

Ghid Facebook Audiente

Ghid Facebook Audiente

Audientele de pe Facebook sunt foarte vaste si iti ofera o gramada de optiuni de targetare a anunturilor din Facebook. In 2016, AdEspresso a aflat ca alegerea audientei potrivite scade costul pe click cu pana la 1000%. 0 MIE LA SUTAAAAA!

De exemplu este o diferenta uriasa cand vine vorba de CPC in diverse tari. Spre exemplu Facebook CPC este foarte mare in Australia, pe cand in Taiwan este foarte mic.

O metoda de a alege audienta potrivita pentru Facebook Ads este Custom Audiences – retargetarea oamenilor care au fost pe site-ul tau.

Setarea acestei audiente iti va aduce un ROI mare inca de la startul campaniei.

CTR MEDIU al anunturilor de retargetare este de 10x mai MARE decat a anunturilor basic.

CE ESTE FACEBOOK CUSTOM AUDIENCE?

Este metoda prin care alegi exact cine va vedea anuntul tau de pe Facebook.

Sa incepem incet. Sunt 3 mari tipuri de audiente pe Facebook – salvate, lookalike, custom.

Audientele salvate sunt acele audiente in care poti alege varsta, sexul, device-ul, income level, interesul. Este o

metoda de inceput buna doar ca targeteaza persoane neinteresate de produsul tau.

Audientele Lookalike – similare te ajuta sa atragi oameni interesati de brandul tau sau similari cu clientii tai. Audientele Lookalike sunt create pe baza vizitelor pe site, FB Pixel sau Custom Audience.

Gandeste-te la audientele Lookalike ca la o clona a audientei tale, doar ca targetezi oameni care nu au auzit de brandul tau.

In schimb Custom Audience este o audienta dezvoltata pe datele valabile din FB Pixel de pe site-ul tau.

Oamenii din aceasta audienta stiu de tine, de afacerea ta si sunt mai usor de convertit.

DE CE FUNCTIONEAZA ASA BINE CUSTOM AUDIENCE?

Pentru ca targeteaza oamenii care au fost deja pe site-ul tau si au facut o actiune anume precum vizualizarea unei pagini, video, adaugare produs in cos etc.

Astfel acest tip de audienta este ideal de a atrage lead-uri in campania de marketing la un cost mic.

Trebuie sa intelegi inainte de toate care este diferenta intre audienta calda si cea rece.

Studiile au indicat ca 98% din B2B vizitatori pe site nu convertesc.

Care duce la intrebarea – de ce nu converteste lumea la anunturile mele?

Practic poate ca oferta nu e ok pentru ei, nu sunt targetati

bine, produsul este scump si alte zeci de motive...

Astfel o audienta rece este acel tip de audienta care nu a auzit de brandul tau pana acum.

Audienta calda pe de alta parte este formata din oameni ce au auzit de tine si de brandul tau.

Astfel poti "incalzi" audienta rece facandu-i mai familiari cu afacerea ta. Astfel trebuie sa targetezi foarte bine audienta ta. Mesajul de marketing trebuie sa fie in ton cu temperatura audientei tale.

Folosind Facebook Audiente Customizate poti targeta mai usor audienta calda pentru ca aceasta a fost in interactiune cu brandul tau.

TIPURI DE FACEBOOK AUDIENTA CUSTOMIZATA

1. Fisier cu date despre audienta
2. Trafic de pe site
3. App activity
4. Engagement

1. Fisier cu date despre audienta

Este o metoda prin care incarci date despre audienta ta targetata precum – email, telefon, nume si alte date

2. Trafic

Daca vrei sa targetezi oamenii ce au fost pe site-ul tau poti utiliza audientele personalizate.

Pentru asta trebuie sa instalezi pe site Facebook Pixel si sa il setezi pentru conversii.

Iata mai jos cum poti face acest lucru:

Cum dezvolti audientele personalizate pentru traficul de pe

site

1. Mergi la Facebook Business Manager si alege audiente
2. Click pe Creare Audienta
3. Selecteaza Audienta Personalizata
4. Selecteaza trafic de pe site
5. Selecteaza parametrii doriti
6. Alege numele audientei

4. ENGAGEMENT CUSTOM AUDIENCE

O audienta personalizata pe baza de engagement este formata din oamenii care au avut interactiune cu postarile tale.

Engagementul este compus din like, tip de vizualizare, deschidere post si multe altele.

Pentru a crea un public personalizat pe Facebook, bazat pe implicare, urmați acești pași:

1. Mergeți la Facebook Business Manager și alegeți Audiențe
2. Faceți clic pe "Creați public" în colțul din stânga sus
3. Selectați "Audience personalizat"
4. Faceți clic pe opțiunea "Angajament pe Facebook"

În prezent, există trei tipuri de angajament disponibile:

Video: vizionări video de 3 secunde, vizualizări video de 10 secunde, vizionări video de 30 de secunde, ceasuri video la 25%, ceasuri video la 50%, ceasuri video la 75%, ceasuri video la 95%, ceasuri video la 100%

Conducerea anunțurilor: formularul deschis, formularul deschis, dar care nu a fost prezentat (cunoscut sub numele de "drop-off"), a fost deschis și trimis

Anunțuri canvas: deschise, deschise și făcute clic pe link

CONCLUZIE

Acum ca ai înțeles cum se folosește Facebook Audiențele Customizate a sosit momentul să punem în aplicare teoria.