



Wprowadzenie do przygotowania reklam w mediach społecznościowych na przykładzie menedżera reklam Facebook

Mateusz Zapła



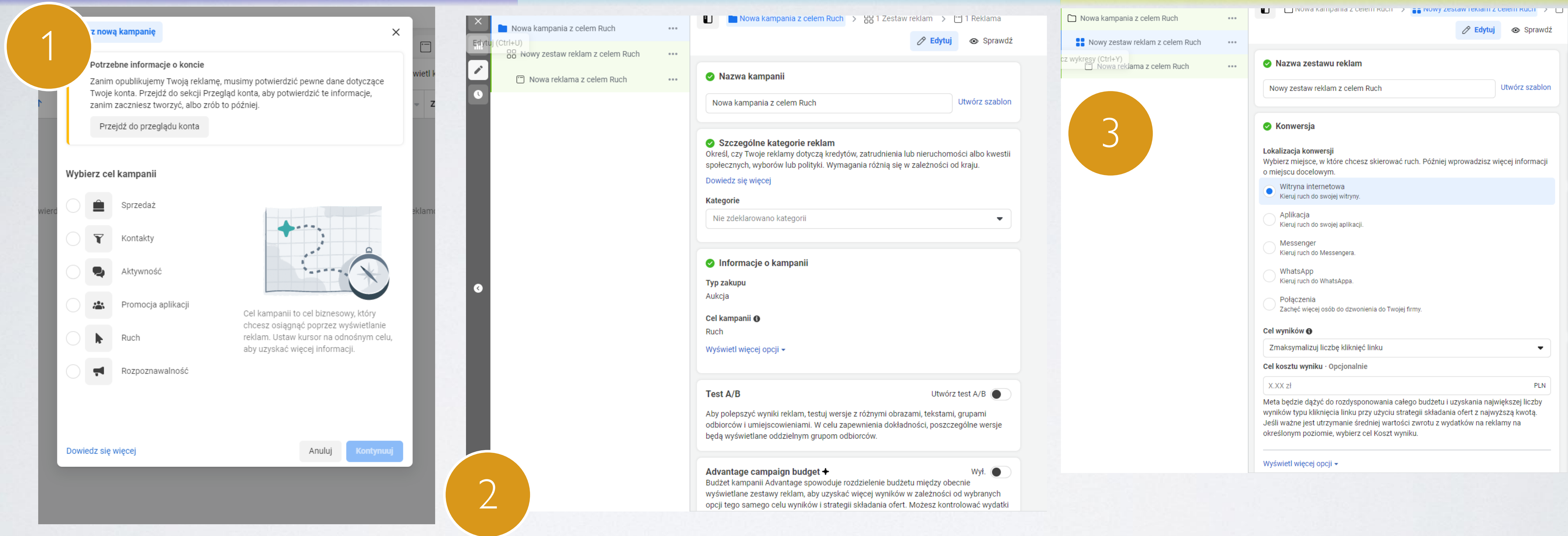
Menedżer reklam na Facebooku to zaawansowane narzędzie, które umożliwia tworzenie, zarządzanie i monitorowanie reklam na platformie Facebook. Jest to centralne miejsce, w którym marketerzy i reklamodawcy mogą skonfigurować i kontrolować swoje kampanie reklamowe.

Menedżer reklam oferuje szeroki zakres funkcji i narzędzi, które umożliwiają dostosowanie reklam do określonych celów marketingowych. Umożliwia on precyzyjne targetowanie grupy docelowej, monitorowanie efektywności reklam i optymalizację kampanii w czasie rzeczywistym.

Korzystając z Menedżera reklam na Facebooku, reklamodawcy mogą:

- Wybierać z różnych celów reklamowych, takich jak generowanie ruchu na stronie internetowej, zwiększenie liczby instalacji aplikacji, zwiększenie świadomości marki itp.
- Tworzyć różne formaty reklam, takie jak obrazy, wideo, karuzele, kolekcje, reklamy dynamiczne itp.
- Określać grupy docelowe na podstawie demografii, zachowań i zainteresowań użytkowników.
- Monitorować i analizować wyniki kampanii za pomocą narzędzi raportowania dostępnych w Menedżerze reklam.
- Optymalizować kampanie poprzez dostosowywanie budżetu, harmonogramu, grup docelowych i treści reklamowych.
- Testować różne warianty reklam i dostosowywać strategię na podstawie danych i wyników.

KROK 1: WYBÓR CELU REKLAMY



1 Wybierz cel kampanii

Potrzebne informacje o koncie
Zanim opublikujemy Twoją reklamę, musimy potwierdzić pewne dane dotyczące Twojego konta. Przejdź do sekcji Przegląd konta, aby potwierdzić te informacje, zanim zaczniesz tworzyć, albo zrób to później.

