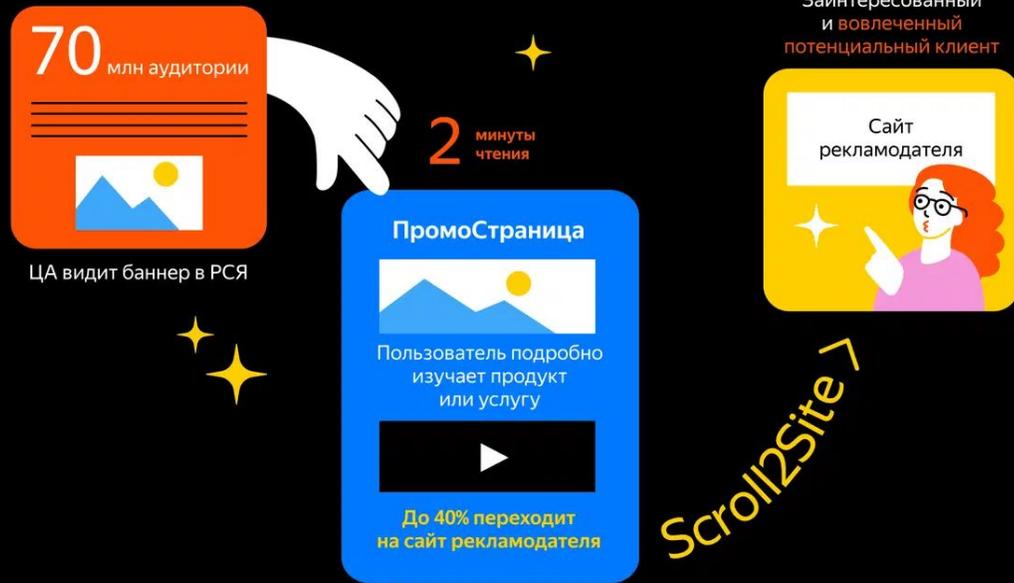
Сделка была закрыта 12 сентября 2022 года, и новостной агрегатор стал частью портала «Дзен»

## 06 Что сейчас

- **Дзен продолжает работать в привычном режиме:** ведутся каналы брендов, блогеры публикуют контент.
- **Все платное продвижение стало называться ПромоСтраницами.** Теперь это рекламный инструмент Яндекса, который раньше назывался «рекламой в Дзене».
- **Пульс Mail.ru работает как самостоятельный инструмент платного продвижения.**

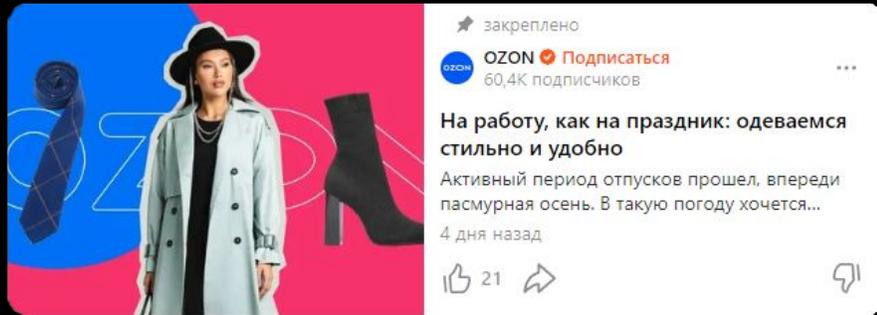
# ПромоСтраницы

# 08 ПромоСтраницы



- 70 000 000 пользователей в день
- >50 000 площадок РСЯ
- 2 минуты — среднее время дочитывания

# 09 ПромоСтраницы



- ПромоСтраницы — это инструмент брендформанса, который решает как имиджевые задачи, так и перформанс-задачи.
- ПромоСтатья растит узнаваемость бренда. Может делать это через превью или заголовок. Автоматический таргетинг по контенту показывает статью людям, которые с наибольшей вероятностью ее откроют.

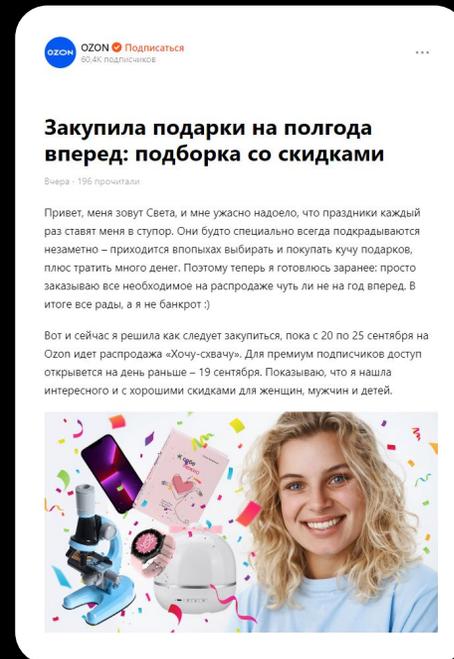
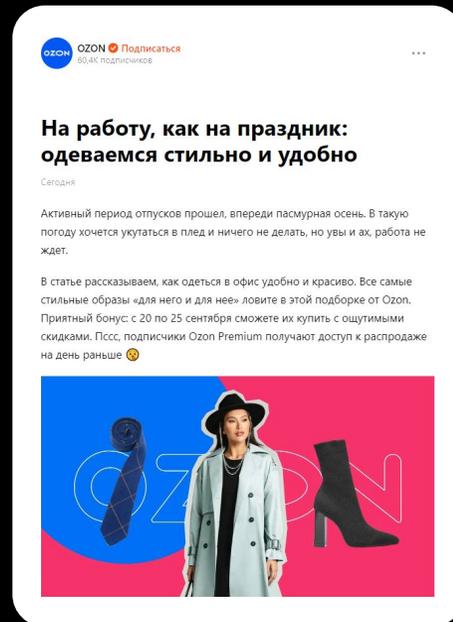
# 10 ПромоСтраницы



- **Дочитывания.** Бренд платит за пользователя, который внимательно дочитал статью до конца и которого можно отнести к «прогретой аудитории».
- **Scroll2site отвечает за последний этап воронки — performance.** При продвижении через ПромоСтраницы до 40% дочитавших переходит на сайт продукта. И это аудитория, готовая к покупке.

