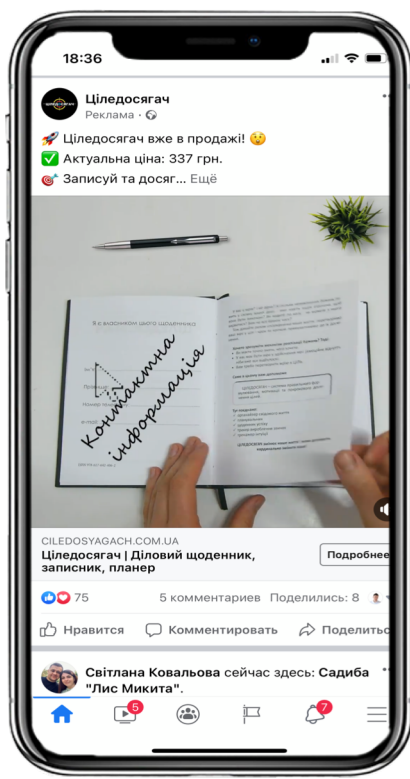


facebook

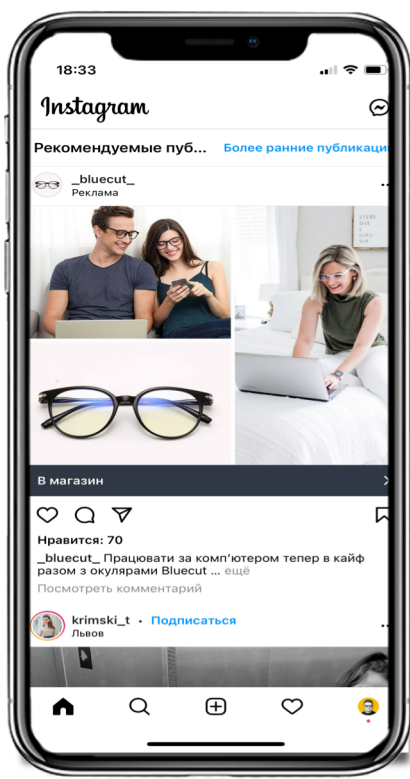


стрічка



історії

Instagram

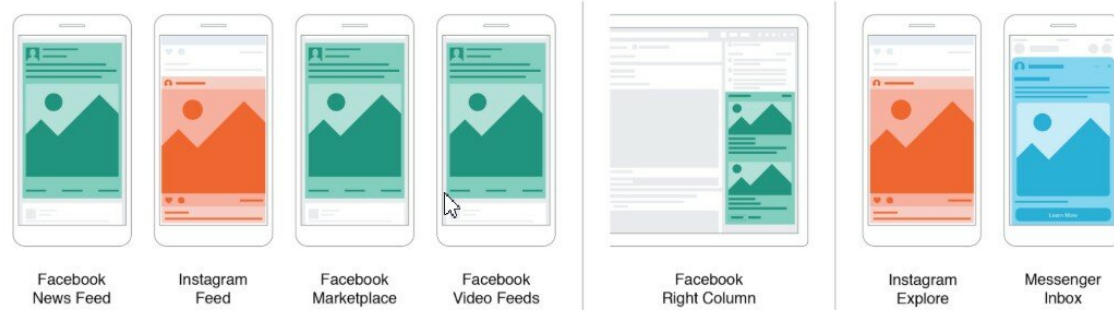


стрічка



історії

«Плейсменти» - місця розміщення реклами



- Facebook – це велика платформа, яка об'єднує в собі соціальні мережі Facebook & Instagram, месенджери, мобільні додатки, сайти партнери.
- Всього існує – 25 місць розміщення реклами
- Кожен «плейсмент» працює по різному, в плані ефективності.
- Показ реклами в різних плейсментах коштує по різному.
- Найчастіше і найефективніше використовувати рекламу в стрічці Facebook/Instagram і Stories

Места размещения

<p>▼ Ленты <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Сделайте вашу компанию заметной с помощью рекламы в Ленте</p> <p>Лента новостей Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Лента Instagram <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Facebook Marketplace <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Видеоленты Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Правый столбец Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Интересное в Instagram <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Входящие Messenger <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Лента групп Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>▼ In-Stream <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Быстро привлечайте внимание людей во время воспроизведения видео</p> <p>Видеореклама In-Stream на Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>▼ Истории <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Расскажите красноречивую, наглядную историю с помощью захватывающей рекламы в полноэкранном вертикальном формате</p> <p>Истории в Instagram <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Истории на Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Истории в Messenger <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>▼ Поиск <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Пусть люди узнают о вашей компании, когда ищут информацию на Facebook</p> <p>Результаты поиска на Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p>
	<p>▼ Сообщения <input type="checkbox"/></p> <p>Отправляйте предложения или обновления людям, которые уже связывались с вашей компанией</p> <p>Рекламные сообщения в Messenger <input type="checkbox"/></p>
	<p>▼ В статьях <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Взаимодействуйте с людьми, читающими контент издателей</p> <p>Моментальные статьи на Facebook <input checked="" type="checkbox"/></p>
	<p>▼ Приложения и сайты <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Охватите больше людей, с помощью рекламы во внешних приложениях и на сайтах</p> <p>Audience Network – нативная, баннерная и межстраничная реклама <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Audience Network – видео с вознаграждением <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Видеореклама In-Stream в Audience Network <input checked="" type="checkbox"/></p>

Що означає – «таргетована» реклама

Таргетована реклама, це реклама, для показу якої використовують метод налаштування за інтересами, віком, статтю, або іншими характеристиками людей, яких може зацікавити ваш товар, або послуга.

Возраст
24 - 65+

Пол
Женщины

Детальный таргетинг
Критерии соответствия:
• Интересы: Натуральные пищевые продукты или Выпечка
И еще:
• Поведение: Вовлеченные покупатели

Местоположение
Место:
• Италия

Возраст
20 - 45

Пол
Лица любого пола

Детальный таргетинг
Критерии соответствия:
• Интересы: Малый и средний бизнес или Предпринимательство
И еще:
• Интересы: Деньги или Финансовое планирование