Przejdź do przeglądu konta

Wybierz cel kampanii

- Sprzedaż
- Kontakty
- Aktywność
- Promocja aplikacji
- Ruch
- Rozpoznawalność

Cel kampanii to cel biznesowy, który chcesz osiągnąć poprzez wyświetlanie reklam. Ustaw kursor na odpowiednim celu, aby uzyskać więcej informacji.

2 Nazwa kampanii

Nowa kampania z celem Ruch

3 Konwersja

Lokalizacja konwersji
Wybierz miejsce, w które chcesz skierować ruch. Później wprowadzisz więcej informacji o miejscu docelowym.

- Witryna internetowa
Kieruj ruch do swojej witryny.
- Aplikacja
Kieruj ruch do swojej aplikacji.
- Messenger
Kieruj ruch do Messengera.
- WhatsApp
Kieruj ruch do WhatsAppa.
- Połączenia
Zachęć więcej osób do dzwonienia do Twojej firmy.

Cel wyników
Zmaksymalizuj liczbę kliknięć linku

Cel kosztu wyniku - Opcjonalnie
X.XX zł PLN

Wybór celu reklamy na podstawie dostępnych opcji, takich jak zwiększenie ruchu na stronie internetowej, generowanie leadów, zwiększenie świadomości marki itp.

KROK 2: OKREŚLENIE BUDŻETU I GRUPY DOCELOWEJ



Co-funded by the European Union

4 i harmonogram

Budżet

Budżet dzienny 40,00 zł PLN

Nie wydasz więcej niż 50,00 zł w niektóre dni, a w inne wydasz mniej. Wydasz średnio 40,00 zł dziennie, ale nie więcej niż 280,00 zł w tygodniu kalendarzowym na aktualnie wyświetlane zestawy reklam. [Dowiedz się więcej](#)

Harmonogram

Data rozpoczęcia 5.7.2023 03:24
Czas Pacyfiku

Zakończenie
 Ustaw datę zakończenia

[Wyświetl więcej opcji](#)

Grupy niestandardowych odbiorców [Utwórz nową](#)

Szukaj istniejących grup odbiorców

Wyklucz

* Lokalizacje

Lokalizacja:
• Polska

Wiek
18 - 65+

Płeć
 Wszyscy Mężczyźni Kobiety

Szczegółowe opcje targetowania
Uwzględnij osoby, które pasują do

Zainteresowania > Business and industry

Marketing (business & finance)

Dodaj dane demograficzne, zainteresowania i zachowań [Propozycje](#) [Przeglądaj](#)

Wyklucz [Zawęż grupę odbiorców](#)

Targetowanie szczegółowe Advantage
 Docieraj do osób spoza wybranych opcji targetowania szczegółowego, jeśli może to poprawić wyniki

Języki

polski

Szukaj języków

- Określenie budżetu reklamy oraz harmonogramu, czyli daty rozpoczęcia i zakończenia kampanii reklamowej.
- Wybór grupy docelowej na podstawie demografii, zainteresowań, zachowań i innych parametrów, aby dotrzeć do odpowiednich osób.

KROK 3: WYBÓR FORMATU REKLAMY

6

Umiejscowienia

[Dowiedz się więcej](#)

Umiejscowienia Advantage+ (zalecane) ✦
Użyj umiejscowień Advantage+, aby zmaksymalizować budżet i wyświetlić reklamy większej liczbie osób. System wyświetlania Facebooka będzie przydzielał budżet zestawu reklam do wielu umiejscowień w zależności od tego, gdzie reklamy będą osiągać najlepsze wyniki.

Ręczne umiejscowienia
Wskaż ręcznie miejsca wyświetlania swojej reklamy. Im więcej umiejscowień wybierzesz, tym więcej będziesz mieć okazji dotarcia do docelowej grupy odbiorców i osiągnięcia celów biznesowych.

Urządzenia
Wszystkie urządzenia

Platformy

Facebook Instagram
 Audience Network Messenger

Dostosowywanie zasobów
19 / 19 umiejscowień obsługujących dostosowywanie zasobów

Urządzenia

Wszystkie urządzenia

Platformy

Facebook Instagram
 Audience Network Messenger

Dostosowywanie zasobów
19 / 19 umiejscowień obsługujących dostosowywanie zasobów

Umiejscowienia

- Aktualności**
Zwiększ widoczność swojej firmy dzięki reklamom w Aktualnościach
- Relacje i rolki**
Wyświetlaj bogate wizualnie relacje dzięki immersyjnym, pełnoekranowym reklamom pionowym
- Reklamy in-stream w filmach i rolkach**
Dotrzyj do osób zanim zaczną oglądać film lub rolkę, w czasie oglądania lub po zakończeniu.
- Wyniki wyszukiwania**
Zwiększ widoczność firmy w wyszukiwarce
- Wiadomości**
Przesyłaj oferty lub aktualizacje osób, które są już połączone z Twoją firmą
- Aplikacje i witryny**
Zwiększ swój zasięg dzięki reklamom w wewnętrznych aplikacjach i witrynach

Wyniki wyszukiwania

Na Facebooku: Rekomendujemy w formacie poziomym (1,91:1) obrazy i kwadratowych (1:1) filmy. To umiejscowienie zawiera zarówno wyszukiwanie ogólne, jak i wyszukiwanie w Marketplace.

