



Ghidul Începătorului

pentru Campanii Facebook de Succes

Întrebarea nu este dacă vă promovați sau nu business-ul folosind Facebook Ads, ci cât de bine o faceți.

Să facem cunoștință!

FivePlus® Solutions este o companie privată, formată din specialiști cu o experiență de peste 15 ani în implementarea soluțiilor de Intranet/Internet, precum și în conturarea celor mai eficiente strategii de e-marketing / marketing online. Peste 12 ani de experiență în proiecte PPC.

Analizăm cerințele, înțelegem nevoile, generăm soluția optimă, acordăm suport tehnic și de business pentru a asigura o colaborare de succes, pe termen lung. Suntem în permanentă dezvoltare, inovare și testare. Ținem sub control procesele interne prin standardul ISO 9001:2008, fiind orientați către creșterea satisfacției clienților. Conturăm strategii de promovare eficiente care vor îmbunătăți nu doar site-ul, ci și ROI-ul oricărei afaceri online.

Daca aveți nevoie de servicii web, FivePlus® Solutions vă poate oferi exact ceea ce aveți nevoie: profesionalism, promptitudine, servicii cu rezultate garantate, siguranță și exclusivitate.

Prin serviciul SEMSphere, FivePlus® Solutions, agenție de marketing online, are grijă de viitorul online al afacerilor dumneavoastră. Experiența acumulată în domeniul e-marketing ne permite să lucrăm la standarde înalte de performanță.

De ce acest e-book?

Deși există doar de 11 ani, Facebook este una dintre cele mai mari companii americane, cu o creștere accelerată în ultimii opt ani, având 1.44 miliarde de utilizatori în luna aprilie 2015. În România, există 8 milioane de conturi de utilizatori, fiind cea mai populară rețea de socializare. Mai mult, potrivit unui studiu din 2014, peste 20% din timpul petrecut pe Internet este pe rețeaua Facebook.

Să nu vă promovați pe această platformă, chiar și cu un buget zilnic minim, reprezintă o oportunitate de business pierdută. Mulți dintre clienții și potențialii clienți ai afacerii dumneavoastră sunt activi pe această rețea, gata să afle despre produsele, serviciile și ofertele dumneavoastră. Deși pare simplu să administrați o campanie Facebook Ads, nu oricine reușește să obțină rezultatele așteptate, în ciuda potențialului ridicat al rețelei de socializare.

În **Ghidul Începătorului pentru Campanii Facebook Ads de Succes** am pus laolaltă câteva sfaturi și trucuri pentru a crește notorietatea și rentabilitatea afacerii dumneavoastră, adresându-ne în special antreprenorilor și deținătorilor de afaceri mici și mijlocii care doresc să valorifice publicitatea online.

Ce veți învăța?

Subiectele pe care le vom aborda în acest e-book sunt următoarele:

- 1. Beneficiile Promovării prin Facebook Ads**
- 2. Diferența dintre Facebook Ads și Social Media & Community Management**
- 3. Care sunt Costurile Publicității prin Facebook Ads**
- 4. Stabilirea Obiectivelor Promovării Online**
- 5. Tipuri de campanii Facebook Ads**
- 6. 10 trucuri de la Specialiști PPC**
- 7. Crearea de Anunțuri care Convertesc**
- 8. De ce să-ți lași contul PPC pe mână unui specialist**
- 9. Concluzii**
- 10. Glosar de termeni de specialitate**

1. Beneficiile Promovării prin Facebook Ads

1. Măsoară ușor rezultatele

Spre deosebire de publicitatea tradițională, cu Facebook Ads știți exact ce ați obținut în urma investiției. În plus, plătiți doar atunci când un utilizator interacționează cu anunțul dumneavoastră, indiferent că este vorba despre acumulare de like-uri sau trafic pe site. Dacă nu primiți like-uri, comentarii, click-uri sau conversii nu veți fi taxat pentru anunțurile afișate.

2. Atingeți o audiență mai largă

Facebook Ads vă permite să atingeți un public mai larg indiferent de locul în care trăiesc respectivii utilizatori. Oricine este interesat de produsele sau serviciile pe care le comercializați poate fi targetat de campania dvs. prin setările corespunzătoare.

3. Targetarea granulară a audienței

Informațiile pe care Facebook le folosește pentru a targeta utilizatorii sunt foarte specifice. Această caracteristică reprezintă principalul punct forte al campaniilor Facebook Ads și individualizează platforma, deosebind-o de alte medii de promovare online.