Возраст
25 ▼ 50 ▼

Пол
Лица любого пола

Детальный таргетинг
Включить людей, соответствующих критериям ⓘ

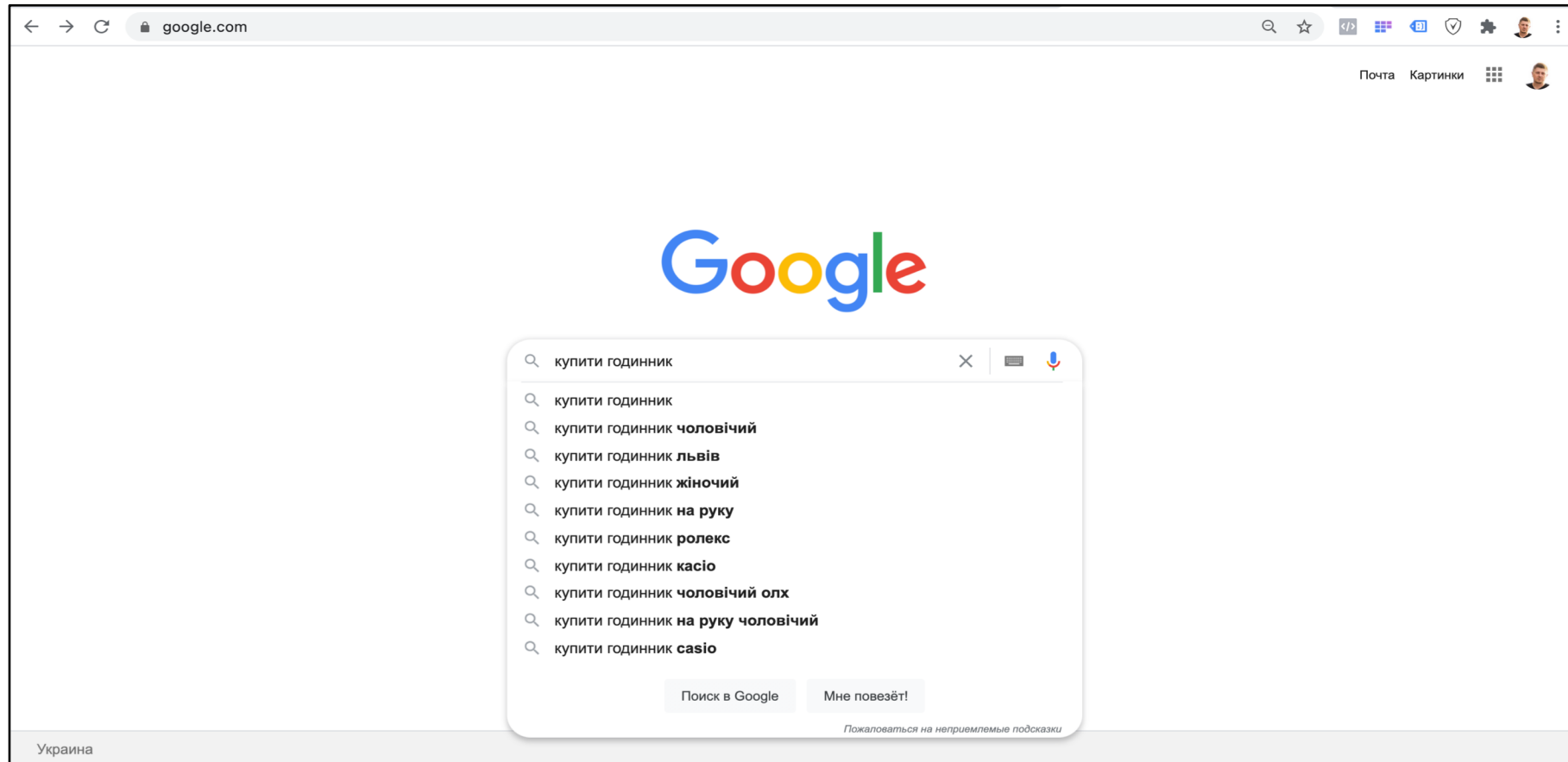
[Поведение](#) > [Действия онлайн](#) > [Facebook page admins](#)

Администраторы спортивных Страниц

Администраторы Страниц компаний

Администраторы Страниц розничных магазинов

До прикладу, в контекстній рекламі (пошукова реклама в google), людина зацікавлена у вашому продукті, шукає його вводячи пошукові запити в (ключеві слова).



Переваги

- 1) З таргетованої реклами можна отримати клієнтів, коли про ваш продукт ще ніхто не знає
- 2) З таргетованої реклами можна отримати більше замовлень ніж з контекстної, бо ви не обмежені кількістю пошукових запитів.
- 3) Рекламу працює з пост-оплатою

Недоліки

- 1) З таргетованої реклами заявки залишають не настільки «гарячі» клієнти як з контекстної
- 2) Конверсія з таргетованої реклами переважно нижча
- 3) Для запуску таргетованої реклами часто потрібно залучати кількох спеціалістів

Професійні терміни

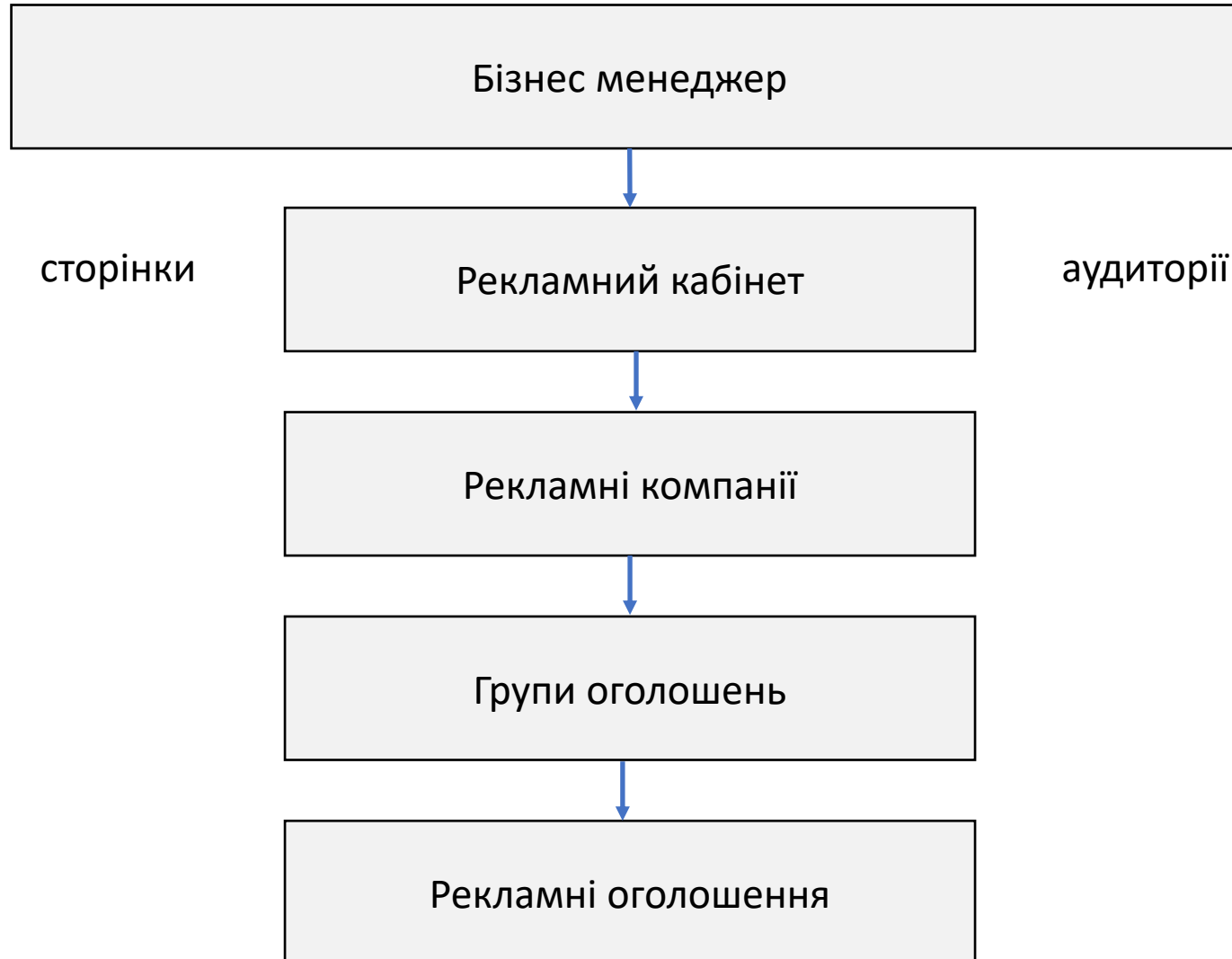
- CPM – ціна за 1000 охоплених рекламою людей
- CPC – ціна за клік в рекламі
- CPA – ціна за цільову дію (конверсію/заявку)
- ROI – це показник повернення інвестицій (прибуток відносно конкретної інвестиції)
- ROMI – це показник окупності інвестицій в маркетинг (це співвідношення прибутку і затрат на маркетинг)