7

Tożsamość

Reklama partnerska ⓘ

* Strona na Facebooku ⓘ

Konto na Instagramie ⓘ

Wybranej strony lub [Połącz konto](#)

8

Konfiguracja reklamy

[Zobacz rekomendacje](#)

Utwórz reklamę

Źródło materiałów reklamowych
Wybierz sposób, w jaki chcesz dodać multimedia do reklamy.

Przesyłanie ręczne
Prześlij ręcznie obrazy lub filmy.

Katalog ✦
Używaj automatycznie multimediów z katalogu. Każdej osobie wyświetlimy przedmioty z katalogu, na które z największym prawdopodobieństwem zareagują.

Format
Określ, jaką strukturę ma mieć reklama.

Pojedynczy obraz lub film
Jeden obraz lub film albo pokaz slajdów z wieloma obrazami

Reklama karuzelowa
Przynajmniej 2 obrazy lub filmy z możliwością przewijania

Kolekcja
Grupa elementów otwieranych w trybie pełnoekranowym na urządzeniu mobilnym

Reklamy wielu reklamodawców
Włączenie tej opcji może zwiększyć odbiór reklamy przez nastawione na zakupy poprzez zezwolenie na wyświetlenie reklamy razem z reklamami wielu firm. [Dowiedz się więcej](#)

9

- Wybór miejsc docelowych, na których reklamy będą wyświetlane, takich jak Facebook, Instagram, Audience Network itp.
- Wybór umiejscowienia i odpowiedniego formatu reklamy, takiego jak obraz, wideo, karuzela, kolekcja itp.

KROK 4: TWORZENIE TREŚCI REKLAMOWYCH



Co-funded by the European Union

10

multimedia, tekst i miejsce docelowe reklamy. również dostosować multimedia i tekst dla każdego miejscowienia. [Dowiedz się więcej](#)

* Multimedia

Podstawowy tekst

Poinformuj odbiorców, czego dotyczy reklama

Nagłówek

Napisz krótki nagłówek

Opis

Załącz dodatkowe informacje

Optymalizuj tekst pod kątem poszczególnych odbiorców

Włączone

Wezwanie do działania

Etykiety informacyjne

Użyj etykiet informacyjnych, aby wyróżnić atrakcyjne informacje o swojej firmie, takie jak liczba polubień strony lub bezpłatna wysyłka.

[Dowiedz się więcej](#)

