

Запуск первой кампании в Facebook Ads

05





Запуск первой кампании в Facebook Ads

1. С чего начать тестирование рекламы
2. Настройки стратегии назначения ставок
3. Выбор таргетингов
4. Загрузка креативов



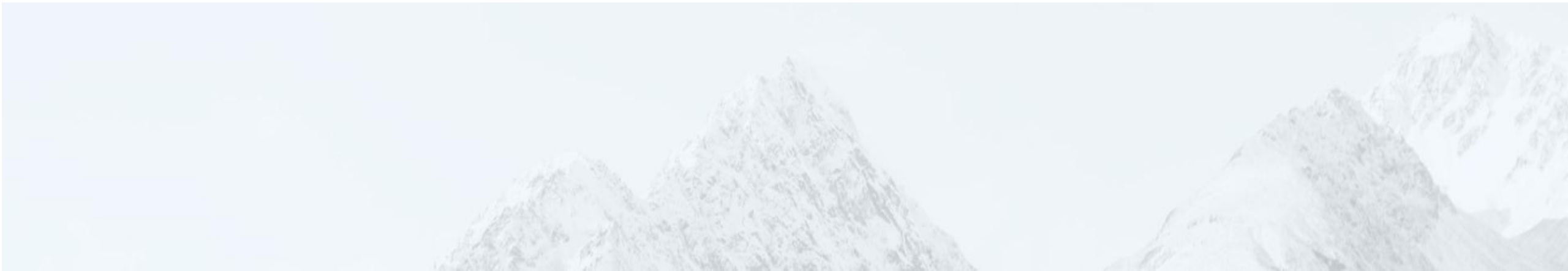


Этапы работы над РК



Этапы работы над РК

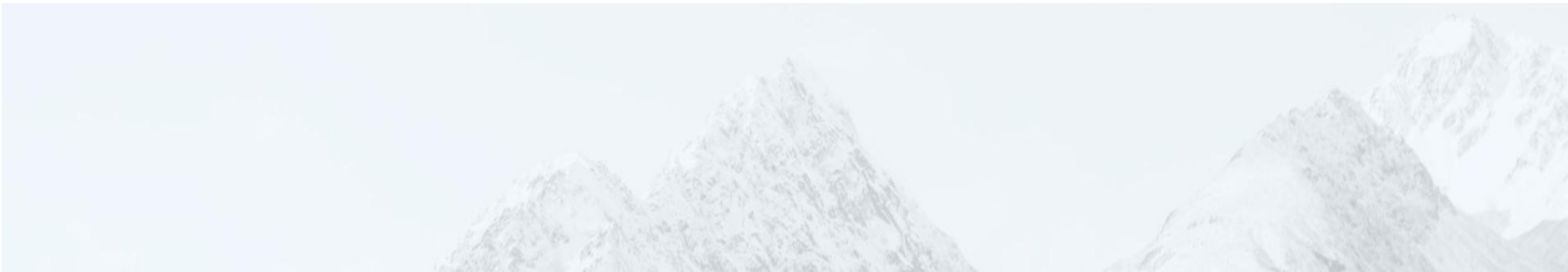
1. Тесты: получить первые результаты (конверсии)





Этапы работы над РК

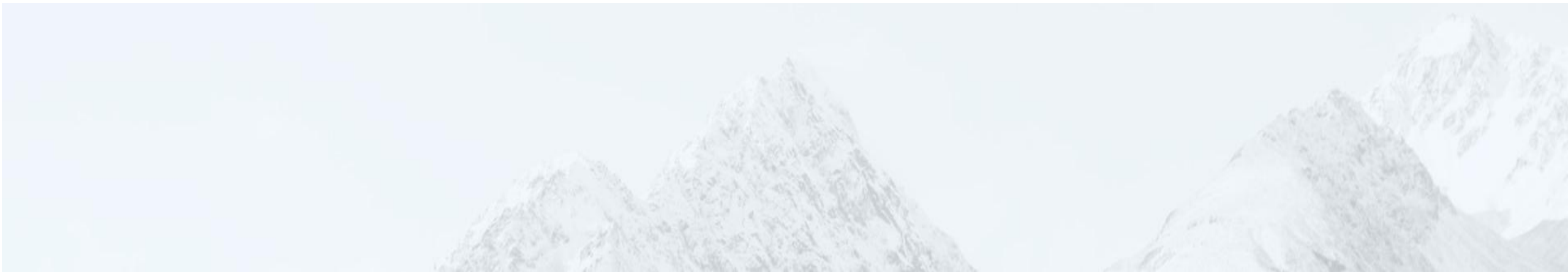
1. Тесты: получить первые результаты (конверсии)
2. Оптимизация: снизить неэффективный расход бюджета