$$ROMI = \frac{\text{Доход} - \text{Расходы}}{\text{Расходы}} \times 100\%$$

- ROAS – показник ефективності затрат на рекламу (використовується для оцінки ефективності конкретних рекламних компаній)

$$ROAS = \frac{\text{Доход от рекламы}}{\text{Расходы на рекламу}} \times 100\%$$

- Плейсмент – це місце розміщення реклами
- Гарячі заявки – це заявки від клієнтів, які найбільш готові до оплати замовлення
- KPI – Ключеві показники. Для кожного клієнта вони свої, наприклад для одного клієнта це може бути 500 заявок на місяць, але не дорожче 5\$ за заявку. Для іншого клієнта може бути – максимальна кількість заявок, при ціні заявки до 2\$.
- Білінг – це система обліку грошей на рекламу (у ній ми прив'язуємо платіжні карти і списуємо гроші за рекламу)
- Аудиторія – це група людей, об'єднані певними географічними, або іншими даними, на яку ми налаштовуємо рекламу.



- 1) Щоб надавати права доступу до рекламних акаунтів, сторінок,
- 2) Контролювати оплати і платіжні дані
- 3) Дізнаватись деталі, сповіщення, попередження

Настройки компании

Logic - general

Пользователи

Аккаунты

Источники данных

Безопасность бренда

Регистрации

Приложения для интеграции

Платежи

Центр безопасности

Запросы

Уведомления

Информация о компании

Фильтровать по име... **Добавить**

Diana Kovalchuk

Михайло Хитряк

Сергей Лымарь

Diana Kovalchuk
Доступ администратора · kovalcukdiana52@gmail.com
Добавлен(-а): Михайло Хитряк
Присоединился(-ась) к компании: 14 дек 2020 г.
Удалить Редактировать

Добавить объекты

Назначенные ресурсы **Добавить объекты**

Это активы, к которым есть доступ у пользователя Diana Kovalchuk. Посмотрите и отредактируйте его/ее разрешения. Добавьте или удалите активы.

Поиск по названию или ID

Рекламные аккаунты

- New Level Club
- Smartum - gmerynka
- Sunday
- Sunday - Ro+Ca
- Гімназія Бізнесу та Права



1) Щоб створювати і контролювати рекламу

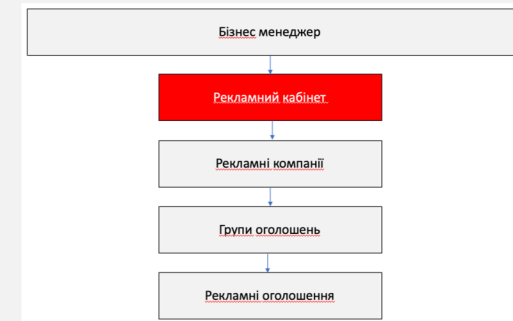
Кампанії Sunday (1418340858493329) Обновлено только что Сбросить черновики Проверка и публикация

Поиск и фильтр Весь срок действия: 22 июн 2015 г. – 13 янв 2021 г.

Кампании Группы объявлений Объявления

+ Создать Дублировать Редактировать Правила Посмотреть настройки Отчеты

	Название кампании	Результаты	Цена за результат	Сумма затрат	Клики (все)	CTR (кликабельн...	Охва
<input type="checkbox"/>	Ельроссо (СВО) - 24.12.2020	64 Elrosso - Lead New	3,99 \$ За Elrosso - Lead New	255,06 \$	11 030	4,92%	
<input type="checkbox"/>	СВО/LAL/Elrosso - 07.12.2020	45 Elrosso - Lead New	7,01 \$ За Elrosso - Lead New	315,34 \$	4 350	5,01%	
<input type="checkbox"/>	Siena - 04.12.2020	11 Siena - Lead	13,48 \$ За Siena - Lead	148,24 \$	1 849	2,41%	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Всі товари – Копія	1 Заявка blackfriday	13,73 \$ За Заявка blackfriday	13,73 \$	465	4,71%	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Всі товари	13 Заявка blackfriday	4,96 \$ За Заявка blackfriday	64,45 \$	1 976	3,49%	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Всі товари	— Заявка blackfriday	— За Заявка blackfriday	0,00 \$	—	—	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Siena	— Заявка blackfriday	— За Заявка blackfriday	24,22 \$	321	3,09%	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Сієна	— Black friday lead	— За Black friday lead	10,61 \$	227	3,43%	
<input type="checkbox"/>	Black Friday - 2020 - Всі товари	— Lead black friday	— За Lead black friday	13,05 \$	330	3,51%	
> Результаты, число кампаний: 380 Удаленные объекты не включены		—	—	54 613,91 \$ Всего потрачено	1 503 882 Всего	2,83% За показы	