4. Numărul mare de utilizatori

Cum spuneam anterior, Facebook este cea mai populară rețea de socializare din România, peste 80% din totalul persoanelor cu acces la Internet având cont pe această platformă de socializare. În plus, potrivit unui studiu, românii sunt pe locul 2 în Europa în topul utilizatorilor care petrec mult timp online, iar cum o cincime din acesta este consumat pe Facebook, potențialul rețelei de socializare devine evident.

5. Numărul mare de utilizatori

În ciuda potențialului ridicat al platformei, este surprinzător câte afaceri încă nu profită de avantajele oferite de Facebook Ads sau nu le utilizează corespunzător. Astfel, dacă competitorii dvs. nu sunt prezenți online sau dacă nu dețin campanii bine administrate, aveți o șansă să vă creșteți profitul câștigând notorietate și lead-uri. Mai mult, puteți atrage clienți care altfel poate ar fi mers către competitori.

6. Costurile reduse de promovare

Costurile de promovare în Facebook Ads sunt printre cele mai reduse. În martie 2015, în România, costul mediu per vizualizare era de 0,02 euro. Asta înseamnă că dacă investiți 5 euro pe zi, mesajul dumnevoastră va fi afișat către aproximativ 250 de utilizatori care au demonstrat interes față de businessul dvs. sau se află în publicul pe care îl țineți țintă.

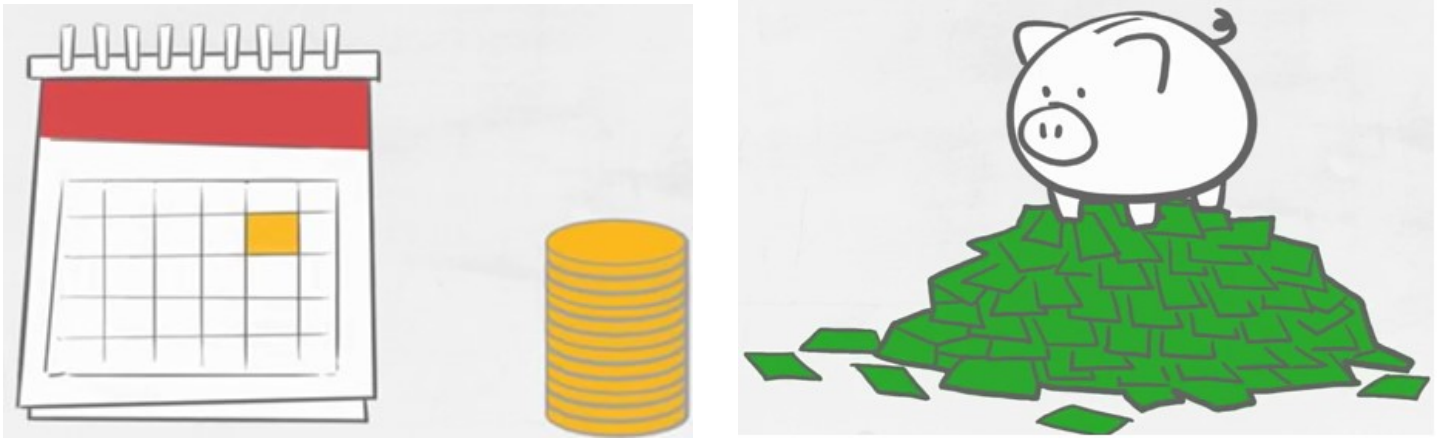
2. Diferența dintre Facebook Ads și Social Media & Community Management

Social Media a devenit rapid unul dintre cele mai importante canale prin care un business poate să comunice cu clienții săi. Managerii Social Media administrează paginile de Facebook și ale altor rețele sociale, iar rolul lor este să creeze conținut care generează interacțiune, să răspundă la comentarii, mesaje, întrebări, etc.

Pe scurt, responsabilitatea principală este menținerea unei relații cu oamenii care știu deja de brandul dvs. Managerii comunităților online susțin și promovează brandul pe rețele sociale, comunicând în special cu cei care nu au auzit încă de afacerea dumneavoastră. Ei se ocupă de reputația online și au în sarcină rezultatele organice ale rețelei sociale.

Pe de altă parte, specialiștii PPC se ocupă de strategia și administrarea publicității plătite. Fie că alegeți să promovați o postare cu un mesaj important pentru brandul dumneavoastră, fie că aveți o campanie cu niște obiective clar setate (obținerea de conversii, trafic pe site, acumularea de like-uri, etc), specialiștii PPC se asigură că primiți cele mai bune rezultate pentru bugetul investit.