# 11 ПромоСтраницы: с чего начать?

- **3 статьи**, которые проверят разные гипотезы/аудитории
- **5 заголовков и 3 обложки** для каждой статьи
- **Бюджет от 100 000 рублей** до НДС
- Первые рекламные кампании запускайте по стратегии **«Дневной бюджет»**



# 12 ПромоСтраницы: какие форматы?

1. [Базовый](#)
2. [Вопрос-ответ](#)
3. [Мифы](#)
4. [Причины](#)
5. [Юзкейс](#)
6. [Инструкция](#)
7. [Подборка](#)
8. [Ошибки](#)



ЛЕНТА Онлайн

## Как я протестировала доставку продуктов Лента Онлайн

21 июня ✓ 7,6 тыс. прочитали ⌚ 1,5 мин.

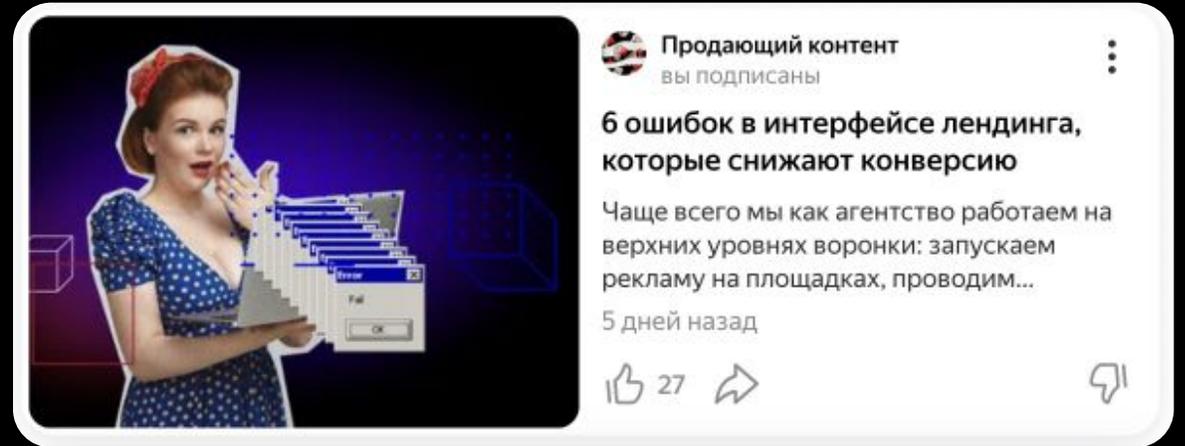
Привет всем! Меня зовут Аня, живу в Красноярске, воспитываю котика Семена и ооочень много работаю. Раньше я не понимала, зачем люди заказывают продукты на дом, если у них магазин в десяти минутах ходьбы.

Но когда мое «очень много работаю» превратилось в «супермного работаю», я первый раз заказала продукты в приложении Лента Онлайн. Такой рабочей жести больше нет, а привычка покупать продукты с доставкой осталась. И вот почему 🙄



# 13 ПромоСтраницы: за чем следить?

- **CTR** (Click Through Rate)
- **% дочитываний**
- **% переходов**
- **CPC** — цена за переход
- **Качество трафика**  
(глубина, % отказов)
- **CPL** — стоимость  
за лид/продажу

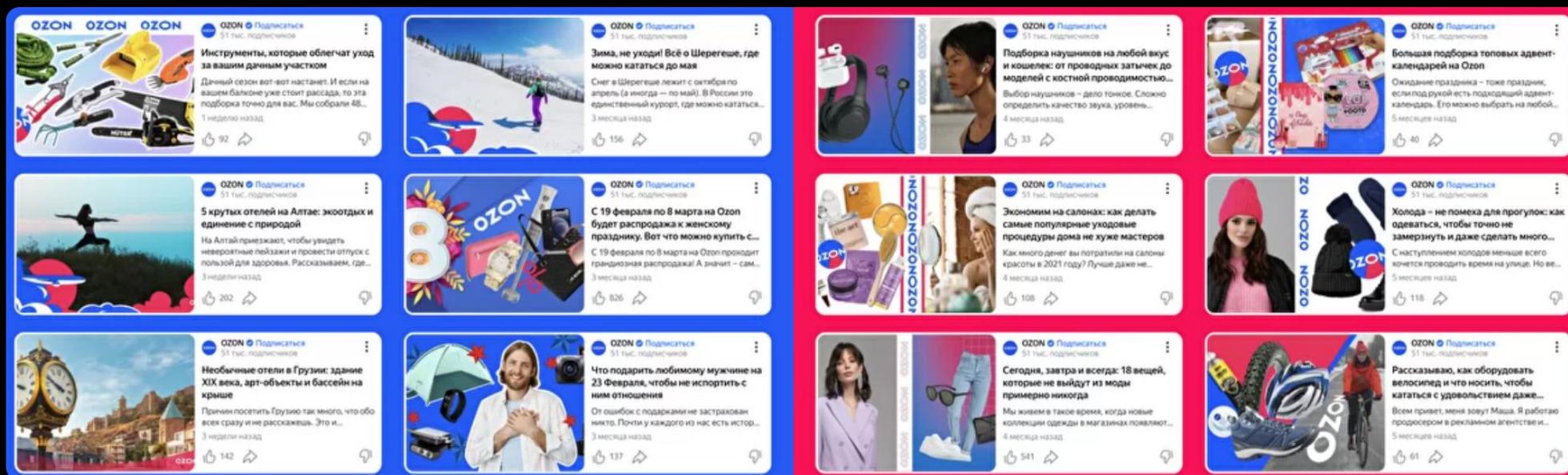


Хорошо, если:

