

Серия вебинаров ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В FACEBOOK

ВЕБИНАР 1



Marketing2b



Светлана Власова

Трафик-менеджер. Сертификаты Яндекс Директ и Google Adwords.

С 2010 года работаю с таргетированной рекламой Фэйсбук

С 2014 года занимаюсь контекстной и таргетированной рекламой



Обсудим организационные моменты



Цели рекламной кампании Facebook

1. Повышение узнаваемости бренда
2. Продвижение приложения **App Facebook**
3. Увеличение продаж в оффлайн магазине
4. Увеличение онлайн-продаж



- Какие цели лучше всего выбрать для вашего бизнеса?
- Решения
- Инструменты
- Измеряем успешность



Повышение узнаваемости

Инструменты

1. Страница
2. Объявления
3. Посты

Измеряем успех

1. Расширение площади, объема, количества услуг, числа сотрудников
2. ROI



Продвижение приложения

Инструменты

1. Страница
2. Объявления
3. Посты
4. Индивидуальные Аудитории (люди, которые пользуются приложением)
5. Похожие аудитории

Измеряем успех

1. Число конверсий
2. Рентабельность инвестиций



Увеличение продаж в оффлайн магазине

Инструменты

1. Карусель
2. Объявления

Измеряем успех

1. Рост объема продаж
2. Рентабельность инвестиций



Увеличение продаж онлайн

Инструменты

1. Посты
2. Объявления
3. Новостная лента на десктопе
4. Новостная лента на мобильных
5. Оптимизация под конверсии
6. Индивидуальные аудитории
7. Похожие аудитории

Измеряем успех

1. Увеличение числа вернувшихся пользователей на сайте
2. Увеличение количества повторных продаж
3. Увеличение базы пользователей
4. Рентабельность инвестиций



ПИКСЕЛЬ FACEBOOK – НАИБОЛЕЕ
ПОЛЕЗНЫЙ И ПРОСТОЙ ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ОТСЛЕЖИВАНИЯ ДЕЙСТВИЙ НА
САЙТЕ И СОЗДАНИЯ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ АУДИТОРИЙ ДЛЯ
НАИБОЛЕЕ ЦЕЛЕВОГО ТАРГЕТИНГА



В вашем рекламном кабинете может быть только один пиксель

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. On the left, a navigation menu is open, showing 'Pixels' highlighted with a red arrow. The main content area features a 'Facebook Pixel' section with the text 'One pixel for conversion tracking, optimization and remarketing.' Below this, there are three numbered steps: 1. Create and Install Your Pixel, 2. Create Custom Audiences, and 3. Track the Actions that Matter. A green 'Create a Pixel' button is visible at the bottom, with a red arrow pointing to it.

Facebook Pixel
One pixel for conversion tracking, optimization and remarketing.

- 1. Create and Install Your Pixel**
Create your Facebook pixel in seconds, and then simply paste the code into the header of your website to get started.
- 2. Create Custom Audiences**
Easily create audiences based on activity on your website. Remarket to everyone who visits your site, or define rules for people who visit specific pages or take specific actions.
- 3. Track the Actions that Matter**
The pixel automatically tracks visits across your website. You can also add events to track actions like viewing specific content, adding products to a cart, or making a purchase.

Create a Pixel

Устанавливаете пиксель между <head> и </head> в код сайта

Install Pixel Base Code (Required)

Copy the code below and paste it between the <head> and </head> in your website code. The pixel will track visits to every page of your website. Get help installing your pixel.

