A top-down view of a desk with various items: a potted plant in the top left, a black notebook with a gold cross on the cover, a pair of black-rimmed glasses, a hand holding a black pen, a brown envelope, and a white envelope with a circular stamp. A black laptop is partially visible on the left.

# Facebook - агентствам в Красноярске

# Почему Facebook

- 21 млн русскоязычных пользователей (активных\мес.)
- Красноярск - 230 тыс, край - 330 тыс
- Лидер упоминаний в СМИ 2016 (559 тыс) и 2015 (430 тыс) (ВК-528\330, Twi -479\410, IG - 221, YT - 214, данные СКАН-Интерфакс)
- Brandwatch: в 2016 году в рекламу в Facebook инвестировали более \$13 млрд (2012 - \$5 млрд)
- Цифровой канал с малой конкуренцией в России, но широкими возможностями

# Почему Facebook

Большая вовлеченность видео (FB vs Youtube)

Более авторитетная и “UGC” аудитория

Facebook копируют остальные соцмедиа

Facebook не делает ничего просто так

Самый мощный рекламный инструмент в мире  
(аудитория растет, “фишки” добавляются - постоянно)

# Почему Facebook

**Принимать бизнес-решения на основе данных - вашим клиентам**

Гипотеза - Тест - Тонкая настройка - Тест

Удачно?

Да: Масштабируем

Нет: Выводы!

Это не траты,  
а ценнейшие данные о клиентах

# Почему Facebook

Маршрут покупателя - по модели здоровых, нормальных человеческих отношений

Воронка продаж - какие функции Facebook эксплуатировать на каждом уровне воронки?

# Создаем воронку продаж в Facebook

*Посты - возлекающие, вызывающие порыв поделиться*  
Картинки, видео, инфографика  
Помогающий, релевантный, вдохновляющий контент  
Контент так хорош, что люди с ним взаимодействуют

**Цель: привлечь**

*Предложения и промо-акции*  
Польза - авансом  
Скидки, конкурсы, электронные книги, шпаргалки  
Снижают порог входа,  
чтобы превратить фанатов в лидов.

**Цель: повысить интерес,  
конвертировать в лид**

*Отвечайте на вопросы, выстраивайте доверие,  
конвертируйте в клиента*  
Показывайте выгоды  
(увеличение эффективности,  
возврат инвестиций и т.п.)

**Цель: конвертация из фана в клиента**

# Инструменты Facebook в воронке

## *Таргетированная реклама*

Посты-картинки, посты- видео с целями  
Вовлеченность и Просмотры видео

Бесплатно - Facebook Live регулярно

**Цель: привлечь**

## *Предложения Страницы*

Получать Телефонные вызовы\Сообщения

Ссылка на лид-магнит

Реклама с целью - Генерация лидов  
(для повышения интереса - с целями  
Вовлеченность и Просмотры видео)

**Цель: повысить интерес,  
конвертировать в лид**

## *Предложения Страницы*

Магазин Страницы

Группа с продажами

Реклама с целями: Трафик, Вовлеченность,  
Конверсии, Продажи ваших продуктов

**Цель: продажа\конверт в клиента**

# Доступ к рекламному аккаунту - повсюду

ИНТЕРЕСНОЕ

- Группы
- Страницы
- 27 Мероприятия
- Списки друзей
- Прямой эфир
- Игры
- В этот день
- Сохраненное
- Фото
- Предложения
- Moments
- Ads Manager
- Подмигивания
- Лента Страниц
- Лента игр
- Ваши группы
- Правки
- Найти друзей

СОЗДАТЬ

Рекламу · Страницу · Группу · Мероприятие



друзей

Ваши страницы:

- 1
- 7

Еще...

Business Manager

- Барный бар

Создать Страницу

Управление Страницами

Создать группу

Управление группами

Создать рекламу

Управлять рекламой

Журнал действий

Настройки Ленты новостей

Настройки

Выйти

# Интерфейс Ads Manager - Все инструменты

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar labeled 'Поиск', and a user profile for 'Роман'. Below the navigation bar is a grid of tool categories and their respective sub-tools.

★ Часто используемое	☰ План	+ Создание и управление	📊 Измерения и отчетность	🗑️ Ресурсы	⚙️ Настройки
Аудитории <b>Ads Manager</b> Пиксели Настройки Business Manager	Статистика аудитории Студия дизайна	Business Manager <b>Ads Manager</b> Power Editor Публикации Страницы Автоматические правила	Отчетность по рекламе Индивидуально настроенные конверсии	Аудитории Изображения Пиксели Офлайн-события Каталоги продуктов	Настройки рекламного аккаунта Биллинг и способы оплаты Настройки Business Manager

Все инструменты > Наведите курсор, чтобы узнать больше о любой ссылке.

# Интерфейс Ads Manager - Простота и автоматизм

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, 'Ads Manager', a search bar for 'Search business', and a red button. Below this is a 'Create Ad' button. The main section shows 'Account' information with search, filters, and lifetime options. A 'Spent During Lifetime' chart shows spending from Jan 25 to Today, with a red button. A 'Try a Contact Form' tip is also present. The bottom section features a 'All Campaigns' filter, a '+ Create Campaign' button, and a table of campaigns with columns for Campaign, Delivery, Results, Reach, Cost, Amount, and Ends. The table lists four inactive campaigns with their respective metrics. A 'Results from 10 Campaigns' loading indicator is at the bottom.

Search business

Create Ad

Account

Search Filters Lifetime

Spent During Lifetime

Try a Contact Form

Make it easier for customers to respond to your ad by adding a contact form. The form loads instantly, and it's prefilled with info they've given Facebook, like name and address.

Columns: Performance Breakdown Export

Campaign	Delivery	Results	Reach	Cost	Amount ...	Ends
	Inactive	—	309,888	—	\$12,009.56	Ongoing
	Inactive	788 Leads	67,974	\$3.43 Per Lead	\$2,703.33	Ongoing
	Inactive	265 Leads	33,532	\$6.22 Per Lead	\$1,648.83	Ongoing
	Inactive	543 Leads	51,199	\$1.49 Per Lead	\$809.40	Ongoing

Results from 10 Campaigns Loading...

## Когда Менеджер объявлений?



+ Повседневная оптимизация  
(бюджет, ставки, остановка  
кампаний)