- 1) Щоб обрати ціль рекламної кампанії
- 2) Щоб виставити рекламний бюджет

[Создать новую кампанию](#) Использовать существующую кампанию ✕

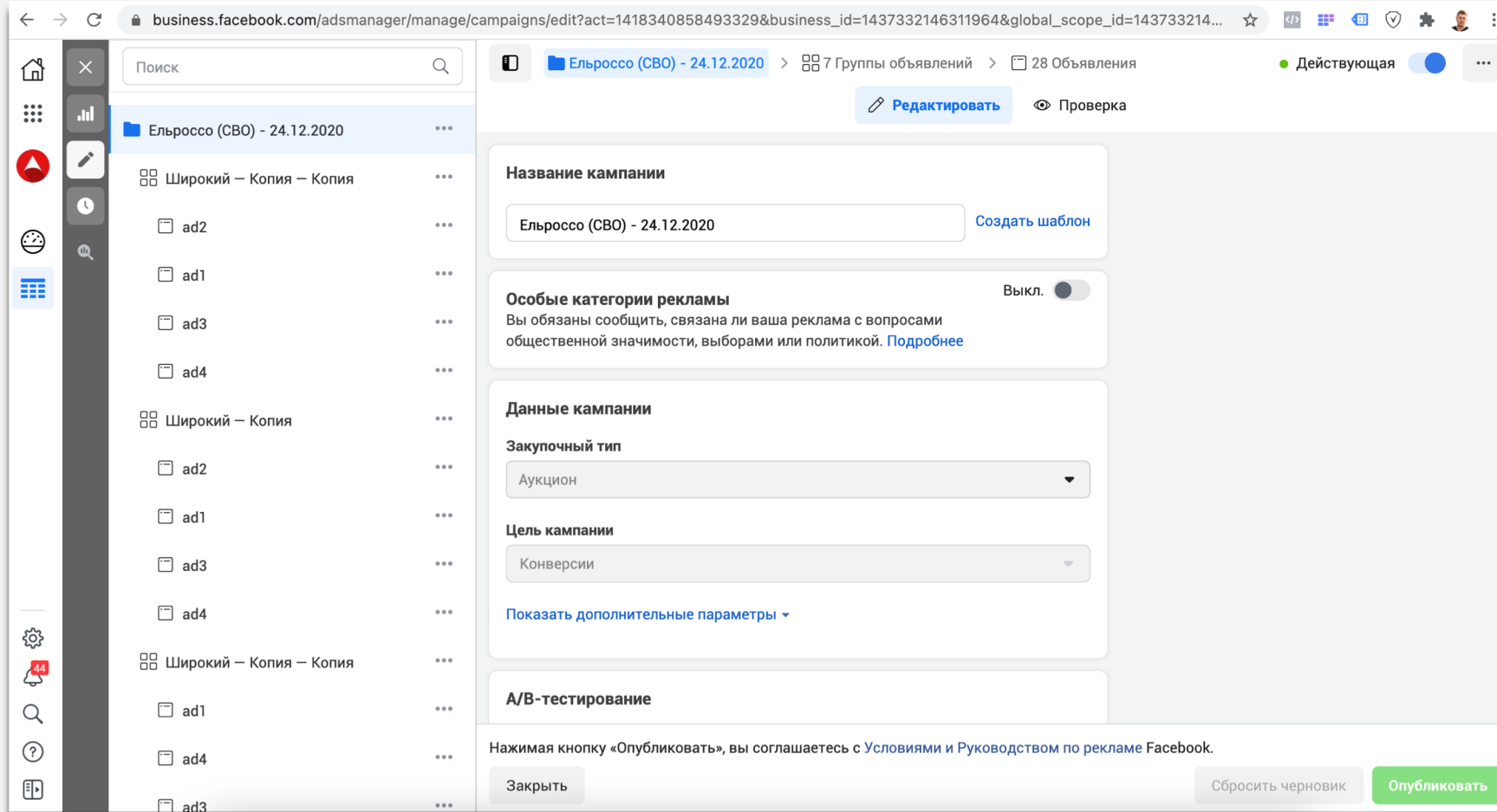
Выберите цель кампании
[Подробнее](#)

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
<input type="radio"/> Узнаваемость бренда	<input type="radio"/> Трафик	<input type="radio"/> Конверсии
<input type="radio"/> Охват	<input type="radio"/> Вовлеченность	<input type="radio"/> Продажи по каталогу
	<input type="radio"/> Установки приложения	<input type="radio"/> Посещаемость точек
	<input type="radio"/> Просмотры видео	
	<input type="radio"/> Генерация лидов	
	<input type="radio"/> Сообщения	

[Отмена](#) [Продолжить](#)



- 1) Налаштуємо кому показувати
- 2) Налаштуємо де показувати
- 3) Виставляємо бюджет



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for editing a campaign. The browser address bar shows the URL: `business.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns/edit?act=1418340858493329&business_id=1437332146311964&global_scope_id=143733214...`. The page title is "Ельроссо (СВО) - 24.12.2020" and it shows 7 ad groups and 28 ads. The campaign name is "Ельроссо (СВО) - 24.12.2020". The ad type is "Аукцион" and the campaign objective is "Конверсии". The status is "Действующая".



- 1) Налаштовуємо вигляд оголошення
- 2) Додаємо фото/відео
- 3) Прописуємо рекламні тексти
- 4) Вставляємо посилання на сайт

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left is a sidebar with navigation icons and a list of ad sets. The main area displays the configuration for an ad named 'ad1'. The ad is titled 'Ленты' and is for the product 'Ельроссо (СВО) - 24.12.2020'. The main text describes the product's popularity and features. The headline is 'Стінка "Ельроссо"'. The description includes 'Вибір року 2020'. The destination is set to 'Сайт'. Two placement options are shown: Facebook and Instagram, both with a video player preview.

Поиск

Ельроссо (СВО) - 24.12.2020

Широкий – Копия – Копия

ad2

ad1

ad3

ad4

Широкий – Копия

ad2

ad1

ad3

ad4

Широкий – Копия – Копия

ad1

ad4

ad3

Ельроссо (СВО) - 24.12.2020 > Широкий – Копия – Копия > ad1

Обучение

Редактировать Проверка

Ленты
2 место размещения

Включить предпросмотр

2 места размещения

Facebook Ленты

Instagram Лента

Основной текст

★ Уже понад 4200 клієнтів обрали Стінку Ельроссо. У чому секрет її популярності?

- ✓ Неперевершений дизайн
- ✓ Глянцевий МДФ фасад
- ✓ Німецька фурнітура
- ✓ Кольорова підсвітка з пультом
- ✓ Три варіанти кольору на вибір
- ✓ Безкоштовна доставка по Україні

Переходьте на сайт, та замовляйте стінку за спеціальною ціною!

Заголовок · Необязательно

Стінка "Ельроссо"

Описание · Необязательно

🏆 Вибір року 2020

Место назначения

Сайт

Мероприятие на Facebook

URL сайта

Нажимая кнопку «Опубликовать», вы соглашаетесь с [Условиями](#) и [Руководством по рекламе](#) Facebook.

Закреть Сбросить черновик Опубликовать



З чого складається рекламне оголошення

Текст рекламного оголошення

Фото, відео, або галерея

Заголовок

Опис

Кнопка

SunDay - Інтернет-магазин меблів
Опубліковано Misha Nytryak · 21 ноября 2020 г. ·

- ★ Вже понад 4200 клієнтів обрали Стінку Ельроссо. У чому секрет її популярності?
- ✓ Неперевершений дизайн
- ✓ Глянцевий МДФ фасад
- ✓ Німецька фурнітура
- ✓ Кольорова підсвітка з пультом
- ✓ Три варіанти кольору на вибір
- ✓ Безкоштовна доставка по Україні

Переходьте на сайт, та замовляйте стінку за спеціальною ціною!

Стінка Ельроссо

Європейська якість
Доступна Ціна

SUNDAY-MEBEL.TOP
Стінка "Ельроссо"
🏆 Вибір року 2020

Подробнее

Популярні запитання

Що таке піксель?