Этапы работы над РК

1. Тесты: получить первые результаты (конверсии)
2. Оптимизация: снизить неэффективный расход бюджета
3. Масштабирование: увеличить число конверсий



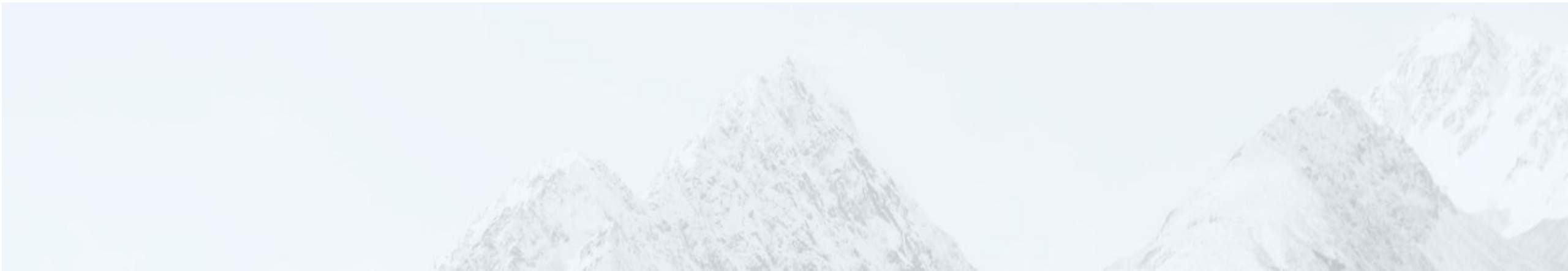


Порядок запуска тестов



С чего начать тестирование рекламы

1. Ретаргетинг посетителей сайта





С чего начать тестирование рекламы

1. Ретаргетинг посетителей сайта
2. Таргетинг на собственных подписчиков





С чего начать тестирование рекламы

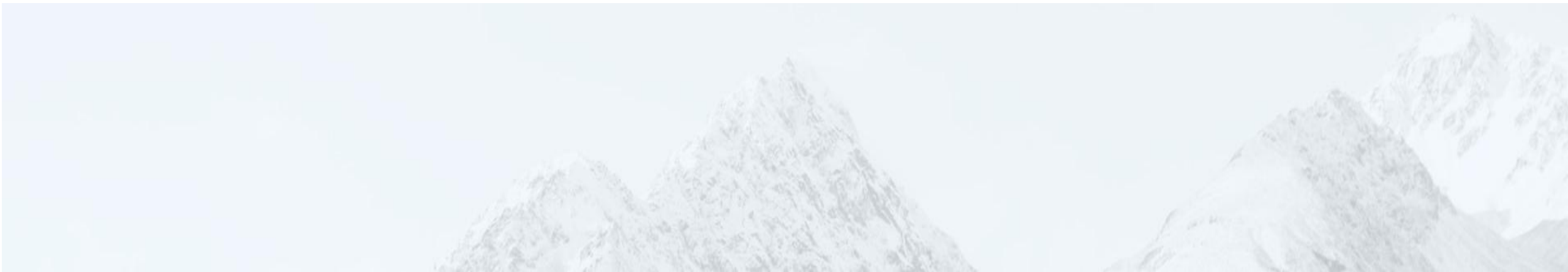
1. Ретаргетинг посетителей сайта
2. Таргетинг на собственных подписчиков
3. Выгрузки контактов из CRM





С чего начать тестирование рекламы

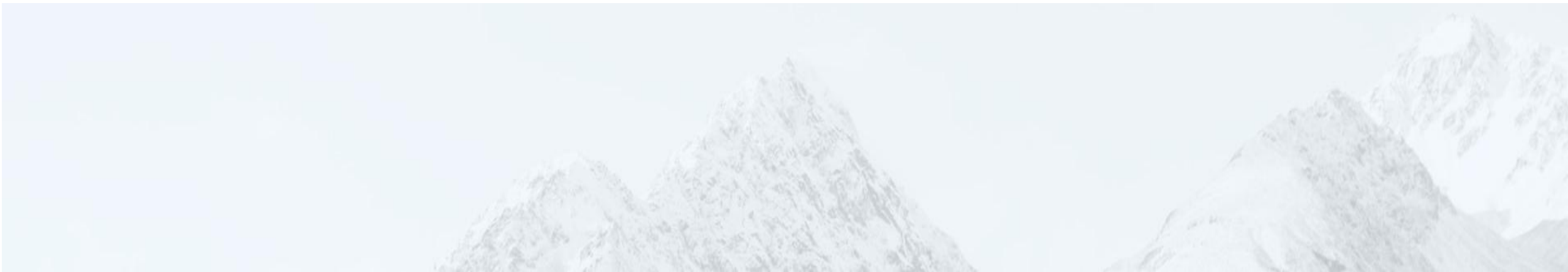
1. Ретаргетинг посетителей сайта
2. Таргетинг на собственных подписчиков
3. Выгрузки контактов из CRM
4. Похожие аудитории (1-2% и больше)