3. Costurile de Publicitate prin Facebook Ads



Facebook Ads oferă control sporit asupra costurilor publicitare. În funcție de preferințe, puteți să setați fie bugetul alocat zilnic (daily budget), fie pe durata întregii perioade de promovare (lifetime budget).

Pentru a obține maximum de rezultate pentru banii investiți este recomandat să externalizați serviciile către un specialist care va alege o strategie de licitare potrivită pentru obiectivele dumneavoastră și va optimiza constant campania după analiza datelor.

Mai multe [despre costul unei campanii Facebook și ce rezultate puteți obține](#), găsiți pe site-ul SEMsphere.ro.

4. Stabilirea Obiectivelor Promovării Online

O dată ce ați hotărât ce vreți să obțineți cu publicitatea online, puteți să creați reclame care să ducă la îndeplinirea respectivului obiectiv.

Obiectivele sunt definite în funcție de acțiunile pe care vreți să le îndeplinească utilizatorii care văd reclamele dvs. De exemplu, îi puteți trimite pe site sau îi puteți să încuraja să vă aprecieze pagina de Facebook, două tipuri de campanii complet diferite.

Obiectivele dintre care puteți alege sunt:

- ✓ Click-uri către Website: Trimiteți utilizatorii în site.
- ✓ Conversii: Creșteți numărul de conversii din site. Înainte de a crea acest tip de reclamă va trebui să instalați un pixel de conversie.
- ✓ Interacțiune pe pagina de Facebook: Măriți numărul de comentarii și aprecieri al postărilor dvs.
- ✓ Aprecieri ale paginii de Facebook: Promovați-vă pagina de Facebook și obțineți like-uri care să vă conecteze cu publicul dvs. țintă.
- ✓ Instalări de aplicații: Determinați utilizatorii să instaleze aplicația dvs.

- ✓ Interacțiunea cu aplicațiile: Obțineți o interacțiune mai mare în aplicații.
- ✓ Cerere oferte: Creați oferte care să-i aducă pe oameni în magazin.
- ✓ Răspunsuri la Evenimente: Creșteți numărul de participanți la evenimentele dvs.
- ✓ Vizualizări de filmulețe video: Realizați reclame care îi determină pe utilizatori să urmărească videoclipuri.

Dacă doriți să citiți mai multe despre optimizarea de Facebook Ads puteți accesa articolele de pe site-ul SEMSphere.ro sau [ne puteți contacta](#) pentru asistență specializată.

5. Tipuri de campanii Facebook Ads

Reclamele Facebook sunt cumpărate pe bază de licitație, utilizatorii fiind taxați în funcție de click-uri, vizualizări sau alte acțiuni. Ele apar în News Feed pentru desktop și mobil și în coloana din dreapta a paginii. Reclamele Facebook sunt grupate în două categorii: anunțuri Facebook și povești sponsorizate.

Cele 10 tipuri de anunțuri Facebook pot fi clasificate astfel: reclamă către aplicație desktop și mobil, reclamă către site, reclamă către eveniment, reclamă pentru like-uri către pagină și reclamă către postările paginii care pot fi de tip link, fotografie, text, video și ofertă. Puteți citi mai multe despre [principalele tipuri de campanii Facebook Ads](#) pe site-ul SEMsphere.ro.

Poveștile sponsorizate sunt diferite de Facebook Ads în sensul că se bazează pe conținutul organic al Facebook, acesta fiind creat de utilizatori. De fiecare dată când cineva interacționează cu pagina dvs. de Facebook dă naștere unei story (povești). În mod sigur ați observat până acum reclamele în care sunteți informat cu unul sau mai mulți prieteni apreciază o pagină de Facebook, o anumită postare sau că participă la x eveniment.

Pentru a maximiza distribuția acestor povești printre prietenii persoanei care a generat story-ul, le puteți sponsoriza. Ele sunt eligibile să apară în News Feed pentru desktop și mobil, dar și în alte destinații de plasare. De obicei, au rate de click și de interacțiune mai mari, reprezentând un fel de validare, de recomandare din partea prietenilor.

Dacă doriți să citiți mai multe despre optimizarea de Facebook Ads puteți accesa articolele de pe site-ul SEMSphere.ro sau [ne puteți contacta](#) pentru asistență specializată.

