

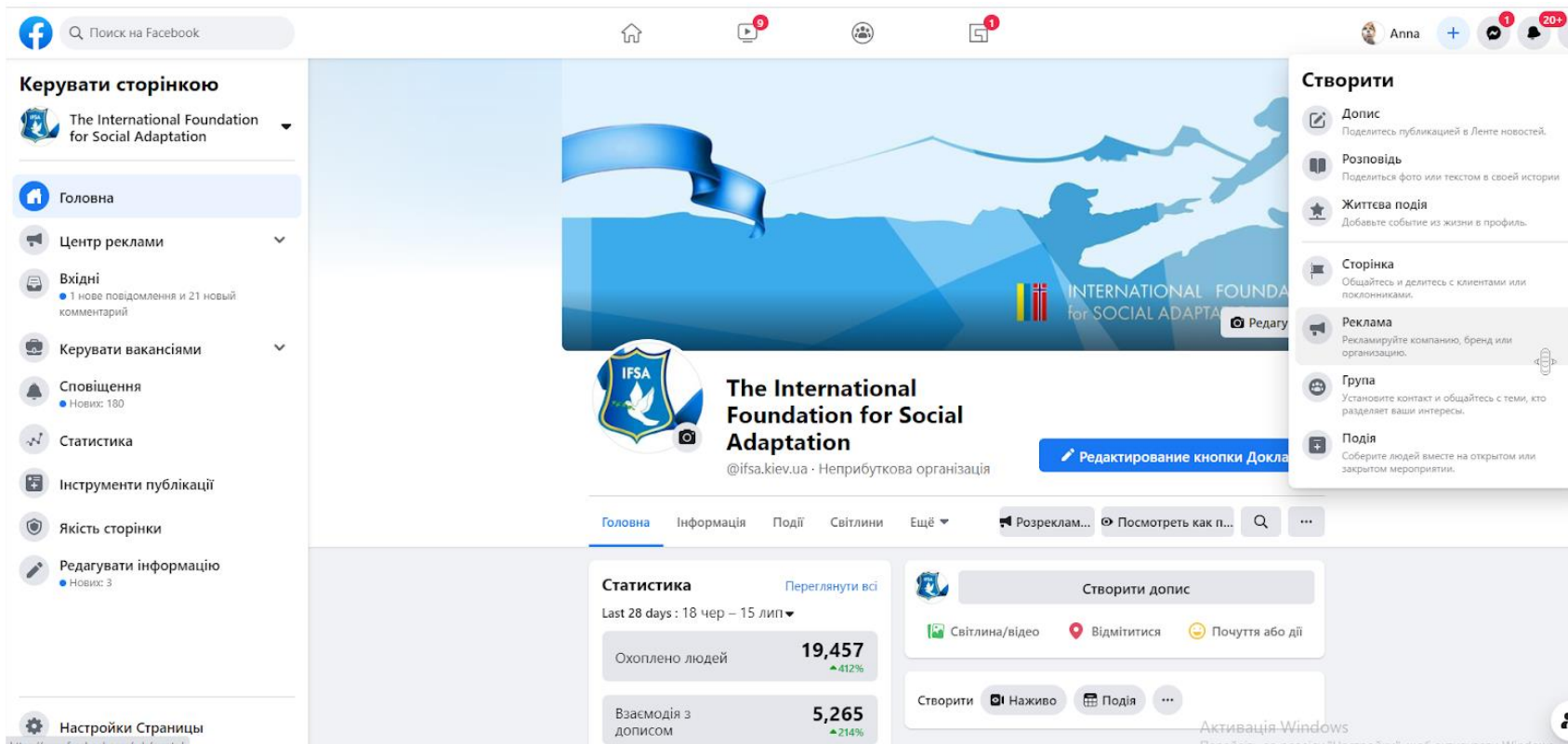


# SOCIAL MEDIA MARKETING

ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ  
ДЛЯ БІЗНЕСУ

## Запуску реклами

Для того, щоб перейти в інтерфейс Ads Manager, зайдіть в Facebook, в правому верхньому куті натисніть на кнопку-плюсик і в випадаючому меню виберіть «реклама».

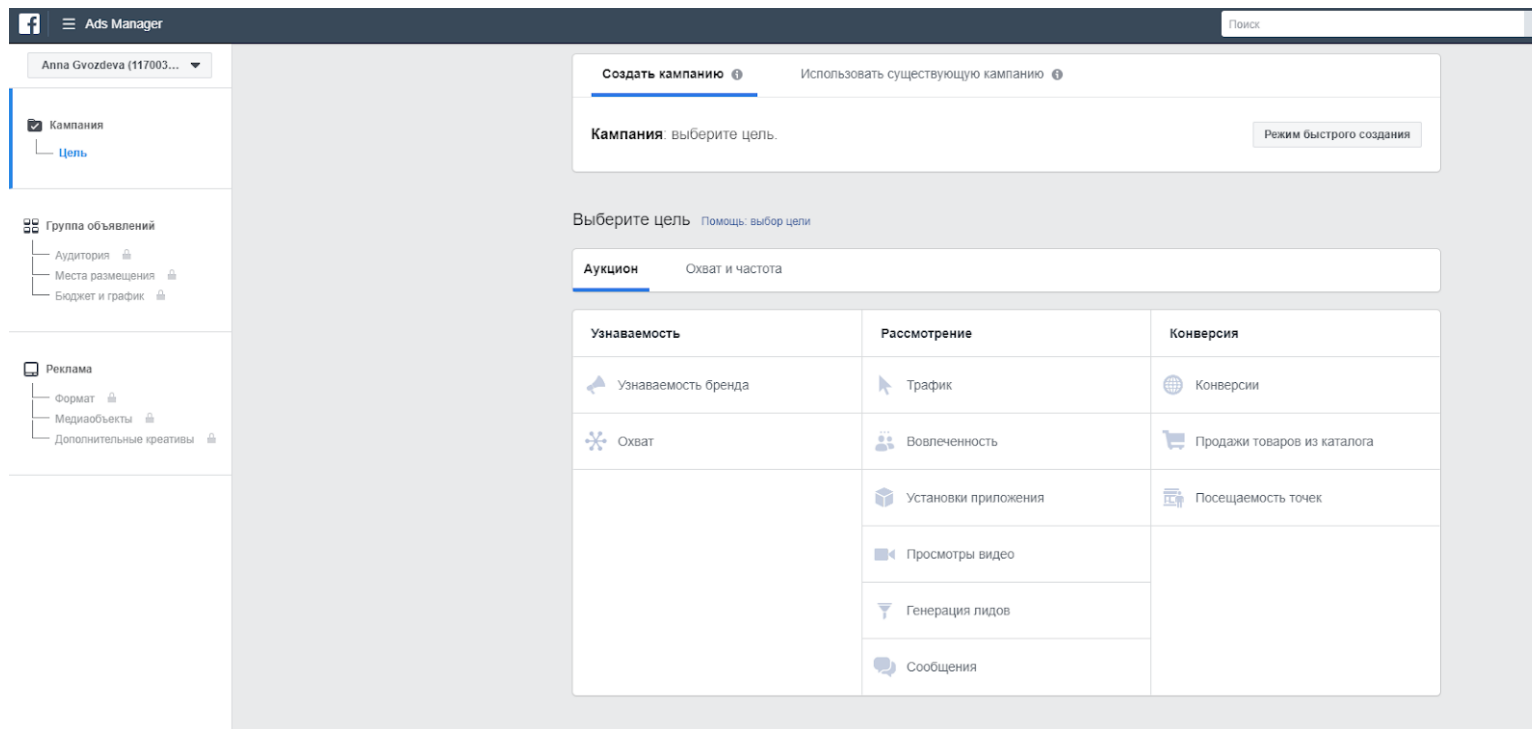


The screenshot shows the Facebook profile page for 'The International Foundation for Social Adaptation'. The left sidebar contains navigation options: Керувати сторінкою, Головна, Центр реклами, Вхідні, Керувати вакансіями, Сповіщення, Статистика, Інструменти публікації, Якість сторінки, and Редагувати інформацію. The main content area shows the profile header with the organization's name, logo, and a 'Create' button. A dropdown menu is open, showing options: Допис, Розповідь, Життєва подія, Сторінка, Реклама, Група, and Подія. The 'Реклама' option is highlighted. Below the header, there is a 'Статистика' section showing reach and engagement data for the last 28 days.

Статистика	Переглянути всі
Охоплено людей	19,457 (+412%)
Взаємодія з дописом	5,265 (+214%)

## Запуску реклами

Переходимо в інтерфейс Ads Manager



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and a navigation menu. The main area is divided into three sections: Campaigns, Ad Groups, and Ads. The Campaigns section is active, showing options to create a new campaign or use an existing one. Below this, there's a section for selecting a goal, with 'Auction' selected. A table of goals is displayed, categorized into three columns: Awareness, Consideration, and Conversion.

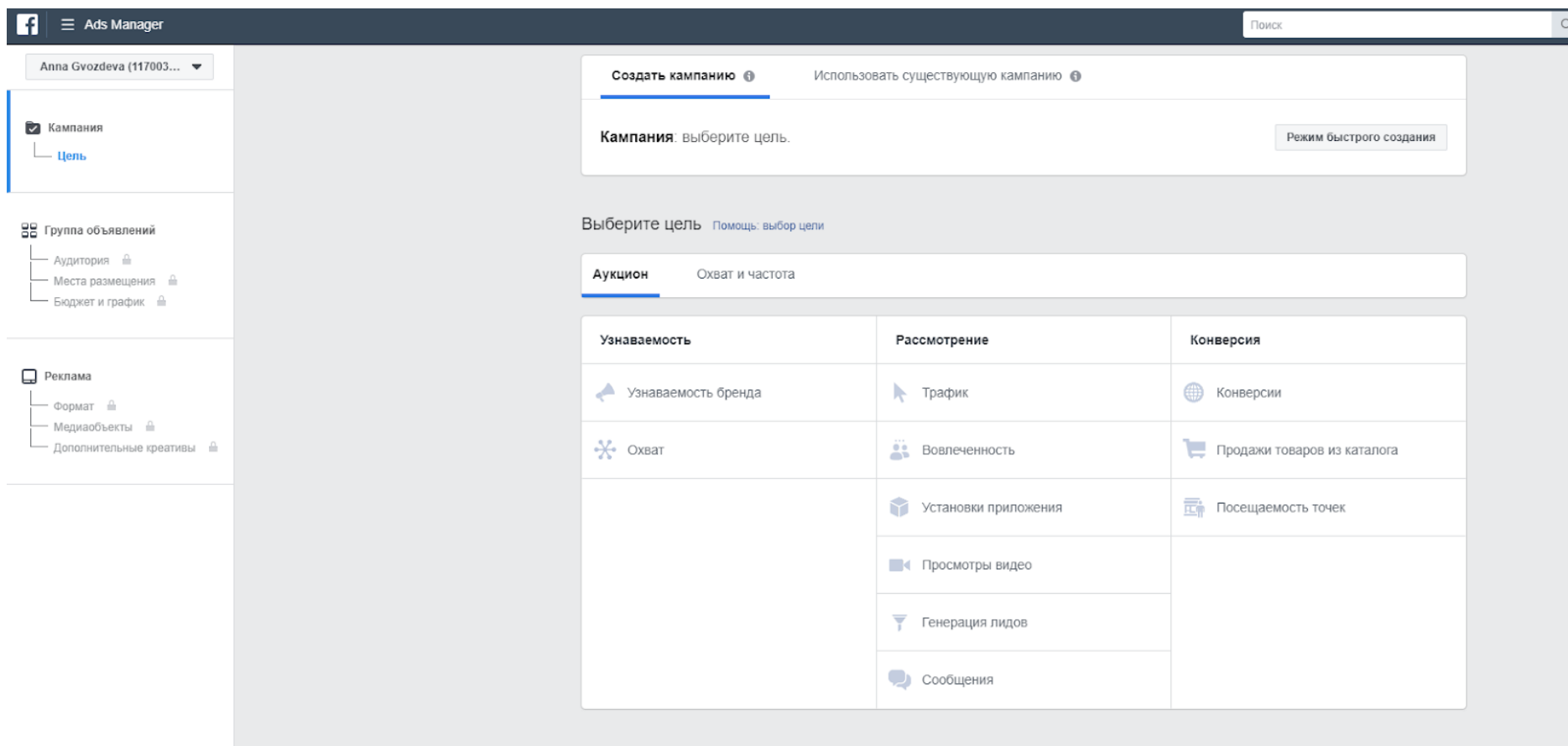
Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	

## Запуску реклами



## Запуску реклами

### Доступні цілі рекламної кампанії



Facebook Ads Manager interface showing campaign creation options and a list of available objectives.

Top navigation: Ads Manager, Поиск

Account: Анна Gvozdeva (117003...)

Left sidebar:

- Кампания
  - Цель
- Группа объявлений
  - Аудитория
  - Места размещения
  - Бюджет и график
- Реклама
  - Формат
  - Медиаобъекты
  - Дополнительные креативы

Main content area:

Создать кампанию | Использовать существующую кампанию

Кампания: выберите цель. [Режим быстрого создания](#)

Выберите цель [Помощь: выбор цели](#)

Аукцион | Охват и частота

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	



## Запуску реклами

### Як піднімати публікації

Ціль, призначена для просування і підвищення залученості публікацій на вашій сторінці.

Выберите цель Справка: выбор цели

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Вовлеченность</b>	Продажи по каталогу
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	

**Вовлеченность**

Увеличьте аудиторию, которая увидит публикации или Страницы, а также провзаимодействуют с ними. Под «взаимодействием» подразумеваются комментарии, перепосты, отметки «Нравится», ответы на приглашения и принятие предложений.