С чего начать тестирование рекламы

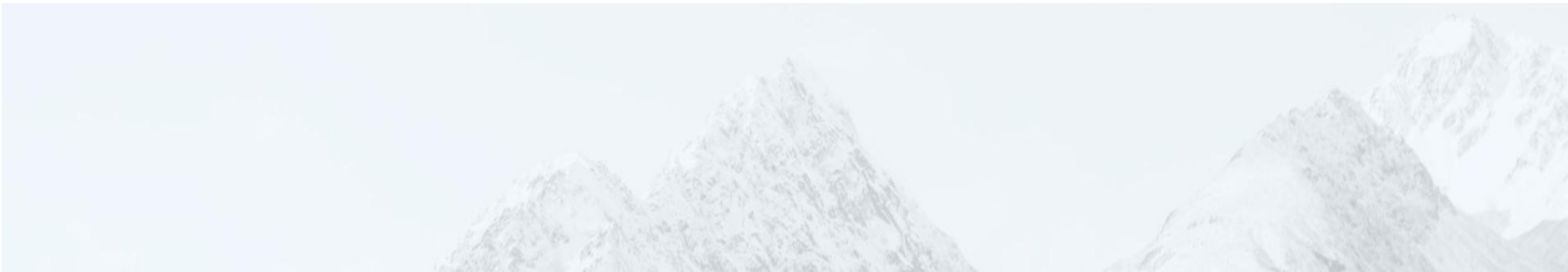
1. Ретаргетинг посетителей сайта
2. Таргетинг на собственных подписчиков
3. Выгрузки контактов из CRM
4. Похожие аудитории (1-2% и больше)
5. Таргетинги на признаки покупателя *





С чего начать тестирование рекламы

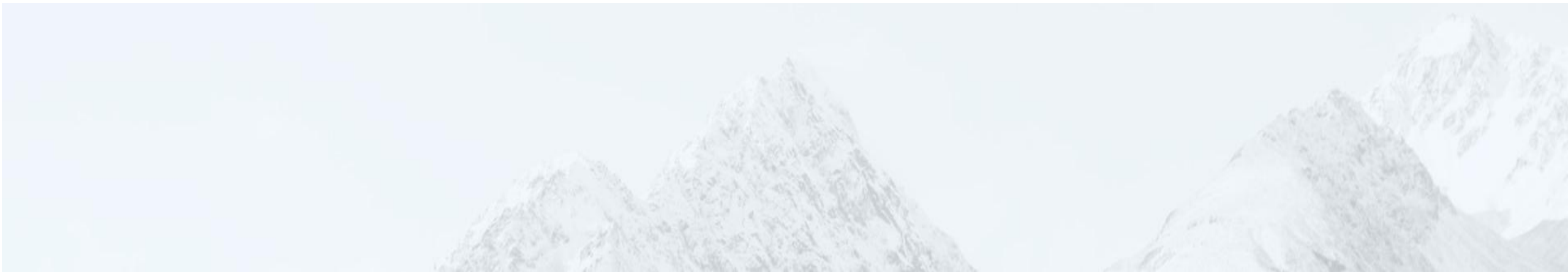
1. Ретаргетинг посетителей сайта
2. Таргетинг на собственных подписчиков
3. Выгрузки контактов из CRM
4. Похожие аудитории (1-2% и больше)
5. Таргетинги на признаки покупателя *
6. Широкий таргетинг с оптимизацией на конверсии





Таргетинг на признаки покупателя

- Интересы — не самый точный таргетинг ([убедиться](#))

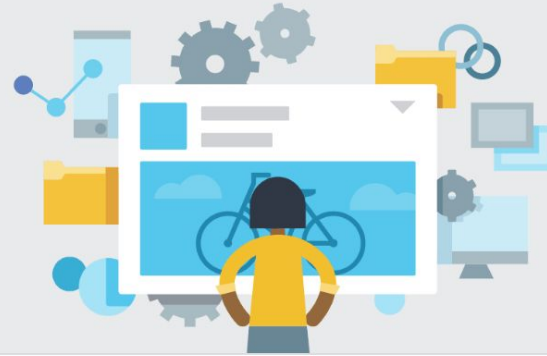




Ваши рекламные предпочтения

Узнайте о факторах, влияющих на рекламу, которую вы видите, и начните их контролировать.

