Алексей Номейн

РЕКЛАМА: FACEBOOK, INSTAGRAM, ВКОНТАКТЕ

Сборник из трех изданий автора

Алексей Номейн

Реклама: Facebook, Instagram, Вконтакте. Сборник из трех изданий автора

«Издательские решения»

Номейн А.

Реклама: Facebook, Instagram, Вконтакте. Сборник из трех изданий автора / А. Номейн — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-852830-9

Это издание посвящено рекламе в социальных сетях и включает три руководства от автора по настройке, запуску и продвижению объявлений на:— Facebook;— Instagram;— Вконтакте.

ISBN 978-5-44-852830-9

© Номейн А.
© Издательские решения

Содержание

Введение 6
Реклама на Facebook 7
Введение 8
Давайте попробуем разобраться по порядку 9
Самая важная информация 10
На что обращаем внимание 11
Конец ознакомительного фрагмента. 12

Реклама: Facebook, Instagram, Вконтакте Сборник из трех изданий автора

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2017

ISBN 978-5-4485-2830-9
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Социальные сети сейчас пользуются огромной популярностью, в качестве рекламных площадок для предпринимателей и времяпровождения обычных пользователей, которые могут что-то купить или заказать у вас. Давайте же вместе правильно и прибыльно пользоваться всеми инструментами для бизнеса, ведь на войне все средства хороши! :-)

Это издание посвящено рекламе в социальных сетях и включает три руководства от автора по настройке, запуску и продвижению объявлений:

– На Facebook;

– Instagram;

– Вконтакте.

Для вашего удобства и экономии сразу три издания в одном!

Реклама на Facebook

Введение

Это актуальное руководство по правильной и качественной настройке рекламы в социальной сети Facebook.

Оно подойдет вам, если вы на что-то нажали и стоимость клика резко подскочила или вы послушали рекомендации Facebook (далее ФБ) и включили всевозможные функции при настройках кампании. Или вы думаете почему реклама не показывается, нет открута, хотя вы выбрали большую аудиторию.

Реклама на Facebook является сейчас одной из самых востребованных площадок для тех, кто арбитражит на партнерки или льет трафик на себя.

Данный вид рекламы, на этой площадке, наверное, уже целая наука. Часто встречаются вопросы об открути объявлений, блокировках аккаунтов и других трудностях. Здесь же мы будем задавать верные параметры для вашей рекламной кампании.

Давайте попробуем разобраться по порядку

Делать мы все будем **заново** и правильно.

Создайте группу объявлений и задайте ей имя. Добавьте ссылку, на которую будет направляться трафик после клика, выберите аудиторию. Точнее создайте новый подбор вашей целевой аудитории, выберите ГЕО, добавьте конкретные и исключите ненужные места. Выберите возраст аудитории.

Для ФБ самый распространенный, показывающий хорошую конверсию – это 24—44 года.

Поэтому, если ваша целевая аудитория не входит этот возрастной диапазон, настоятельно рекомендую не использовать Facebook, а выбрать другую площадку для рекламы и продвижения вашей продукции.

Самая важная информация

Детальный таргетинг, устройства и место рекламы.

Facebook предоставляет три площадки трансляции рекламных объявлений:

1) У себя на ресурсе ФБ – используя ленты, моментальные статьи, вставки видео и правый столбец;

2) Instagram (далее Инста);

3) Audience Network.

На втором и третьем не станем заострять внимание, так как разговариваем сейчас о рекламе на ФБ. Но следует заметить, что самую высокую конверсию показывают ленты новостей на ФБ и Инсте.

Определите конкретное устройство с которого сидит ваша целевая аудитория, например, с I-phone или тому подобного. Подключение к интернету, например, WiFi или мобильное.

Бюджет – выбирайте дневной бюджет, чтобы избежать автоматической оптимизации рекламы от ФБ.

На что обращаем внимание

Самое главное в рекламе на ФБ – это CTR.

Запустите непрерывную рекламную кампанию и вручную ее контролируйте. Когда надо запускайте, когда не надо, соответственно, останавливайте.

ФБ будет показывать только те ваши промо-материалы (например, картинки), которые набрали наибольшее количество кликов и имеют самый высокий CTR среди остальных транслируемых изображений в данном объявлении.

Сумму ставки оставьте изначально автоматическую. Это необходимо для того, чтобы не просел CTR, так как ФБ изначально сам подбирает такую ставку чтобы CTR был на хорошем уровне.

Выберите «Тип ставки» – «Обычная». Ускоренную не следует ставить, так как откруг произойдет очень быстро и вы можете не успеть понять в какое время лучше и больше всего происходит целевых действий. Например, за два часа с 13—00 до 15—00 весь рекламный бюджет, в размере 20000 рублей, сольется. А надо, чтобы хватило хотя бы на сутки, а лучше на неделю или даже на две. Только так получится сделать правильные выводы, в какой день недели и в какое время больше всего происходит конверсионных действий, а значит можно будут настроить временные параметры и отжимать трафик с максимальной выгодой и меньшими затратами.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.