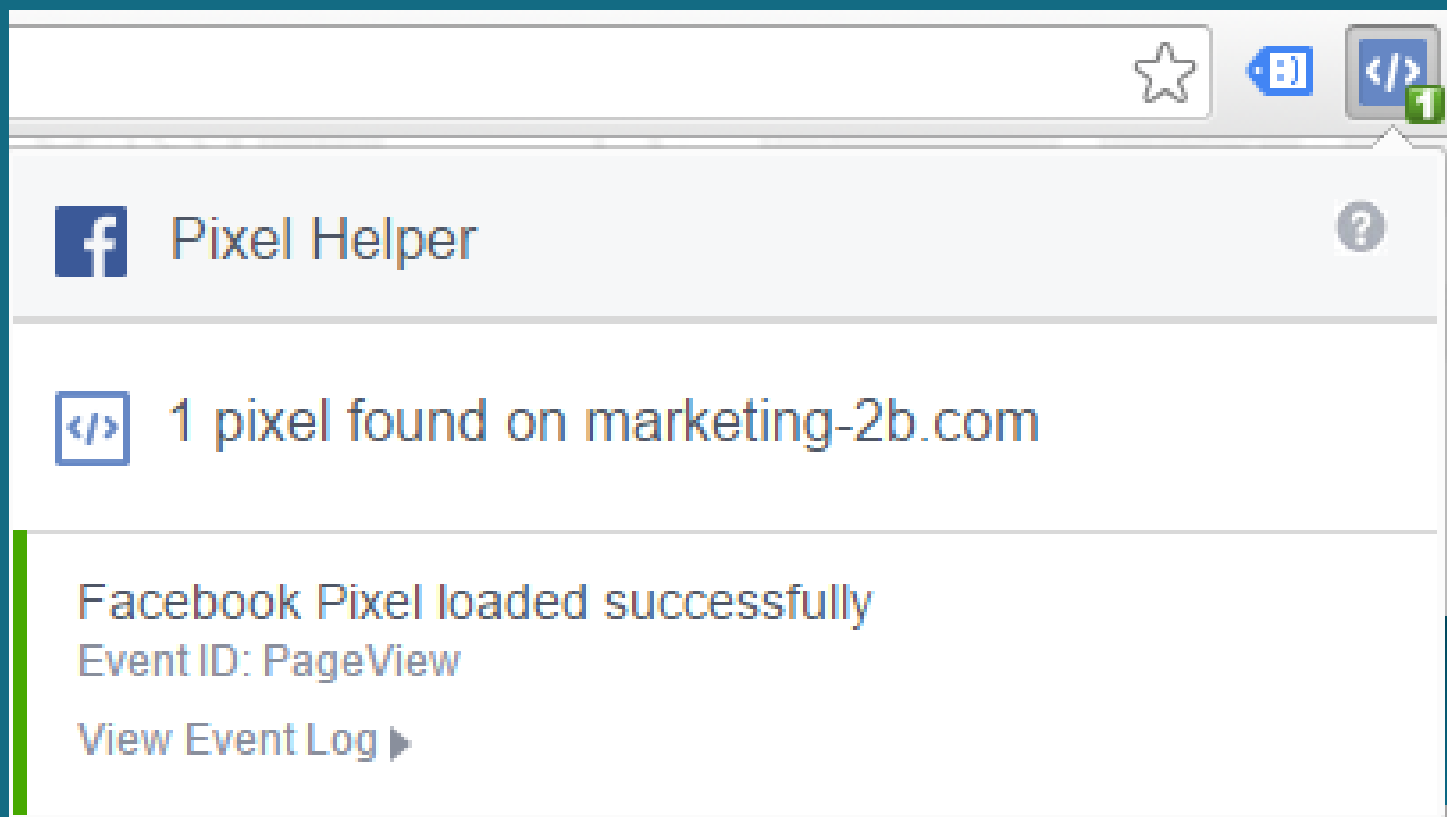
```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
!function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;
n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');

fbq('init', '1696777947255901');
fbq('track', "PageView");</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

Done

Email Pixel Code

Не забудьте проверить корректность установки пикселя на сайте при помощи расширения для браузера Facebook Pixel Helper



Два способа отслеживания действий на сайте

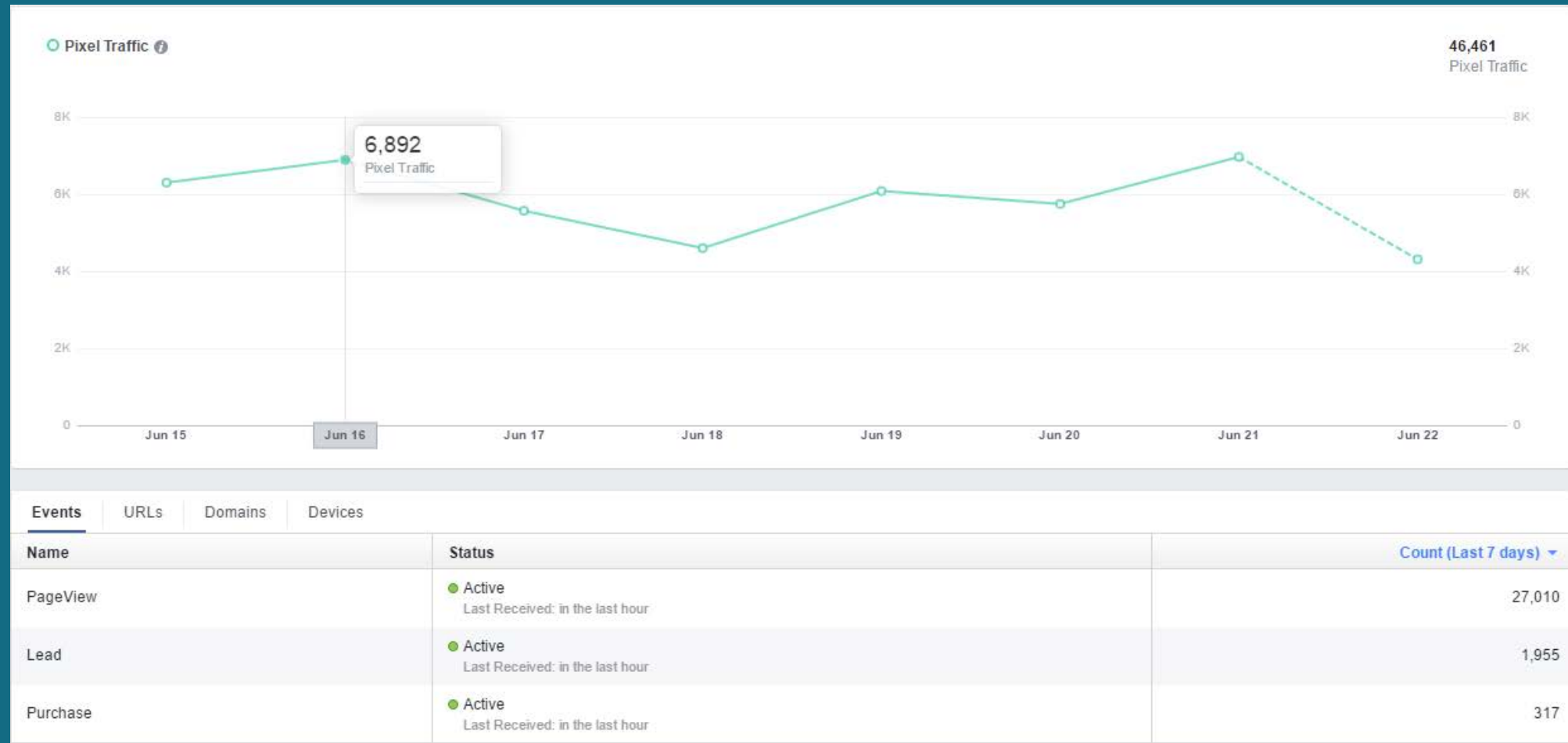
1. Стандартные события
2. Пользовательские настройки



Стандартные события добавляются в код странице отслеживания этого события



Теперь Facebook собирает информацию об этих действиях



Настройка пользовательских конверсий позволит отследить как стандартные события, так и события, связанные с определенным url сайта



Выберите url содержит или равен, категорию и вы сможете оптимизировать кампании под эти конверсии

Create a Custom Conversion ✕

Pixel ? ● Default Pixel
Pixel ID: 1452018568436453