6. Zece trucuri de la Specialiști PPC

Pentru ca investiția în campaniile Facebook Ads să fie cât mai rentabilă, am pus împreună câteva sfaturi de echipa noastră de specialiști PPC.

1. Stabiliți obiectivul înainte de a începe Campania

Alegeți un singur obiectiv pentru fiecare campanie și găsiți metricile corespunzătoare pentru a măsura atingerea respectivului obiectiv. În felul acesta, cu un singur țel principal, va fi mai ușor să știți ce indicatori trebuie să urmăriți și să optimizați.

2. Creați segmente mai mici de audiență

Unul dintre obiectivele optimizării Facebook Ads este găsirea audienței potrivite. Pentru aceasta, puteți să spargeți publicul în segmente mai mici și să rulați campanii în mod simultan pentru fiecare audiență în parte. Scorul de relevanță reprezintă un indicator de curând introdus care vă poate fi util în acest demers.

3. Folosiți audiențele personalizate și audiențele similare

Audiențele similare vă permit să afișați reclame unor utilizatori specifici în baza unei liste cu adrese de mail sau numere de telefon. Audiențele similare reprezintă un grup de utilizatori Facebook asemănători cu cei din baza de date deja existente sub formă de adrese de mail ori numere de telefon.

4. Testați, Testați, Testați

A/B testingul este o strategie de marketing în care versiune A și B sunt testate una contra celeilalte, pentru a vedea care aduce mai multe beneficii. Cele mai testate elemente sunt pagina de destinație, titlul și imaginea folosită în corpul reclamei. De obicei, este recomandat să testați una sau două variații o dată, pentru a obține rezultate concludente mai ieftin și mai rapid.

5. Mențineți separate reclamele pentru mobil de cele pentru desktop

În acest mod, puteți folosi biduri diferite și optimiza conversiile în funcție de dispozitiv. Utilizatorii tind să reacționeze diferit la reclame și îndemnuri la acțiune în funcție de device-ul pe care îl utilizează, așa că este recomandat să construiți anunțuri adaptate fiecăruia.

6. Optimizați separat reclamele pentru News Feed de cele pentru coloana din dreapta

Așa cum susțineam mai sus, una dintre cele mai bune practici în marketing este folosirea unor audiențe puternic segmentate. Separarea campaniilor de News Feed de cele din coloana din dreapta este necesară pentru o mai bună optimizare a campaniilor, care pot să aducă rezultate diferite în funcție de destinația de plasare.

7. Instalați pixelul de conversie

Chiar dacă pare evident, mulți utilizatori uită să activeze pixelul de conversie și să verifice dacă acesta este instalat corect înainte de activarea campaniei. Pixelul vă ajută să măsurați performanța reclamelor raportat la numărul de acțiuni îndeplinite în site, fie că este vorba de achiziții, abonare la newsletter sau completări de formular.

8. Înnoiți reclamele din campanie

După câteva zile de campanie, veți observa că rata de click în Facebook începe să scadă. Afișarea în mod continuu a unei reclame către o anumită audiență, duce la obosirea respectivei audiențe.

De aceea, este recomandat să rotați imaginile sau să le reînnoiți. Nu trebuie să creați altele complet diferite, dar puteți schimba partea creativă (imaginea și beneficiul sau oferta).

9. Exprimați-vă simplu

Folosiți un limbaj simplu, înțeles de publicul dvs. țintă. Totodată, încercați să nu depășiți un număr mai mare de 80 de caractere. În zilele noastre, utilizatorii nu mai au timp sau răbdare să citească reclame lungi, așa că exprimați-vă cât mai clar și concis.

10. Setati un cod de remarketing

Clienții potențiali care au vizitat deja site-ul, dar nu au convertit reprezintă o categorie de public importantă pentru business-ul dvs. Cum au dovedit deja un interes față de produsele și serviciile pe care le comercializați, le puteți reaminti de ofertele dvs. și atrage înapoi în site oferindu-le un preț promoțional.

7. Crearea de Anunțuri care aduc Conversii

Specialiștii PPC au trucurile lor când vine vorba de conceperea anunțurilor Facebook. Pentru a obține o rată de click cât mai ridicată, urmăriți recomandările de mai jos:

- ✓ Folosiți îndemnuri la acțiune care să atragă
- ✓ Scoateți în evidență beneficiul pentru consumator
- ✓ Alegeți o imagine cu o calitate bună
- ✓ Selectați o pagină de destinație relevantă
- ✓ Includeți promoții și exclusivități
- ✓ Testați mai multe titluri, imagini și texte pentru o reclamă
- ✓ Exprimați-vă în mod clar și natural
- ✓ Selectați o imagine relevantă pentru produsul sau serviciu dvs.
- ✓ Adăugați un buton cu un îndemn la acțiune pentru a încuraja internauții să interacționeze cu anunțurile dvs.