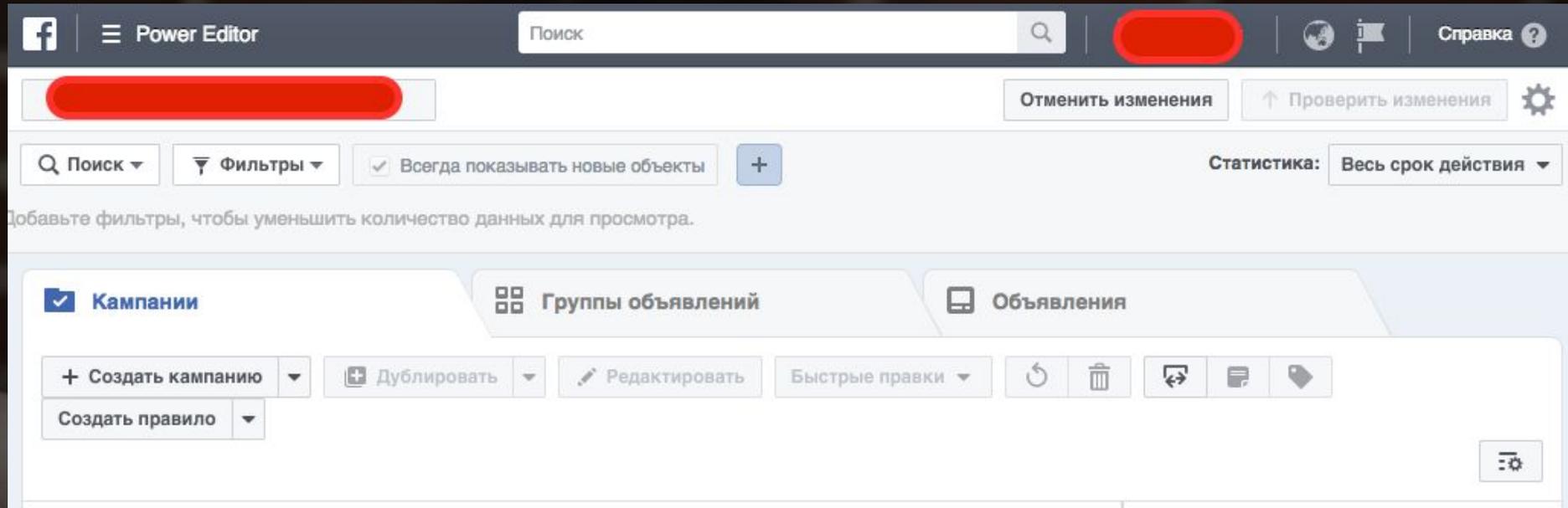


+ Быстрый мониторинг



- Создание \ редактирование  
нескольких кампаний \ наборов  
объявлений сразу

# Когда Power Editor?



 - Создание \ редактирование нескольких кампаний \ наборов объявлений сразу

Business Manager

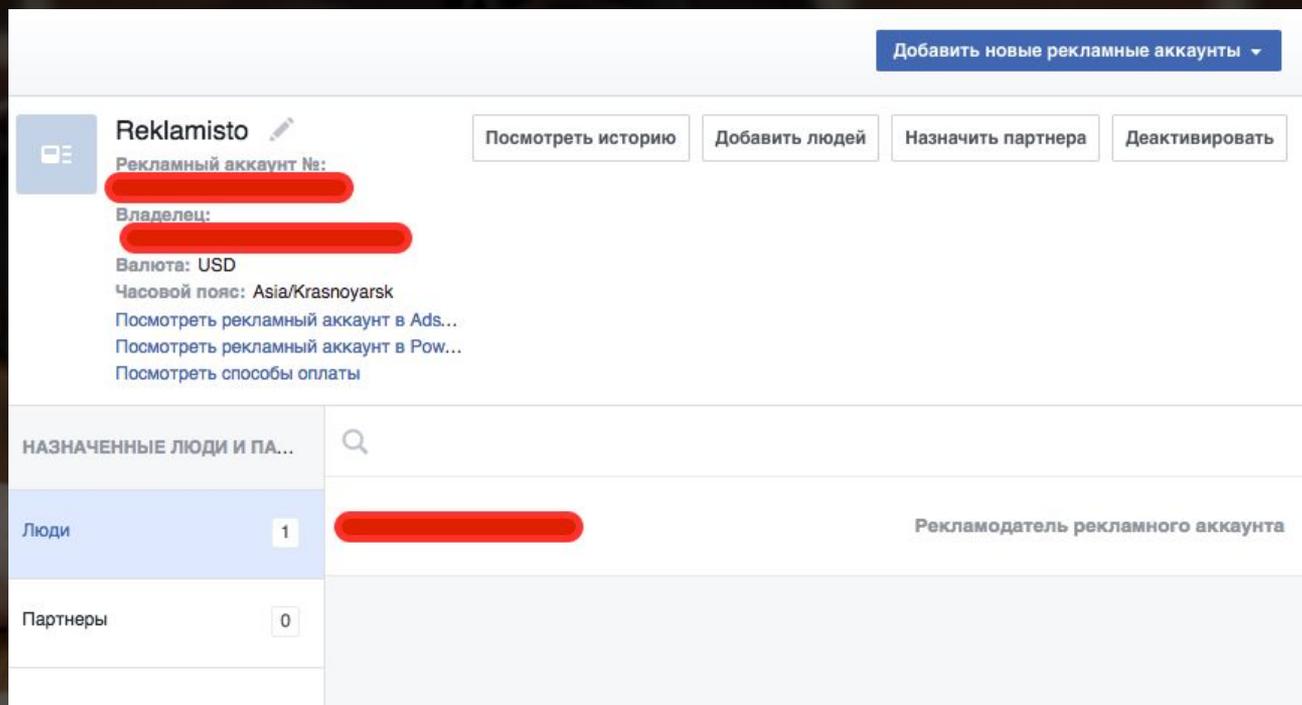
[Business.facebook.com](https://business.facebook.com)

Для работы бизнесов с рекламными агентствами и партнерами

Для разделения личного рекламного аккаунта и бизнес-аккаунта

Можно добавлять Администраторов и Сотрудников - с разными правами

# Когда Business Manager?



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for an account named 'Reklamisto'. At the top right, there is a blue button labeled 'Добавить новые рекламные аккаунты'. Below the account name, there are four action buttons: 'Посмотреть историю', 'Добавить людей', 'Назначить партнера', and 'Деактивировать'. The account details include: 'Рекламный аккаунт №:' followed by a redacted ID, 'Владелец:' followed by a redacted name, 'Валюта: USD', and 'Часовой пояс: Asia/Krasnoyarsk'. There are also three links: 'Посмотреть рекламный аккаунт в Ads...', 'Посмотреть рекламный аккаунт в Pow...', and 'Посмотреть способы оплаты'. Below this is a section titled 'НАЗНАЧЕННЫЕ ЛЮДИ И ПА...' with a search icon. It contains a table with two rows: 'Люди' with a count of '1' and a redacted name, and 'Партнеры' with a count of '0'. The name in the 'Люди' row is identified as 'Рекламодатель рекламного аккаунта'.

НАЗНАЧЕННЫЕ ЛЮДИ И ПА...	SEARCH
Люди	1
Партнеры	0



- Управление а) активами б) разрешениями в) способами оплаты

# Инструмент Аудитории

Создать аудиторию ▾

Фильтры ▾

Настроить столбцы ▾

Создать объявление

Действия ▾

<input type="checkbox"/>	Название	Тип	Размер	Доступность
<input type="checkbox"/>	Мужчины Красноярска и окрестностей	Сохраненная аудитория	130 000	● Готово
<input type="checkbox"/>	Женщины Красноярска и окрестностей	Сохраненная аудитория	150 000	● Готово Последнее обновление: 27.02.2017
<input type="checkbox"/>	Владельцы iPhone 7 в Крск	Сохраненная аудитория	2 800	● Готово Последнее обновление: 27.02.2017
<input type="checkbox"/>	Крск+40км, Владельцы МП, М, 30- 65	Сохраненная аудитория	650	● Готово Последнее обновление: 27.02.2017



**Создание и сохранение аудиторий:**

- Индивидуализированных
- Сохраненных
- Похожих

# Аудитории

https://www.facebook.com/ads/manager/audiences

## Создайте похожую аудиторию

Создать индивидуальную аудиторию

### Как вы хотите создать эту аудиторию?

Охватывайте людей, которые связаны с вашей компанией, будь то уже клиенты или люди, которые взаимодействовали с вашей компанией на других платформах.



#### Файл с данными о клиенте

Используйте файл с данными ваших клиентов, чтобы найти их на Facebook и создать аудиторию. Перед загрузкой осуществите хеширование данных.



#### Трафик веб-сайта

Создайте список людей, которые посещают ваш веб-сайт или просматривают конкретные веб-страницы



#### Действия в приложениях

Создайте список людей, которые выполнили определенное действие в вашем приложении или игре



#### Вовлеченность на Facebook НОВИНКА

Создайте список людей, которые взаимодействовали с вашими материалами на Facebook

Этот процесс защищен, а сведения о ваших клиентах будут храниться конфиденциально.

Find new people on Facebook who are similar to your most valuable audiences.

Источник ⓘ

Выберите индивидуально настроенную аудиторию, пиксель отслеживания конверсий и

Страна ⓘ

Название Страницы - 75 символов

Страница

### Создать сохраненную аудиторию

Название аудитории

Назовите свою аудиторию

Индивид. настроенная аудитория ⓘ

Добавьте индивидуально настроенные или похожие аудитории

Исключить | Создать ▾

Места ⓘ

Все в этой местности ▾

Россия

Россия

Потенциальная аудитория:

Потенциальный охват: 20 000 000 человек

Аудитория:

- Местонахождение — Место проживания:
  - Россия
- Возраст:
  - 13 - 65+

# Статистика Аудитории



**Сбор и анализ данных для:**  
- уточнения таргетинга  
- оптимизации объявления под ауд.

## Планировщик кампаний

Зарегистрируйтесь

<https://www.facebook.com/help/contact/CampaignPlannerAccess>



Создайте несколько вариантов  
Выберите оптимальный по прогнозу



Возможности доступны в основном для кампаний, с высоким охватом \ частотой - brand awareness и т.п.

Планировщик не 100% точен

# Пиксель Facebook



# Рекламные кампании Facebook



# Кампании Facebook

**цель, которая определяет  
параметры и опции оптимизации  
Наборов объявлений**

**Одна кампания - одна цель**

# Цели Кампаний Facebook

## 1. Вовлеченность

Повысьте определенные посты  
Страницы в выдаче

- оптимизирована, чтобы получить  
больше лайков, комментариев и  
перепостов

## **Цели Кампаний Facebook**

### **2. Лайки на Странице (Вовлеченность) - продвижение вашей Страницы на Facebook**

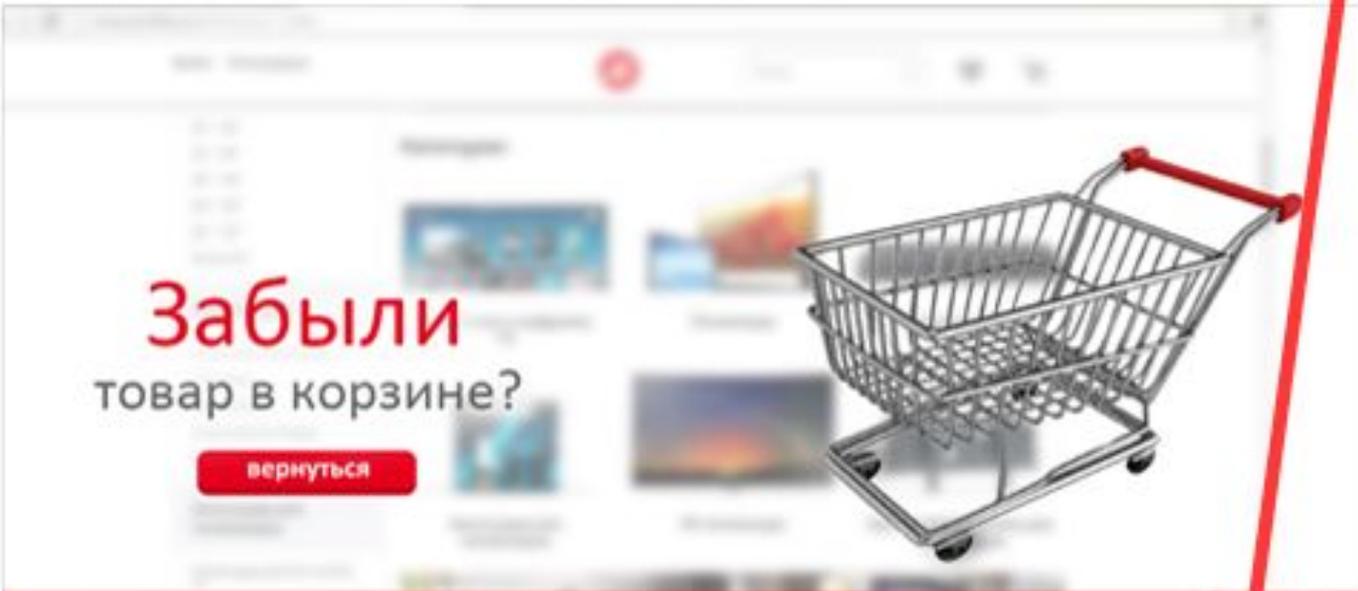
- Если нужно больше лайков Страницы**
- Если нет хорошего сайта и Страница - лучший способ отображения бизнеса**
- Для ретаргетинга и Lookalike (Похожая аудитория)**

# Цели Кампаний Facebook

 **М.Видео**  
Реклама · 🌐

👍 Нравится Страница

Забыли завершить покупку в нашем магазине?