- Піксель – це невеликий кусок коду, який потрібно поставити на сайт клієнта, щоб ми могли налаштувати рекламу з ціллю «конверсії» і відслідковувати ефективність реклами.
- Завдяки цьому коду з сайту на фейсбук передаються данні (наприклад що клієнт зробив покупку)

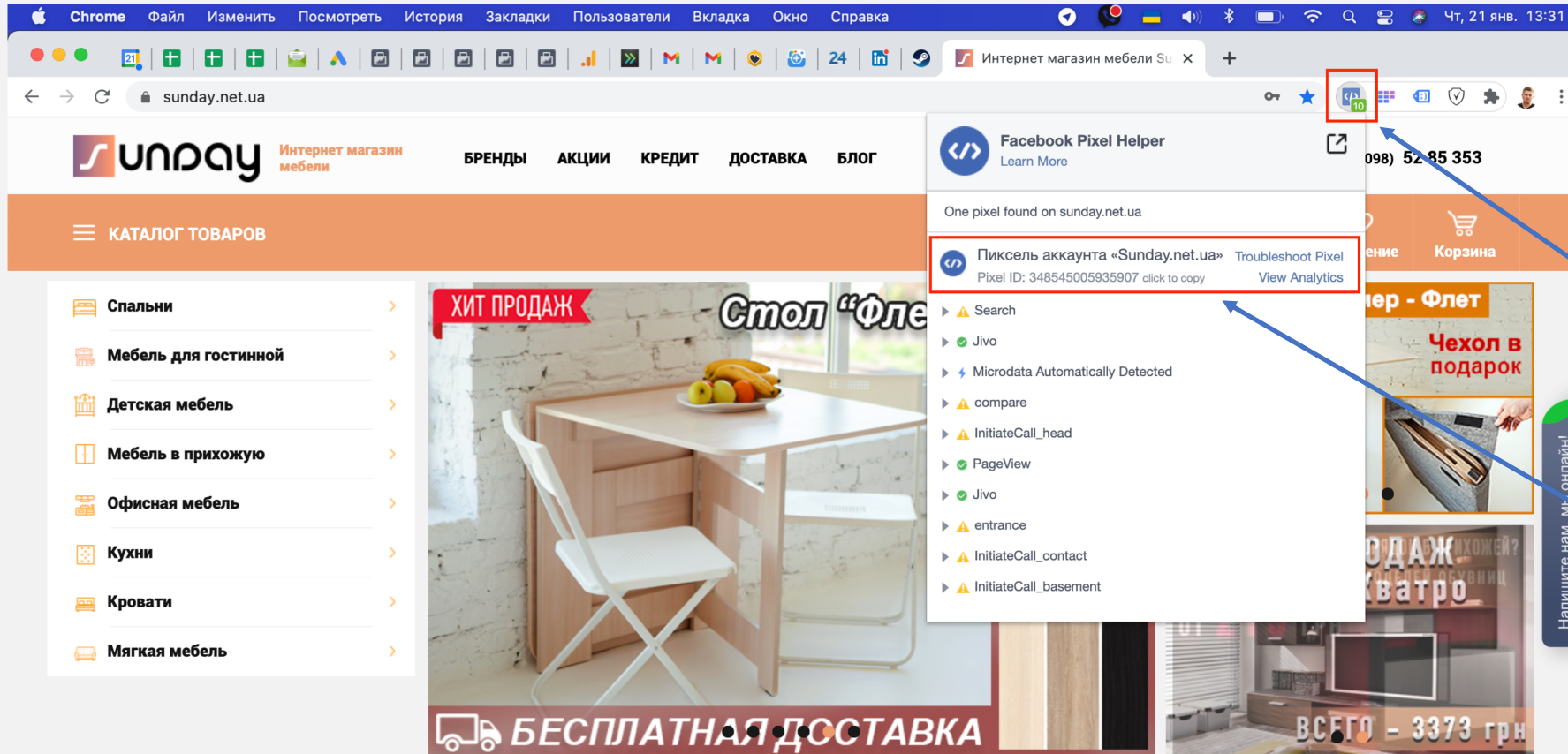
```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document, 'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '454858688717960');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

Код пікселя

Щоб поставити піксель на сайт потрібно залучати програміста. Наш таргетолог копіює код пікселя з рекламного кабінету і відправляє клієнту, щоб його програміст поставив на сайт.

Як перевірити чи стоїть піксель?

- Для цього потрібно встановити розширення для браузера – Google Chrome (facebook Pixel Helper)
- Після цього, кожен сайт який буде відкриватись у вашому браузері, буде показувати чи стоїть на ньому піксель



- Показує наявність пікселя

Показує назву і номер пікселя

Хотите, перезвоним Вам за 30 секунд?

Ваш номер телефона

Перезвоните

00:29:99

Обработка запроса...

Свободных операторов на линии: 3 Заказов звонков сегодня: 10+

ВИРТУАЛЬНАЯ АТС binotel



Що таке «Собиття»?

- Собиття - це теж невеликі кусочки коду (як піксель), які потрібно поставити на сайт, щоб ми могли відслідковувати корисні для нас дії покупця на сайті (наприклад – оформлене замовлення, покладений товар в корзину, нажаття на номер телефону, або будь-яке інше). По суті – це лічильник який рахує для нас людей, які виконують певну дію і передає дані в фейсбук.
- Завдяки собиттям ми можемо: 1 – налаштувати рекламу з ціллю цього »собиття«, 2 – можемо збирати аудиторії, наприклад людей, які клали в корзину товар, 3 – можемо бачити чітку аналітику (скільки людей і яку саме дію робили на сайті)