**Взаимодействие с публикацией**  Отметки "Нравится" Страницы  Ответы на приглашения

**Название кампании** Создать шаблон названия

Вовлеченность ← название вашей кампании

**Создать A/B-тестирование** Выполните A/B-тестирование креатива, места размещения, аудитории и стратегий оптимизации показа. Подробнее

**Оптимизация бюджета кампании** Оптимизация бюджета для всех групп объявлений. Подробнее

**ВЫКЛ** Зверніть увагу на ці перемикачі якщо ви не робите тест та не створюєте групу їх не потрібно вмикати

**ВЫКЛ**

[Настроить рекламный аккаунт](#)

## Запуску реклами

Процес створення групи можна розділити на три етапи:

Настройка  
аудиторії

Настройка видів  
плейсменту

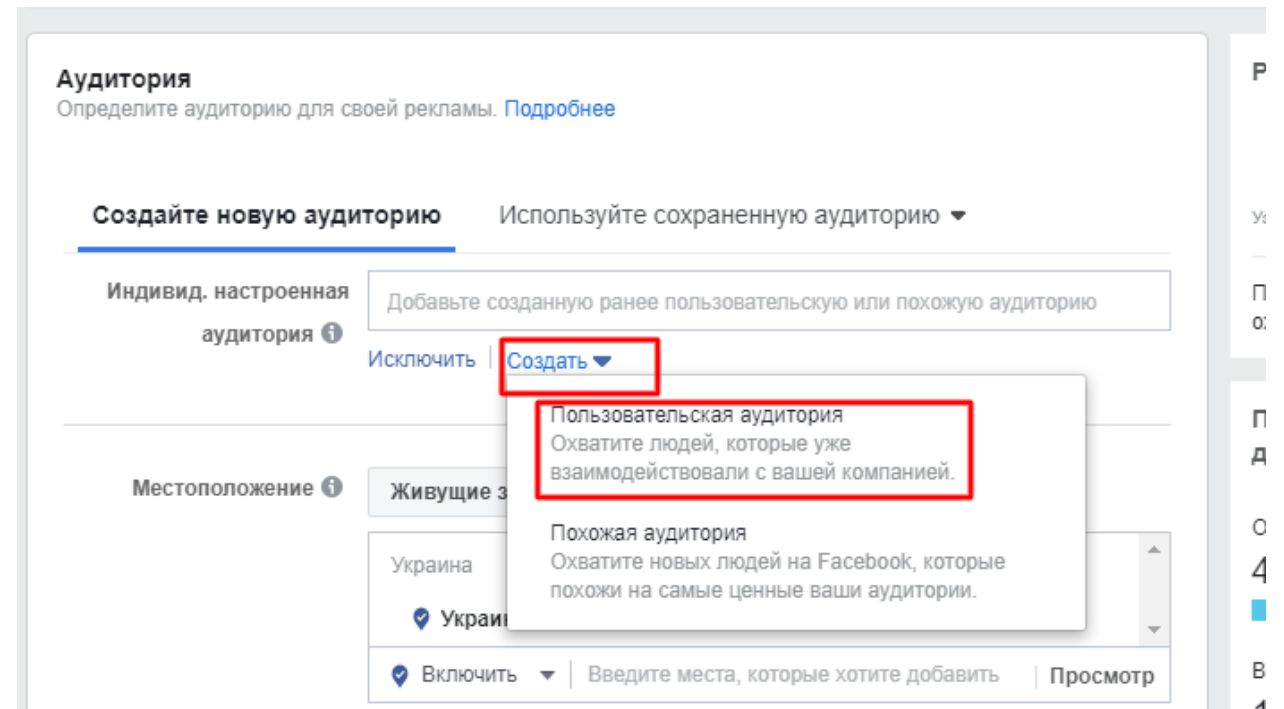
Визначення  
бюджету і графіку  
показу оголошень

## Створення аудиторії

# Індивідуально налаштована аудиторія

### Створення аудиторії 1 - файл з даними

Натискаємо на кнопку «Створити»  
У випадаючому меню вибираємо пункт  
«користувацька (пользовательская) аудиторія»



The screenshot shows the Facebook Audience Builder interface. At the top, it says "Аудиторія" and "Определите аудиторию для своей рекламы. Подробнее". Below this, there are two tabs: "Создайте новую аудиторию" (selected) and "Используйте сохраненную аудиторию". Under the "Создайте новую аудиторию" tab, there are three main options: "Индивид. настроенная аудитория" (Individual targeted audience), "Местоположение" (Location), and "Интересы" (Interests). The "Индивид. настроенная аудитория" option is selected, and a dropdown menu is open, showing "Создать" (Create) as the selected option. A red box highlights the "Создать" button and the dropdown menu. The dropdown menu shows two options: "Пользовательская аудитория" (User-defined audience) and "Похожая аудитория" (Lookalike audience). The "Пользовательская аудитория" option is highlighted with a red box. The description for "Пользовательская аудитория" is "Охватите людей, которые уже взаимодействовали с вашей компанией." (Reach people who have already interacted with your company.). The description for "Похожая аудитория" is "Охватите новых людей на Facebook, которые похожи на самые ценные ваши аудитории." (Reach new people on Facebook who are similar to your most valuable audiences.).



## Створення аудиторії

Создать пользовательскую аудиторию

Использовать собственные источники

- Сайт
- Действия в приложении
- Список клиентов
- Действия офлайн

Использовать источники Facebook

- Видео
- Форма генерации лидов
- Instant Experience
- Бизнес-профиль Instagram
- Мероприятия
- Страница Facebook

Про пользовательские аудитории

Создавайте актуальные аудитории, добавляя людей из самых подходящих источников.

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

Отмена

Create an Audience From a Customer List

Подготовьте список клиентов

Your customer list is a CSV or TXT file that contains information used to build your audience. Identifiers in your customer list are used to match with Facebook users. The more identifiers you provide, the better the match rate.

Include at least one main identifier

- Эл. адрес
- Номер телефона
- Идентификатор рекламодателя на мобильном устройстве
- Идентификатор пользователя приложения Facebook
- ID пользователя Страницы Facebook
- Имя
- Фамилия

Include more identifiers

- Город
- Регион/область
- Страна
- Почтовый индекс
- Дата рождения
- Год рождения
- Пол
- Возраст

Добавьте информацию о ценности, чтобы вы могли создать похожую аудиторию на основе ценности

Ценность клиента

Скачать шаблон списка

Посмотреть правила форматирования

Импортировать из MailChimp

Your Customer List Information Is Hashed

Перед тем, как отправить ваш список на Facebook для создания аудитории, мы применяем к нему криптографическую защиту. Это называется хеширование: личные данные преобразуются в рандомизированный код, и обратный процесс становится невозможно

Назад Next

## Відзначаєте потрібну графу

Create an Audience From a Customer List

В вашем списке есть столбец для данных о ценности клиентов?

Ценность клиентов — это связанное с клиентами значение ценности, основанное на том, как часто они приобретают товары или услуги вашей компании, и какие суммы при этом тратят. Добавив в свой список клиентов столбец ценности, позже вы сможете создать похожую аудиторию на основе ценности и начать поиск людей, похожих на ваших самых ценных клиентов.

email	phone	age	value
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

Yes  
Включить данные о ценности клиентов в список клиентов

No  
Продолжить работу со списком клиентов, не включая данные об их ценности

Назад Next

У формі, що з'явилася вибирайте - список клієнтів.

Буде запропоновано або завантажити файл з даними, або скопіювати їх вручну скававши шаблон списку, або імпортувати з Mailchimp.

## Створення аудиторії



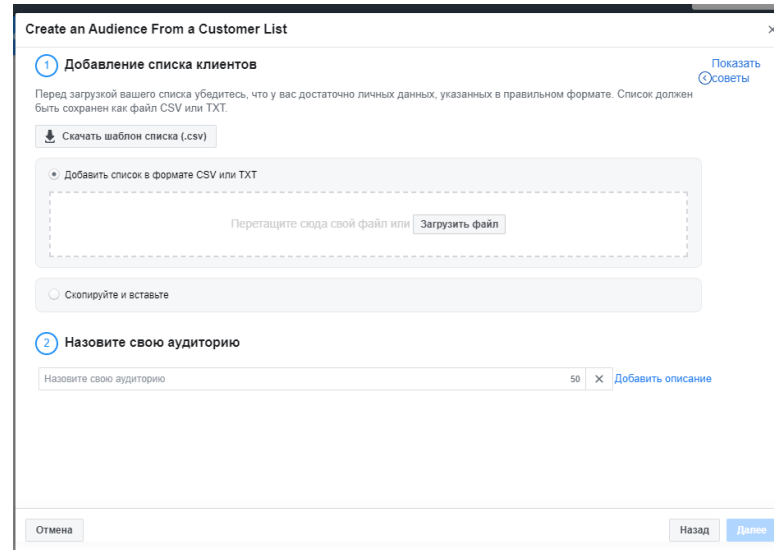
### Требования для использования пользовательских аудиторий

- ✓ Чтобы использовать пользовательские аудитории, вы должны быть рекламодателем, агентством или поставщиком данных, действующим от лица рекламодателя, или партнером, работающим с API Marketing или API Custom Audiences.
- ✓ Advertisers and those who run ads on their behalf are ultimately responsible for acknowledging their permission to share and use people's data.
- ✓ You are accepting terms on behalf of Urbanist

Нажимая "Принимаю", вы принимаете Custom Audience terms.

Принять

Приймаємо умови і йдемо далі



1. Добавление списка клиентов

Перед загрузкой вашего списка убедитесь, что у вас достаточно личных данных, указанных в правильном формате. Список должен быть сохранен как файл CSV или TXT.

Скачать шаблон списка (.csv)

Добавить список в формате CSV или TXT

Перетащите сюда свой файл или Загрузить файл

Скопируйте и вставьте

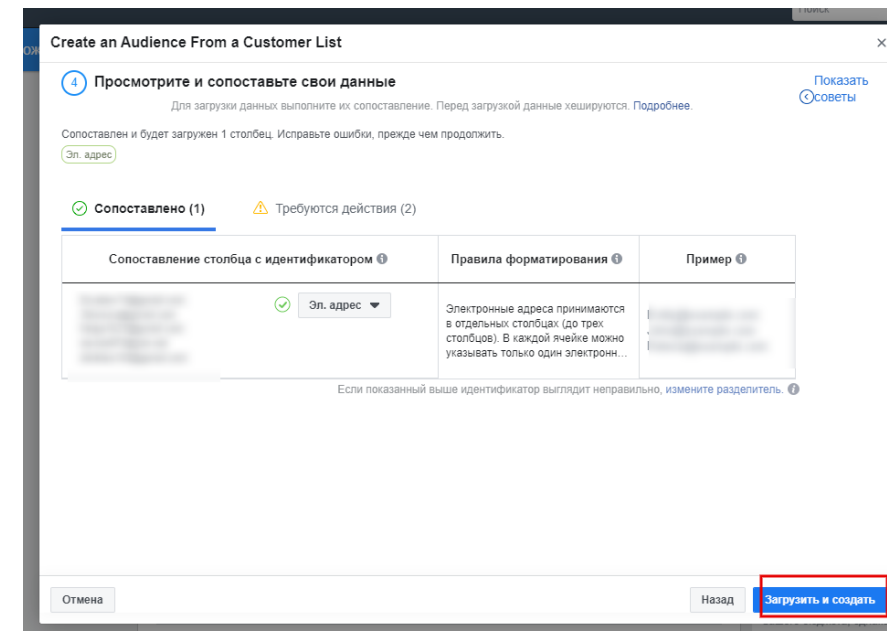
2. Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию 50 x Добавить описание

Отмена Назад Далее

Завантажуєте свою аудиторію  
натиснувши завантажити фал

Зіставте завантажені дані з  
відповідними ідентифікаторами



4. Просмотрите и сопоставьте свои данные

Для загрузки данных выполните их сопоставление. Перед загрузкой данные хешируются. Подробнее

Сопоставлен и будет загружен 1 столбец. Исправьте ошибки, прежде чем продолжить.

Эл. адрес

Сопоставлено (1) Требуется действия (2)

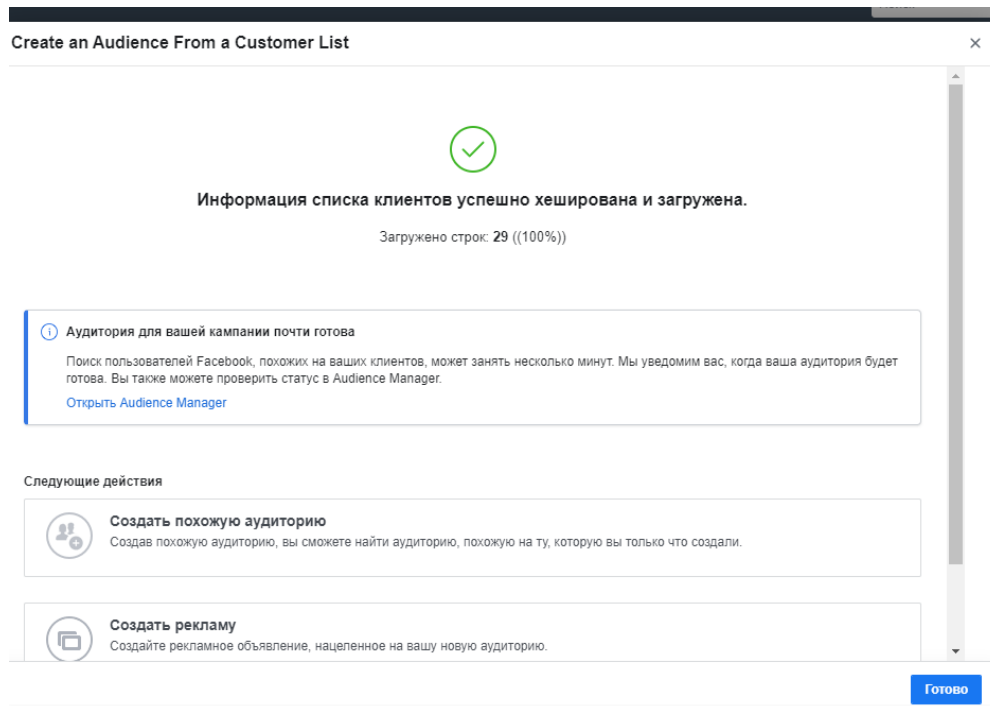
Сопоставление столбца с идентификатором	Правила форматирования	Пример
Эл. адрес	Электронные адреса принимаются в отдельных столбцах (до трех столбцов). В каждой ячейке можно указывать только один электронн...	

Если показанный выше идентификатор выглядит неправильно, измените разделитель.




Отмена Назад Загрузить и создать

## Створення аудиторії

Якщо контактів в базі у вас багато, це може зайняти кілька хвилин.  
Facebook надішле вам повідомлення, коли аудиторія буде готова.



Виберіть пункт «Імпортувати з Mailchimp», щоб вивантажити всі дані безпосередньо.

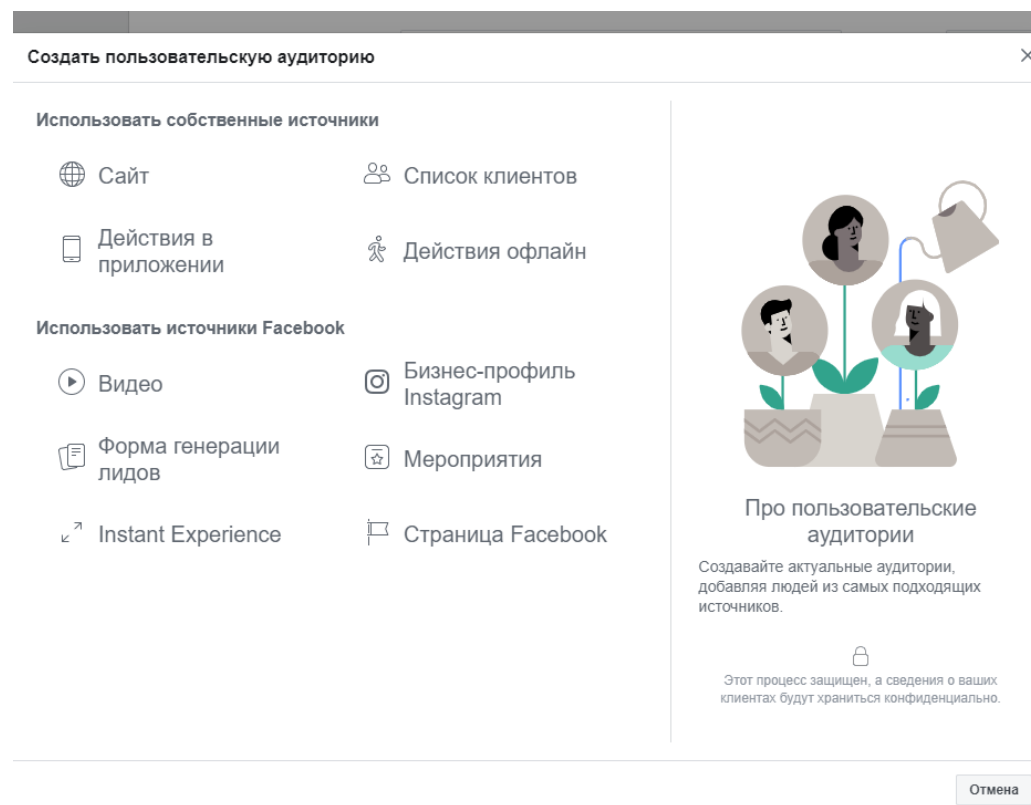
-  [Скачать шаблон списка](#)
-  [Посмотреть правила форматирования](#)
-  [Импортировать из MailChimp](#)