**Забыли**  
товар в корзине?

[вернуться](#)

Товару одиноко в корзине. Купите его себе домой

MVIDEO.RU [В магазин](#)



## Цели Кампаний Facebook

**3. Местная узнаваемость -  
Продвиньте бизнес среди людей,  
что рядом - географически  
- для локальных бизнесов - от  
слесарей до магазинов**

## **Цели Кампаний Facebook**

**4. Узнаваемость бренда -  
познакомьте людей с брендом**

**оптимизирована на показ  
максимально возможному  
количеству людей, наиболее  
склонных обращать внимание на  
объявления, подобные вашему**

**Это покупка показов**

## **Цели Кампаний Facebook**

### **5. Клики на сайт (Трафик) - Получите трафик на веб-сайт**

**- оптимизирована для показа  
людям, более склонным кликать и  
перейти на сайт, но не обязательно  
предпринимать дальнейшие  
действия(!)**

**- если нет конкретных  
конверсионных действий, которых  
вы желаете от посетителей**

## **Цели Кампаний Facebook**

**6. Установки приложения -  
больше установок приложения**

**- доступны только когда SDK  
Facebook интегрирован в  
приложение**

**- можно оптимизировать кампанию,  
чтобы достичь пользователей  
самого высшего качества, тех, за  
которых вы действительно захотите  
платить.**

**Цели  
Кампаний  
Facebook**

**7. Ответы на приглашения  
(Вовлеченность) - пригласите на  
события**

**- оптимизированы для получения  
большего количества  
заинтересованных в событии людей**

**- если событие, опубликованное на  
Странице не получает реакции,  
которую вы ожидали или  
запланировали**

## **Цели Кампаний Facebook**

**8. Просмотры видео - больше  
людей, просмотревших видео**

**- оптимизирована для  
максимизации просмотров видео по  
лучшей цене, независимо от любого  
взаимодействия с видео**

**Индивидуально настроенная  
аудитория--Создать--Инд. настр.  
аудитория-- Вовлеченность на  
Фейсбук--Видео**

# Цели Кампаний Facebook

## 8. Просмотры видео - больше людей, просмотревших видео

- отлично для ретаргетинга на  
посмотревшую "холодную  
аудиторию"

### Создать индивидуальную аудиторию ×

**Вовлеченность** ⓘ Выберите тип материалов | **Просмотр**

**За посл.** ⓘ

**Название аудитории**

- Люди, которые посмотрели как минимум 3 секунды вашего видео**
- People who viewed at least 10 seconds of your video
- People who have watched at 25% of your video
- People who have watched at 50% of your video
- People who have watched at 75% of your video
- People who have watched at 95% of your video

**Назад** **Создать аудиторию**

## **Цели Кампаний Facebook**

**9. Генерация лидов - соберите больше контактов потенциальных клиентов**

- не нужно иметь сайт!**
- конверсии выше (автозаполнение)**
- при встраивании в воронку многоходовых продаж и дальнейшем пуше клиента**

## **Цели Кампаний Facebook**

**10 Конверсии - увеличьте  
конверсии на вашем сайте**

**- доступна только если установлен  
пиксель Facebook и заданы  
конверсии**

**- выберите конверсии для  
оптимизации на уровне Набора  
объявлений**

**- для объявлений, требующих  
отклика, конкретного действия**

**Цели  
Кампаний  
Facebook**

**11. Взаимодействие с приложением  
(Установки приложения) -  
Увеличение вовлеченности  
пользователей приложения**

**- вернуть уже приобретенных  
пользователей обратно в  
приложение и снизить уровень их  
оттока**

## **Цели Кампаний Facebook**

### **12. Принятые предложения - Продвиньте спецпредложения**

**Вовлеченность--Принятые  
предложения--Продолжить--  
Выбрать страницу--Создать  
предложение**

**- используя скидки для вашей  
аудитории и поощряя их  
использование, можно  
рассчитывать на прирост продаж**

## **Цели Кампаний Facebook**

**13. Продажи ваших продуктов - динамически представить свою продукцию**

**- Каталог продуктов через настройки Business Manager**

**- для рекламодателей из сферы электронной коммерции, которые продают различные продукты одновременно и часто обновляют свой каталог продукции (одежда)**

## **Цели Кампаний Facebook**

**14. Посещения точек -  
больше посетителей в магазины**

**- основная цель - побудить  
клиентов прийти в определенное  
место**

**- можно загружать множество точек  
для сетей магазинов - через Бизнес-  
менеджер (клоны типовой  
страницы с разными адресами и  
проч. параметрами)**

## **Набор объявлений Facebook**

**1. Бюджет и график - Сколько вы хотели бы потратить и когда показывать ваши объявления**

**2. Таргетинг - Кто будет видеть ваши объявления**

**3. Плейсмент (Места размещения) - Где разместить ваши объявления**

**4. Оптимизация и ценообразование - Сколько вы будете платить за действие, а также подо что оптимизировать Набор**

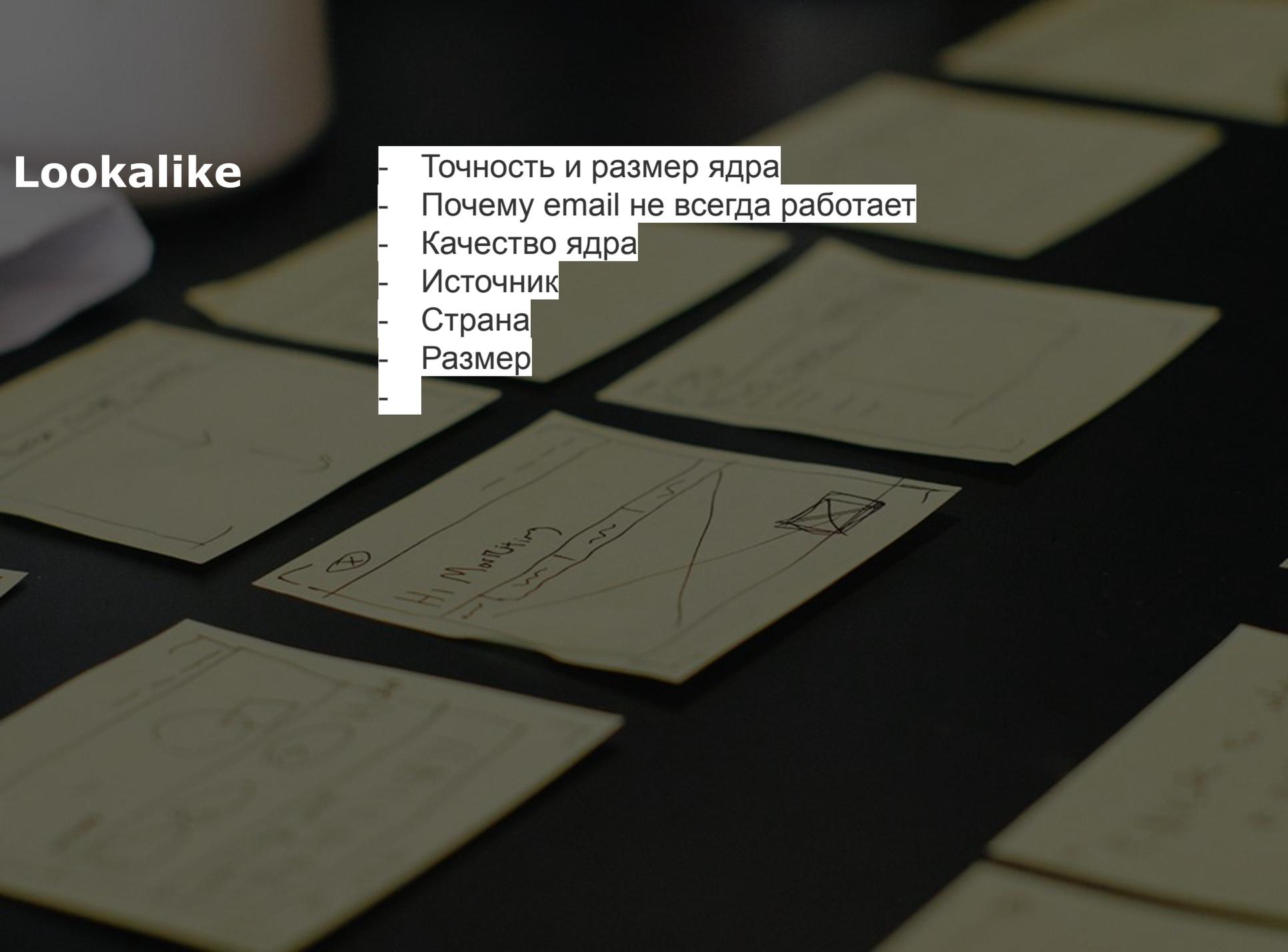
# Таргетинг

## 1. Индивидуальные аудитории

- Любой , кто посетил Ваш сайт
- Люди , которые посещают определенные веб - страницы
- Люди , посещающие определенные веб - страницы , но не другие
- Люди , которые не посещали сайт определенное количество времени -
- На основе времени , затрачиваемого на свой веб - сайте
- Пользовательская комбинация

# Lookalike

- Точность и размер ядра
- Почему email не всегда работает
- Качество ядра
- Источник
- Страна
- Размер