[Подробнее о рекламе на Facebook](#)



Ваши интересы

Заккрыть ^

Бизнес и индустрия

Новости и развлечения

Путешествия, места и мероприятия

Образ жизни и культура

Ещё

Интересы определяются на основе ваших действий на Facebook, в частности с определенными Страницами и объявлениями.



Английский язык



Онлайн-семинар



Искусство и музыка



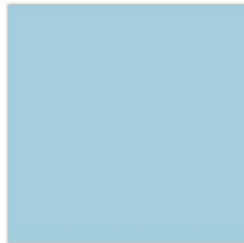
Фея



Метрополитен



Система
мгновенного обмен...



Пара



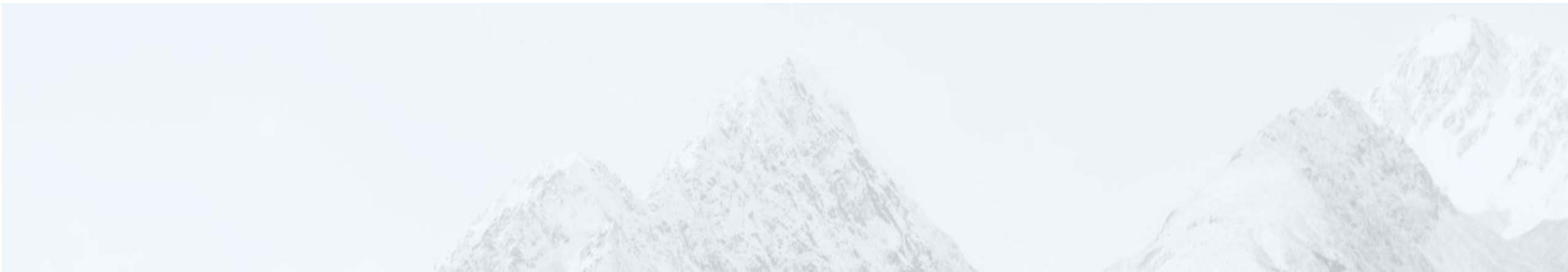
Партия трудящихся

Был ли раздел "Интересы" полезен для вас? [Да](#) [Нет](#)



Таргетинг на признаки покупателя

- Интересы — не самый точный таргетинг ([убедиться](#))
- Поведение — более точный таргетинг





Таргетинг на признаки покупателя

- Интересы — не самый точный таргетинг ([убедиться](#))
- Поведение — более точный таргетинг
- Нет необходимости пересекать и сужать таргетинги — это только мешает алгоритмам





Широкий таргетинг

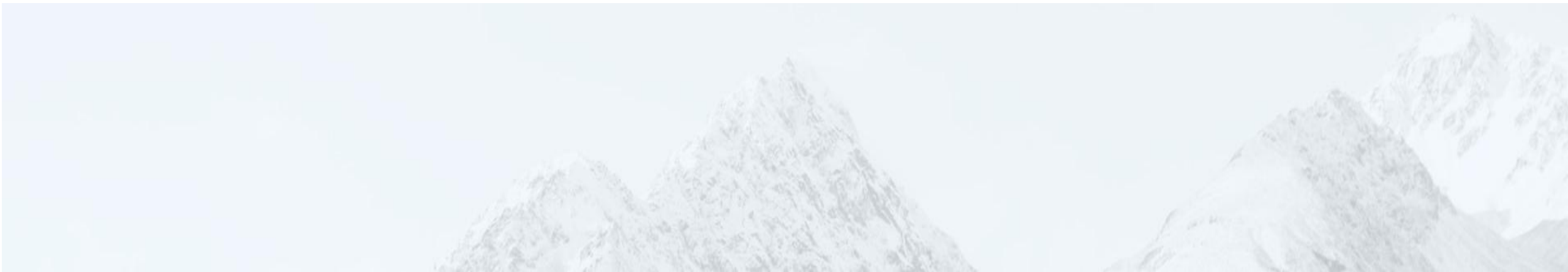
- От очень общих таргетингов (сотни тысяч пользователей) до полного отсутствия детальных таргетингов