[Подробнее](#)

## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 2 - трафік веб-сайту

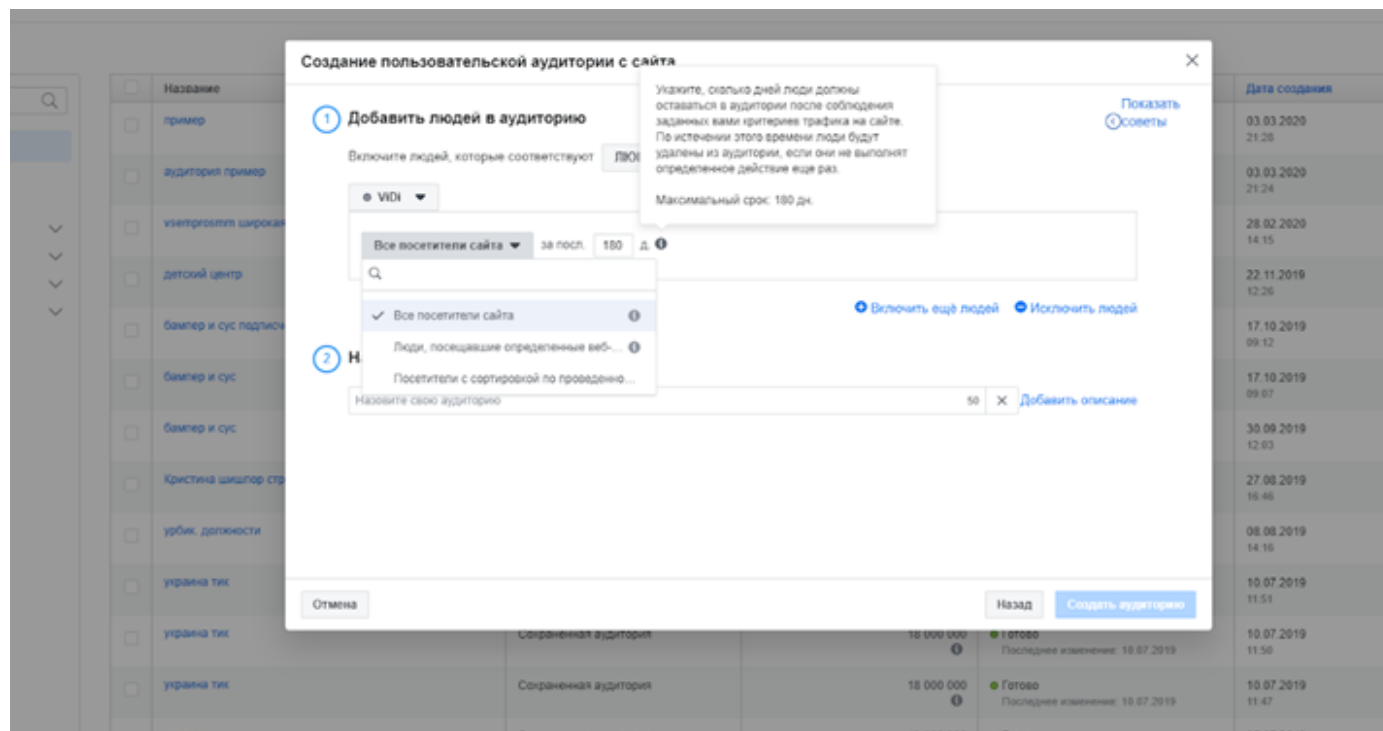
Натисніть на кнопку «Створити»  
виберіть пункт «сайт». погодьтеся з  
умовами користування та натисніть  
на кнопку «Створити піксель  
Facebook».



Піксель Facebook - аналог  
коду ретаргетінгу в системах  
контекстної реклами

## Створення аудиторії

Перед вами відкриється вікно створення пікселя.



Создание пользовательской аудитории с сайта

1. **Добавить людей в аудиторию**

Включите людей, которые соответствуют

VIDI

Все посетители сайта за посл. 180 д

2. **И**

Люди, посещавшие определенные веб-...  
Посетители с сортировкой по проведено...

Назовите свою аудиторию 59

Показать  
Советы

Максимальный срок: 180 дн.

Укажите, сколько дней люди должны оставаться в аудитории после соблюдения заданных вами критериев трафика на сайте. По истечении этого времени люди будут удалены из аудитории, если они не выполнят определенное действие еще раз.

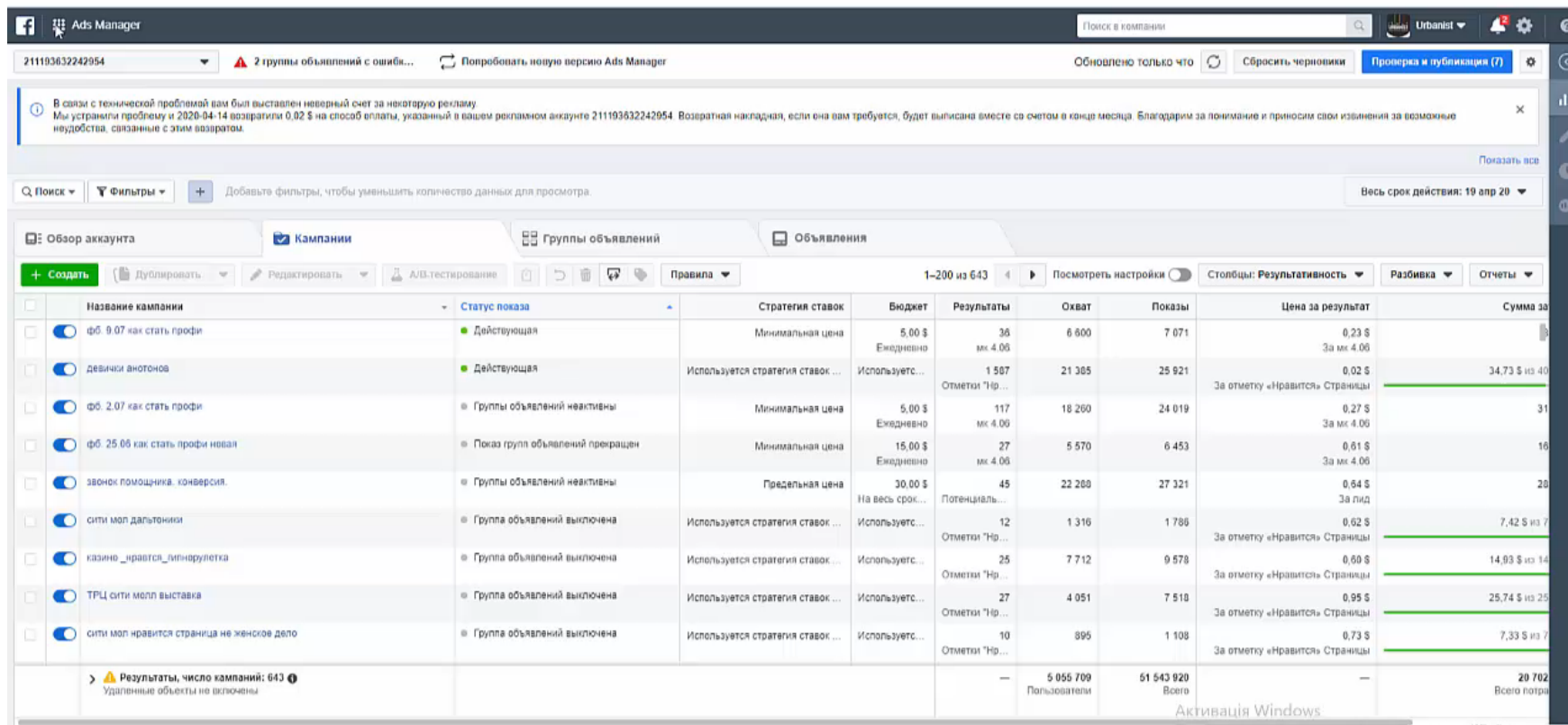
Включить ещё людей Исключить людей

Отмена Назад Создать аудиторию

Виберіть, кому саме ви хочете показувати рекламні оголошення.

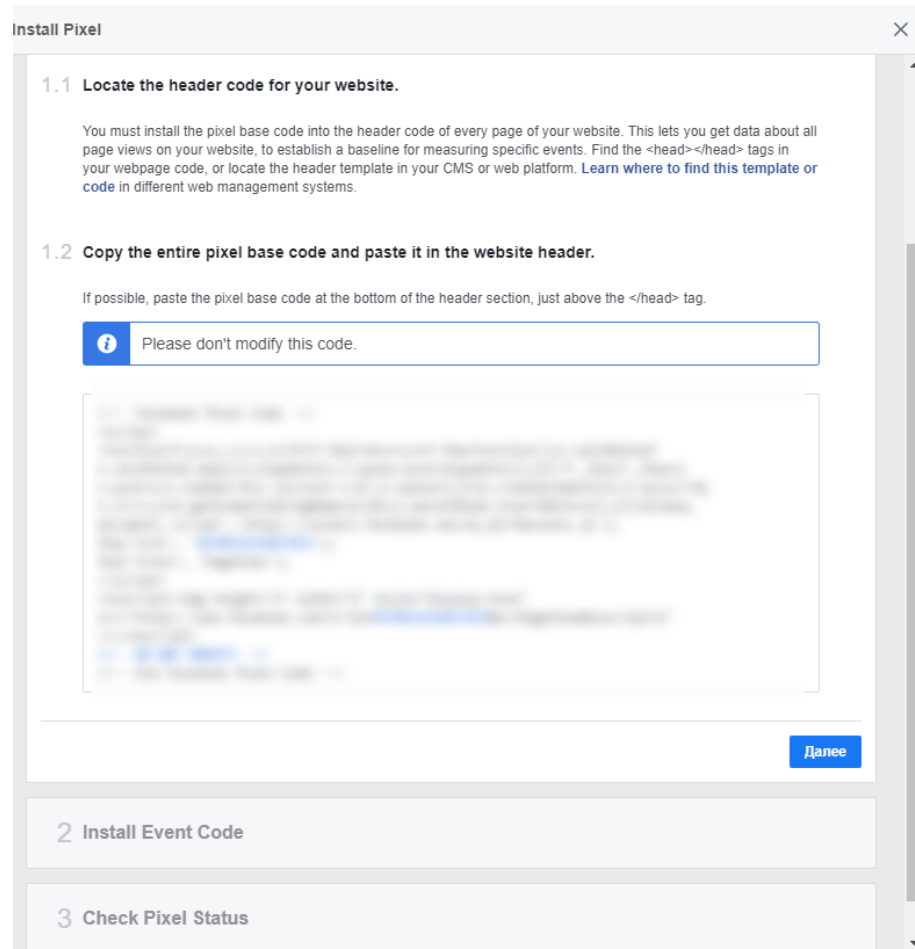
## Створення аудиторії

Процес створення користувацької аудиторії та як подивитись код пікселя



Название кампании	Статус показа	Стратегия ставок	Бюджет	Результаты	Охват	Показы	Цена за результат	Сумма за
fb. 9.07 как стать профи	Действующая	Минимальная цена	5,00 \$ Ежедневно	36 мк: 4.06	6 600	7 071	0,23 \$ За мк: 4.06	
девочки анотонов	Действующая	Используется стратегия ставок...	Используется...	1 507 Отметки "Нр..."	21 305	25 921	0,02 \$ За отметку «Нравится» Страницы	34,73 \$ из 40
fb. 2.07 как стать профи	Группы объявлений неактивны	Минимальная цена	5,00 \$ Ежедневно	117 мк: 4.06	18 200	24 019	0,27 \$ За мк: 4.06	31
fb. 25.06 как стать профи новал	Показ групп объявлений прекращен	Минимальная цена	15,00 \$ Ежедневно	27 мк: 4.06	5 570	6 453	0,61 \$ За мк: 4.06	16
завок помощника. конверсия.	Группы объявлений неактивны	Предельная цена	30,00 \$ На весь срок...	45 Потенциаль...	22 289	27 321	0,64 \$ За лид	20
сити мол дельтаони	Группа объявлений выключена	Используется стратегия ставок...	Используется...	12 Отметки "Нр..."	1 316	1 786	0,62 \$ За отметку «Нравится» Страницы	7,42 \$ из 7
казино_нравитса_минорулетка	Группа объявлений выключена	Используется стратегия ставок...	Используется...	25 Отметки "Нр..."	7 712	9 578	0,60 \$ За отметку «Нравится» Страницы	14,93 \$ из 14
TRC сити молл выставка	Группа объявлений выключена	Используется стратегия ставок...	Используется...	27 Отметки "Нр..."	4 051	7 510	0,95 \$ За отметку «Нравится» Страницы	25,74 \$ из 25
сити мол нравитса страница не женское дело	Группа объявлений выключена	Используется стратегия ставок...	Используется...	10 Отметки "Нр..."	895	1 108	0,73 \$ За отметку «Нравится» Страницы	7,33 \$ из 7
<b>Результаты, число кампаний: 643</b> Удаленные объекты не включены						5 055 709 Пользователи	61 543 920 Всего	20 702 Всего потра

## Створення аудиторії



Install Pixel

1.1 **Locate the header code for your website.**

You must install the pixel base code into the header code of every page of your website. This lets you get data about all page views on your website, to establish a baseline for measuring specific events. Find the `<head></head>` tags in your webpage code, or locate the header template in your CMS or web platform. [Learn where to find this template or code](#) in different web management systems.

1.2 **Copy the entire pixel base code and paste it in the website header.**

If possible, paste the pixel base code at the bottom of the header section, just above the `</head>` tag.

Please don't modify this code.