Демографи  
ческий  
таргетинг

+  
+  
+  
+

Сохраненные аудитории

# Плейсменты

- Лента
- Правый блок
- Мобильный
- IG
- Audience Network

+ Фишки по каждому плейсменту

# Оптимизаци я на уровне Наборов

- + Ставки
- + Кликлоказ



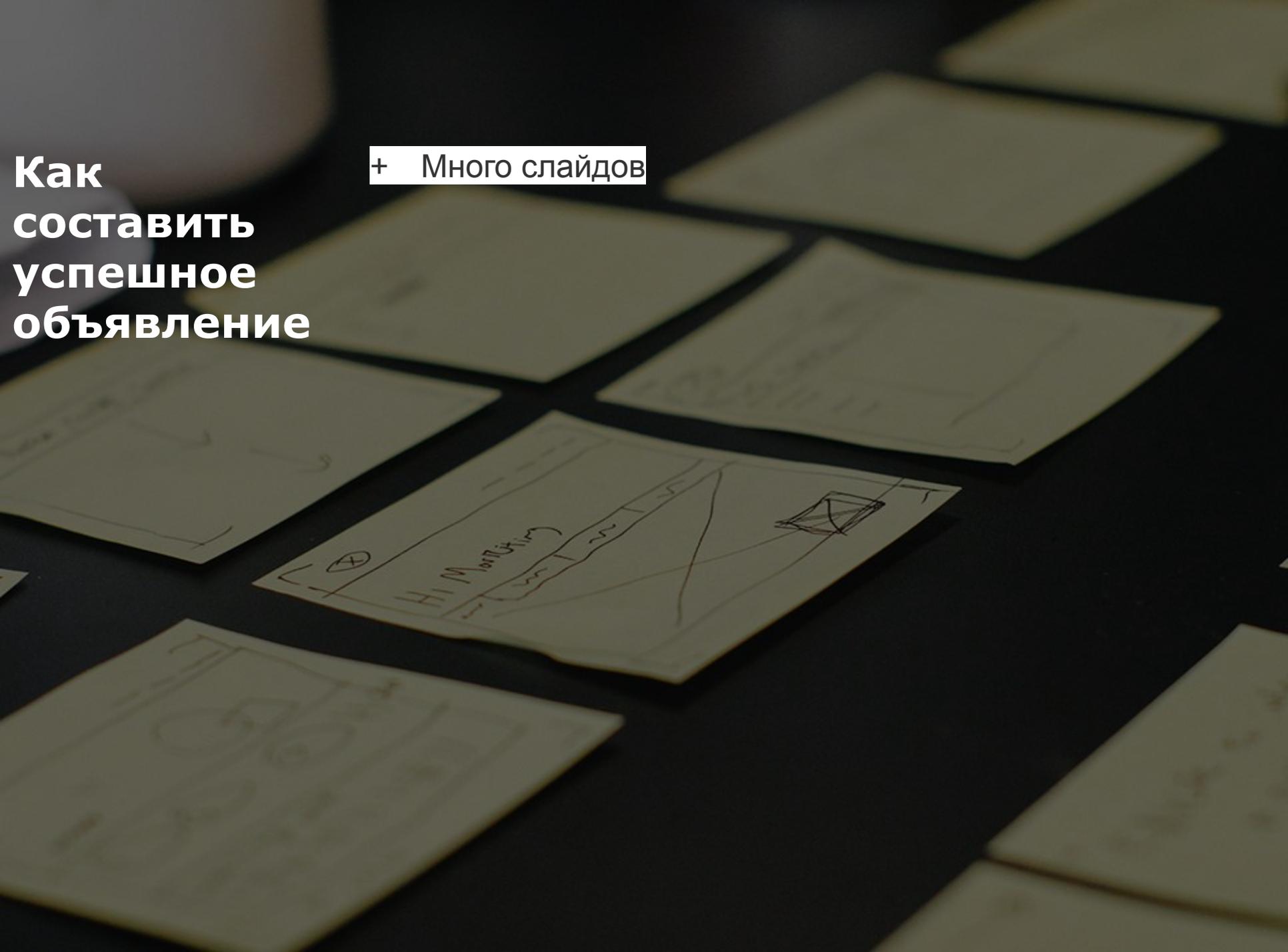
# Оптимизация на уровне Кампаний

- + Цена действия
- + Общий бюджет
- + Reach
- + Показы
- + Частота
- + Relevance
- + Link-клики
- + Клики
- + CTR
- + CPC



# Как составить успешное объявление

+ Много слайдов

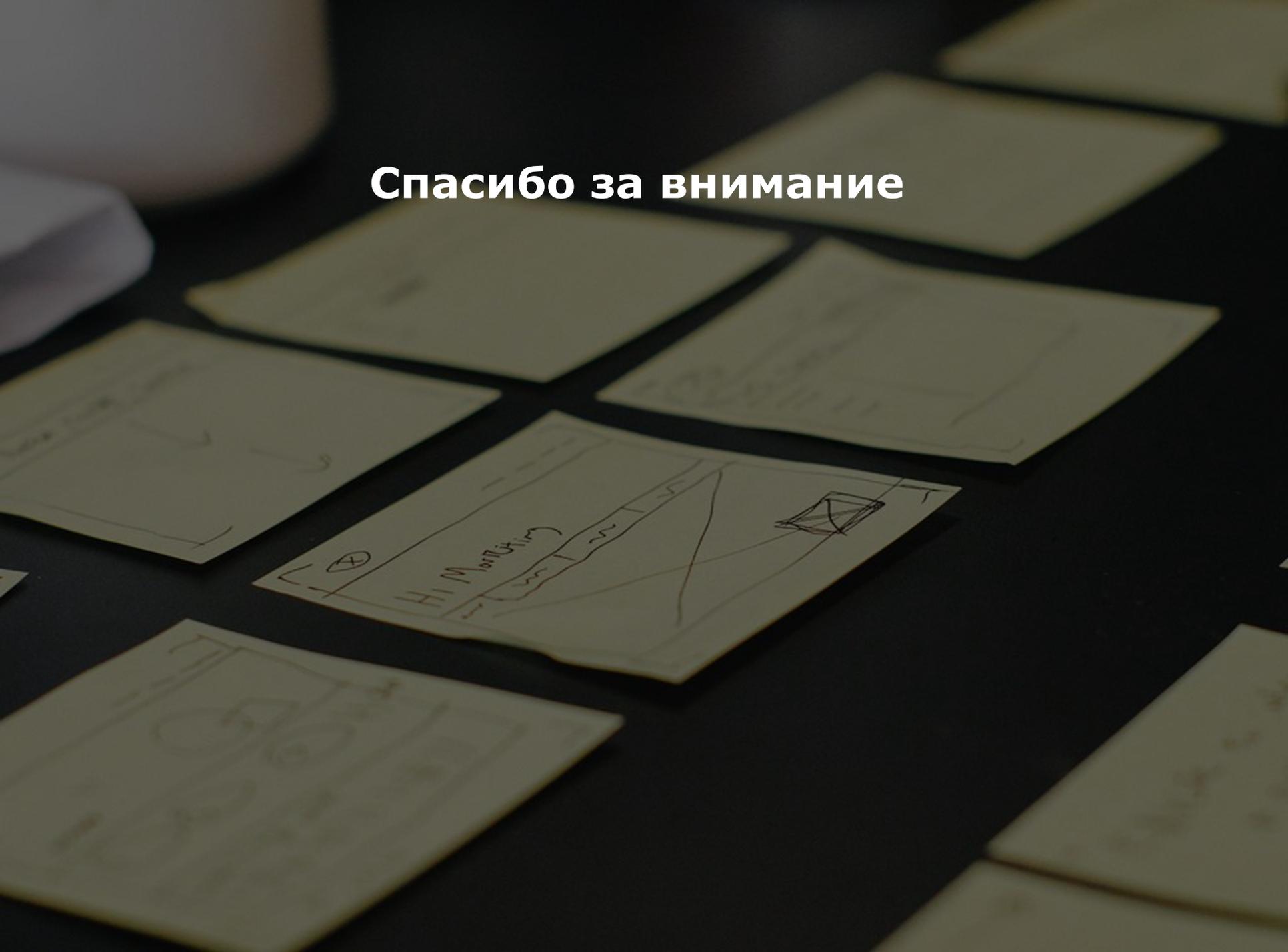


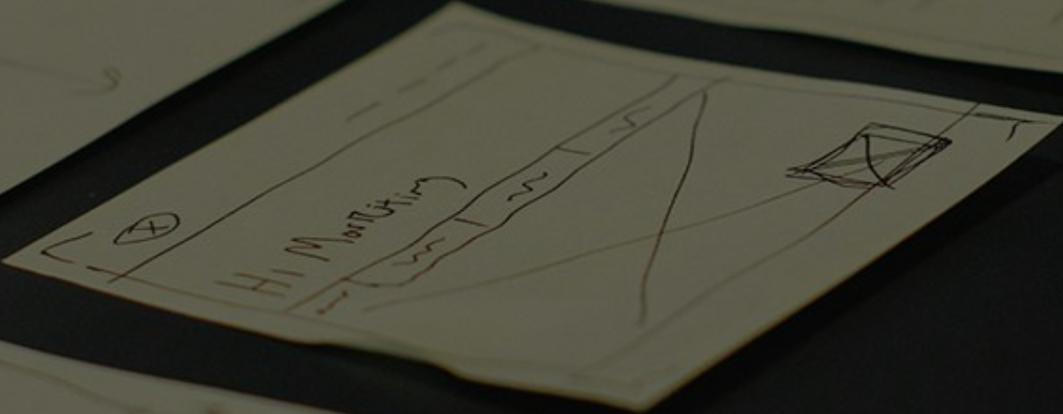
# SMM

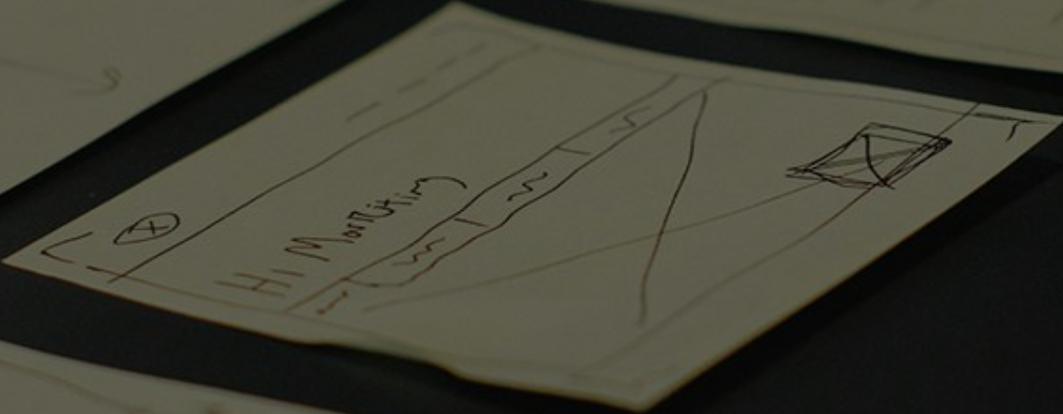
- + Посты
- + Контент план
- + Обязательно встраиваем в воронку