8. De ce să-ți lași contul PPC pe mână unui specialist

Chiar dacă pare că veți scuti din bugetul de promovare online administrând singur campaniile de Facebook Ads, pe termen lung se va dovedi mai profitabil să mergeți pe mâna unui specialist care să acționeze în baza unei strategii de marketing bine pusă la punct.

Iată câteva motive pentru care ar trebui să lucrați cu profesioniști dintr-o agenție specializată:

➤ Sunt mereu up-to-date

Mediul online evoluează foarte rapid și dacă nu urmăriți constant lumea digitală este greu să țineți pasul cu toate update-urile și schimbările de algoritmi. Specialiștii PPC trebuie să își cunoscă bine domeniul ca să rămână competitivi, astfel că apelând la o agenție specializată aveți siguranța că în optimizarea campaniei dvs. sunt folosite cele mai noi unelte disponibile.

➤ Evitați să pierdeți oportunități

Dacă nu sunteți suficient de informat cu privire la ultimele tipuri de campanii sau unelte apărute s-ar putea să ratați oportunități importante de business și să rămâneți în urma competitorilor care administrează corespunzător campaniile de marketing online.

➤ Mai mult timp sa vă concentrați pe noi oportunități de business

Chiar dacă țineți la afacerea pe care o administrați, nu înseamnă că trebuie să rezolvați dvs. toate sarcinile de lucru. Dacă veți delega responsabilitățile legate de promovarea online unui specialist, veți rămâne cu suficient timp pentru alte acțiuni care pot ajuta la creșterea business-ului dvs.

➤ Implementare rapidă și corectă

Atunci când o persoană fără expertiză încearcă să realizeze anumite acțiuni într-o campanie, cel mai adesea se va confrunta cu erori, iar durata de implementare se va prelungi mai mult decât a fost estimat inițial. Cum social media este despre interacțiune și răspuns rapid, riscați să cădeți iarăși în cursa pierderii unor oportunități de dezvoltare.

➤ Viziune de ansamblu asupra industriei

Specialiștii PPC cunosc mediul online și pot să ia decizii de marketing bazate pe experiența acumulată până în prezent. Totodată, ei pot face acțiuni strategice, care s-ar putea să nu aducă rezultate imediate, dar să pună bazele unui brand durabil și profitabil.

➤ Strategie integrată

Atunci când toate canale de promovare online sunt administrate de aceeași agenție, mediile de publicitate pot fi combinate astfel încât să acopere toate nișele din piață. În plus, în acest fel, puteți face o analiză pertinentă celor mai profitabile canale pentru dvs. și să investiți acolo cea mai mare parte din buget.

➤ Pastrați același tone of voice

Pentru a avea o prezență online coerentă, trebuie ca mesajele pe care le transmiteți în mediul digital să se subordoneze aceluiași obiectiv principal și mesaj unic. Astfel, contribuiți la îmbunătățirea imaginii și a reputației brandului dvs. în online, ajutând consumatorii să vă rețină mai ușor.

➤ A funcționat pentru alții

Agențiile care au dezvoltat o colaborare fructuoasă și profitabilă cu anumiți clienți care se declară [mulțumiți de rezultatele obținute](#), sunt cele la care trebuie să apelați atunci când vă alegeți agenția parteneră.

Daca ați încercat să administrați singur campaniile Facebook Ads, dar fără să atingeți rezultatele așteptate și doriți să apelați la servicii profesionale, specialiștii SEMSphere vă stau la dispoziție. Contactați-ne!

Dacă doriți să citiți mai multe despre optimizarea de Facebook Ads puteți accesa articolele de pe site-ul SEMSphere.ro sau [ne puteți contacta](#) pentru asistență specializată.