- CTR: 0,5–1,1
- % дочитываний: 30–50%
- % переходов: 20–40%

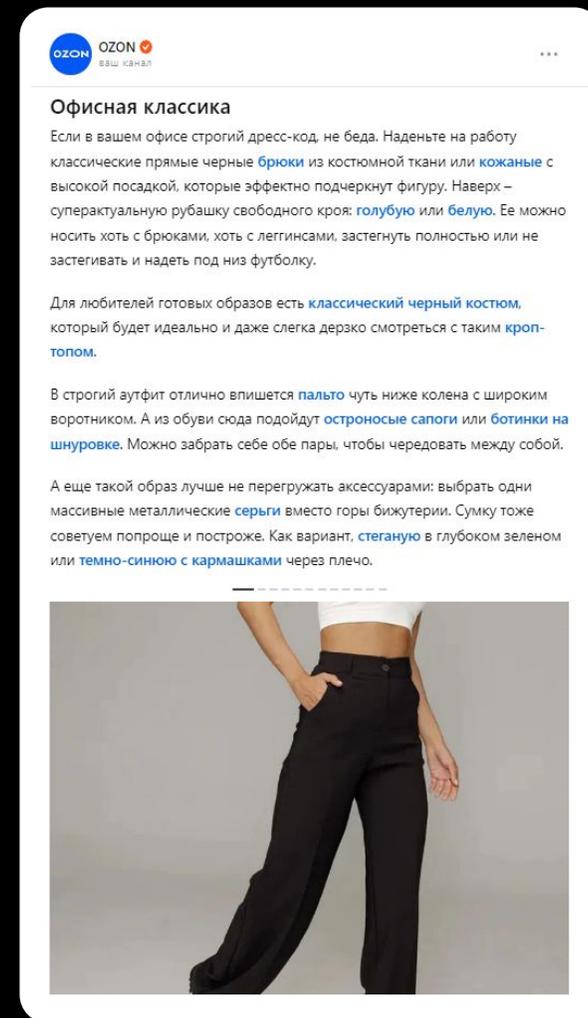
# ПромоСтраницы: кейс

**Цель:** расширять аудиторию за счет ПромоСтраниц, увеличивать количество заказов и заработанных денег и снижать процент ДРР (доля рекламных расходов).



# 15 ПромоСтраницы: кейс

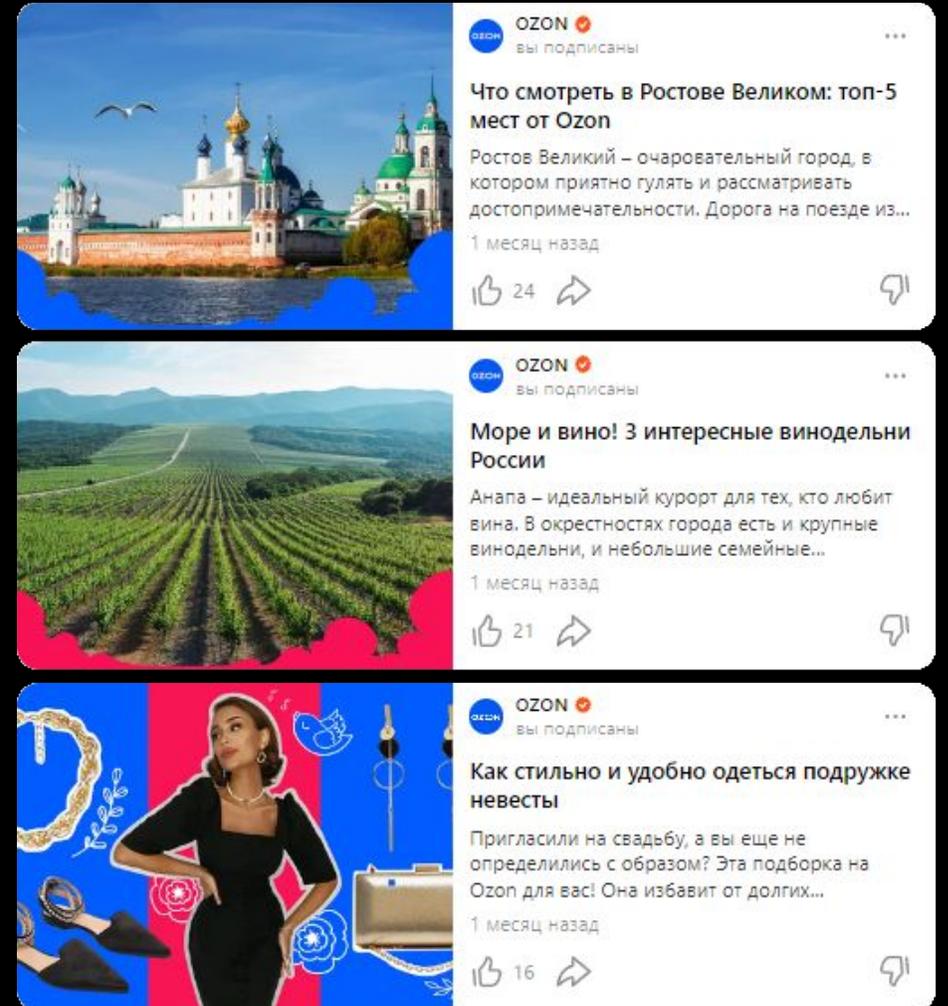
- **Делать статьи с большим количеством ссылок.**  
Это лучше работает на снижение ДРР. Для каждого запуска команда проекта придумывает такие темы статей, которые объединят 30–50 товаров (а иногда даже больше).
- **Запускать рекламные кампании для поставщиков Ozon.**  
Через маркетинг Ozon делают монобрендовые статьи, которые продвигают только товары вендора.