**Спасибо за внимание**

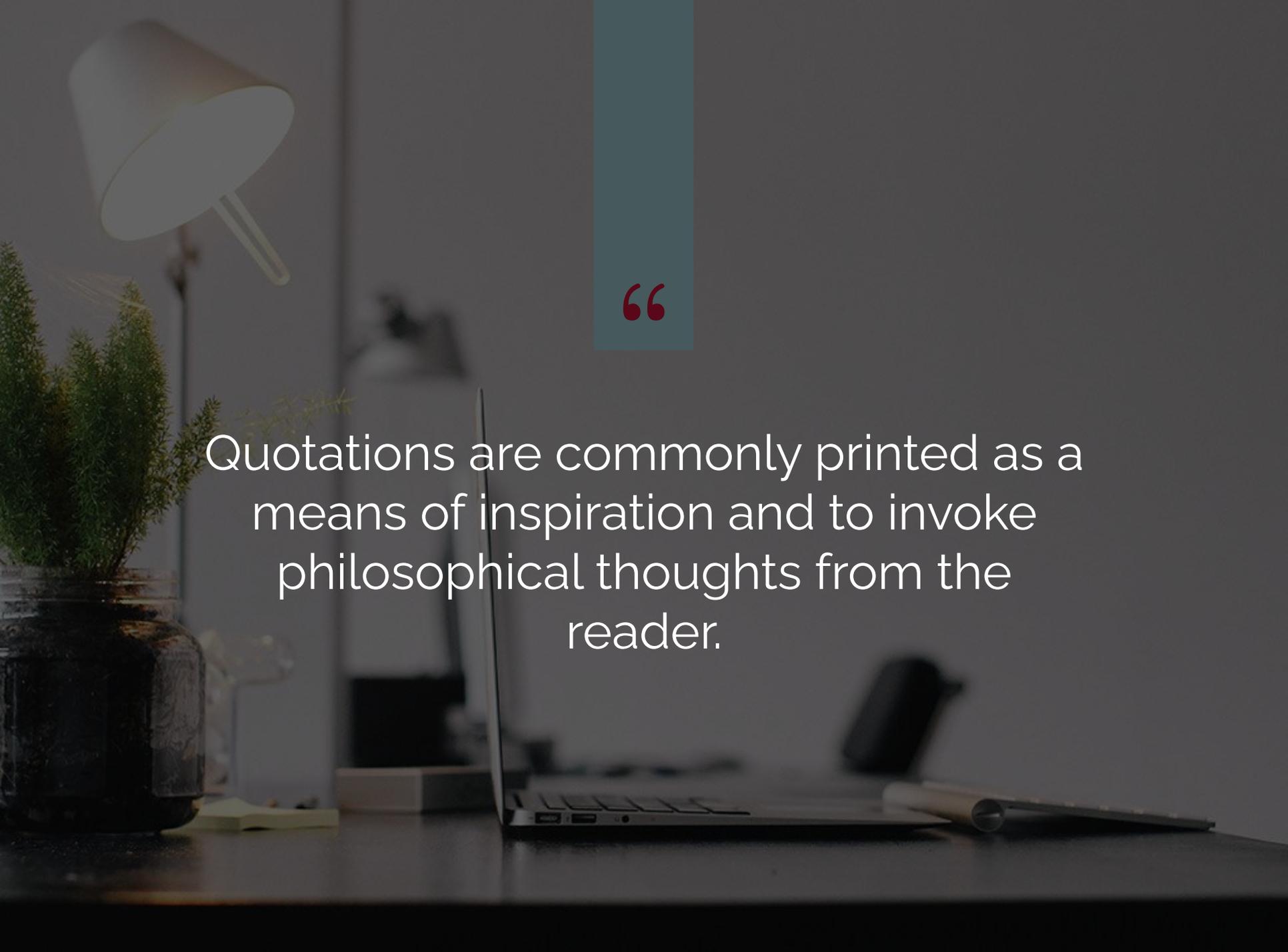










A blurred background image of a desk. On the left, there is a potted plant in a dark, textured pot. In the center, a laptop is open. To the right, a pen and a small container are visible. A lamp with a white shade is in the upper left. A vertical teal bar is on the right side of the image.

“

Quotations are commonly printed as a means of inspiration and to invoke philosophical thoughts from the reader.



# BIG **CONCEPT**

Bring the attention of your audience over a key concept using icons or illustrations

You can also **split** your content

## White

Is the color of milk and fresh snow, the color produced by the combination of all the colors of the visible spectrum.

## Black

Is the color of coal, ebony, and of outer space. It is the darkest color, the result of the absence of or complete absorption of light.

## In two or three columns

### Yellow

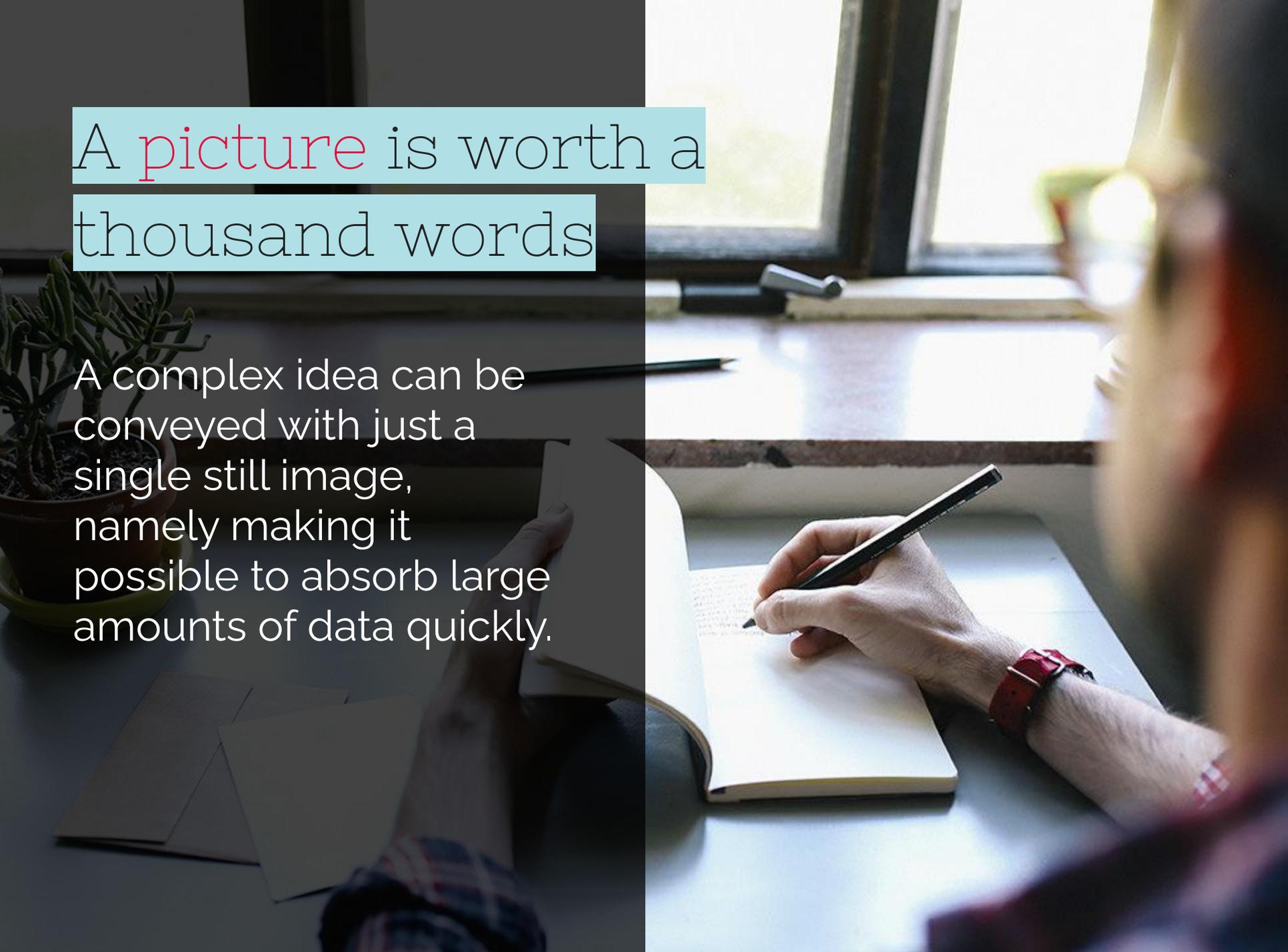
Is the color of gold, butter and ripe lemons. In the spectrum of visible light, yellow is found between green and orange.