Широкий таргетинг

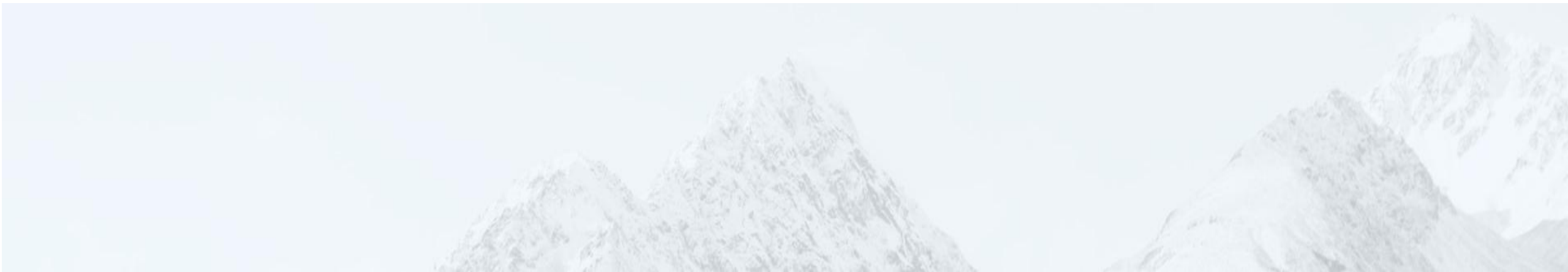
- От очень общих таргетингов (сотни тысяч пользователей) до полного отсутствия детальных таргетингов
- Если у алгоритмов будет достаточно данных, они сами найдут нужную вам аудиторию





Широкий таргетинг

- От очень общих таргетингов (сотни тысяч пользователей) до полного отсутствия детальных таргетингов
- Если у алгоритмов будет достаточно данных, они сами найдут нужную вам аудиторию
- Конечно, в том случае, если ваши офферы, креативы и посадочные страницы эффективно работают



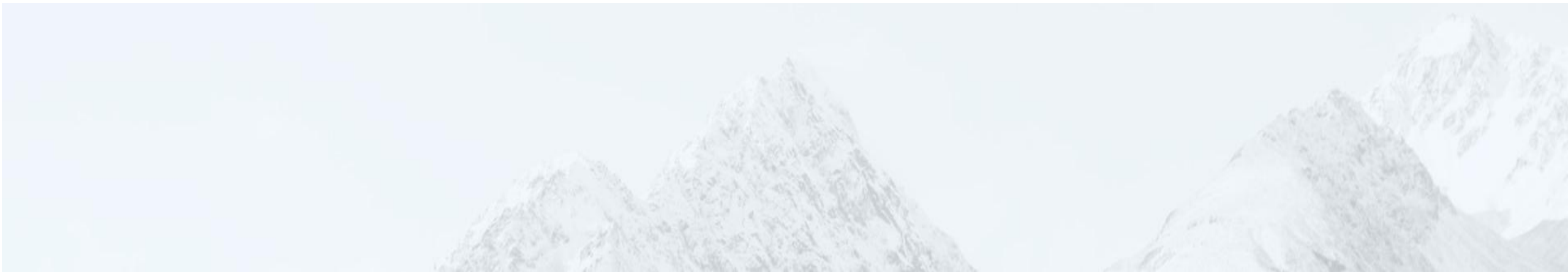


Тестирование креативов



Тестирование креативов

- Алгоритмы очень быстро выбирают победителя в адсете





Тестирование креативов

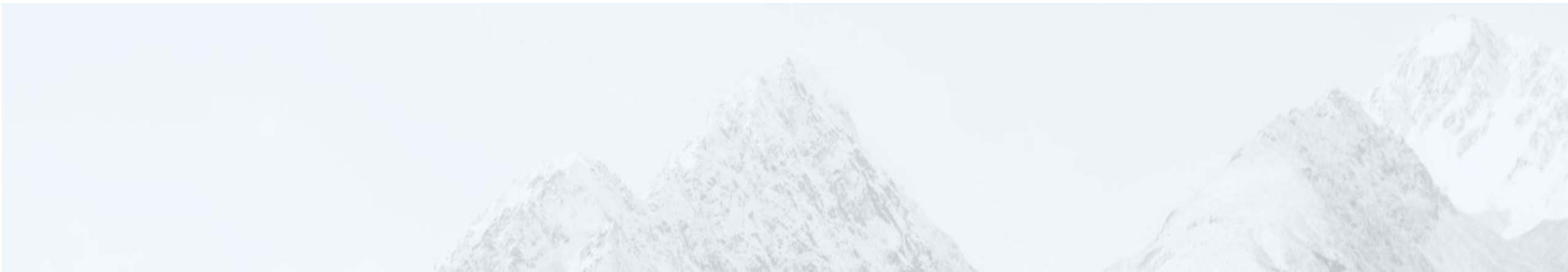
- Алгоритмы очень быстро выбирают победителя в адсете
- Хотите по-честному — используйте сплит-тест