```
<script>
fbq('track', 'InitiateCheckout', {
value: ***,
currency: 'UAH',
content_id: '****',
content_type: 'product',
content_category: '****',
content_name: '****',
availability: '****',
country: '****',
brand: '****',
});
</script>
```

«Собиття»

Додаткові параметри. «Собиття» – може передавати не лише кількість цільових дій, але й додаткові параметри. Наприклад нам прийшло замовлення з інтернет магазину, якщо буде налаштоване тільки собиття, ми просто побачимо що якесь замовлення прийшло. Але, якщо Ми налаштуємо додаткові параметри, ми зможемо побачити – що це саме був за товар, на яку суму ми отримали продаж, якого кольору товар, з якої категорії і у якій валюті. Ці додаткові параметри ми самі задаємо (які нам потрібні), далі ми пишемо технічне завдання для клієнта, щоб його програміст міг налаштувати всі необхідні для нас «Собиття».

«собиття» доавлення в корзину

- Додаткові параметри обовязково потрібні для динамічної реклами! Без додаткових параметрів реклама не запуститься!

Що таке фід?

- Фід – це файл, у якому прайс товарів (назва, ціна, опис, посилання на фотографію, інша інформація)
- Фід потрібен для того, щоб завантажити каталог товарів з сайту на фейсбук (для динамічної реклами)
- Фід буває двох типів, 1 – в форматі XLS/CSV (тобто це простий екселевський файл), який потрібно вручну вивантажити з сату і завантажувати на фейсбук. 2 тип фіда – це фід доступний за посиланням. Тобто нам потрібне лише посилання, яке ми один раз вставляємо в рекламний кабінет і товари будуть автоматично обновлятись (цей варіант ми зазвичай використовуємо).
- Щоб створити фід – потрібно залучати програміста. Для цього ми пишемо технічне завдання і відправляємо його клієнту.

Источники данных

Все источники данных > <http://musthave.ua/>

Обзор Товары Настройки

Количество товаров в фиде данных: 0

Следующая загрузка

Расписание замены: 21 января 2021 г. 21:40 GMT+02:00
Файл загружается повторно раз в 8 ч. Загрузить

URL-адрес ленты:
http://musthave.ua/admin/data/catalog_ru.csv

Сеансы загрузки

Время начала	Результат
21 янв в 13:36 GMT+02:00	В файле найдено 716 товаров
Запланированная загрузка http://musthave.ua/admin/data/cata...	0 товаров обновлены или добавлены
	716 товаров отклонены из-за ошибок
	0 товаров удалены

Ось так виглядає Фід-файл

Товары

Фильтр:

- Активированные
- Деактивированные
- Все товары

Характеристики

Проблемы

Группы

Выберите группу

[Создать группу](#)

722 Товары 1,4 тыс. Варианты

Рекламить группу Добавить товары

Поиск по всем товарам

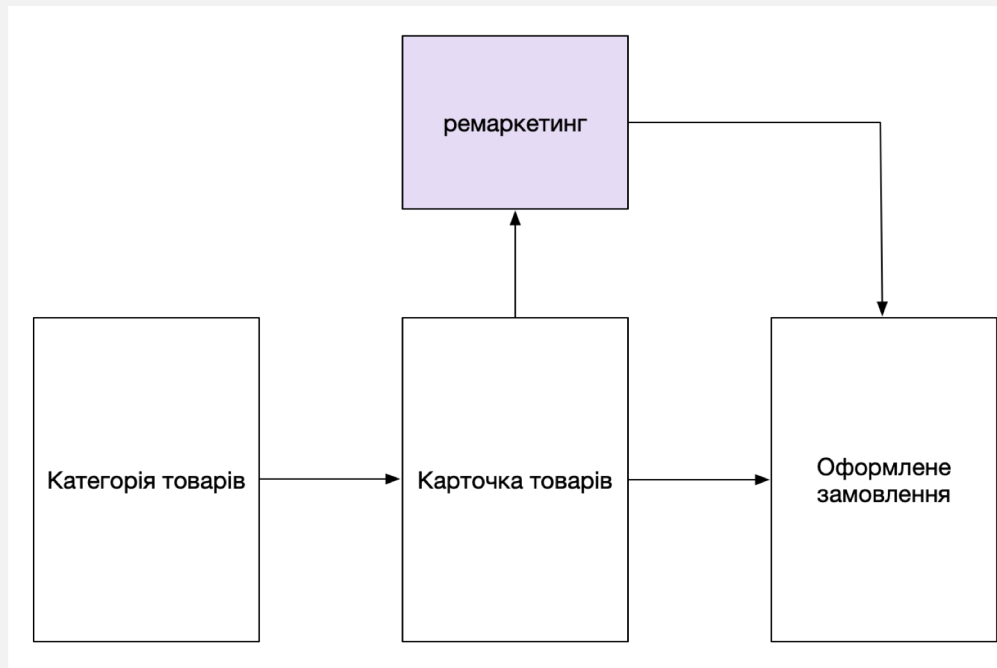
Выбрать все Удалить Деактивировать Изменить Посмотреть

Черные брюки прямого крой с разрезами спереди 1 799,00 грн. Наличие: in stock Состояние: new	Молочное платье мини в черной горке на пуговиц... 1 799,00 грн. Наличие: in stock Состояние: new	Черный сатиновый топ со складкой в области... 699,00 грн. Наличие: in stock Состояние: new