Далее

2 Install Event Code

3 Check Pixel Status



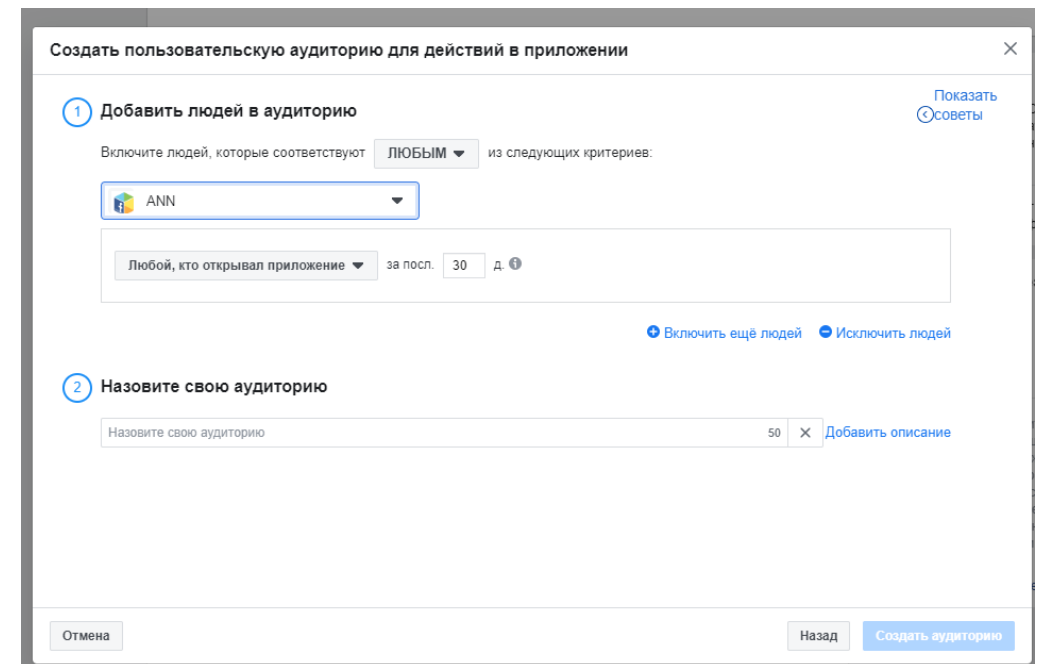
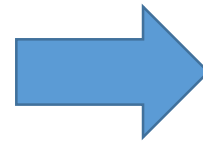
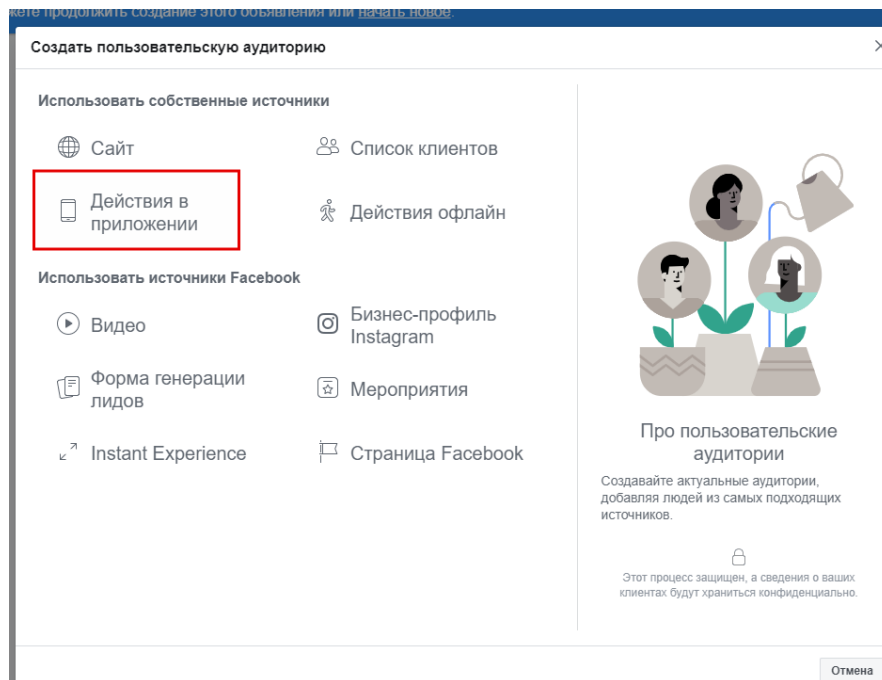
Переходимо в розділ аудиторії . → Находимо щойно створену аудиторію по ретаргетингу з сайту і ставимо галочку зліва від назви. → Натискаємо подивитися елемент. → Беремо піксель з вікна.

У новому вікні скопіюйте код і вставте його на всі сторінки вашого сайту перед закриваючим тегом `</ head>`.

## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 3 - дії в додатках

- вибрати пункт «дії в додатках» в меню, → дати назву і опис аудиторії,
- вказати додаток, зареєстрований на ваш обліковий запис в Facebook Developers.





## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 4 - залученість на Facebook

Создать пользовательскую аудиторию

Использовать собственные источники

- Сайт
- Список клиентов
- Действия в приложениях
- Действия офлайн

Использовать источники Facebook

- Видео
- Бизнес-профиль Instagram
- Форма генерации лидов
- Мероприятия
- Instant Experience
- Страница Facebook**

Про пользовательские аудитории

Создавайте актуальные аудитории, добавляя людей из самых подходящих источников.

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

Отмена

### Вам будуть доступні варіанти

Создать пользовательскую аудиторию для Страницы Facebook

1 Добавить людей в аудиторию [Показать советы](#)

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Страница: Быстрые результаты

Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей за посл. 365 д.

- Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей
- Любой посетитель вашей Страницы
- Люди, взаимодействовавшие с любой публикацией или рекламой
- Люди, нажавшие кнопку призыва к действию
- Люди, которые написали вашей Странице
- Люди, сохранившие вашу Страницу или любую публикацию

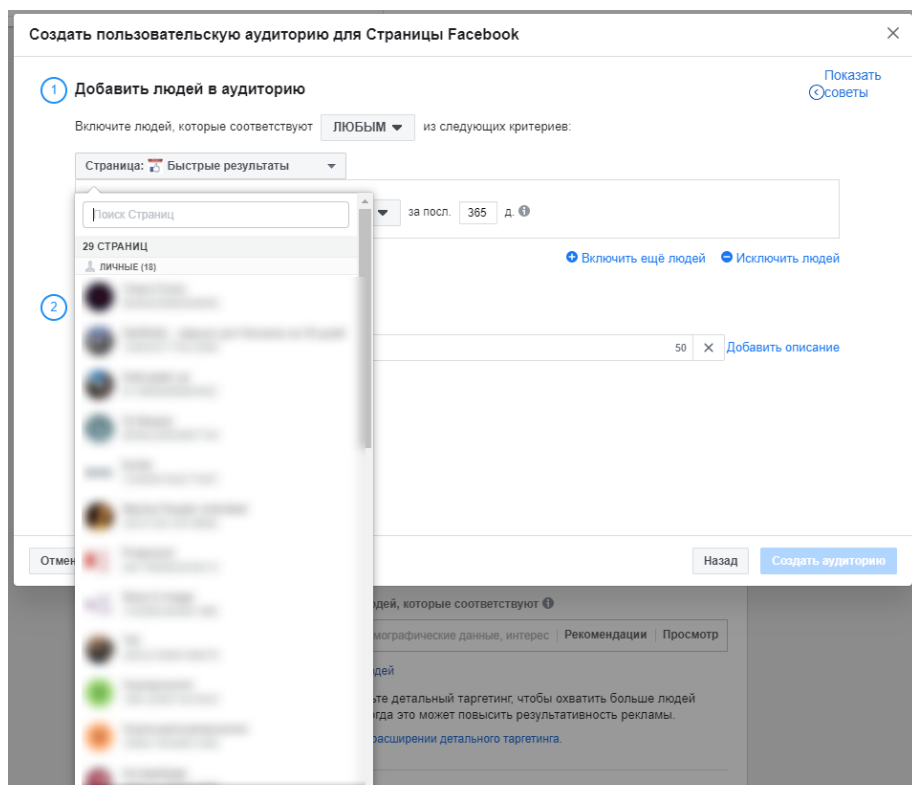
[+](#) Включить ещё людей [-](#) Исключить людей

50 [X](#) [Добавить описание](#)

Отмена [Назад](#) [Создать аудиторию](#)

## Створення аудиторії

Можете вибрати не одну сторінку, а всі, до яких у вас є доступ як адміністратора.



Создать пользовательскую аудиторию для Страницы Facebook

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Страница: Быстрые результаты

Поиск Страниц

29 СТРАНИЦ

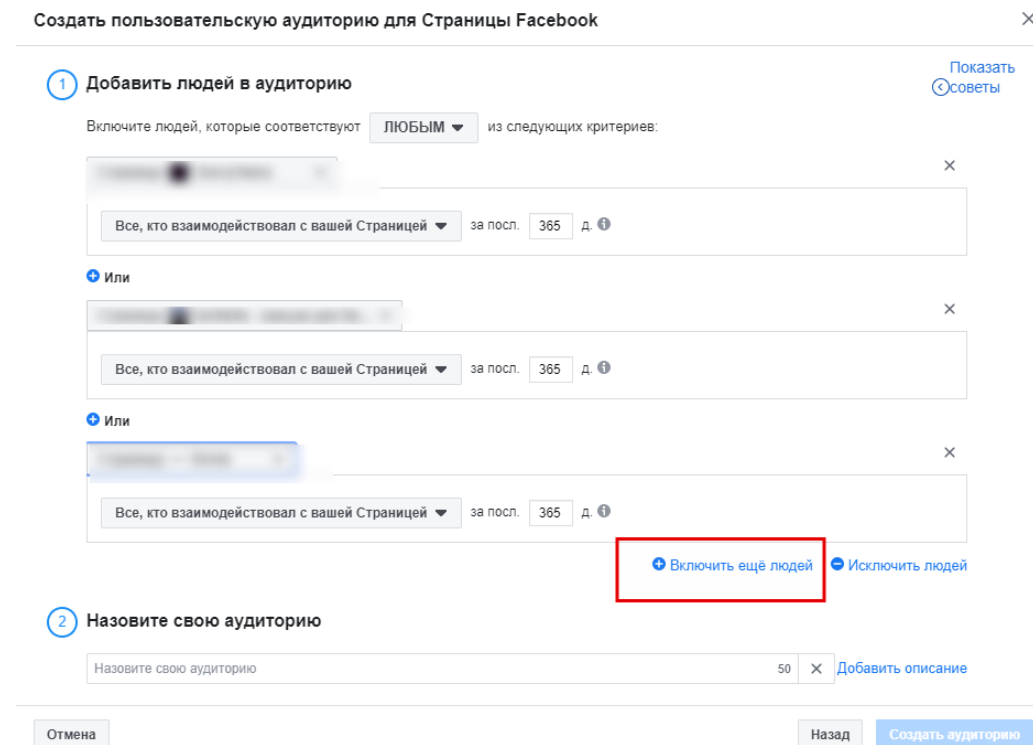
личные (18)

Включить ещё людей

Исключить людей

50 x Добавить описание

Назад Создать аудиторию



Создать пользовательскую аудиторию для Страницы Facebook

1 Добавить людей в аудиторию

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей за посл. 365 д.

Или

Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей за посл. 365 д.

Или

Все, кто взаимодействовал с вашей Страницей за посл. 365 д.

Включить ещё людей

Исключить людей

2 Назовите свою аудиторию

Назовите свою аудиторию 50 x Добавить описание

Отмена

Назад Создать аудиторию

## Створення аудиторії

Создать пользовательскую аудиторию

Использовать собственные источники

- Сайт
- Список клиентов
- Действия в приложении
- Действия офлайн

Использовать источники Facebook

- Видео
- Бизнес-профиль Instagram
- Форма генерации лидов
- Мероприятия
- Instant Experience
- Страница Facebook

Про пользовательские аудитории

Создавайте актуальные аудитории, добавляя людей из самых подходящих источников.

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

Отмена

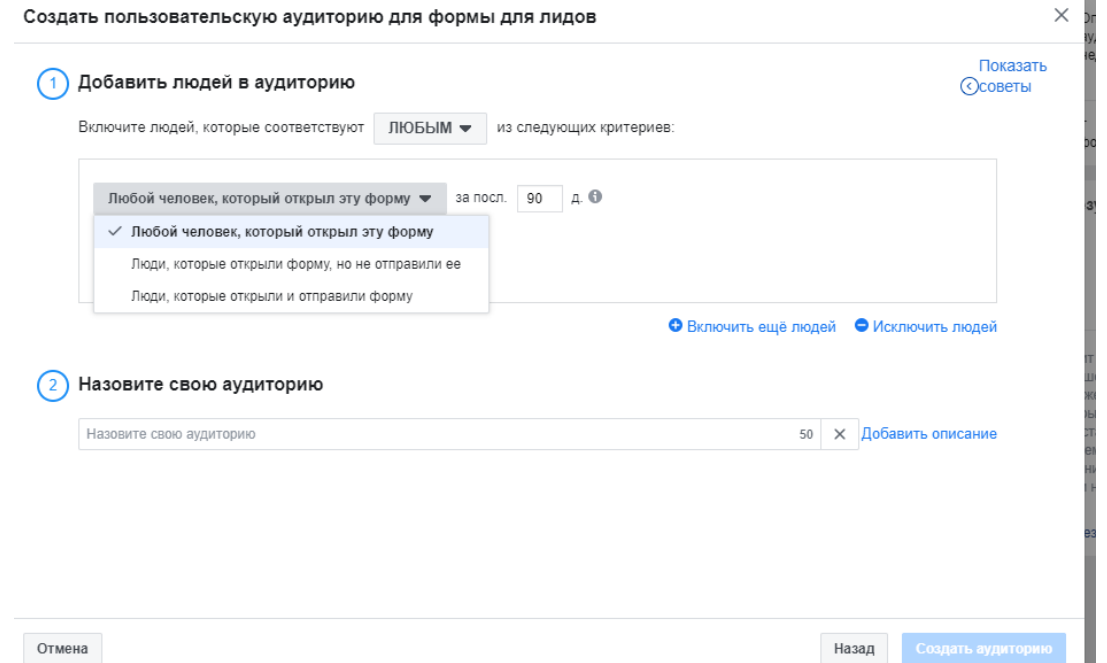
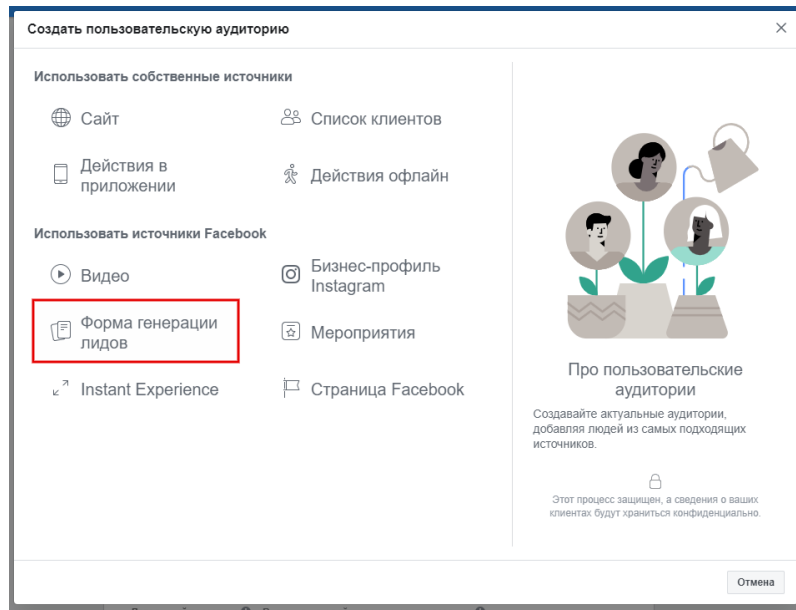
За такою ж схемою робимо аудиторію по сторінці Instagram. Звичайно ж сторінка повинна бути підключена до вашої сторінки Facebook.



## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 5 - форма генерації лідів

У Facebook можна створювати аудиторію з тих, хто будь-яким чином взаємодіяв з публікаціями для збору лідів: просто відкрив форму, відкрив, але не відправив, або відкрив і відправив.



## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 6 - відео

Аудиторія - всі, хто взаємодіяв якимось чином з відео на вашій сторінці



Создать пользовательскую аудиторию

Использовать собственные источники

- Сайт
- Список клиентов
- Действия в приложении
- Действия офлайн

Использовать источники Facebook

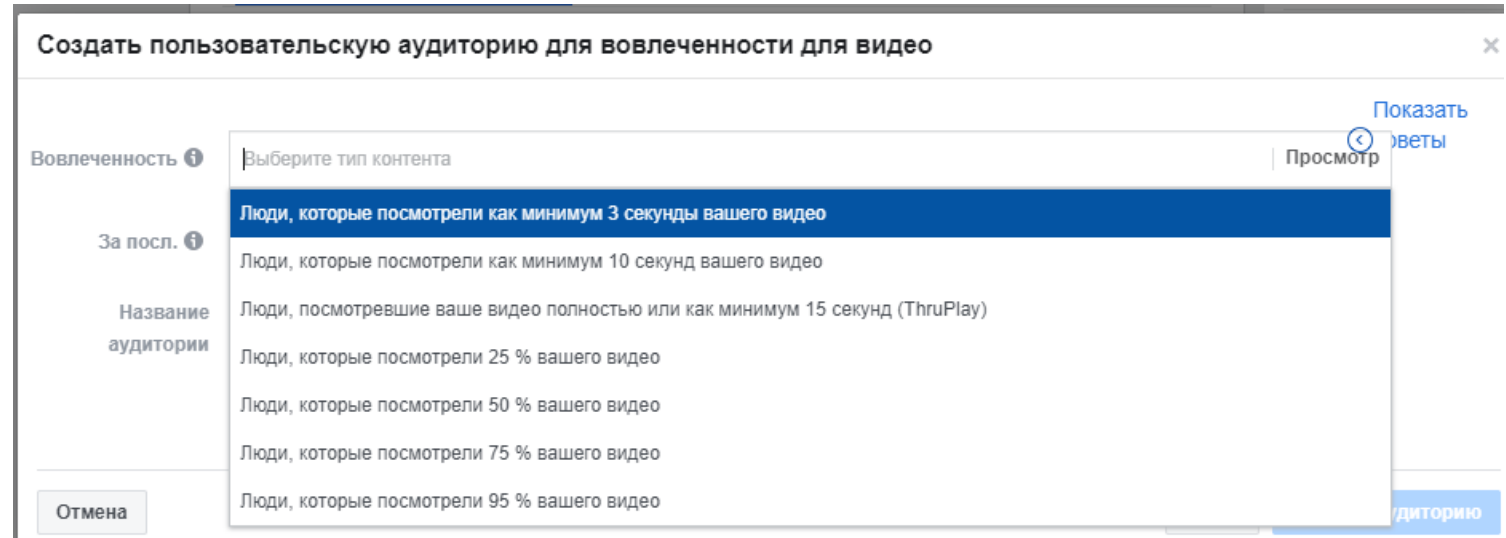
- Видео**
- Бизнес-профиль Instagram
- Форма генерации лидов
- Мероприятия
- Instant Experience
- Страница Facebook

Про пользовательские аудитории

Создавайте актуальные аудитории, добавляя людей из самых подходящих источников.

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

Отмена



Создать пользовательскую аудиторию для вовлеченности для видео

Вовлеченность **Выберите тип контента** Просмотр Показать советы

За посл. **Люди, которые посмотрели как минимум 3 секунды вашего видео**

- Люди, которые посмотрели как минимум 10 секунд вашего видео
- Люди, просмотревшие ваше видео полностью или как минимум 15 секунд (ThruPlay)
- Люди, которые посмотрели 25 % вашего видео
- Люди, которые посмотрели 50 % вашего видео
- Люди, которые посмотрели 75 % вашего видео
- Люди, которые посмотрели 95 % вашего видео

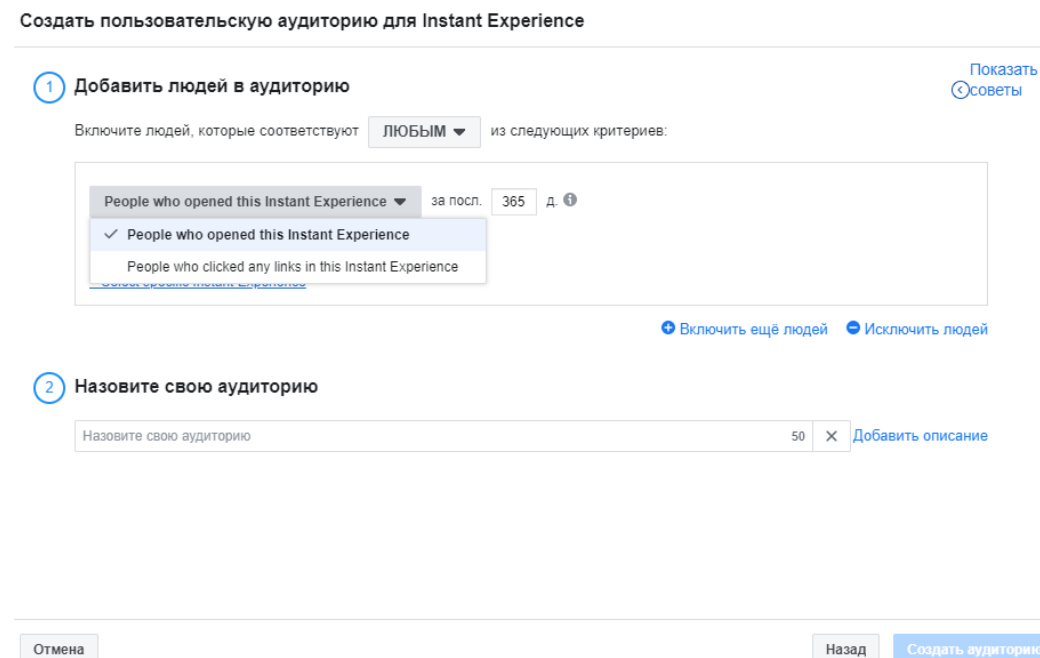
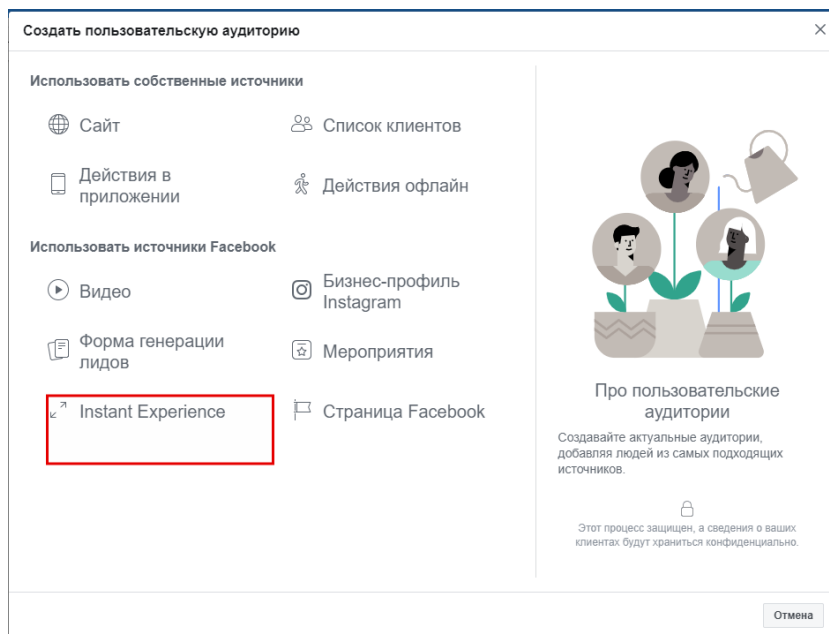
Отмена

Аудиторию

## Створення аудиторії

### Створення аудиторії 7 - Instant Experience

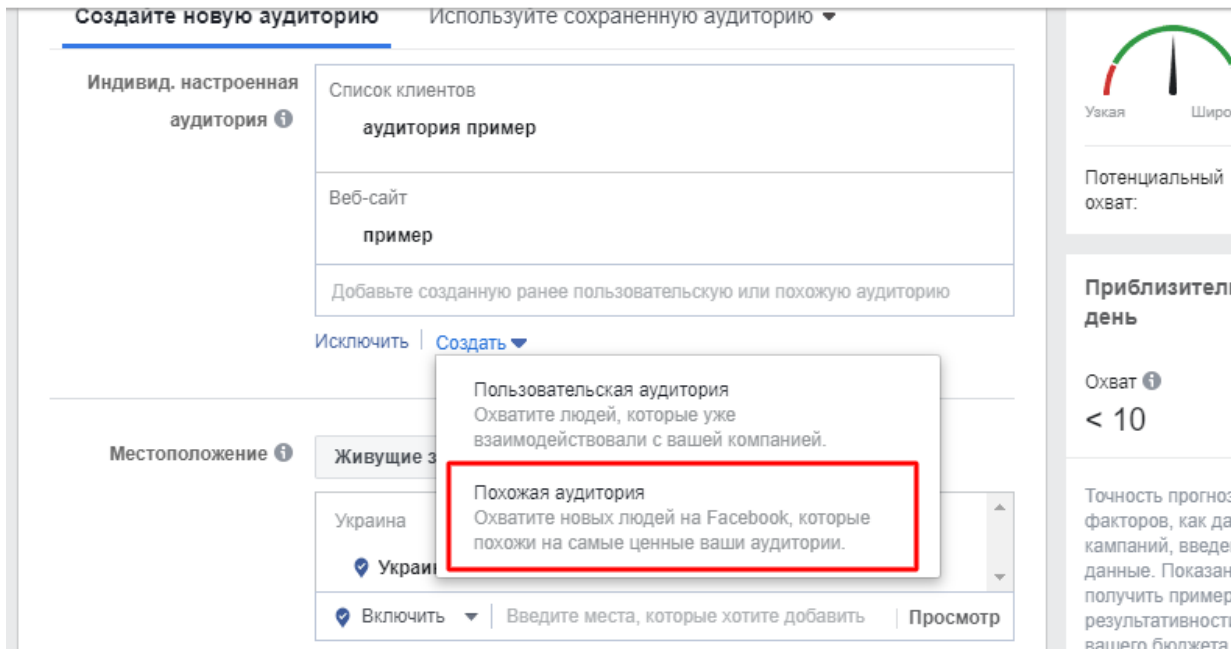
Instant Experience - це повноекранний формат, який відкривається, якщо людина взаємодіє з вашою рекламою на мобільному пристрої.



## Створення аудиторії

### Створення аудиторії - схожа аудиторія

Натисніть на кнопку «Створити» і в випадаючому меню виберіть пункт «Схожа аудиторія»



Создайте новую аудиторию | Используйте сохраненную аудиторию

Индивидуальная настроенная аудитория

- Список клиентов аудитория пример
- Веб-сайт пример
- Добавьте созданную ранее пользовательскую или похожую аудиторию

Исключить | Создать

Местоположение

- Живущие з
- Украина
- Украина
- Включить | Введите места, которые хотите добавить | Просмотр

Пользовательская аудитория  
Охватите людей, которые уже взаимодействовали с вашей компанией.

**Похожая аудитория**  
Охватите новых людей на Facebook, которые похожи на самые ценные ваши аудитории.

Узкая | Широкая

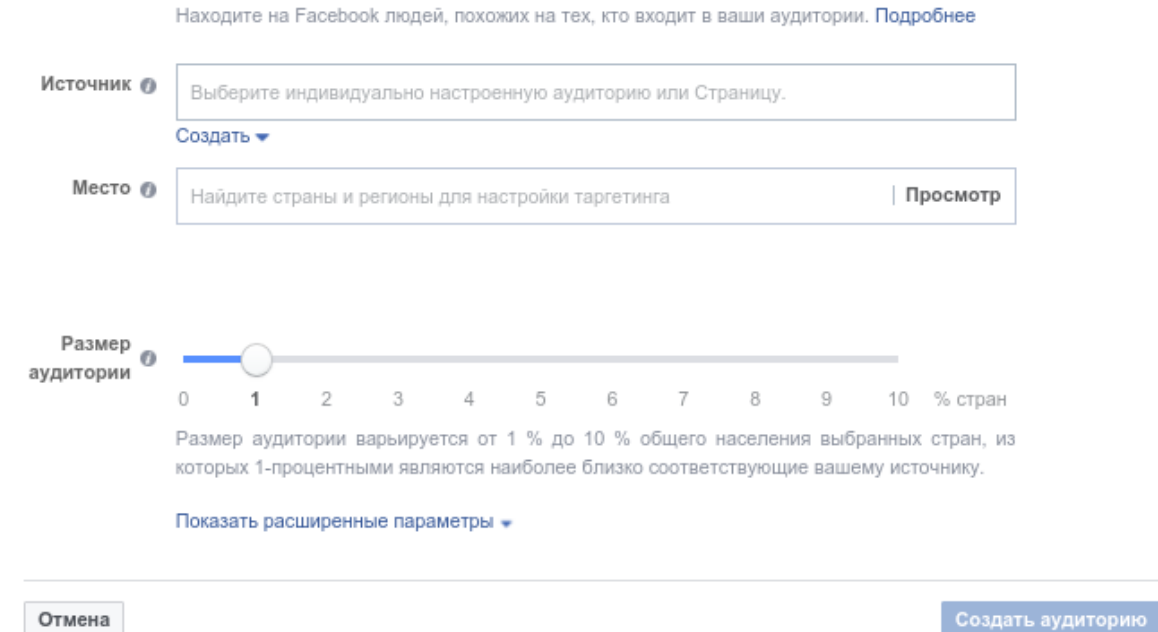
Потенциальный охват:

Приблизительный день

Охват < 10

Точность прогноз факторов, как для кампаний, введенные данные. Показаны примеры результативности вашего бюджета

### Создайте похожую аудиторию



Находите на Facebook людей, похожих на тех, кто входит в ваши аудитории. [Подробнее](#)

Источник Выберите индивидуально настроенную аудиторию или Страницу.

Создать

Место Найдите страны и регионы для настройки таргетинга | [Просмотр](#)

Размер аудитории

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % стран

Размер аудитории варьируется от 1% до 10% общего населения выбранных стран, из которых 1-процентными являются наиболее близко соответствующие вашему источнику.

[Показать расширенные параметры](#)

[Отмена](#) [Создать аудиторию](#)

## Створення аудиторії

Для створення схожої аудиторії необхідно вказати три параметри

**Джерело** - джерело даних, на основі яких Facebook буде створювати схожу аудиторію.

Це може бути список клієнтів, який ви завантажили раніше, піксель або люди, які підписалися на вашу сторінку;

**Країна** - країна, жителі якої будуть включені в схожу аудиторію;

**Розмір аудиторії** - відсоток населення країни, який буде використовуватися для створення схожою аудиторії. Мінімальне значення - 1%, при якому подібність з оригінальною аудиторією буде максимальним, а максимальне - 10%.



## Створення аудиторії

### Створення аудиторії - місце розташування

Можна зорієнтувати оголошення не тільки на тих, хто проживає в обраній місцевості, а й на тих, хто там нещодавно був, і тих, хто там подорожує.

Ви можете відзначити місцезнаходження «шпилькою» і вручну задати радіус

Местоположение ⓘ Живущие здесь или недавние посетители ▾

- ✓ Живущие здесь или недавние посетители ⓘ
- Люди, живущие здесь ⓘ
- Недавние посетители ⓘ
- Путешественники ⓘ

Добавить | Просмотр

Добавить несколько мест сразу

Возраст ⓘ 18 ▾ - 65+ ▾

Пол ⓘ Все Мужчины Женщины

Дальность ⓘ

Местоположение ⓘ Живущие здесь или недавние посетители ▾

Украина

Украина

Включить ▾ Введите места, которые хотите добавить | Просмотр

- ✓ Включить
- Исключить

Отметить булавкой

Добавить несколько мест сразу


## Створення аудиторії


### Створення аудиторії - демографічні ознаки



Встановіть необхідний вік аудиторії.

Міняйте настройки статі тільки в тому випадку, якщо ви рекламуєте товари або послуги, характерні тільки для чоловіків або тільки для жінок.

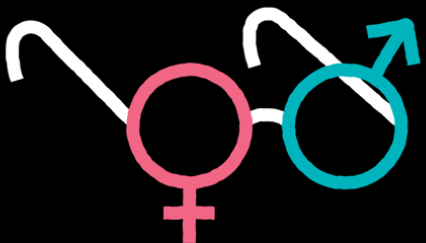
Вкажіть необхідні мови, якими говорить ваша цільова аудиторія.

Возраст  20 ▼ - 50 ▼

Пол  **Все** Мужчины Женщины

Языки  Русский 

Укажите язык...



