?

Як ефективно налаштувати рекламу в Instagram, через рекламний кабінет

FACEBOOK ADS

$\left(\right)$	Google Ads інструкція СRM
$\left(\right)$	target трафік лайфхак
$\left(\right)$	навчання контент маркетинг





Розберемо доволі простий підхід у налаштуванні реклами, але на мою думку самий ефективний.

Я витратив не одну тисячу доларів на тести, та з впевненістю можу сказати що саме комбінований спосіб запуску реклами, через кнопку "просувати" + налаштування з рекламного кабінету дає найнижчу вартість підписника, або продажі (залежить яку ціль ви переслідуєте), а чудовим бонусом буде збільшення охоплення вашого акаунту.

Чому реклама через кнопку "просувати допис" ефективніша, ніж рекламна кампанія, яка була повністю створена у кабінеті Facebook.

Хоча Facebook i Instagram зараз це одна платформа, але у минулому вони працювали окремо і після їх об'єднання, рекламні кампанії кожної з них відрізняється за структурою. При створенні реклами у Фейсбук, ви можете вибрати існуючий допис через рекламний кабінет і зробити з нього оголошення для реклами. При цьому, усі взаємодії (коментарі, лайки, зберігання) будуть збільшувати охоплення не лише поста, але й вашої сторінки.

В Instagram все працює зовсім по іншому. При налаштуванні реклами, через рекламний кабінет, ви теж можете обрати пост для просування. Але річ у тому, що коли ви оберете допис, в рекламу потрапить не він, а його точна копія і всі відмітки, лайки та коментарі залишаться під рекламним оголошенням і охоплення вашого акаунту не збільшиться.

Як якісно налаштувати рекламу через рекламний кабінет, щоб охоплення акаунту зростало, разом з коментарями, лайками і кількістю підписників? Ось тут і починається магія! Ми будемо рекламувати наш допис, запускаючи рекламу з телефона, але всі налаштування для таргету зробимо через рекламний кабінет.

Перед тим як приступити до налаштування реклами вам слід проаналізувати, який допис працює краще за інші, або створити новий допис, який у майбутньому захочете прорекламувати.

Після визначення кращого допису, вам слід відредагувати текст в дописі, щоб він став більш придатним для рекламування. Варто прописати тригерний заголовок, цікавий основний текст, та заклик до цільової дії наприкінці опису.

Після цього, потрібно переконатись, що наш акаунт зв'язаний з рекламним кабінетом. Для цього переходите в **"налаштування"**, далі **"компанія"**, **"оплата реклами"**. Зі списку обираєте один з своїх рекламних кабінетів, через які буде йти списання за рекламу, та через який ви зможете налаштувати таргет.

Налаштування > Компанія



Оплата реклами



Способи оплати



Ось тут і починається магія! Ми будемо рекламувати наш допис, запускаючи рекламу з телефона, але всі налаштування для таргету зробимо через рекламний кабінет.

Перед тим як приступити до налаштування реклами вам слід проаналізувати, який допис працює краще за інші, або створити новий допис, який у майбутньому захочете прорекламувати.

Коли обрали кабінет, натискаємо на кнопку **"Просувати допис"**.



Обираєте ціль просування



Обираєте рекламну ціль

- Обираєте пункт "створити свою" аудиторію.
 Впишіть назву аудиторії та локацію, і натискаємо готово. Всі подальші, точні налаштування, ми будемо робити в рекламному кабінеті.
- Переходимо в рекламний кабінет та обираємо розділ "Audience" аудиторії.

	_									
	٠			12 er sec			0.00			
-		distant.	1					Million 1	1	i territri
	_			*****	-	and some series		-		
				1000100	110	Independence in the same				100
	100	-		and the state spingly	-	1 mg dather 1 mg how				
				100,000,000,000	-	100.000.0100.000				
these lotters					-	10.00110.00				
-	-			manufacturing.	ing or other	them which is the party into				
					-	100.00010000				
				Apprendicts		144.00010000				
				municiti mag	instant.	Adapted and the				1000
					-	Adapted in the second				
					-					
-					-					
-	a links			inquiries and	-	And all the lot of the lot of				
					-					1.4
									-	

Обираємо аудиторію, яку ми створили з телефону, та натискаємо **"Edit"** редагувати.

Same and the second				# Same +	Tecrises reportant
		Revel	144	hereitettet a	
- 110,000	-	Technic Associates	line i salirita	Taxas Ineres	Automotions Territor equipment
Same Laborate	1.0	Barren .	these indications	man 1	Contract in the second line
Take		Aug - 1940	Datas Address	600-100 °	Tan Santasterer
-	-	studies inco 1981	Louis Address	600-C20.0	NUMBER OF
hours	1.	Radiante 100 Ant	Second stationers	ter anteres	Automatical Parts
		1410.000	Seet asless	Internet 1	Second all lengths
		Summer Annual Station (St. No. 10)	Induite Address	Ann an original	Louise Imagin
		Parries and and \$5, 71% \$50 Baseline for Contactions 201	Later Laker	had a service	Apr
		Particular sport (so. 11), state (so.	Intel Contractor	-	Statistics in particular
		Contrast operations (cf. (cf. or cf.))	Internet in the local division in the local division of the local	-	100
		frame and an lot the re-	Lashatian Automati	And Address of the	

Налаштовуємо таргет за нашими потребами, та натискаємо **"Update"** оновити, після чого переходимо назад у запуск реклами з телефона.



Обираємо бюджет, та натискаємо **"Просувати допис"**.

Обираємо бюджет

<	Бюджет і тривалість	(1)
	30 USD за 6 дн.	
	Загальні витрати	
	43 000 - 110 000 Приблизне скоплення	
Бюдже	т	
s usp	щодонно	
-		
Тривал	ість	
Показу ії	вати цю рекламу, доки я не призуп	
Установ	зіть тривалість	0

Просувати допис

ратанталания профоно Гениконак	
Аудиторія	
Тестова аудиторія 18+ Україна	
Бюджет і тривалість 30 USD за 6 дн.	
Оплата	
MasterCard*8799 Термін дії: 6/2022	1
Підсумок витрат	
Рекламний бюджет	30 US
Приблизний податок	6 US
Загальні витрати	36 US
3 нас не списуватимуться кошти, доки сквалена та запущена. Після запуску ві	реклама не буд и можете в будь
Просувати допис	
Croopicity in or conducting, an optimizer or set	And in successfully of

Висновок:

Тепер ви знаєте, як ефективно налаштовувати рекламу на акаунт в Instagram, яка не лише збільшить ваші продажі, але й кількість підписників та охоплення.