Тестирование креативов

- Алгоритмы очень быстро выбирают победителя в адсете
- Хотите по-честному — используйте сплит-тест
- Но гораздо важнее добавлять разные форматы в один адсет: изображение, карусель и видео





Создание кампании



Выбор цели

Цель кампании

Узнаваемость

- ☐ Узнаваемость бренда
- ☐ Охват

Рассмотрение

- ☐ Трафик
- ☐ Вовлеченность
- ☐ Установки приложения
- ☐ Просмотры видео
- ☒ Генерация лидов
- ☐ Сообщения

Конверсия

- ☐ Конверсии
- ☐ Продажи по каталогу
- ☐ Посещаемость точек



Конверсии

Conversion

Местонахождение события конверсии

- ☒ Сайт
- ☐ Приложение
- ☐ Messenger
Предлагайте людям перейти из рекламы в Messenger, чтобы задать вопросы вашей компании в переписке. Вашу рекламу будут видеть те, кто с большей вероятностью откроет Messenger.
- ☐ WhatsApp
Предлагайте людям перейти из рекламы в WhatsApp, чтобы задать вопросы вашей компании в переписке, а затем отслеживайте события конверсии, такие как посещения сайта или действия в приложении.

Пиксель

Custom Conversion from Пиксель eЛамы на разных сайтах



Событие конверсии

☒ Регистрация в eLama





Сообщения

Приложение для переписки

Укажите место перехода для пользователей, которые хотят отправить сообщение вашей компании

☐ Messenger

Предлагайте людям перейти из рекламы в Messenger, чтобы задать вопросы вашей компании в переписке. Вашу рекламу будут видеть те, кто с большей вероятностью откроет Messenger.

☐ WhatsApp Business

После нажатия на вашу рекламу откроется переписка с вашей компанией в WhatsApp. Реклама будет показываться тем людям, кто с наибольшей вероятностью напишет сообщение в WhatsApp.

☒ Instagram Direct

Перенаправляйте людей, посмотревших ваши объявления, в Direct для переписки с вашей компании. Ваше объявление будет показываться только в Instagram людям, которые с большей вероятностью отправят сообщение в Instagram Direct.



Настройки бюджета

Оптимизация бюджета кампании


Вкл. ☒

При оптимизации бюджета кампании средства будут распределены между всеми группами объявлений, чтобы вы могли получить лучшие результаты с учетом ваших решений относительно оптимизации показа и стратегии ставок. Вы можете контролировать расходы для каждой группы объявлений. [Подробнее](#)

Бюджет кампании

Дневной бюджет ▼

20,00 \$ USD

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. 

Стратегия ставок кампании

Минимальная цена

[Показать дополнительные параметры ▼](#)



Настройки геотаргетинга

Местоположение

Люди, живущие здесь ▼

Россия



(55.7388, 37.4970)