9. Concluzii

Idei de reținut:

- 1.** Facebook este cea mai populară rețea de socializare din România, cu 8 milioane de conturi de utilizator. Potrivit unui studiu din 2014, peste 20% din timpul petrecut pe Internet este pe rețeaua Facebook.
- 2.** Plățiți doar atunci când utilizatorii interacționează cu anunțul dumnevoastră, în funcție de obiectivul setat, fie că doriți să atingeți o audiență mai largă, să acumulați like-uri sau să trimiteți trafic pe site.
- 3.** Campaniile Facebook Ads permit targetarea foarte specifică a audienței. Astfel, puteți selecta utilizatorii în funcție de statusul relațional, sistemul de operare al telefonului, nivelul de educație, frecvența călătoriilor, etc.
- 4.** Moderarea comunității online și crearea de conținut pentru rețelele sociale sunt servicii diferite față de acțiunile PPC, implicit publicitatea prin Facebook Ads.
- 5.** Obiectivele sunt definite în funcție de acțiunile pe care vreți să le îndeplinească utilizatorii care văd reclamele dvs.: click-uri către website, conversii, aprecieri ale paginii de Facebook, etc.

- 6.** Folosiți un limbaj simplu, ușor de înțeles de către publicul dvs. țintă. Exprimați-vă în mod clar și natural, astfel încât utilizatorul să știe exact ce acțiune doriți să facă (să completeze un formular, să ceară o ofertă, etc.).
- 7.** Dacă nu sunteți suficient de informat cu privire la ultimele tipuri de campanii sau unelte apărute apelați la un specialist PPC. Altfel, s-ar putea să ratați oportunități importante de business și să rămâneți în urma competitorilor.
- 8.** Aveți grijă ca imaginile folosite să aibă dimensiunea potrivită și calitate ridicată. Verificați să nu se afișeze tăiate sau pixelate.
- 9.** Segmentați audiența dvs. în funcție de vârstă, interese și alte variabile relevante pentru dvs. pentru a testa ce grup țintă este cel mai profitabil.
- 10.** Chiar dacă sunteți mulțumit de rezultatele campaniei, păstrați o parte din buget pentru a testa. Căutați să aduceți constant îmbunătățiri.

Dacă doriți să citiți mai multe despre optimizarea de Facebook Ads puteți accesa articolele de pe site-ul SEMSphere.ro sau [ne puteți contacta](#) pentru asistență specializată.

10. Glosar de termeni de specialitate

Acțiuni	Numărul de utilizatori care interacționează cu pagina de Facebook sau cu evenimentele dvs. (like, share, join) dând click pe respectiva acțiune din cadrul reclamei.
Conversie	Are loc de fiecare dată când un utilizator îndeplinește o acțiune definită ca fiind valoroasă, de exemplu: achiziție online, completare formular, etc.
Scor de relevanță	O estimare a relevanței reclamei pentru audiența selectată. Când scorul de relevanță este ridicat plățiți mai puțin să atuceți mai mulți utilizatori din targetul dvs.
Call to Action (CTA)	Mesaj care îi îndeamnă pe utilizatori la acțiune. De exemplu: Comandă Acum!
Pagină de Aterizare (LP)	Pagină pe care ajung utilizatorii după ce dau click pe o reclamă.
Rată de Click (CTR)	Numărul total de click-uri împărțit la număr de vizualizări per reclamă
Rată de Conversie (CR)	Numărul total de conversii împărțit la număr de click-uri per reclamă
Cost per Click (CPC)	Costul total împărțit la numărul de click-uri per reclamă
Cost per Vizualizări (CPM)	Costul total împărțit la numărul de vizualizări per reclamă, înmulțit cu 1000.
Average CPC (cost per click)	Estimat al bugetului mediu pe care îl veți cheltui de fiecare dată când cineva dă click pe reclama dvs.
Average CPM (cost per click)	Estimat al bugetului mediu pe care îl veți cheltui pentru fiecare 1,000 de vizualizări ale reclamei dvs. Facebook.
Interese	Cuvinte cheie ce reprezintă aprecierile și interesaele pe care utilizatorii le-au introdus în profilul lor de Facebook.

Vă mulțumim!

Aveti un proiect online?

Echipea noastra va sta la dispozitie

Alexandru GINGAȘU
Key Account Manager



Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**
mobil **0758 237.025**
fax **021 222.45.62**
web **www.semsphere.ro**



Adrian FICKER
Key Account Manager



Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**
mobil **0758 237.025**
fax **021 222.45.62**
web **www.semsphere.ro**



Alin NIȚĂ
Key Account Manager



Str. Popa Savu nr. 44, Sector 1, 011434 București, ROMANIA
tel. **031 805.42.55, 031 805.42.56**
mobil **0758 237.025**
fax **021 222.45.62**
web **www.semsphere.ro**