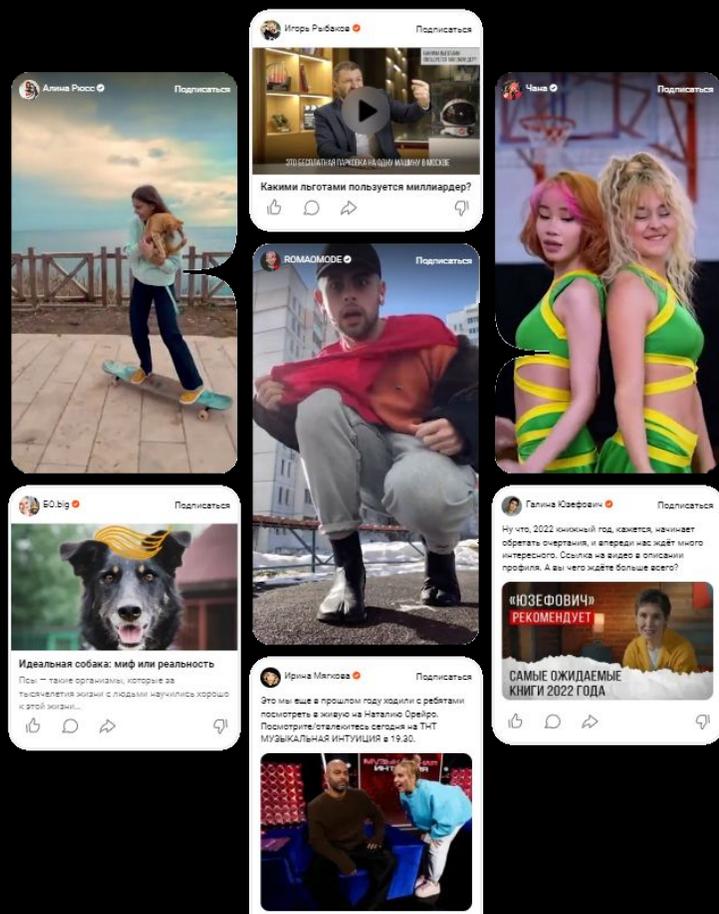
OPTIMIZATION 2022

# 16 ПромоСтраницы: кейс

- **Продвигают дополнительные сервисы Ozon.** Кроме статей, продающих товары, авторы агентства пишут тексты, продвигающие финансовые услуги, путешествия и премиум-подписку.
- **Запускать на канале Ozon спецпроекты с блогерами.** Например, перед началом учебного года подготовили спецпроект Back to school.



# ДЗЕН



- **22 000 000** ежедневной аудитории
- **45** минут в день человек проводит на платформе
- **Более 10 000 брендов** ведут свои каналы на Дзен
- В Дзен есть блогеры!

## Статья

Обычно это лонгриды от 3000 до 6000 знаков с картинками и схемами. Статьи хорошо подходят для того, чтобы описать какой-то сложный товар или услугу.

**Продолжаем неделю экологии важным событием. Сегодня проводится Всероссийский день приёма макулатуры!**

13 октября



Наверняка вы или ваши родители помнят: утро, светит солнце, а по улице идут группы пионеров и тянут за собой 20-килограммовые мешки. Тянут газеты, журналы, книги (нередко ценные с родительских полок), - тянут, чтобы получить в обмен на них "дефицитные" книги Александра Дюма и Артура Конан-Дойля.

Сегодня, чтобы купить книги этих авторов, уже не нужно прощаться с 20 килограммами бумаги. Но и без этого есть другие, не менее важные причины сдавать макулатуру:

📍 По разным данным, 1 тонна бумаги, сданной на переработку, сохраняет от вырубки более 10 деревьев

📍 Также одна тонна макулатуры экономит целых 20,000 литров пресной воды – объем, который расходует один человек в течение 3 месяцев!