### Blue

Is the colour of the clear sky and the deep sea. It is located between violet and green on the optical spectrum.

### Red

Is the color of blood, and because of this it has historically been associated with sacrifice, danger and courage.

A photograph of a person's hands writing in a notebook on a desk. The person is wearing a red watch. The desk is in front of a window with a view of greenery outside. A potted plant is visible on the left side of the desk. The scene is brightly lit by natural light from the window.

A **picture** is worth a  
thousand words

A complex idea can be conveyed with just a single still image, namely making it possible to absorb large amounts of data quickly.

Want big impact?

**USE BIG IMAGE.**



Use charts to explain your ideas

White

Gray

Black

# And tables to compare data

---

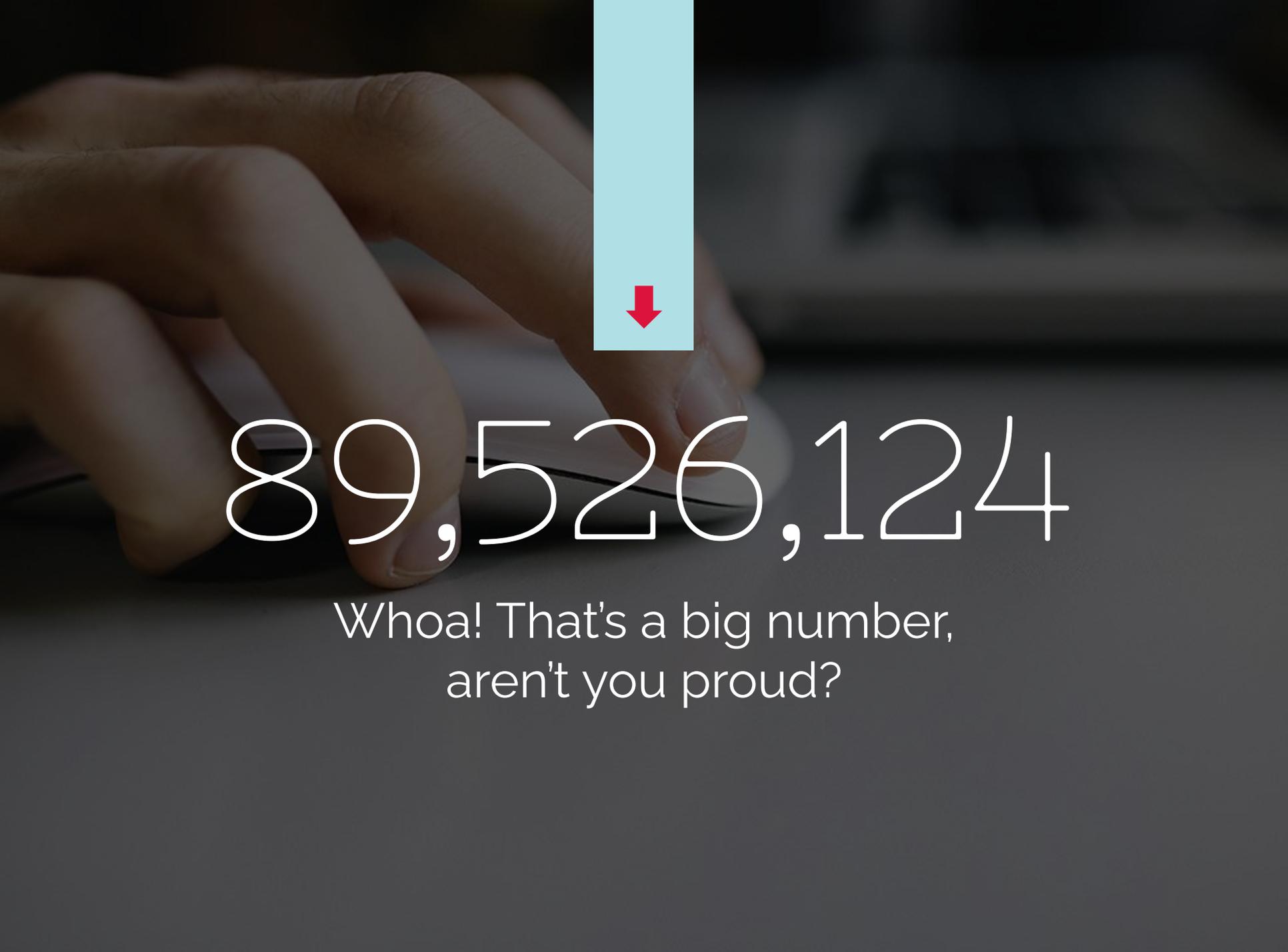
	A	B	C
Yellow	10	20	7
Blue	30	15	10
Orange	5	24	16

---

# Maps

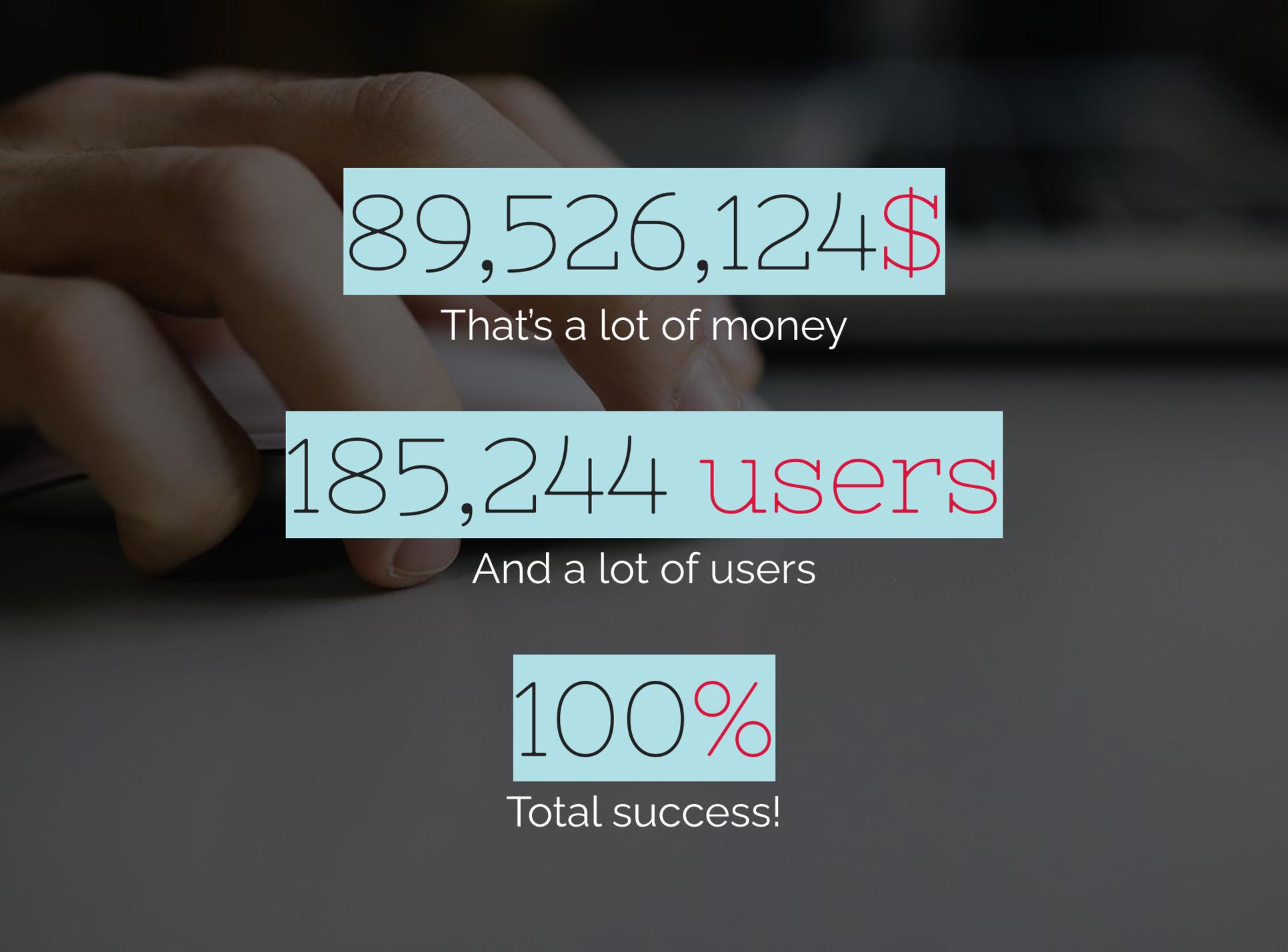


our office

A hand holding a pen is positioned over a document. A red arrow points downwards from a light blue vertical bar towards the number 89,526,124. The background is dark and out of focus.

89,526,124

Whoa! That's a big number,  
aren't you proud?



89,526,124\$

That's a lot of money

185,244 users

And a lot of users

100%

Total success!

Our process is easy

first

second

last

# Let's review some concepts

Yellow



Is the color of gold, butter and ripe lemons. In the spectrum of visible light, yellow is found between green and orange.

Blue



Is the colour of the clear sky and the deep sea. It is located between violet and green on the optical spectrum.

Red



Is the color of blood, and because of this it has historically been associated with sacrifice, danger and courage.

Yellow



Is the color of gold, butter and ripe lemons. In the spectrum of visible light, yellow is found between green and orange.