## Створення аудиторії

### Створення аудиторії - детальний таргетинг

За допомогою налаштувань детального таргетингу ви можете створити унікальну аудиторію на основі інтересів, взаємодій з іншими сайтами, сімейного стану, освіти, політичних поглядів і так далі. Ви можете додавати або виключати цих людей з аудиторії. Всі налаштування детального таргетингу діляться на чотири категорії:

Детальный таргетинг ⓘ

ВКЛЮЧИТЬ людей, которые соответствуют как минимум ОДНОМУ из следующих условий ⓘ

Добавьте демографические данные, инт... | Рекомендации | Просмотр

▶ Демографические интересы	0
▶ Интересы	0
▶ Поведение	0
▶ Другие категории	0

Связи ⓘ


Сохранить данную аудиторию


## Створення аудиторії

**Демографічні інтереси.** Тут ви можете вибрати людей на основі їх етнічної приналежності, покоління (X - 1961-1981 роки, Y - 1982-2004 або повоєнне покоління в США), складу сім'ї, важливих подій в житті, батьківського статусу, політичних поглядів (тільки для США), сімейного стану і роботи.

Якщо ваша ЦА проживає в США, то ви можете показувати оголошення людям з певними політичними поглядами




Детальный таргетинг 

ВКЛЮЧИТЬ людей, которые соответствуют как минимум ОДНОМУ из следующих условий 

Добавьте демографические данные, интер... | Рекомендации | [Просмотр](#)

▼ Политика (США)	
Интересующиеся политикой (консерваторы)	<input type="checkbox"/>
Интересующиеся политикой (либералы)	<input type="checkbox"/>
Политики США (Консерваторы)	<input type="checkbox"/>
Политики США (Либералы)	<input type="checkbox"/>
Политики США (крайне консервативные)	<input type="checkbox"/>
Политики США (крайне либеральные)	<input type="checkbox"/>
Политики США (с умеренными взглядами)	<input type="checkbox"/>



Связи 

Виды плейсмента

Решите, где вы хотите показыв...

## Створення аудиторії


**Інтереси.** У цьому меню ви можете визначити аудиторію на основі її інтересів

Детальный таргетинг  ВКЛЮЧИТЬ людей, которые соответствуют как минимум ОДНОМУ из следующих условий 

Интересы > Хобби и увлечения > Политика и социальные проблемы

Волонтерство

Добавьте демографические данные, инте... | Рекомендации | Просмотр

Связи 

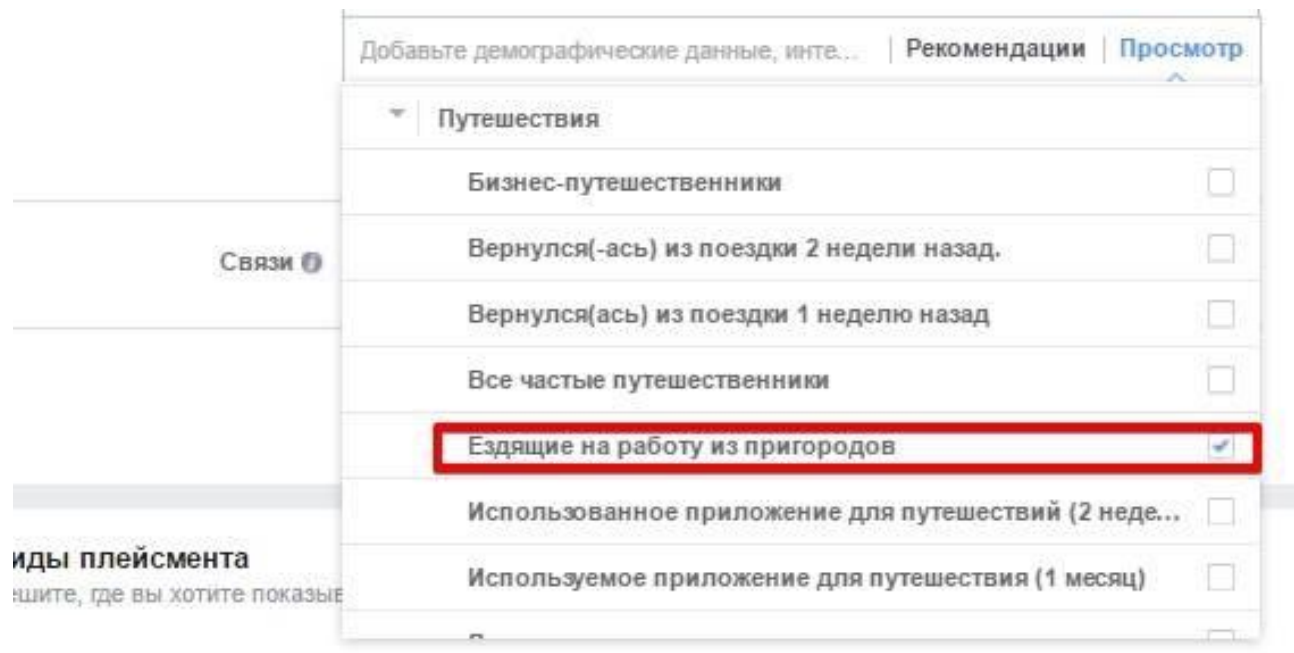
Политика и социальные проблемы	
Армия	<input type="checkbox"/>
Благотворительность и общее дело	<input type="checkbox"/>
Ветераны	<input type="checkbox"/>
<b>Волонтерство</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
Движение за охрану окружающей среды	<input type="checkbox"/>
Дела общины	<input type="checkbox"/>
Инновационность	<input type="checkbox"/>

Виды плейсмента  
Решите, где вы хотите показывать



## Створення аудиторії

**Поведінка.** За допомогою цього пункту ви можете налаштувати аудиторію по діям в інтернеті , споживчим звичкам (тільки для Індії), перевагам в мобільних пристроях і подорожах.



Facebook знає про вас все

## Створення аудиторії

**Інші категорії.** За допомогою цього пункту ви зможете додати в аудиторію тих, хто вважає за краще товари високої якості (тільки для Індії), любить фастфуд або ... цікавиться манікюром.

Якщо ви вкажете кілька ознак в детальному таргетингу, то Facebook підбере тих людей, які відповідають одному з перерахованих критеріїв, тобто застосовується умова АБО. Якщо ви хочете використовувати умову І, тобто додавати людей, які підходять під кілька ознак, натисніть на кнопку **«Звузити аудиторію»** і додайте необхідні категорії.

Детальный таргетинг ⓘ ВКЛЮЧИТЬ людей, которые соответствуют как минимум ОДНОМУ из следующих условий ⓘ

Интересы > Хобби и увлечения > Политика и социальные проблемы

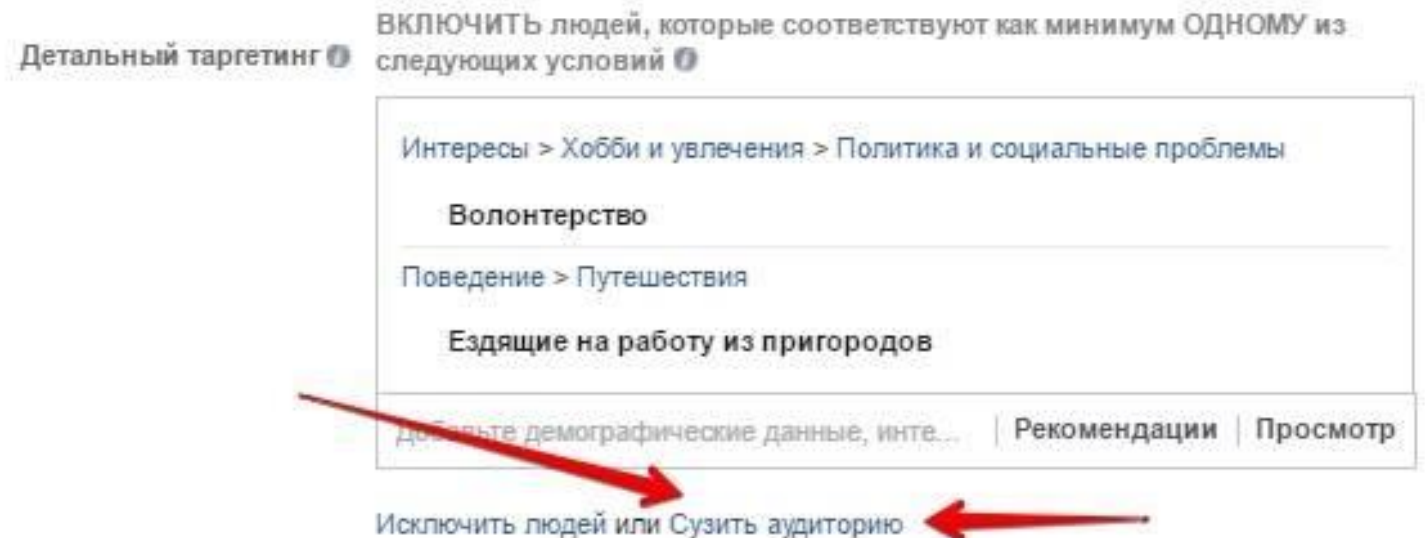
Волонтерство

Поведение > Путешествия

Ездящие на работу из пригородов

Добавьте демографические данные, инте... | Рекомендации | Просмотр

Исключить людей или Сузить аудиторию



## Створення аудиторії

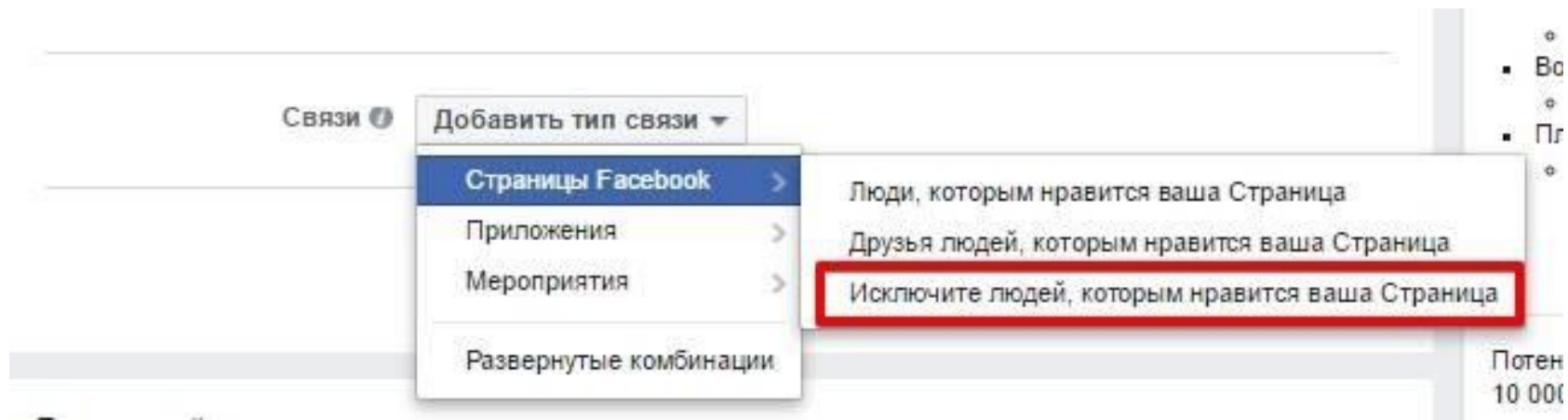
### Створення аудиторії - зв'язки

Можна додавати або виключати певні сегменти з вашої аудиторії

Додати або виключити людей, яким подобається ваша сторінка, або додати їх друзів;

Додати або виключити людей, які використовували ваш додаток, або додати їх друзів;

Додати або виключити людей, які відповіли на ваш захід, або додати їх друзів.





## Види плейсменту

**Плейсмент** - місце, де буде відобразитися ваша реклама.

### Виды плейсмента

Показывайте свою рекламу нужным людям в нужных местах.

#### Автоматические плейсменты (рекомендуется)

Ваша реклама будет автоматически демонстрироваться вашей аудитории там, где она может быть максимально эффективной. При выборе этой цели в качестве плейсмента может быть выбрано: Facebook, Instagram, Audience Network и Messenger. [Подробнее](#).

#### Редактировать плейсменты

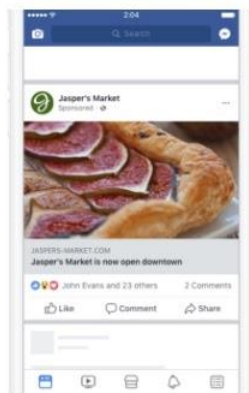
Если вы удалите какой-то плейсмент, это может сократить охват и понизить вероятность достижения вашего желаемого результата. [Подробнее](#).

#### Типы устройств

Все устройства (рекомендуется) ▾

#### Платформы

Facebook	▾
Ленты	<input checked="" type="checkbox"/>
Моментальные статьи	<input checked="" type="checkbox"/>
Вставки в видео	<input type="checkbox"/>
Правый столбец	<input checked="" type="checkbox"/>
Рекомендуемые видео	<input type="checkbox"/>
Instagram	▾
Лента	<input checked="" type="checkbox"/>
Истории	<input type="checkbox"/>
Audience Network	▾
Нативное положение, баннер или вставка	<input checked="" type="checkbox"/>
Вставки в видео	<input type="checkbox"/>
Видео с бонусами	<input type="checkbox"/>
Messenger	▾
Главная	<input checked="" type="checkbox"/>



Требования к медиафайлам

Якщо ви маєте намір давати специфічну рекламу на різні пристрої або аудиторії, то можете скористатися розгорнутими параметрами налаштування реклами.



### РАЗВЕРНУТЫЕ ПАРАМЕТРЫ

Определенные мобильные устройства и операционные системы

Все мобильные устройства ▾

Только при подключении к Wi-Fi

Исключить категории ⓘ

Мы прикладываем все усилия для того, чтобы ваша реклама не была показана в исключенных вами категориях, однако мы не можем гарантировать, что все связанные с ней материалы будут исключены.

Знакомства ⓘ	<input type="checkbox"/>
Спорные социальные проблемы ⓘ	<input type="checkbox"/>
Азартные игры ⓘ	<input type="checkbox"/>
Материалы для взрослых ⓘ	<input type="checkbox"/>
Трагедии и конфликты ⓘ	<input type="checkbox"/>

Списки блокировки для групп объявлений ⓘ

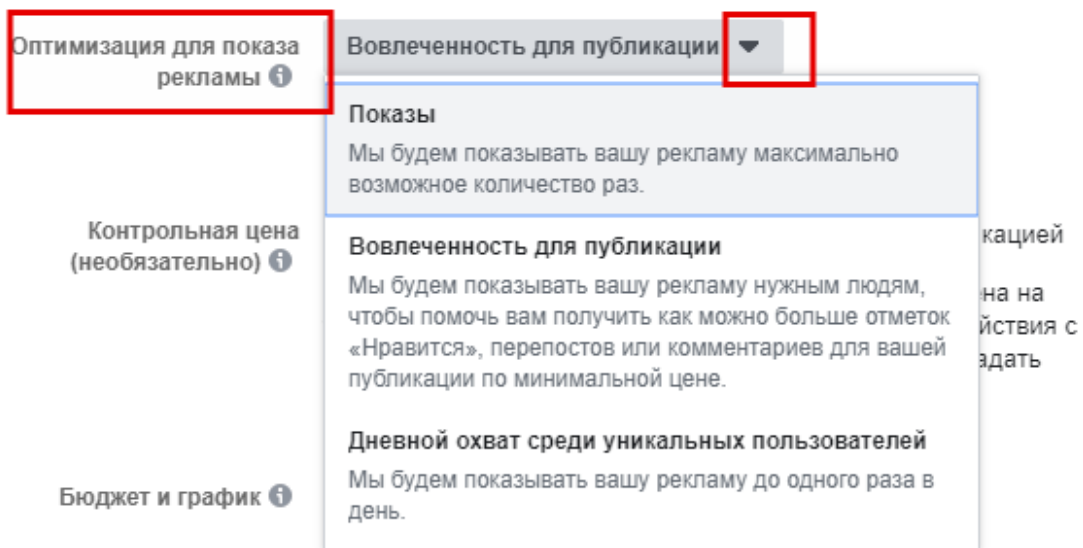
У вас нет списков блокировки. Создать список блокировки или узнайте больше.