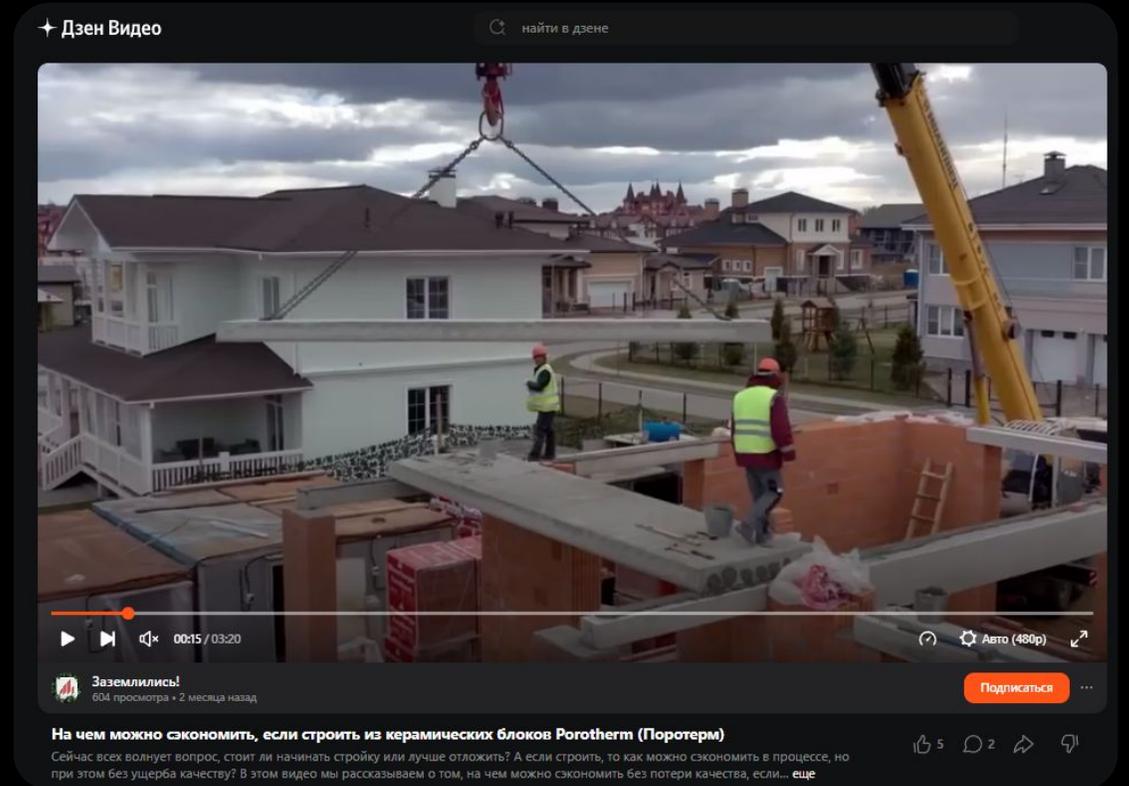
📍 Производство товаров из макулатуры экономит 74% энергии по сравнению с производством товаров из первичной целлюлозы

# 20 Дзен.ru: форматы

## Видео

Горизонтальный формат, который позволяет визуально отобразить преимущества продукта, снять эксклюзивный обзор или нативно интегрировать бренд. Хронометраж — от 2 минут до 4 часов.

По сути, это могут такие же видео, как на YouTube.



# 21 Дзен.ru: форматы

## Ролик

Вертикальный короткий формат, который позволяет интегрировать музыку.

Хронометраж — от 10 секунд до 2 минут.

Похож на известные всем «тиктоки» и «рилсы».



# 22 Дзен.ru: форматы

## Посты

Короткие текстовые публикации, объем — до 2000 знаков, количество изображений — до 10. Важно, что на пост нельзя кликнуть и перейти — он читается прямо из ленты.

**Rebotica** · Подписаться  
761 подписчик

Почему курс от Rebotica – идеальная внешкольная активность для подростка? Все очень просто!

Наши учебные программы:

- ✓ Развивают хобби и увлечения, которые уже и так есть у ребенка. Например, интерес к компьютерным играм или блогингу. Подросток будет сам рваться на занятия и его не придется заставлять!
- ✓ Не отвлекают от основной учебы в школе: занятия проходят 1–2 раза в неделю.
- ✓ Не требуют поездок на другой конец города: все обучение проходит онлайн.
- ✓ Рассчитаны на индивидуальный подход: занятия проходят только 1 на 1 с педагогом.

В конце модуля настоящий проект для ребенка и оплата! 🙌

Не знаете, какой курс подойдет вашему ребенку? Сделать выбор очень легко: заполните небольшую форму и запишитесь на бесплатное пробное занятие.

и ещё 3

Персональный  
взрослый и урок  
по IT-профессиям  
для ребенка

rebotica.ru

Перейти на сайт

12

## Что важно знать об этой площадке

- **Видно, дочитывают ли пользователи статьи до конца.**  
Легко понять, цепляет ли аудиторию текст или нет, а при необходимости и отредактировать неудачный сегмент. На других «текстовых» площадках такой функции нет.

## Что важно знать об этой площадке

- **Видно, дочитывают ли пользователи статьи до конца.**  
Легко понять, цепляет ли аудиторию текст или нет, а при необходимости и отредактировать неудачный сегмент. На других «текстовых» площадках такой функции нет.
- **Лента подстраивается под интересы пользователей.**  
Шанс, что ваш текст сам найдет подходящую аудиторию, довольно высок. Поэтому статьи в Дзене можно не скрывать за «нативностью»: если человеку интересна тема, то он прочитает и продуктивный лонгрид.

## Что важно знать об этой площадке

- **Видно, дочитывают ли пользователи статьи до конца.**  
Легко понять, цепляет ли аудиторию текст или нет, а при необходимости и отредактировать неудачный сегмент. На других «текстовых» площадках такой функции нет.
- **Лента подстраивается под интересы пользователей.**  
Шанс, что ваш текст сам найдет подходящую аудиторию, довольно высок. Поэтому статьи в Дзене можно не скрывать за «нативностью»: если человеку интересна тема, то он прочитает и продуктивный лонгрид.
- **Пользователи младше 24 лет занимают всего 16% всей аудитории.**  
Поэтому ваши статьи будут попадать в ленту ко взрослым людям — у них есть работа и деньги.

## 26 Дзен.ru: с чего начать

- Нужно придумать четкую идею и концепцию. О чем будет ваш контент?
- Определить цель блога. Зачем вы его ведете, на какие метрики будете смотреть?
- Сформировать Tone of Voice. Какой посыл, подход и настроение вы хотите передать аудитории?
- Выделить рубрики и не ограничиваться одним форматом контента.
- Создать дизайн-код блога. Единый стиль поможет превратить блог в медиа, а не в набор материалов.