Blue

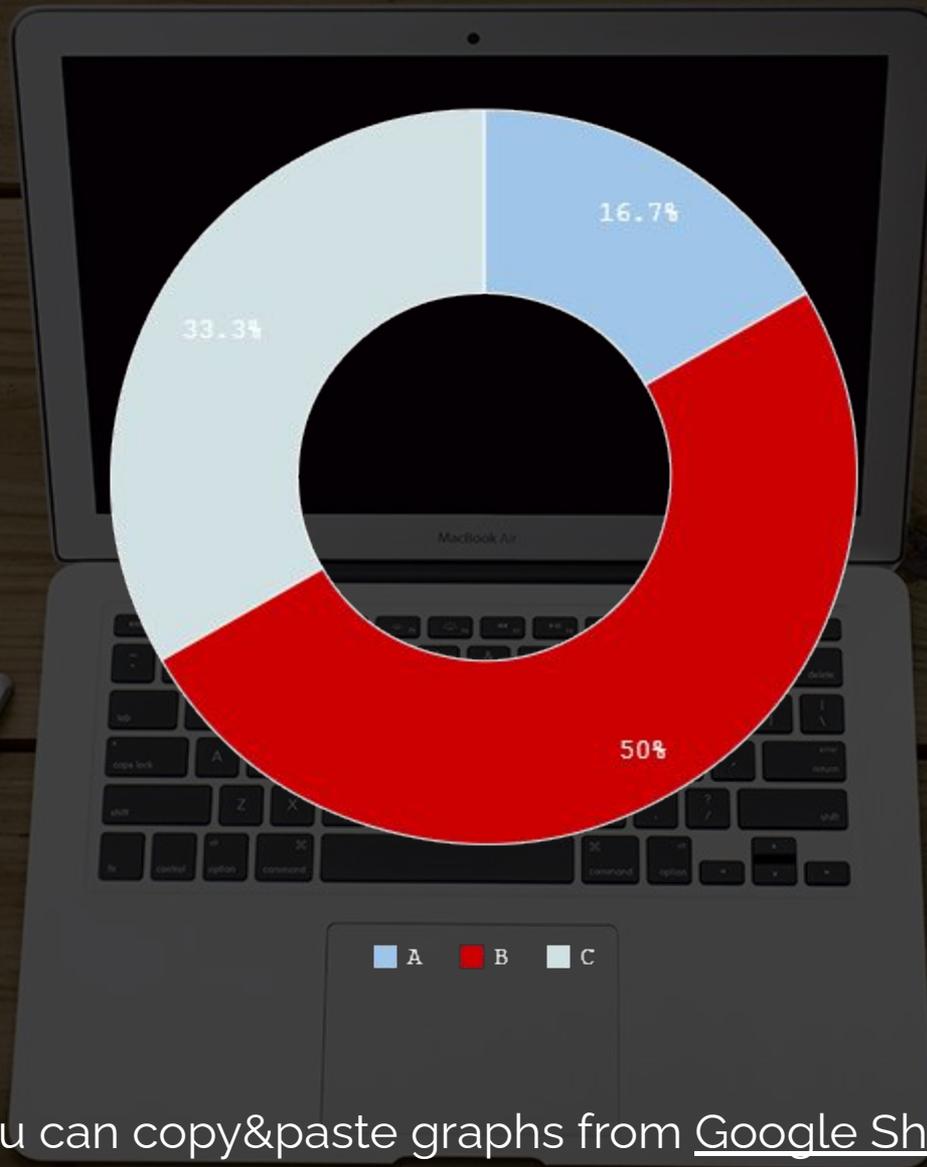


Is the colour of the clear sky and the deep sea. It is located between violet and green on the optical spectrum.

Red



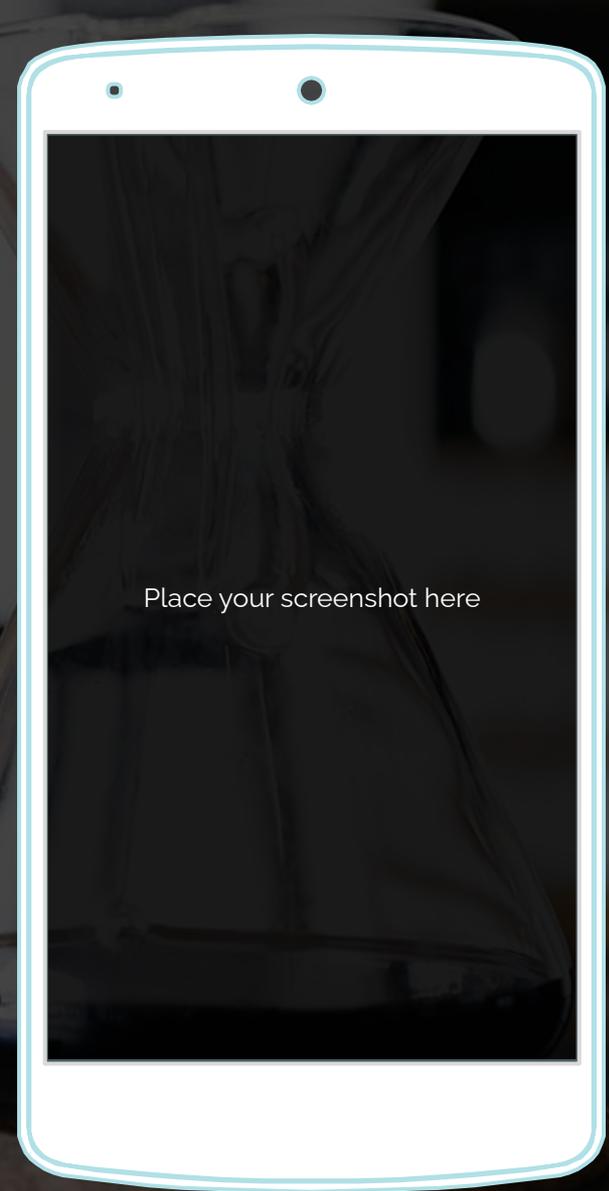
Is the color of blood, and because of this it has historically been associated with sacrifice, danger and courage.



You can copy&paste graphs from [Google Sheets](#)

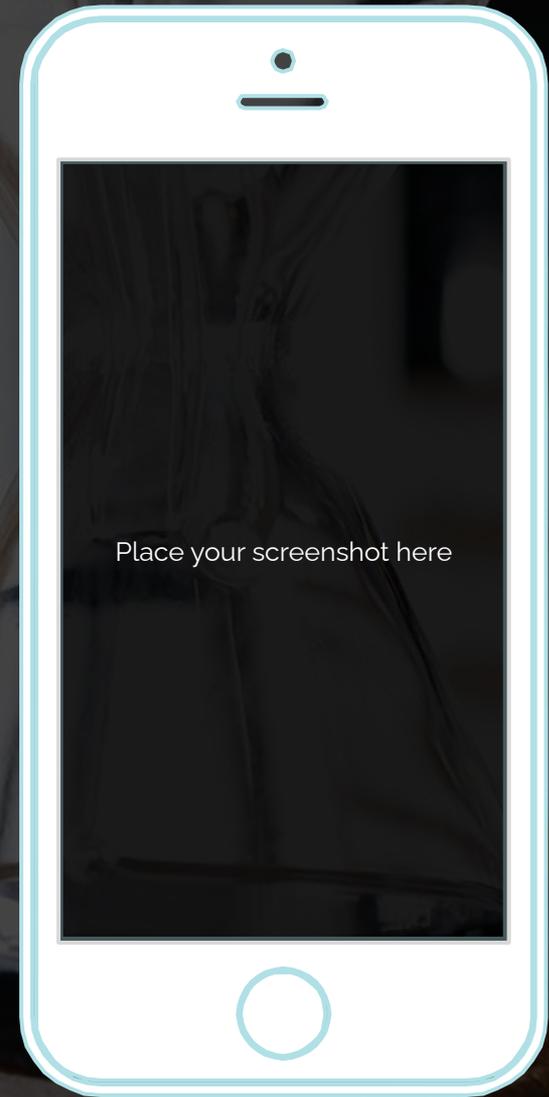
## Android project

Show and explain your web, app or software projects using these gadget templates.