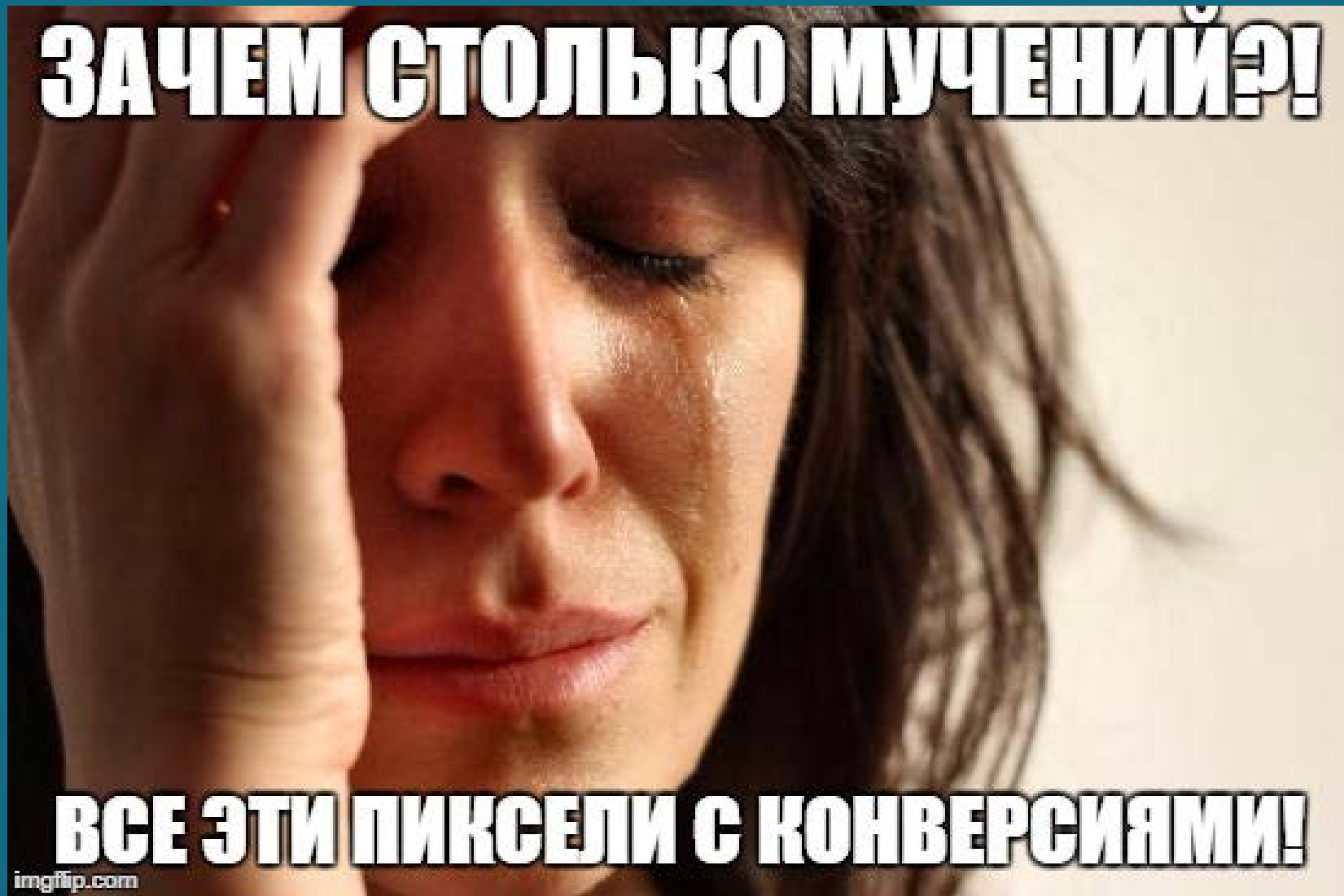
Rule ? Include traffic that meets the following

Category ? URL Contains and URL Contains URL Equals Event y ▼

Choose the category that best describes the rule you're defining. Selecting a category helps Facebook learn how to optimize ad delivery for the custom conversion you're creating.

Back Cancel Next

ЗАЧЕМ СТОЛЬКО МУЧЕНИЙ?!



ВСЕ ЭТИ ПИКСЕЛИ С КОНВЕРСИЯМИ!

imgflip.com



Техническая подготовка позволит нацелиться на супер целевую аудиторию, благодаря инструментам, которых не найдете в других рекламных каналах



Типы пользовательских аудиторий

1. Пользовательские аудитории вебсайта (создаются по аналогии с пользовательскими конверсиями)
2. База данных (e-mail, телефон, почтовый индекс, имя, фамилия, дата рождения, год рождения и т.д.)
3. Активность в приложениях
4. Вовлеченность (просмотрели видео или взаимодействовали с лид-формой Facebook)
5. Looklike (похожие) аудитории



ТАРГЕТИНГ НА СВОИ АУДИТОРИИ



ПРОЩЕ НЕ ПРИДУМАЕШЬ

Несколько дешевых способов увеличения эффективности кампаний за счет пользовательских аудиторий