Ось так виглядає каталог товарів завантажених на фейсбук

Ремаркетинг – Ретаргетинг

- Ремаркетинг і ретаргетинг – це одне і те ж. Це налаштування реклами на користувачів, які вже робили перший контакт з нашим сайтом, або рекламою. На приклад ми можемо налаштувати рекламу на людей, які заходили на сайт, але не оформили замовлення і показати їм рекламу повторно.
- Ремаркетинг буває двох видів: 1) Статичний (коли ми просто створюємо нові картинку/відео для реклами і показуємо всім, хто був на сайті) і 2) Динамічний – це коли ми один раз налаштуємо рекламу, а картинка сама, динамічно показується в рекламі. Наприклад ви дивились конкретну модель кросівок на сайті і потім ця модель показується вам в рекламі на різних сайтах, в фейсбуці, інстаграмі і мобільних додатках.

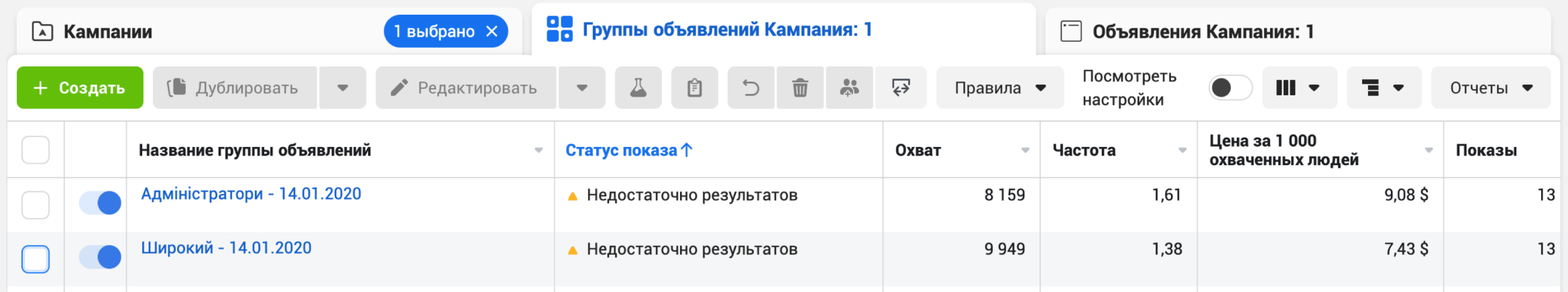


Від чого залежить ціна реклами?

- Реклама в Фейсбук оплачується за 1000 показів, тобто ми робимо рекламу (картинка/відео + текст) і налаштовуємо на певну групу людей. Після того як реклама запустилась, ми зможемо побачити яка вартість реклами за 1000 показів. В середньому 1000 показів реклами коштує 2-5\$.
- Від чого залежить вартість реклами? 1) Від якості реклами. Якщо наша реклама привертає увагу користувачів фейсбук, на неї натискають, коментують, лайкають і репостять, то це знижує вартість реклами. 2) Стоп слова, реклама заборонених товарів, або використання заборонених фотографій. Всі негативні фактори підвищують вартість реклами. 3) Аудиторія. В залежності на кого ми налаштовуємо рекламу, її вартість буде різною. Наприклад аудиторія підприємців в декілька разів дорожча за школярів. 4) Конкуренція в аукціоні. Цей пункт тісно пов'язаний з попереднім. Чим більше рекламодавців показують рекламу на певний сегмент людей, тим дорожча реклама (тому, що кількість місць для показу реклами обмежена). 4) Сезонність. Ще один фактор, який може негативно вплинути на те як користувачі реагують на рекламу і як наслідок на вартість реклами.
- Клієнти часто хочуть дізнатись ціну за заявку, тобто скільки ми отримуємо заявок наприклад із 100\$. Звичайно, ми точно знати не можемо. Ми опираємось лише на приблизні здогадки і на результати з попередніх рекламних компаній. Точно сказати яка вартість 1 заявки ми не можемо.
- Клієнти часто думають що ми платимо фейсбуку за заявки. Це хибна думка і потрібно донести до клієнта, що ми платимо фейсбуку за покази реклами, а скільки прийде заявок залежить від тих критеріїв, які я прописав вище.

Що таке не обучився піксель/фейсбук/алгоритм?

- Насправді правильним буде визначення – обучився алгоритм. Фейсбук – це штучний інтелект, який допомагає нам показувати рекламу тим людям, які з найбільшою вірогідністю зроблять цільову дію.