+2 км ▼

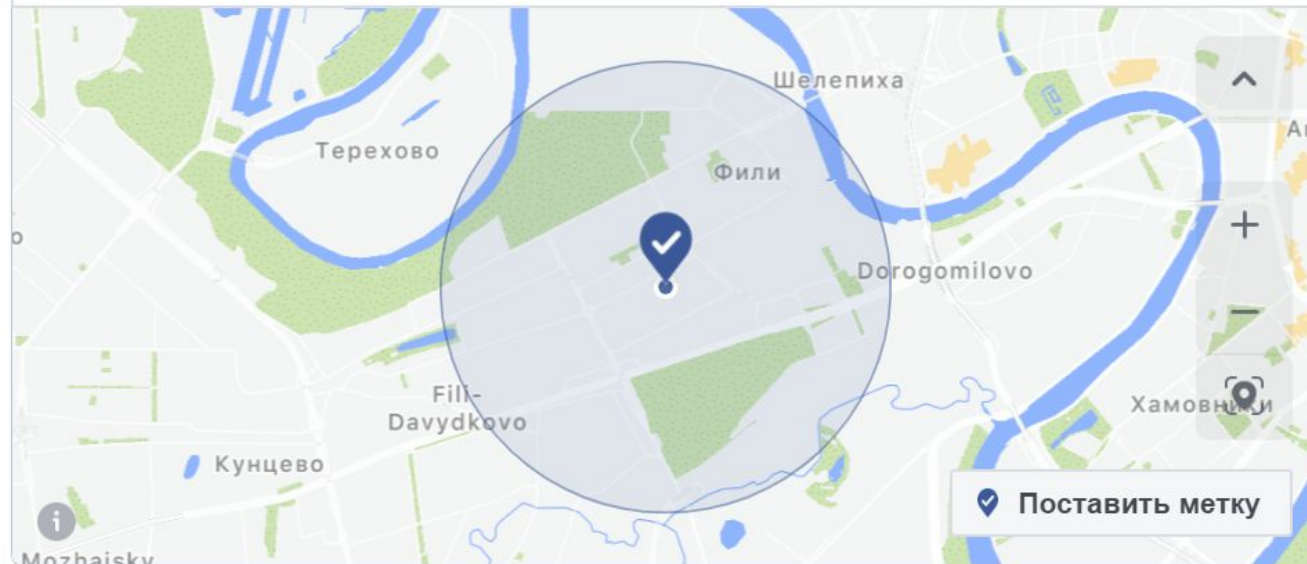


Включить ▼



Поиск местоположений

Просмотр



Добавить несколько мест сразу



Прочие таргетинги

Возраст

18 - 65+

Пол

Лица любого пола

Детальный таргетинг

Все демографические данные, интересы и модели поведения

Расширение детального таргетинга:

- Выкл.

Языки

Русский



Поиск языков



Выбор плейсментов

Места размещения

[Подробнее](#)



Автоматические места размещения (рекомендуется)

Используйте автоматический выбор мест размещения, чтобы максимально задействовать бюджет и охватить как можно больше людей. Система показа Facebook распределит бюджет вашей группы объявлений по различным местам размещения в зависимости от того, где вероятен наилучший результат.



Выбор мест размещения вручную

Вы можете сами выбирать места размещения вашей рекламы. Чем больше мест размещения вы выберете, тем больше возможностей у вас будет охватить целевую аудиторию и достичь своих бизнес-целей.



Настройка креативов

Идентификация компании

Страница Facebook

eLama

Аккаунт Instagram

elama.ru

Настройка объявления

Формат

Выберите, как будут построены ваши объявления.

☒

Одно изображение или видео

Одно изображение или видео либо слайд-шоу из нескольких изображений

☐

Кольцевая галерея

2 и более изображений или видео с возможностью прокрутки

Рекламные креативы

Выберите медиафайлы, текст и место назначения для своего объявления. Вы также можете индивидуально настроить медиафайлы и текст для каждого из мест размещения. [Подробнее](#)

Медиаобъекты

☒ Включить предпросмотр

9 мест размещения

Instagram

Истории

elama.ru

Реклама

Знаем, как продвигать службы доставки

• Без пустых обещаний

• 8 лет специализации

Подробнее

Ленты

Истории

In-Stream



Настройка креативов

Выберите изображения

Изображения ак...

+ Загрузить

Поиск изображений по названию

Сортировка от новых к старым

1800 x 1800

inst-4.png

1000 x 1778

1800 x 1800

inst-5.png

1000 x 1778

inst.png

1000 x 1778

1800_1800 (1...

1800 x 1800

1000_1778-1...

1000 x 1778

1080_1778-1...

1000 x 1778

1800_1800 (1...

1800 x 1800

1000_1778.p...

1000 x 1778

1080_1778.p...

1000 x 1778

1800x1800-1...

1800 x 1800

1800x1800.p...

1800 x 1800

Stories 8.png

1080 x 1920

Stories 7.png

1080 x 1920

Inst-4.png

1080 x 1080

Inst-3.png

1080 x 1080

Ads 1200x62...

1200 x 1200

Ads 1200x62...

1200 x 1200

Ads 1200x62...

1200 x 1200

Ads 1200x62...

1200 x 1200

Stories_трети...

1080 x 1920

Ads 1200x62...

1200 x 1200

untitled

1280 x 720

Рекомендуемые соотношения сторон

Использовать квадратные, вертикальные и горизонтальные изображения для разных мест размещения. [Подробнее](#)

Ленты, Видеореклама In-Stream

✓ Квадрат (1:1)

Истории

✓ Полноэкранное вертикальное (9:16)

Результаты поиска, Моментальные статьи

✓ Горизонтальное (1,91:1)

Отмена

Далее



Добавляем текстовые элементы и СТА

Основной текст

Расскажите, о чем ваше объявление

Заголовок · Необязательно

Напишите короткий заголовок

Описание · Необязательно

Дополнительные сведения

Показывать ссылку · Необязательно

Введите ссылку, которая должна отображаться в вашем объявлении

Призыв к действию

Подробнее

Формат вопроса

Укажите, как бы вы хотели собирать информацию пользователей после нажатия ими на вашу рекламу.