1. Увеличивайте Likes своей Facebook страницы (Недорого)
2. Верните потерянных покупателей



3. До-продажи обновлений /новых продуктов существующим клиентам

Несколько рекламных трюков, которые стоит узнать до начал первой кампании

1. Не используйте «лучшие» советы от экспертов в одной своей кампании. Используйте то, что работает именно у вас. Чтобы узнать, что работает, делайте А/В тесты
2. Не тестируйте несколько разных подходов одновременно.
3. Картинка – главное в рекламе. Найдите правильные картинки.
4. Постоянно тестируйте новые аудитории




Несколько рекламных трюков, которые стоит узнать до начал первой кампании

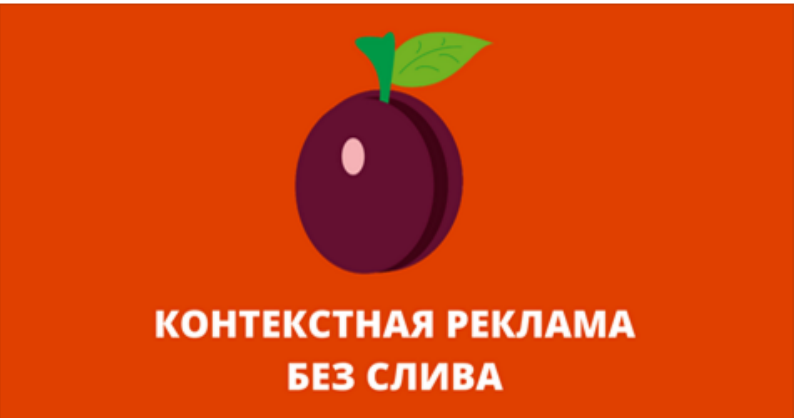
1. Не используйте «лучшие» советы от экспертов в одной своей кампании. Используйте то, что работает именно у вас. Чтобы узнать, что работает, делайте A/B тесты
2. Не тестируйте несколько разных подходов одновременно.
3. Картинка – главное в рекламе. Найдите правильные картинки.
4. Постоянно тестируйте новые аудитории



Примеры баннеров

 **Интернет-маркетинг для предпринимателей**
Sponsored (demo) · 🌐