## Бюджет і графік

### Оптимізація для показу реклами

#### Бюджет и график

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.



The screenshot shows the 'Optimization for ad delivery' (Оптимизация для показа рекламы) dropdown menu. The selected option is 'Engagement on publication' (Вовлеченность для публикации). Other visible options include 'Reach' (Показы) and 'Daily reach among unique users' (Дневной охват среди уникальных пользователей). The 'Engagement on publication' option is highlighted with a red box, and its dropdown arrow is also boxed in red.

Оптимизация для показа рекламы ⓘ

Вовлеченность для публикации ▼

Показы  
Мы будем показывать вашу рекламу максимально возможное количество раз.

Вовлеченность для публикации  
Мы будем показывать вашу рекламу нужным людям, чтобы помочь вам получить как можно больше отметок «Нравится», перепостов или комментариев для вашей публикации по минимальной цене.

Дневной охват среди уникальных пользователей  
Мы будем показывать вашу рекламу до одного раза в день.

У випадку з метою кампанії «підняти публікацію» доступні три варіанти:

**залученість для публікації** (щоб зібрати якомога більше відміток «Подобається», коментарів і репостів),  
**покази** (щоб відобразити вашу рекламу найбільшу кількість разів) ,  
**денне охоплення серед унікальних користувачів** (щоб показувати рекламу одному користувачеві не більше одного разу на день).

## Бюджет і графік

Facebook за принципом аукціону вирішує, чи показувати те чи інше оголошення. Ви можете або дозволити «Фейсбуку» оптимізувати ставку за вас, або встановити її вручну.

Оптимізація для показу  
реклами ⓘ

Вовлеченность для публикации ▼

Чтобы улучшить оптимизацию показа, мы можем предлагать небольшой части вашей аудитории пройти опрос.

Контрольная цена  
(необязательно) ⓘ

X.XX \$

средняя цена за взаимодействие с публикацией

Стратегия ставок с минимальной ценой будет направлена на то, чтобы получить максимальный результат (взаимодействия с публикацией), потратив при этом весь бюджет. Чтобы задать настройки цены, введите сумму.

[Показать другие стратегии ставок ▼](#)

Бюджет и график ⓘ

Дневной бюджет ▼

11,00 \$

11,00 \$ USD

Якщо захочете вручну управляти ставкою, то дотримуйтеся рамок, рекомендованих Facebook.

З дуже великою ставкою ви ризикуєте моментально розтратити весь бюджет, а з дуже маленькою оголошення просто не буде показуватися.

## Бюджет і графік

Бюджет можна встановити або денний, або на весь термін дії.

[Показать другие стратегии ставок](#) ▾

Бюджет и график ⓘ

Дневной бюджет ▾

11,00 \$

✓ Дневной бюджет

Бюджет на весь срок действия может варьироваться. ⓘ

- Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня
- Установить даты начала и окончания

Вы будете тратить не больше 77,00 \$ в неделю.

Бюджет и график ⓘ

Дневной бюджет ▾

11,00 \$

11,00 \$ USD

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

- Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня
- Установить даты начала и окончания

Начало

Окончание

(Время в Киеве)

Срок показа вашей рекламы: 31 дн.. Вы не потратите больше 340,54 \$.

[Показать расширенные настройки](#) ▾

У пункті «розклад» ви можете вказати «Фейсбуку», чи варто почати безперервно показувати рекламу в цей же день, або встановити розклад запуску і закінчення кампанії.

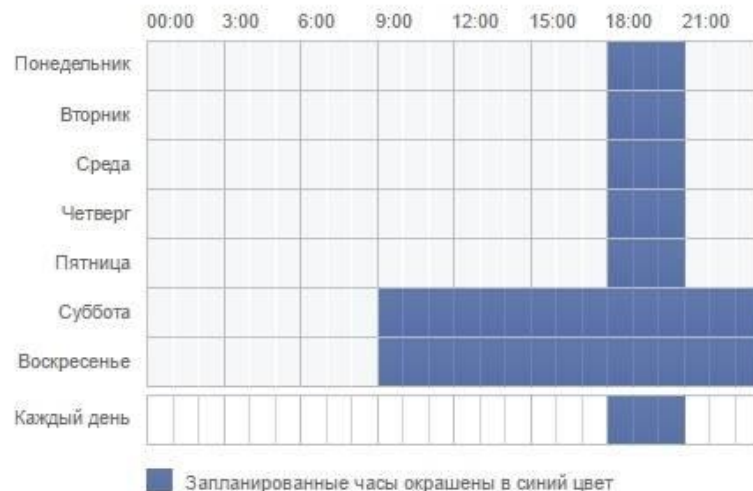
## Бюджет і графік

Можна встановити показ тільки в певні дні і в певні години

Планирование  
рекламы

- Показывать рекламу постоянно
- Показывать рекламу по графику

Графики показа рекламы можно использовать только совместно с бюджетом на весь срок действия. Реклама будет показываться с учетом часового пояса вашей аудитории. Например, если вы выберете диапазон времени с 8 до 10 утра, люди будут видеть вашу рекламу с 8 до 10 утра по своему местному времени.



## Тип доставки

Якщо ви встановили ставку вручну, то можете скористатися прискореною доставкою, при якій публікації будуть показуватися якомога частіше.

Тип доставки

- Обычная - Показывайте свою рекламу в течение всего дня (рекомендуем)
- Ускоренная - Показывайте свою рекламу как можно быстрее

Поскольку при ускоренной доставке ваши объявления показываются как можно чаще, ваши средние затраты могут вырасти, и показ рекламы тогда будет прекращен раньше установленного вами срока, но вы при этом не потратите больше запланированной суммы.

## Бюджет і графік

хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу. Подробнее.

Бюджет на весь срок действия ▼ 7000,00 р.  
7000,00 р. RUB


Начало 18.8.2016 16:21  
Окончание 18.9.2016 16:21  
(Время в Калининграде)

Ваше объявление будет показано до 18 сентября 2016 г..  
В сумме вы потратите максимум 7 000,00 р..

Показать расширенные параметры +

Тестовая группа

### Определение аудитории



Выбрана достаточно широкая аудитория.

Специф... Широкая

Аудитория:

- Место:
  - Россия
- Возраст:
  - 18 - 65+
- Плейсмент:
  - на страницах: Лента новостей на мобильных устройствах, Пента

Потенциальный охват (пользователи): 10 000 000

### Приблизительный дневной охват

1 300–3 300 человек на Facebook

0 2 700 000

1 200–3 100 человек в Instagram

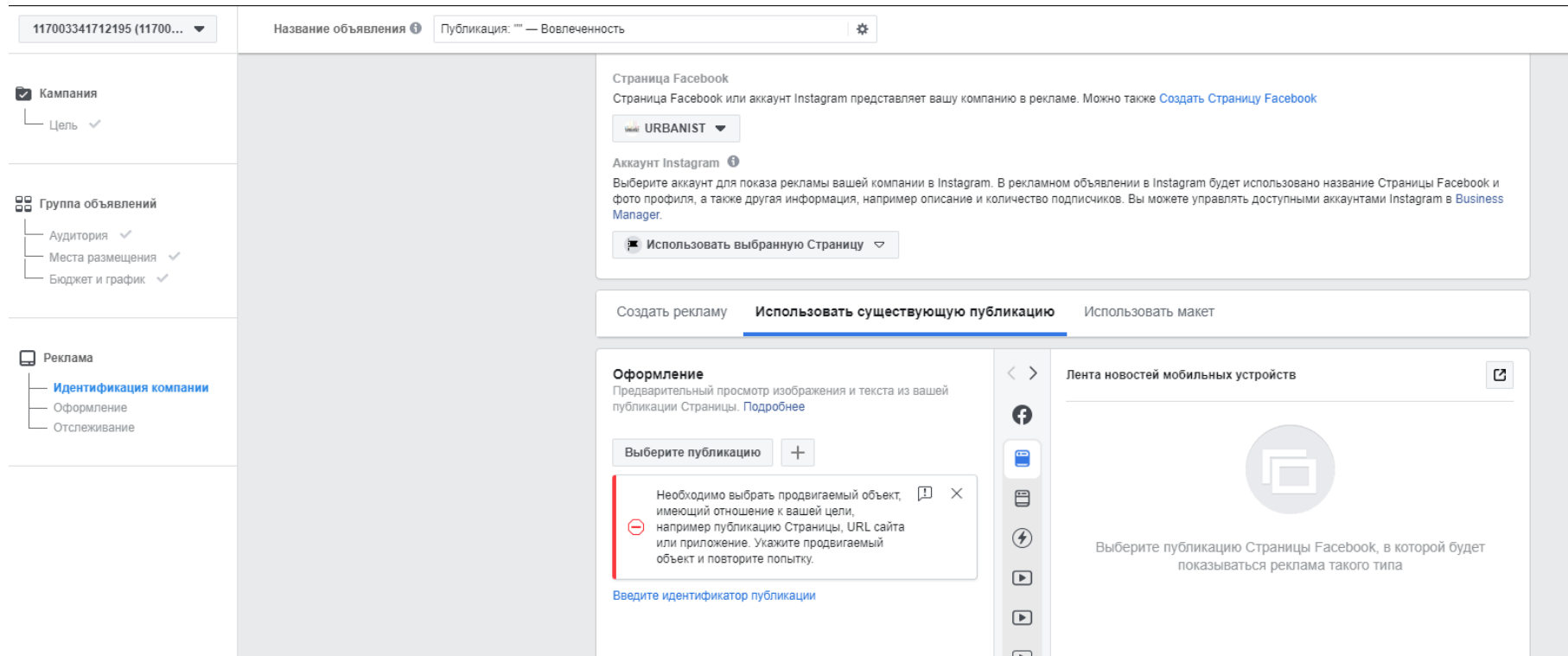
0 2 000 000

Приблизительное значение.  
Отображаемые числа основаны на средних показателях результативности рекламы.

Facebook рекомендує тримати стрілку охоплення в зеленій зоні, що означає, що ваша аудиторія не є занадто широкою або занадто специфічною.

## Оголошення

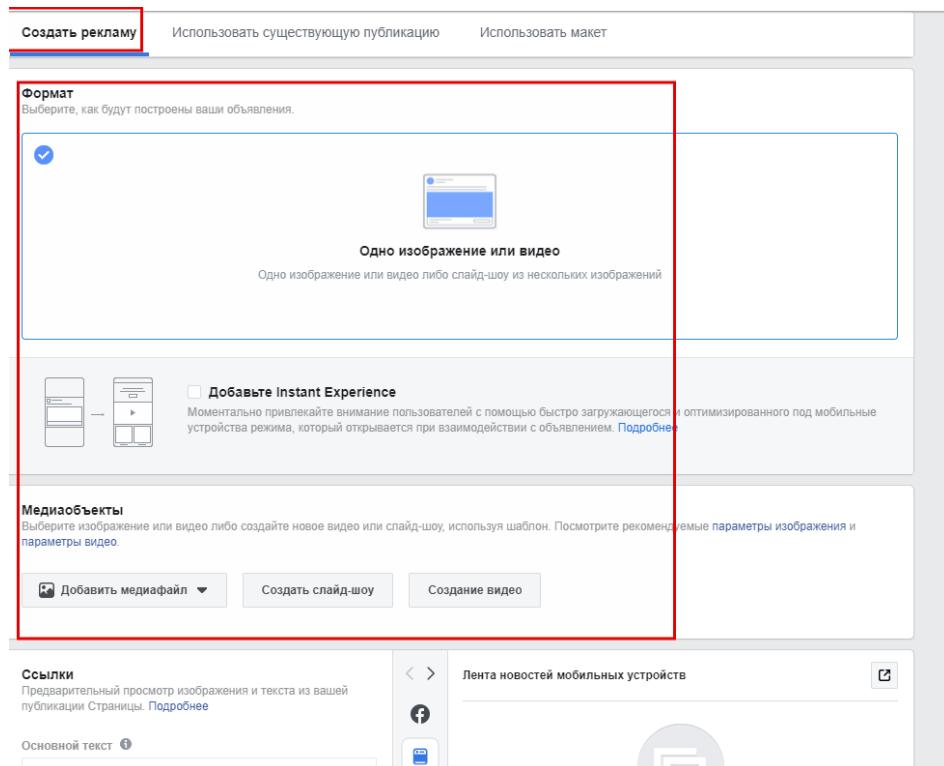
Далі тисніть на кнопку «Продовжити». У новому вікні ви можете або створити нову рекламну публікацію, або вибрати вже наявну зі сторінки.



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a header with the account ID '117003341712195 (11700...)' and the ad name 'Публикация: "" — Вовлеченность'. The left sidebar contains navigation options: 'Кампания' (Campaign) with 'Цель' (Objective) selected, 'Группа объявлений' (Ad Set) with 'Аудитория' (Audience), 'Места размещения' (Placements), and 'Бюджет и график' (Budget and schedule) selected, and 'Реклама' (Ad) with 'Идентификация компании' (Company identification) selected. The main content area is divided into three tabs: 'Создать рекламу' (Create ad), 'Использовать существующую публикацию' (Use existing post) which is active, and 'Использовать макет' (Use template). Under the active tab, there are sections for 'Страница Facebook' (Facebook Page) with 'URBANIST' selected, and 'Аккаунт Instagram' (Instagram account) with 'Использовать выбранную Страницу' (Use selected Page) selected. Below this, there are three tabs: 'Оформление' (Creative), 'Лента новостей мобильных устройств' (Mobile news feed), and 'Использовать макет' (Use template). The 'Оформление' tab is active, showing a 'Выберите публикацию' (Select post) button and a red-bordered error message: 'Необходимо выбрать продвигаемый объект, имеющий отношение к вашей цели, например публикацию Страницы, URL сайта или приложение. Укажите продвигаемый объект и повторите попытку.' (You must select a promotable object related to your objective, such as a Page post, website URL, or app. Specify the promotable object and try again.) Below the error message is a link: 'Введите идентификатор публикации' (Enter post ID). The 'Лента новостей мобильных устройств' tab shows a placeholder for a mobile news feed ad with the text: 'Выберите публикацию Страницы Facebook, в которой будет показываться реклама такого типа' (Select a Facebook Page post where this type of ad will be shown).

## Оголошення

Можете або створити нову рекламну публікацію, або вибрати вже наявну зі сторінки.