☒ Моментальная форма


Используйте форму, которую люди смогут быстро заполнить и отправить. [Подробнее](#)

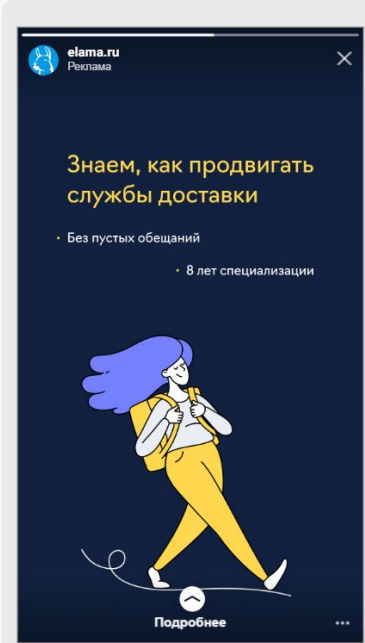
☐ Автоматический чат

Используйте шаблон для сообщений, чтобы задавать вопросы. Затем займитесь лидами в том же чате. [Подробнее](#)

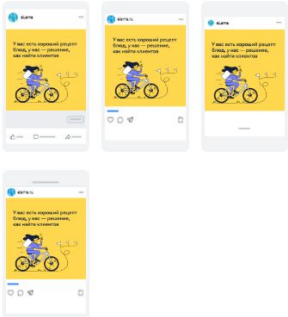
☒ Включить предпросмотр

9 мест размещения


 Instagram
Истории




Ленты




Истории



In-Stream



Стиль, возможности взаимодействия и другие элементы объявления могут отличаться для достижения оптимальной результативности. 

Предпросмотр формы "Повышение объема"



Настройка посадки

Формат вопроса

Укажите, как бы вы хотели собирать информацию пользователей после нажатия ими на вашу рекламу.

- ☒ **Моментальная форма**
Используйте форму, которую люди смогут быстро заполнить и отправить. [Подробнее](#)
- ☐ **Автоматический чат**
Используйте шаблон для сообщений, чтобы задавать вопросы. Затем займитесь лидами в том же чате. [Подробнее](#)

Моментальная форма

Создать форму для лидов

| Название формы | Дата... |
|--|------------|
| <input checked="" type="radio"/> Promo_Agency_ecom_new | 2020-06-23 |
| <input type="radio"/> Promo_Agency_ecom | 2020-06-23 |
| <input type="radio"/> Promo_Agency_Покупка_... | 2020-05-13 |
| <input type="radio"/> Promo_Agency_Покупка_... | 2020-05-12 |

Предпросмотр формы "Повышение объема"



eLama

Найдем новых клиентов для онлайн-проектов

Создадим и запустим для вас рекламные кампании на поиске и в социальных сетях, настроим аналитику и будем следить за результатами кампаний.

Далее

Пользовательские вопросы

1 из 4

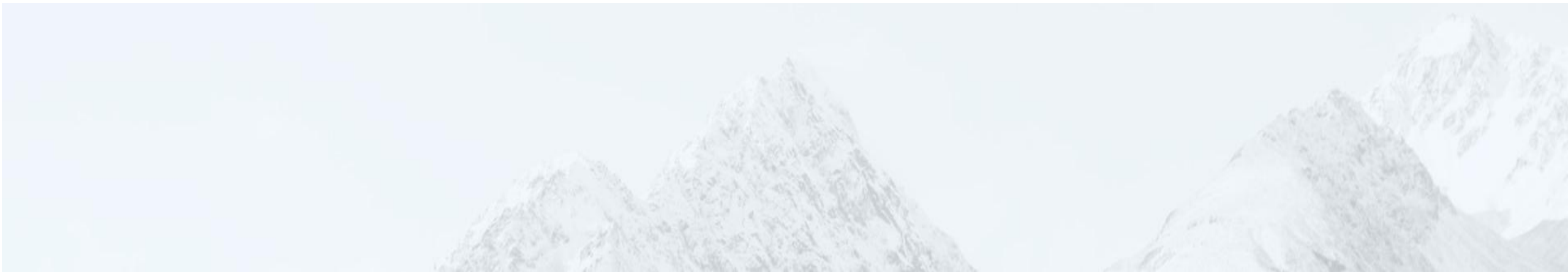


В следующем уроке



Оптимизация кампаний в Facebook Ads

- По каким метрикам анализировать эффективность креативов и таргетингов
- Как правильно распределять бюджет между кампаниями и адсетами
- Как масштабировать результаты





Вопросы?

- vk.com/elama
- fb.com/groups/elama.community