25 мая в 13.00 по МСК. Специально, для тех, кто только начинает разбираться в контекстной рекламе, мы проведем **#БЕСПЛАТНЫЙ #ВЕБИНАР**. Разберем ошибки, которые совершают почти все рекламодатели. Будет также сессия вопрос-ответ.




**КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА
БЕЗ СЛИВА**


**ВЕБИНАР ПО КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЕ. ЯНДЕКС,
ГУГЛ**

Как сохранить 30% бюджета ежемесячно. Легко повторить и получить...

MARKETING-2B.COM [Book Now](#)

 **Мастерская Индивидуальной Режиссуры
Бориса Юхананова** [Like Page](#)
Sponsored · 🌐

Это тот самый один шанс на миллион. Дерзай! Дедлайн 9 март



**БОРИС ЮХАНАНОВ
НАБИРАЕТ КУРС
РЕЖИССЕРОВ ПРОДЮСЕРОВ**

УЧАСТВУЙ В ТВОРЧЕСКОМ КОНКУРСЕ

Мы учим талантливых быть успешными. Все наши выпускники дебютируют в Москве. Педагоги - это элита индустрии из России и из-за рубежа. Для студентов предусмотрены международные стажировки.

КУРС РЕЖИССУРЫ И ПРОДЮСИРОВАНИЯ [Apply Now](#)

Сработал хорошо (РФ и СНГ)

Дебют в Москве. Стажировки за границей. Звездные преподаватели



Курс режиссуры и продюсирования