# 27 Дзен.ru: о чем писать

## **Развлекательный контент**

Контент, который помогает расслабиться, улыбнуться и получить положительные эмоции, но не перегружает мозг.

## **Продуктовый контент**

Контент, который посвящен бренду и (или) его продуктам и продает их читателю (степень нативности может быть разной).

## **Информационный контент**

Новости, изменения и важные события бренда или его темы, о которых хочется рассказать читателям.

## **Вовлекающий контент**

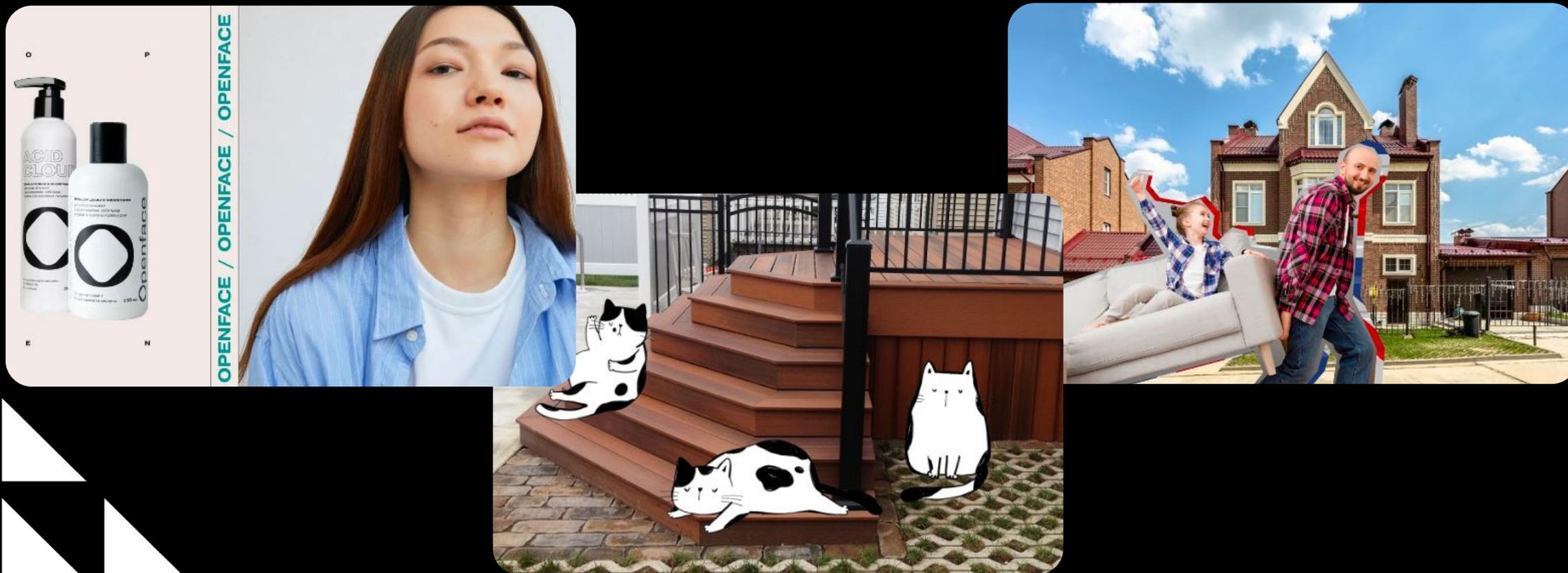
Акции, конкурсы, тесты — контент, который вовлекает пользователей в какое-то взаимодействие с брендом и вызывает отклик.

## **Пользовательский контент / контент с героями**

Контент, сделанный с участием читателей или экспертов, например какая-либо интересная история или опыт использования продуктов.