- Коли ми вперше запускаємо рекламу, фейсбук починає робити перші покази реклами людям з різними інтересами. Після того, як ми отримуємо перші заявки, процес навчання запускається і фейсбук починає порівнювати між собою поведінку людей які залишали заявки і їх інтереси. Алгоритм навчиться і точно зрозуміє хто наш клієнт і кому показувати рекламу, після того, як ми отримуємо 50 цільових дій з реклами протягом 7 днів. Ці цифри приблизні, але на них можна опиратись. Тобто, якщо після запуску реклами ми получили 60 заявок за 4 дні, це значить що алгоритм обучився і фейсбук знає кому в подальшому рекламу показувати. Коли алгоритм обучився, тоді ціна заявок буде більш стабільна і не буде коливатись, а також ми можемо переходити до масштабування (плавно піднімаючи рекламний бюджет можемо збільшувати кількість заявок, а ціна за 1 заявку при цьому не буде рости).



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there are tabs for 'Кампании', 'Группы объявлений Кампания: 1', and 'Объявления Кампания: 1'. Below the tabs is a toolbar with buttons for '+ Создать', 'Дублировать', 'Редактировать', and various icons for analytics and settings. The main table displays the following data:

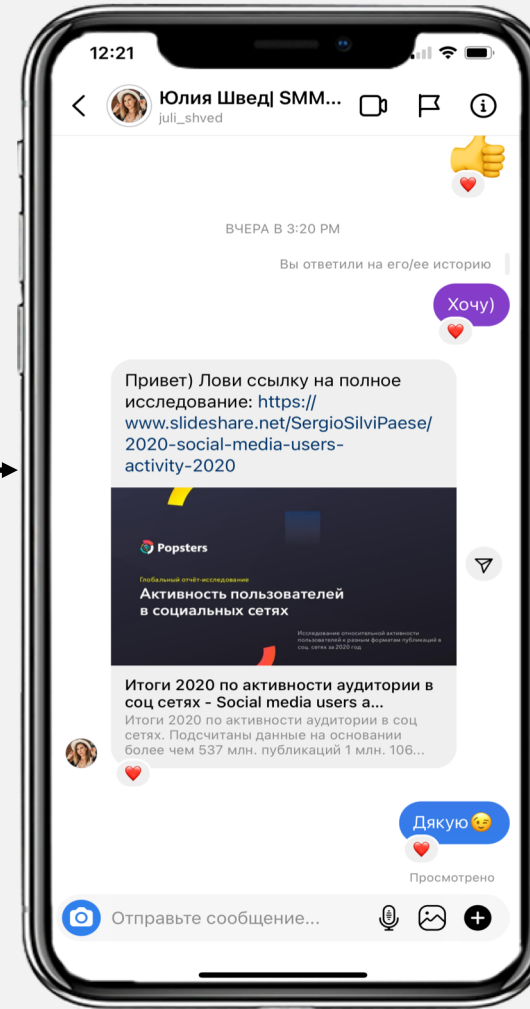
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Название группы объявлений	Статус показа ↑	Охват	Частота	Цена за 1 000 охваченных людей	Показы
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Адміністратори - 14.01.2020	▲ Недостаточно результатов	8 159	1,61	9,08 \$	13
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Широкий - 14.01.2020	▲ Недостаточно результатов	9 949	1,38	7,43 \$	13

Основні типи «підходи» використання таргетованої реклами

[1 тип] – Месенджери/Instagram direct

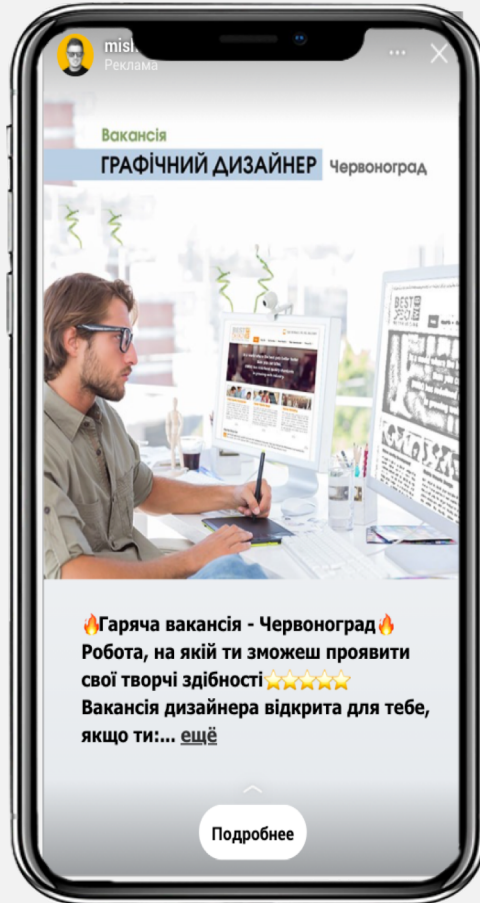


Реклама

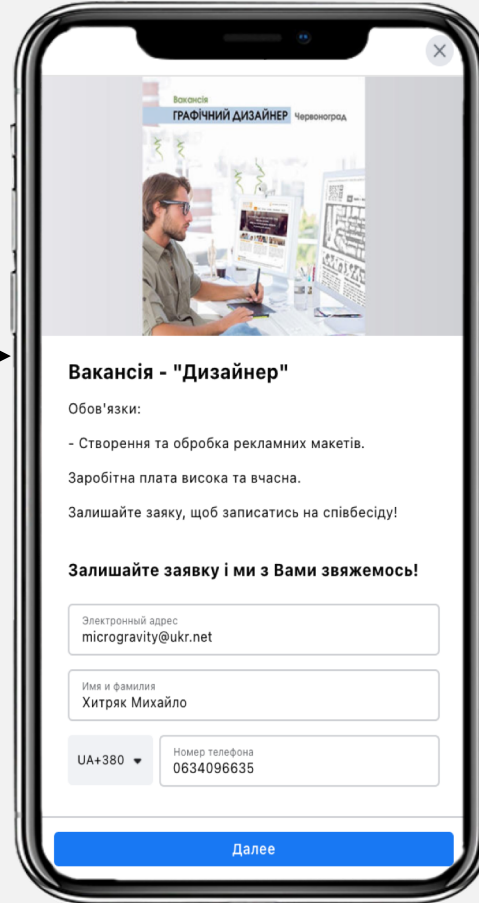


Переписка в мессенджер

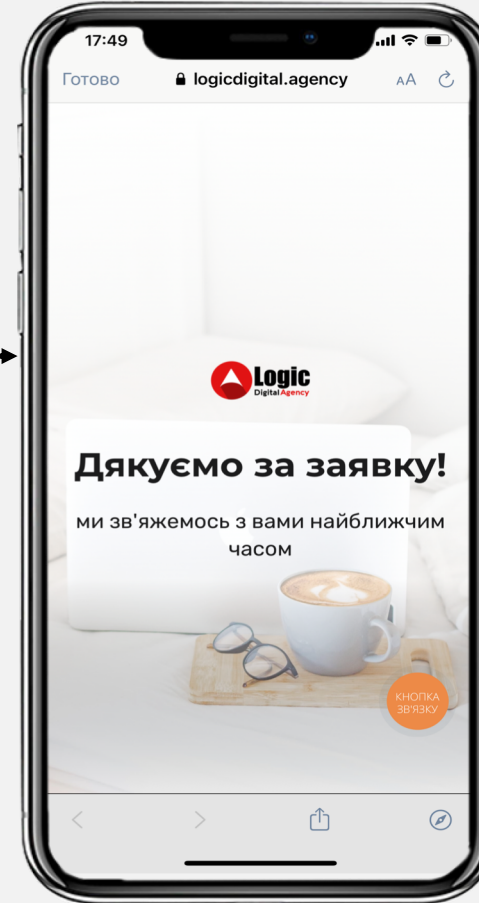
[2 тип] – Реклама на лід форму



Реклама



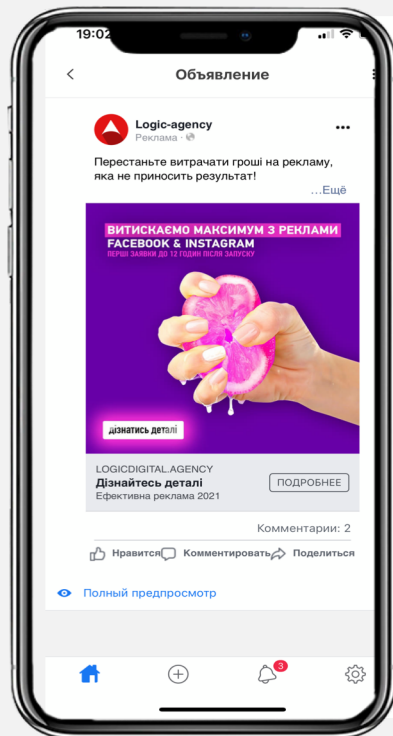
Відкривається лід-форма



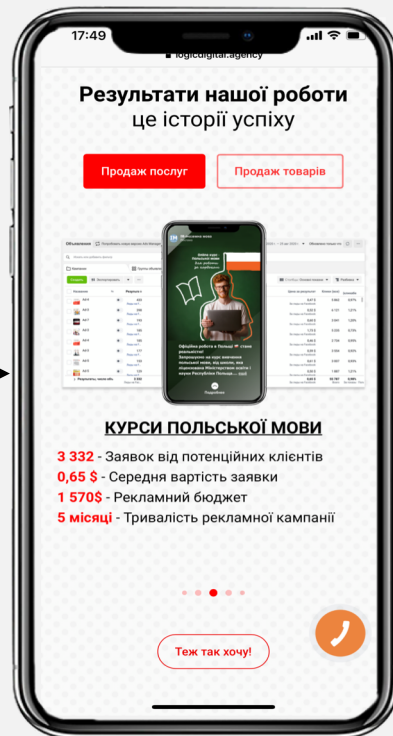
Приходить заявка

[3 тип] – Реклама для односторінковий сайт

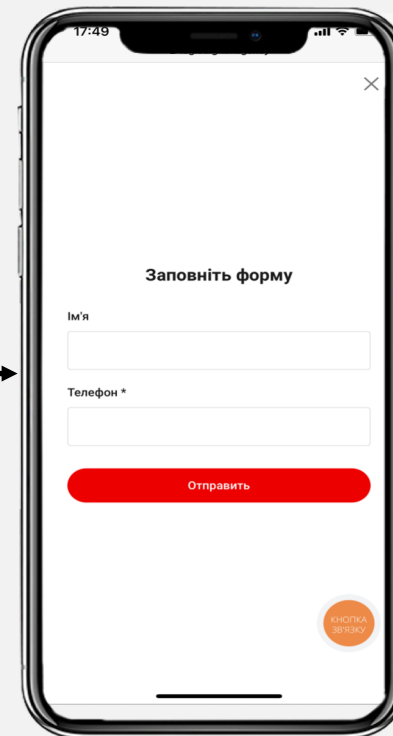
- Даний тип реклами налаштовується на ціль «КОНВЕРСІЇ»
- Для налаштування даної реклами нам потрібно постивити спеціальний код (PIXEL) фейсбука на сайт клієнта
- Бажано, щоб у клієнта була сторінка подяки, щоб ми могли налаштувати рекламу з ціллю переходу на цю сторінку
- Це найефективніший спосіб налаштування реклами, щоб отримувати заявки з сайту



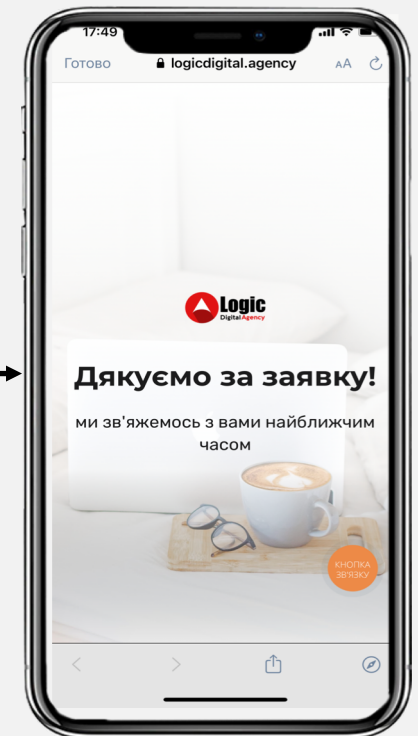
Реклама



Сайт



Форма заявки



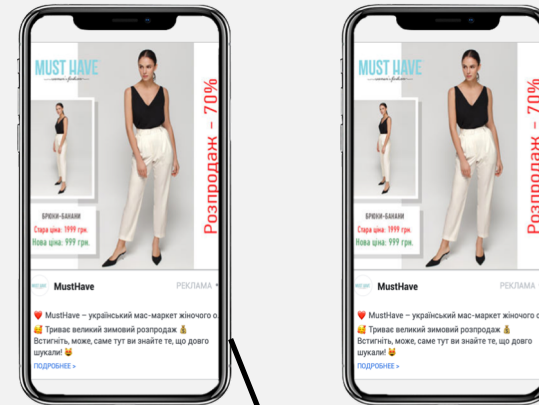
Сторінка подяки

[4 тип] – Реклама для интернет магазинів

- Реклама для интернет-магазинів налаштовується на різні цілі (конверсія/трафік/охват) все залежить від розміру аудиторії
- Для налаштування даної реклами нам потрібно поставити спеціальний код (PIXEL) фейсбука на сайт клієнта, поставити скрипти і вивантажити каталог товарів з сайту на фейсбук (зєрез Фід)



Реклама



Динамічний
ремаркетинг