Режиссура и продюсирование в едином потоке. Знаменитые выпускники. Доступность обучения для студентов со средним уровнем дохода. Заполни заявку на творческий конкурс. 10 бюджетных мест.

YOU-MIR.RU

[Learn More](#)

Сработал хорошо (Азербайджан)

В творческом конкурсе уже приняли участие очень сильные абитуриенты. Станьте частью мощного курса. Учитесь с лучшими.



КУРС РЕЖИССУРЫ И ПРОДЮСИРОВАНИЯ

Обучение у звезд индустрии, международные стажировки, дебют в Москве по окончании, — все это доступно студентам МИР-5. Заполните анкету на сайте и прикрепите творческую работу.

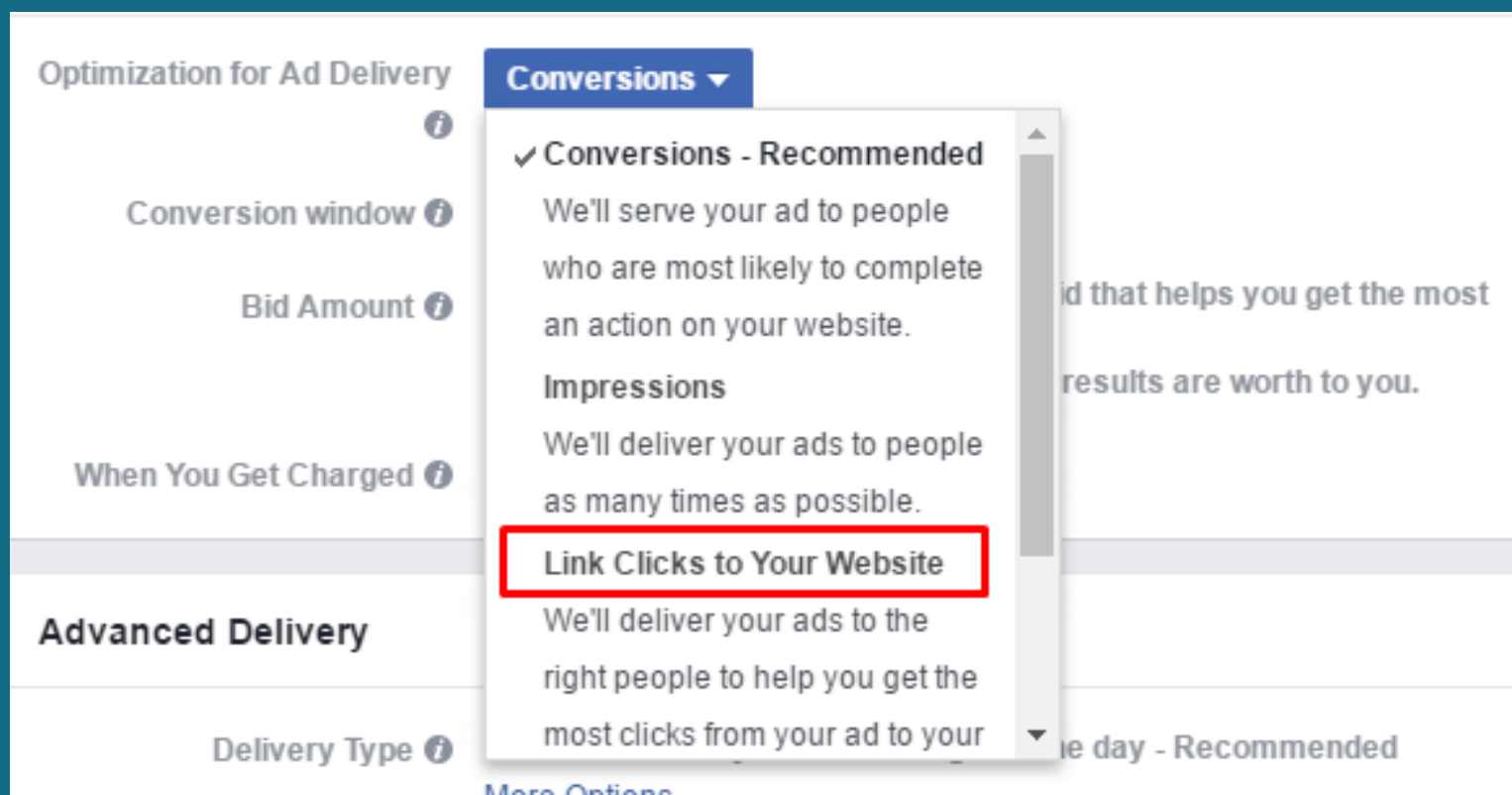
ЗАПОЛНИ АНКЕТУ

[Learn More](#)



Несколько рекламных трюков, которые стоит узнать до начал первой кампании

- 5. Не таргетируйтесь сразу на основании ваших целей.



Несколько рекламных трюков, которые стоит узнать до начал первой кампании

- 6. Распределите бюджет по месяцам и времени показа

	Reach	Cost	Budget	Amount Spent
1	—	p.5.86		p.5.86
2	—	p.5.77		p.11.54
1	—	p.5.99		p.5.99
—	—	—		p.0.00
3	—	p.3.04		p.9.11
—	—	—		p.0.00
4	—	p.5.58		p.22.30
6	—	p.3.71		p.22.25