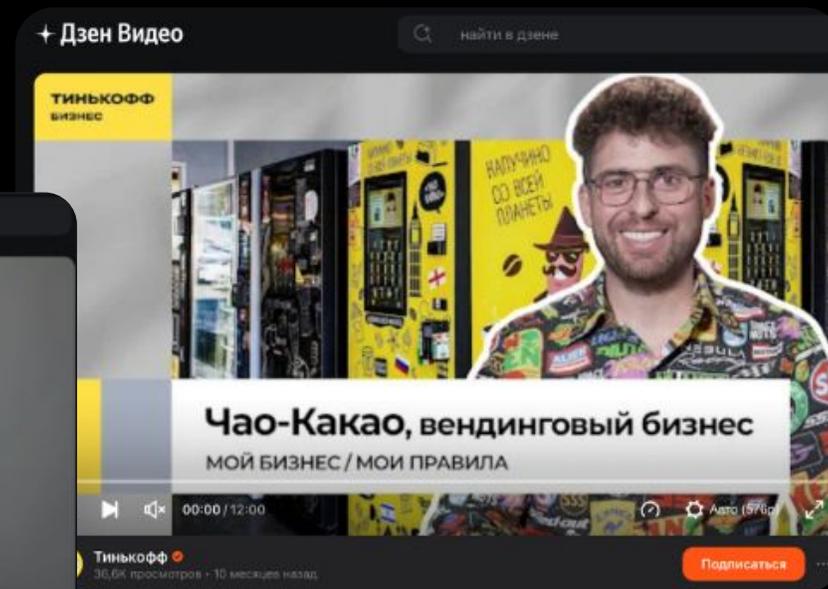
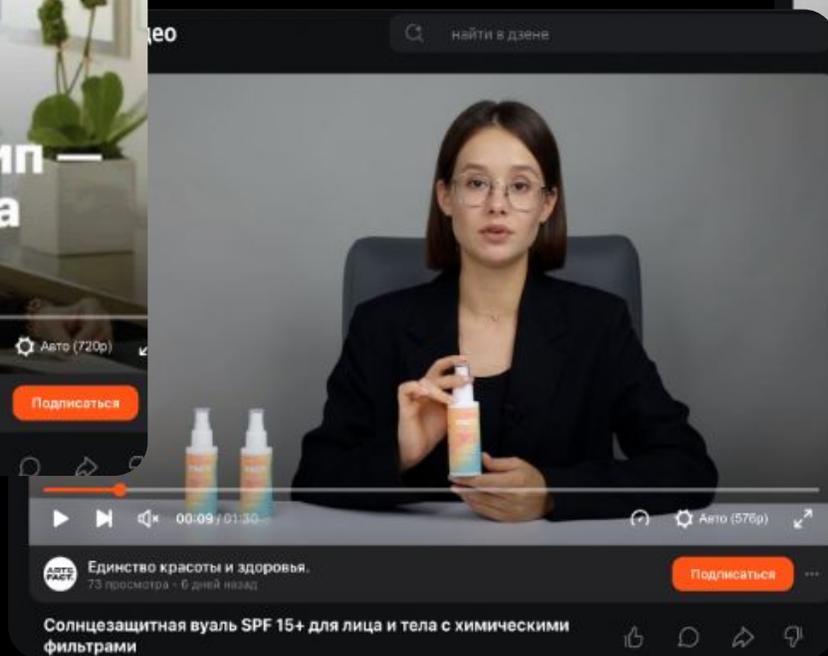
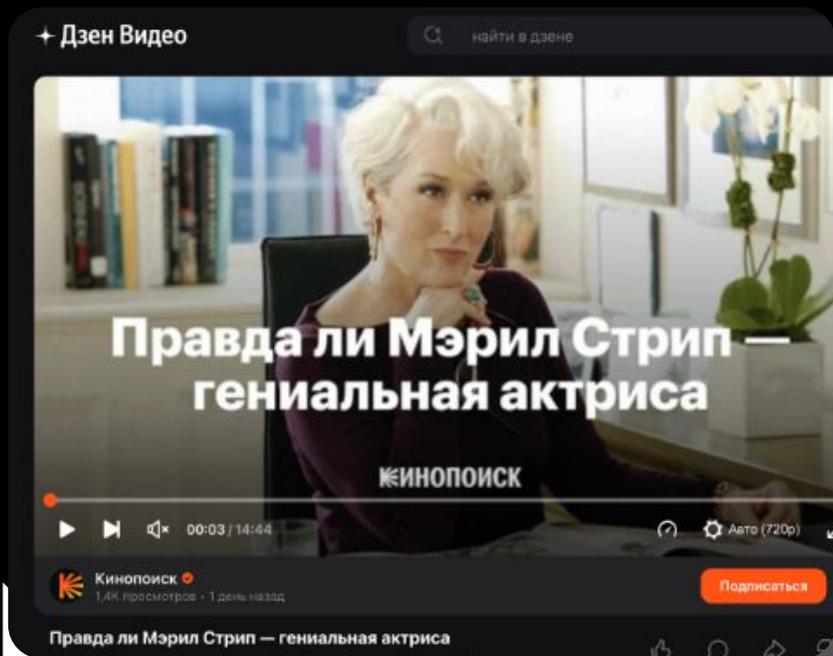
## 28 Дзен.ru: полезные советы

У статей должны быть обложки — качественные фото или стильные и креативные коллажи.



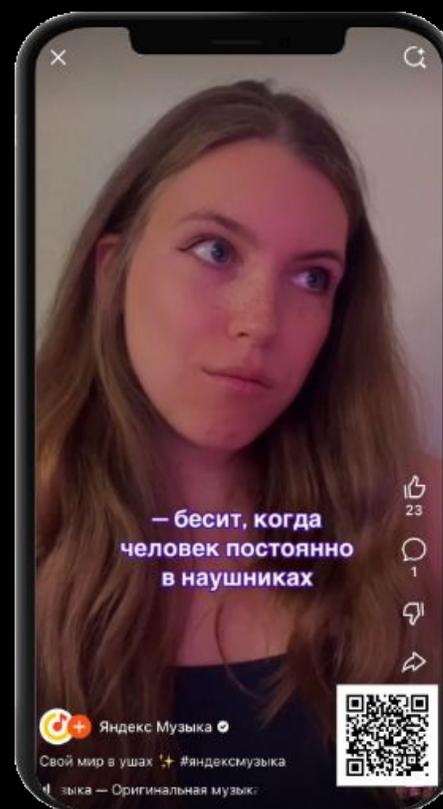
## 29 Дзен.ru: полезные советы

У видео должен быть цельный и понятный сюжет, и не забывайте о субтитрах и инфографике.



## 30 Дзен.ru: полезные советы

В роликах лучше всего публиковать развлекательный контент. Главное — легкость, юмор и креатив. Используйте ролики для интересных фактов и обзора товаров: распаковка, примерка.