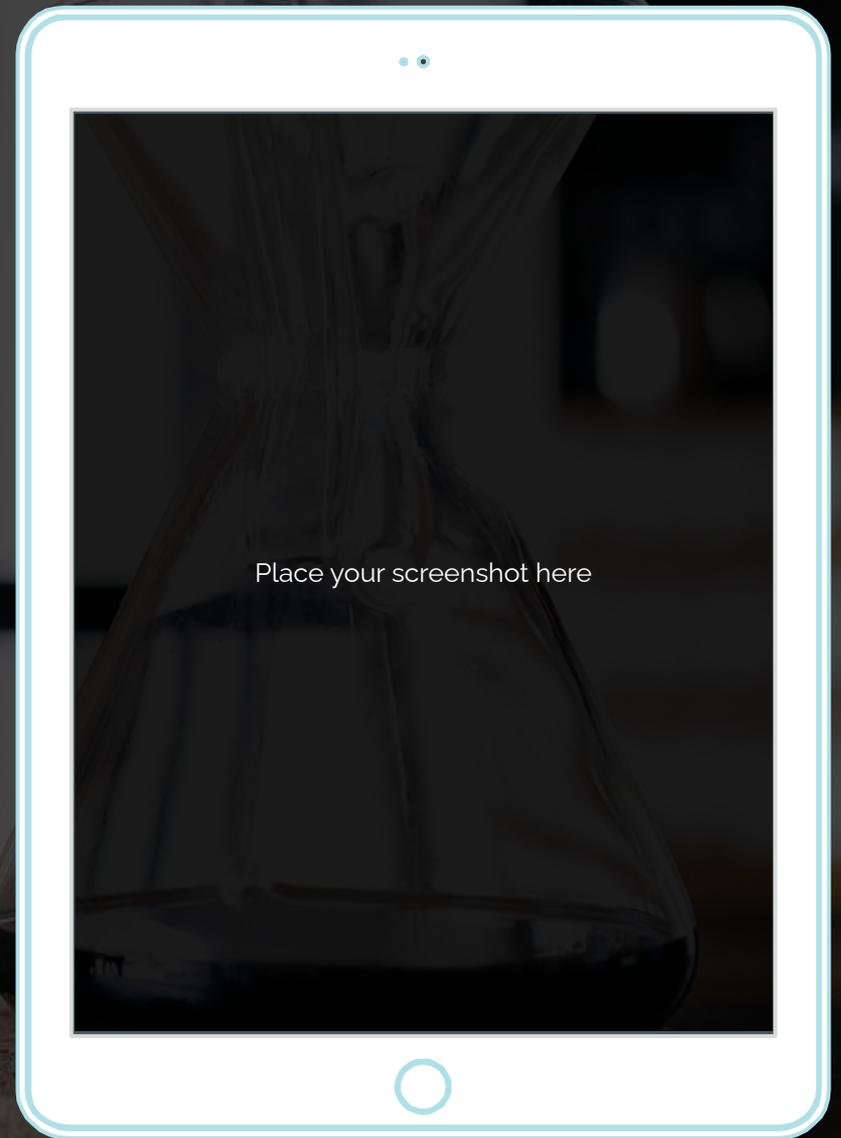
## iPhone project

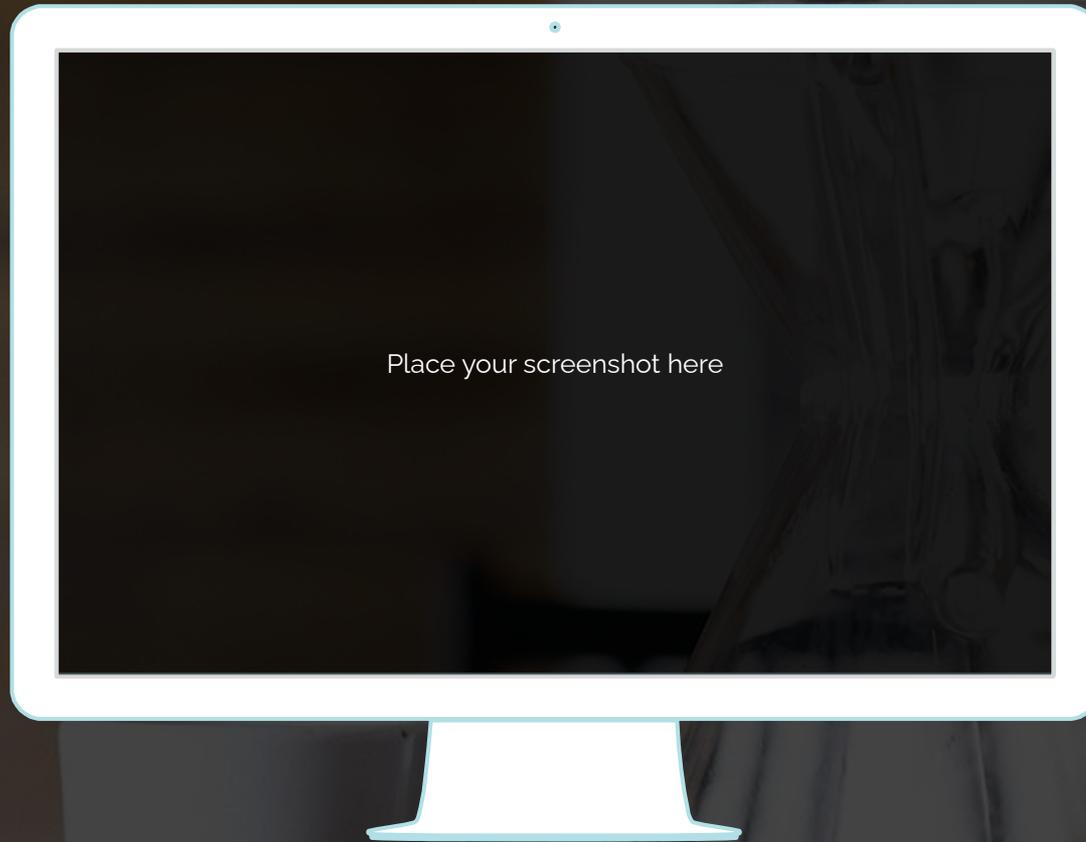
Show and explain your web, app or software projects using these gadget templates.



## Tablet project

Show and explain your web, app or software projects using these gadget templates.





## Desktop project

Show and explain your web, app or software projects using these gadget templates.

A person wearing a plaid shirt, dark pants, and sneakers is walking away from the camera on a wooden floor. They are carrying a brown canvas backpack with leather straps. The background is slightly blurred, showing a white wall and a wooden door.

thanks!

**ANY**  
**QUESTIONS?**

You can find me at:

@username

user@mail.me

# Credits

Special thanks to all the people who made and released these awesome resources for free:

- © Presentation template by [SlidesCarnival](#)
- © Photographs by [Unsplash](#) & [Death to the Stock Photo \(license\)](#)
- © Dark wood background by [The pattern library](#)

# Presentation design

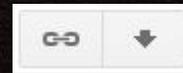
This presentations uses the following typographies and colors:

- © Titles: Nixie one
- © Body copy: Raleway

You can download the fonts on this page:

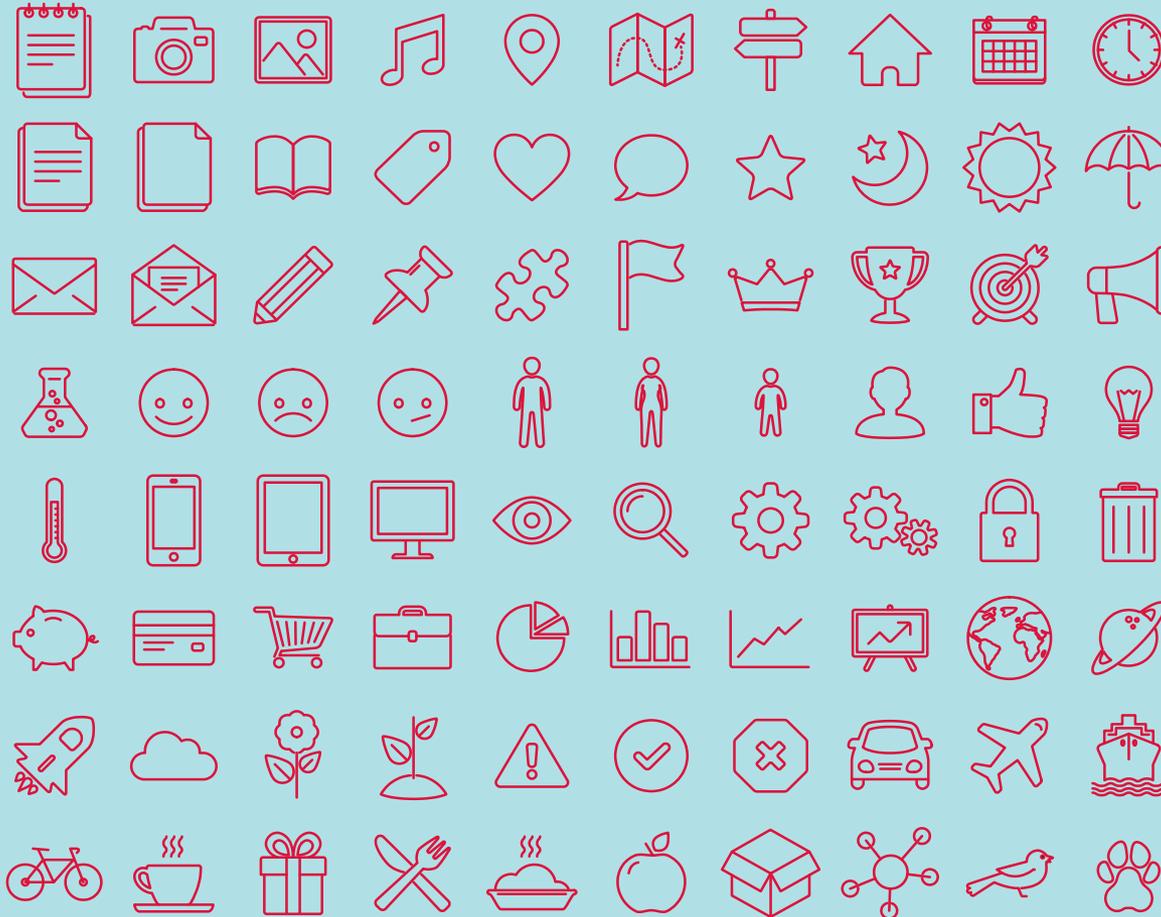
<https://www.google.com/fonts#UsePlace:use/Collection:Nixie+One|Raleway:400,700>

Click on the “arrow button” that appears on the top right



- © Scandinavian blue **#b0e0e6**
- © Red **#dc143c**
- © Dark gray **#222222**

*You don't need to keep this slide in your presentation. It's only here to serve you as a design guide if you need to create new slides or download the fonts to edit the presentation in PowerPoint®*



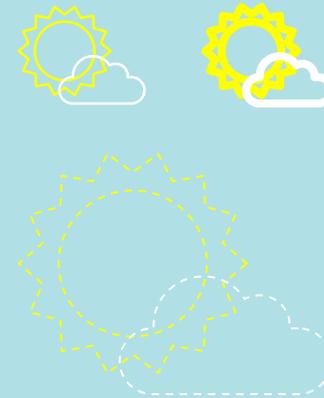
**SlidesCarnival icons are editable shapes.**

This means that you can:

- Resize them without losing quality.
- Change line color, width and style.

Isn't that nice? :)

Examples:



## Now you can use any emoji as an icon!

And of course it resizes without losing quality and you can change the color.

How? Follow Google instructions

<https://twitter.com/googledocs/status/730087240156643328>



and many more...