Wybrano 11 etykiet informacyjnych

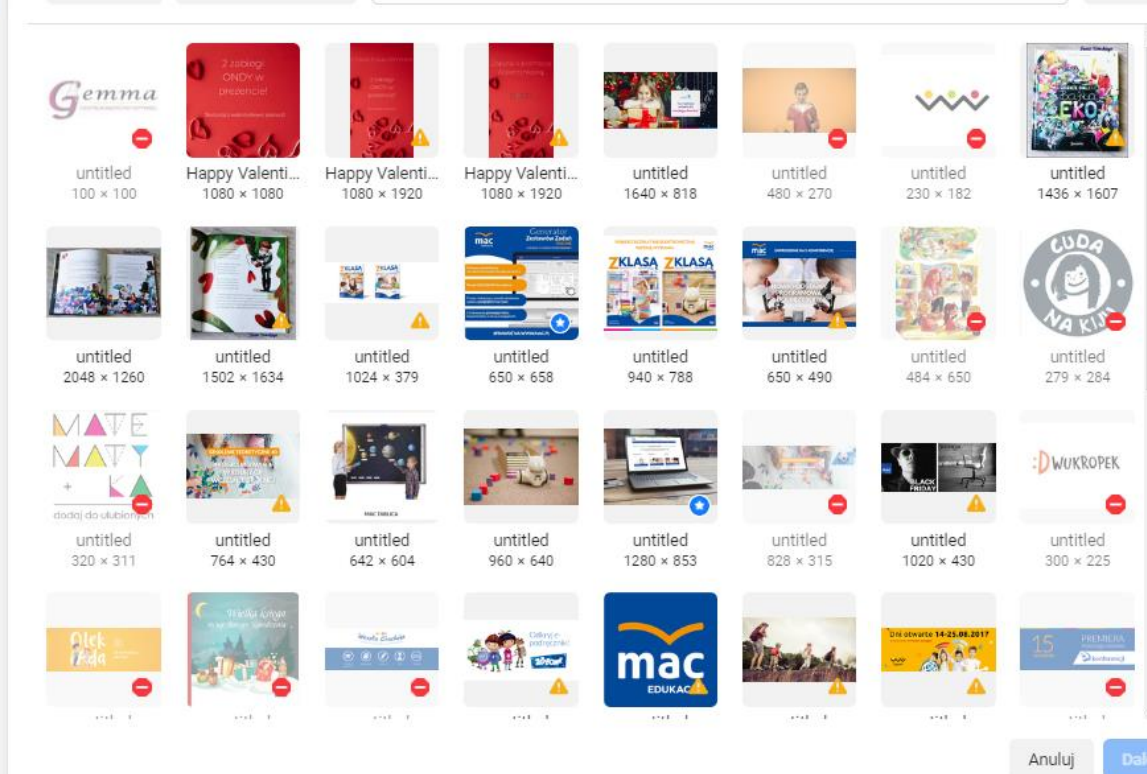
Dostępnych jeszcze 0

Skonfiguruj multimedia

Kadruj

Optymalizuj

Wybierz multimedia



11

Podstawowy tekst

1 z 5

To jest atrakcyjna treść reklamy :)]

12

Nagłówek

Najlepszy nagłówek na świecie!

13

Wezwanie do działania

Skorzystaj z oferty

Otrzymuj promocje

Wyświetl godziny transmisji

Dowiedz się więcej

Posłuchaj teraz

Zamów teraz

Uzyskaj dostęp

Zaplanuj termin

14

15

Miejsce docelowe

Wskaż, dokąd kierować odbiorców natychmiast po kliknięciu lub dotknięciu reklamy. [Dowiedz się więcej](#)

Skieruj odbiorców do szybko ładowanego materiału zoptymalizowanego pod kątem urządzeń mobilnych.

Skieruj odbiorców do witryny

* Adres URL witryny internetowej

Zbuduj parametr URL

Wyświetlany link

Rozszerzenie połączenia

Pokaż rozszerzenie połączenia w witrynie

Skieruj odbiorców do wydarzenia na Twojej stronie na Facebooku.

Zapewnij ludziom możliwość dzwonienia do Ciebie bezpośrednio.

Tworzenie atrakcyjnych treści reklamowych, takich jak nagłówki, teksty, grafiki, wideo itp.

KROK 5: PRZEGLĄD I POTWIERDZENIE



Co-funded by the European Union

16

Nowa kampania z celem Ruch
(Ctrl+U)
Nowy zestaw reklam z celem Ruch
z wykresy (Ctrl+Y)
Nowa reklama z celem Ruch

Nowa kampania z celem Ruch > Nowy zestaw reklam z celer > Nowa reklama z celem Ruch > Wersja robocza

Więcej

* Adres URL witryny internetowej
mojainternetowa.pl Adres URL podglądu
Zbuduj parametr URL

Wyświetlany link
Wprowadź link, który ma być wyświetlany w reklama...

Rozszerzenie połączenia
 Pokaż rozszerzenie połączenia w witrynie
 Wydarzenie na Facebooku
Skieruj odbiorców do wydarzenia na Twojej stronie na Facebooku.
 Rozmowa telefoniczna
Zapewnij ludziom możliwość dzwonienia do Ciebie bezpośrednio.

Języki Wył.
Dodaj własne tłumaczenia lub przetłumacz reklamę automatycznie, aby dotrzeć do odbiorców posługujących się innymi językami. [Dowiedz się więcej](#)

Monitorowanie [Zobacz aktualizacje](#)
Monitorowanie zestawów danych zdarzeń zawierających konwersje, które może generować Twoja reklama. Zestaw danych, który zawiera konwersję wybraną dla konta reklamowego, będzie monitorowany domyślnie.

Zdarzenia w witrynie [Konfiguracja](#)
 Zdarzenia w aplikacji
Zdarzenia offline

Parametry URL
klucz1=wartość1&klucz2=wartość2
Zbuduj parametr URL

Klikając przycisk „Opublikuj”, akceptujesz Regulamin i zasady dotyczące zamieszczania reklam Facebooka.

Zamknij Wszystkie zmiany zapisane Wstecz **Opublikuj**

Przejdźcie przez podsumowanie utworzonej reklamy, sprawdzenie ustawień i potwierdzenie gotowości do publikacji.



Co-funded by the
European Union

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!



www.cremel.eu