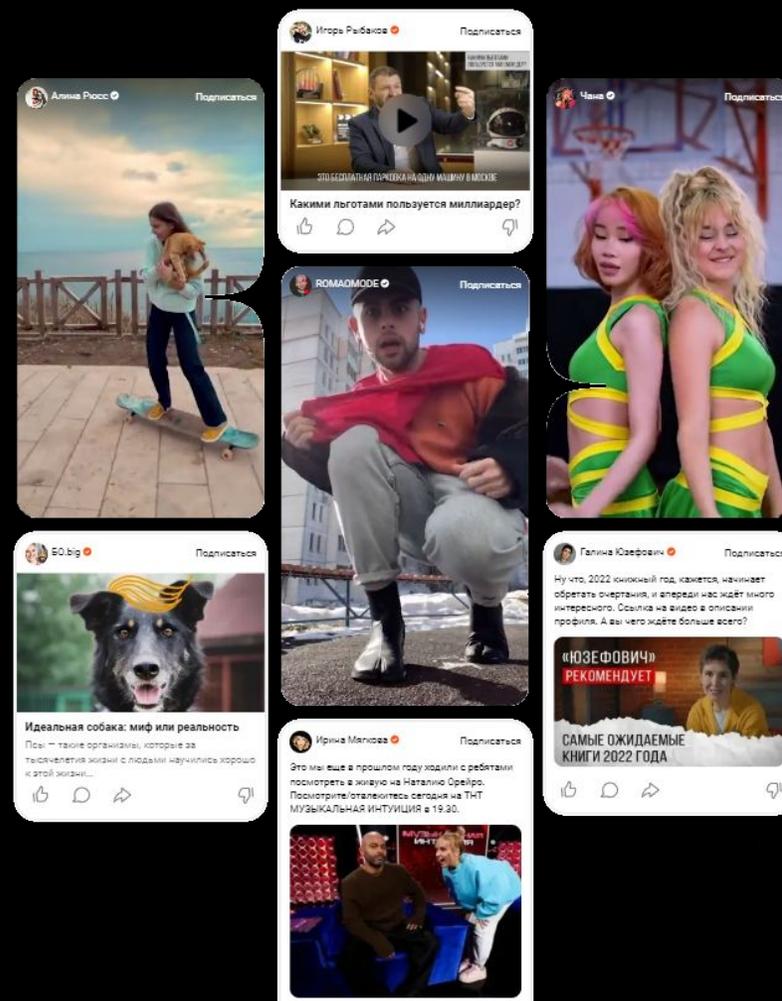
# 32 Дзен.ru: полезные советы

Чтобы канал развивался и набирал подписчиков, Дзен рекомендует публиковать

**не менее 15 единиц контента в месяц.**

В этот объем входят и статьи, и посты, и видео, и ролики, и трансляции.

Однако это минимум! Чем больше, тем лучше :)



# ДЗЕН-БЛОГЕРЫ

# Дзен.ru: блогеры

С 2019 года Дзен активно развивает блогеров. На сегодняшний день на платформе около 100 000 активных авторов: от знаменитостей до узкотематических блогеров.



Ваш любимый  
Мэддисон ✓



Это не зауглишь:  
Яна о городах



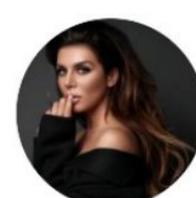
Александр  
Рогов ✓



Максим  
Спиридонов ✓



Ольга  
Серябкина ✓



Анна Седокова ✓



JONY ✓



Елена Володина



VLABLACOMICS |  
дайджест



Chuck Review ✓



Игорь Рыбаков ✓



Бунбич ✓



Раскрываем  
меню!



Ирина Мягкова ✓

# 35 Дзен.ru: как выбрать блогера

- **Открытые показатели:** количество подписчиков, среднее количество дочитываний, регулярность контента, тональность комментариев.

Если показатели хорошие (блогер регулярно публикует контент, среднее количество прочтений публикаций стабильное), углубляемся и запрашиваем внутреннюю статистику канала у блогера. Смотрим ядро целевой аудитории (пол, возраст, ГЕО), CTR, средний процент дочитываний.

**Например, CTR должен быть выше 5%, а процент дочитываний — выше 60%.**

# Дзен.ru: как выбрать блогера

- Определите цель вашей рекламной кампании и выбирайте с учетом показателя CPR (стоимость дочитывания). Если ваша цель — охват, сделайте выбор в сторону блогеров с дешевым CPR. Запросите у блогера результаты предыдущих похожих интеграций. Если результаты соответствуют вложенным средствам, работаем.
- Составьте бриф для автора, где будет четко прописана вся необходимая информация о продукте: что мы должны осветить в публикации, что запрещено (например, освещать конкурентов, использовать нецензурную лексику или удалять публикацию).
- Пробуйте договариваться на прогноз по дочитываниям. Материал не всегда может «выстрелить» в рекомендательной ленте, а иногда и вовсе собирает всего лишь 100 просмотров. На такие случаи обсуждайте с автором возможность дополнительной публикации.

# 36 Дзен.ru: как интегрировать

1. **Не писать текст за блогера.** Пусть выдерживает авторский стиль, вы редактируете.
2. Интеграция должна быть через **личный опыт** и историю. Нужен сторителлинг.
3. **Контент должен быть живой.** УТП бренда блогер передает своими словами.
4. Используйте живые фото и видео блогера с продуктом.
5. **Авторский промокод.**



# ПУЛЬС

# 38 Пульс



- **11 000 000 пользователей в день**
- **500 000 рекламных кликов в день**
- **13 минут проводит пользователь в Пульсе за сеанс**

# 40 Как мы работаем с Пульс Mail.ru



Промо  
Страницы

Пишем статьи, тестируем  
контентные гипотезы

## Яндекс ПромоСтраницы

Так как алгоритмы подбирают для каждого пользователя контент по его актуальным интересам, на площадке хорошо заходят юзеркейсы / личный опыт, а также форматы эксплейнеров, основанные на частых «бытовых ситуациях».



пульс

Масштабируем успешные гипотезы через pulse.mail.ru

## Пульс

Основной контент Пульса на данный момент — ленты СМИ, меньше пользовательского контента, поэтому на площадке хуже заходят юзеркейсы, лучше — профессиональные лайфхаки и эксплейнеры.

Спасибо!

**+7 (925) 468-41-81**

**ak@salo.ru**

**@AlexK (в Telegram)**