1	—	p.6.00		p.6.00
2	—	p.5.56		p.11.11
—	—	—		p.0.00
—	—	—		p.0.00
1	—	p.3.98		p.3.98
—	—	—		p.0.00

Настройте соответственно график показов.

- Продолжение
Настройте соответственно время показа для группы объявлений

Schedule Start **Mixed Values**

Schedule End
Moscow Time

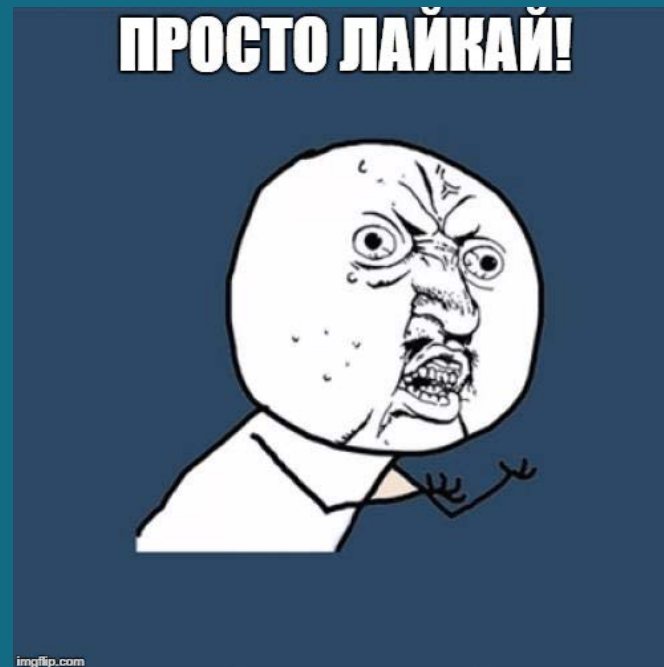
Ad Scheduling ⓘ Run ads all the time
 Run ads on a schedule

Ad scheduling only works with lifetime budgets.
Your ads will be served in your audience's time zone.
For example, if you select 8am - 10am, your ad will be served to people from 8am to 10am in their local time.

	12am	3am	6am	9am	12pm	3pm	6pm	9pm
Monday								
Tuesday								
Wednesday								
Thursday								
Friday								
Saturday								
Sunday								
Every Day								

Несколько рекламных трюков, которые стоит узнать до начал первой кампании

- 7. Не все каналы работают одинаково хорошо. Мобильный или десктоп, Лента или правая колонка? – Протестируйте все и только после этого делайте выводы.
- 8. Работайте в тесном сотрудничестве с командой над продвижением объявлений



marketing-2b.com