Создать рекламу    Использовать существующую публикацию    Использовать макет

**Формат**  
Выберите, как будут построены ваши объявления.

Одно изображение или видео  
Одно изображение или видео либо слайд-шоу из нескольких изображений

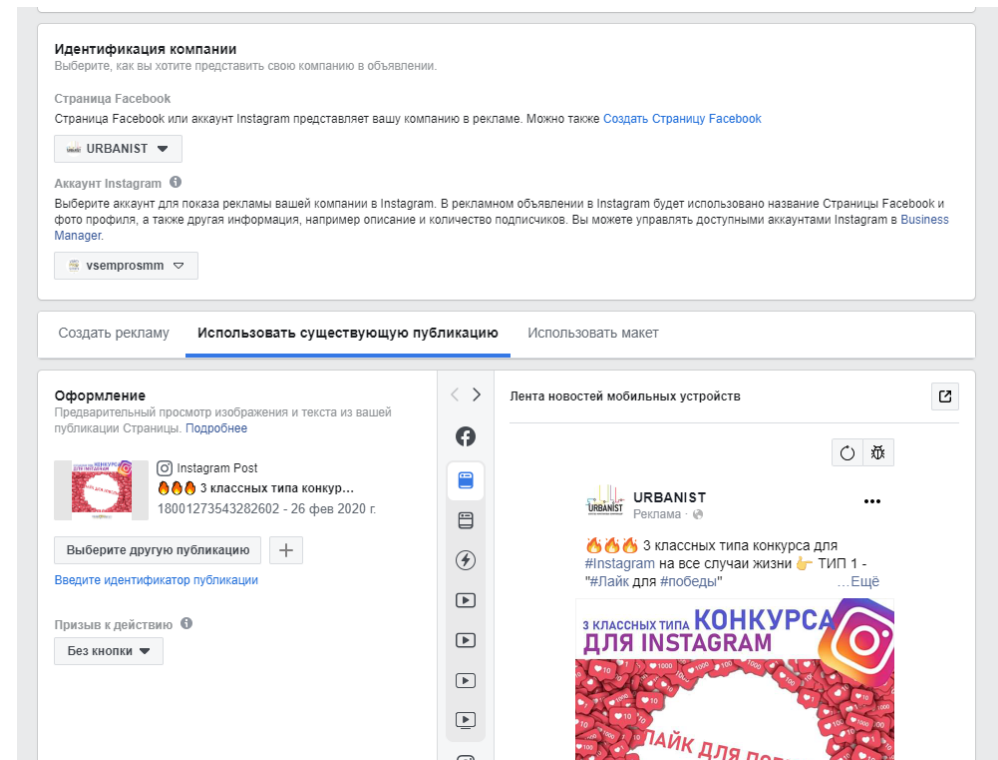
Добавьте Instant Experience  
Моментально привлекайте внимание пользователей с помощью быстро загружающегося оптимизированного под мобильные устройства режима, который открывается при взаимодействии с объявлением. [Подробнее](#)

**Медиаобъекты**  
Выберите изображение или видео либо создайте новое видео или слайд-шоу, используя шаблон. Посмотрите рекомендуемые параметры изображения и параметры видео.

Добавить медиафайл    Создать слайд-шоу    Создание видео

**Ссылки**  
Предварительный просмотр изображения и текста из вашей публикации Страницы. [Подробнее](#)

Основной текст



**Идентификация компании**  
Выберите, как вы хотите представить свою компанию в объявлении.

Страница Facebook  
Страница Facebook или аккаунт Instagram представляет вашу компанию в рекламе. Можно также [Создать Страницу Facebook](#)

URBANIST

Аккаунт Instagram  
Выберите аккаунт для показа рекламы вашей компании в Instagram. В рекламном объявлении в Instagram будет использовано название Страницы Facebook и фото профиля, а также другая информация, например описание и количество подписчиков. Вы можете управлять доступными аккаунтами Instagram в Business Manager.

vsemprosmm

Создать рекламу    **Использовать существующую публикацию**    Использовать макет

**Оформление**  
Предварительный просмотр изображения и текста из вашей публикации Страницы. [Подробнее](#)

Instagram Post  
🔥🔥🔥 3 классных типа конкур...  
18001273543282602 - 26 фев 2020 г.

Выберите другую публикацию

Введите идентификатор публикации

Призыв к действию  
Без кнопки

Лента новостей мобильных устройств

URBANIST  
Реклама ·

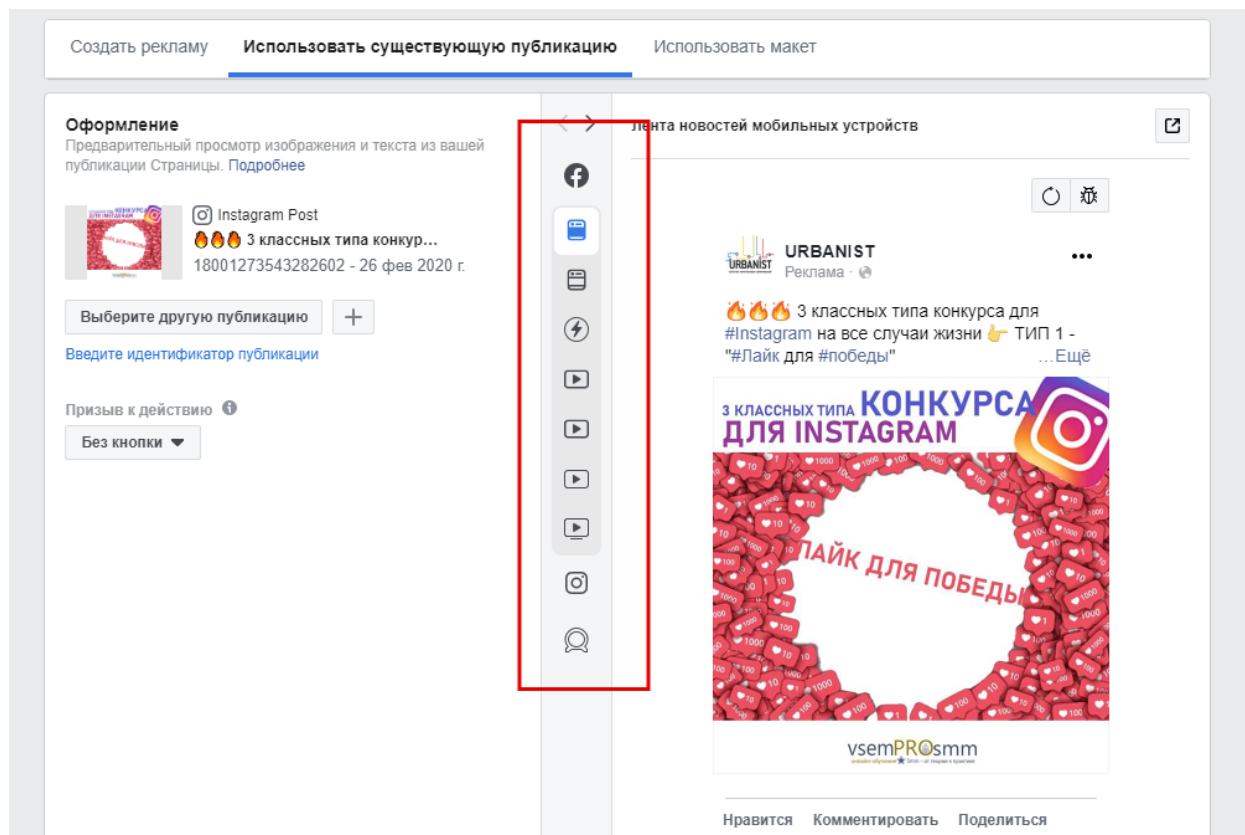
🔥🔥🔥 3 классных типа конкурса для #Instagram на все случаи жизни 🙌 ТИП 1 - "#Лайк для #победы" ...Ещё

3 КЛАССНЫХ ТИПА КОНКУРСА ДЛЯ INSTAGRAM

ЛАЙК ДЛЯ ПОБЕДЫ




## Оголошення



Создать рекламу    **Использовать существующую публикацию**    Использовать макет

**Оформление**  
Предварительный просмотр изображения и текста из вашей публикации Страницы. [Подробнее](#)













 Instagram Post  
👍👍👍 3 классных типа конкур...  
18001273543282602 - 26 фев 2020 г.

Выберите другую публикацию

Введите идентификатор публикации

Призыв к действию ⓘ  
Без кнопки ▾

Лента новостей мобильных устройств

**URBANIST**  
Реклама · 📍

🔥🔥🔥 3 классных типа конкурса для #instagram на все случаи жизни 🙌 ТИП 1 - "#Лайк для победы" ... Ещё

3 КЛАССНЫХ ТИПА **КОНКУРСА ДЛЯ INSTAGRAM**

ЛАЙК ДЛЯ ПОБЕДЫ

vsemPROsmm

Нравится    Комментировать    Поделиться

В розширених параметрах ви можете додати до URL-адреси (якщо вони є в публікації) UTM-Мітки . Можете вказати піксель, щоб відстежувати конверсії.

Справа можете побачити, як буде виглядати ваша публікація в різних видах плейсменту.




## Особливості для конкретних цілей реклами

Ціль – «Подобається» сторінка (для Instagram така ціль не доступна)

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Вовлеченность</b>	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	



**Вовлеченность**

Увеличьте аудиторию, которая увидит публикации или Страницы, а также провзаимодействуют с ними. Под «взаимодействием» подразумеваются комментарии, перепосты, отметки «Нравится», ответы на приглашения и принятие предложений.

Вовлеченность для публикации
 **Отметки «Нравится» Страницы**
Ответы на пригл.

➤ Ця ціль підходить для збільшення кількості позначок «Подобається» на своїй сторінці і залучення на неї нової аудиторії.

➤ Головна відмінність у виборі способу оплати - ви можете вказати або плату за показ, або за кожен нову позначку «Подобається», тобто фактично платити за конверсію.

➤ Ви не можете вибрати для реклами вже наявну публікацію. Її вам доведеться створити з нуля в інтерфейсі Ads Manager. Вкажіть формат оголошення, додайте медіа-контент і напишіть невеликий текст і заголовок.

## Особливості для конкретних цілей реклами

### Ціль – Відвідування точок

Оголошення буде показуватися людям, які знаходяться неподалік від вашої компанії, тобто поблизу адреси, вказаної на вашій сторінці. Ідеально підходить для локального бізнесу.

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Посещаемость точек</b>
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	

**Посещаемость точек**

Если у вас несколько магазинов, ресторанов или других точек компании, вы можете увеличить число посещений и продаж, показывая рекламу людям, которые находятся поблизости. [Подробнее](#)

Название кампании

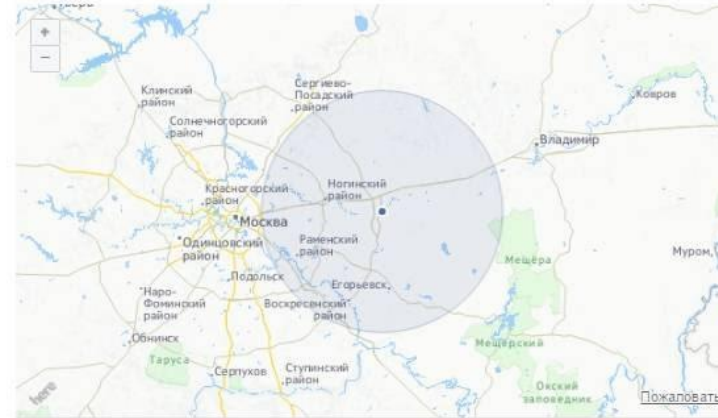
Страница

Перед тем, как использовать цель "Посещаемость точек", нужно добавить информацию о ваших точках. Чтобы сделать это, откройте раздел "Адреса компании" в меню.

Особливість настройки цієї цілі:  
Ви можете вказати тільки демографічні параметри аудиторії - місце розташування, стать і вік.  
Плата стягується тільки за покази.

#### Аудитория

Определите аудиторию для своей рекламы. Подробнее.



улица Ленина, 1, г. Орехово-Зуево, респ. Мордовия, 142602

Радиус 70 км

Возраст 18 - 65+

Пол Все Мужчины Женщины


## Особливості для конкретних цілей реклами

### Ціль – Підвищити впізнаваність бренду

Ідеально підходить тим, хто хоче зробити свій бренд більш впізнаваним, бути постійно на очах у цільової аудиторії. Підходить для розкрутки сторінки в Instagram.

Аукцион Охват и частота

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
<input checked="" type="checkbox"/> Узнаваемость бренда	<input type="checkbox"/> Трафик	<input type="checkbox"/> Конверсии
<input checked="" type="checkbox"/> Охват	<input type="checkbox"/> Вовлеченность	<input type="checkbox"/> Продажи товаров из каталога
	<input type="checkbox"/> Установки приложения	<input type="checkbox"/> Посещаемость точек
	<input type="checkbox"/> Просмотры видео	
	<input type="checkbox"/> Генерация лидов	
	<input type="checkbox"/> Сообщения	

 Узнаваемость бренда

Охватите людей, которым будет интересна ваша реклама, и повысьте узнаваемость бренда.

Відмінності від універсальних налаштувань можна знайти у графі - оптимізація для показу



#### Бюджет и график

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

##### Оптимизация для показа рекламы

Прирост запоминаемости рекламы - Мы будем показывать вашу рекламу с целью максимизировать число людей, которые вспомнят, что ее видели.

Чтобы улучшить оптимизацию показа, мы можем предлагать небольшой части вашей аудитории пройти опрос.

##### Контрольная цена

Facebook нацелится на наибольший прирост запоминаемости рекламы и расход всего бюджета.

##### Бюджет и график

Бюджет на весь срок действия ▼ 350,00 \$

350,00 \$ USD

Начало 4.3.2020 12:43

Окончание 4.4.2020 12:43

(Время в Киеве)


Реклама будет показываться до Суббота, 4 апреля 2020 г.

В сумме вы потратите максимум 350,00 \$.

## Особливості для конкретних цілей реклами

### Ціль – Перенаправляти людей на веб-сайт

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
<ul style="list-style-type: none"> <li>Узнаваемость бренда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Трафик</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Конверсии</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Охват</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вовлеченность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Продажи товаров из каталога</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Установки приложения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Посещаемость точек</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Просмотры видео</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Генерация лидов</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сообщения</li> </ul>	



**Трафик**

Направляйте больше людей на сайт, в приложение или переписку Messenger. [Подробнее](#)

Название кампании

Facebook налаштує кампанію так, щоб отримати максимальну кількість переходів на ваш сайт. Ця мета відмінно підходить для перенаправлення користувачів на посадочні сторінки.

**Трафик**

Выберите, куда вы хотите направлять трафик. Информацию о месте назначения вы можете указать позже.

- Сайт
- Приложение i
- Messenger i
- WhatsApp i

## Особливості для конкретних цілей реклами

Доступний плейсмент в Audience Network. Ви можете дозволити показувати публікацію на всіх ресурсах «мережі», або виключити ресурси певних категорій: азартні ігри, знайомства, політика, релігія.



Исключить категории для  
Audience Network

Знакомства



Азартные игры



Политика



Религия



Добавить категории для исключения

Просмотр

**Форма оплати.** Можете платити або за покази, або за фактичні кліки по посиланню.

## Особливості для конкретних цілей реклами

### Ціль – Отримувати установки вашого додатку

Варто використовувати тим, хто хоче просувати свій додаток на Facebook.

Для того, щоб просувати свій додаток, необхідно спочатку зареєструвати його на сайті розробників Facebook.

Плата стягується або за покази, або за кліки по посиланню.

**Бюджет и график**  
Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

Оптимизация для показа рекламы ⓘ **Клики по ссылке** ▼

Контрольная цена (необязательно) ⓘ  средняя цена за клик по ссылке

Стратегия ставок с минимальной ценой будет направлена на то, чтобы получить максимальный результат (клики по ссылке), потратив при этом весь бюджет. Чтобы задать настройки цены, введите сумму.  
[Показать другие стратегии ставок](#) ▼

Бюджет и график ⓘ **Дневной бюджет** ▼   
20,00 \$ USD

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня

Установить даты начала и окончания

Вы будете тратить не больше **140,00 \$** в неделю.

Когда вы платите ⓘ **Показ**

Показывать рекламу постоянно

Показывать рекламу по графику

**Дополнительные настройки**

Оптимизация для показа рекламы ⓘ **Клики по ссылке** ▼

Контрольная цена (необязательно) ⓘ  средняя цена за клик по ссылке

Стратегия ставок с минимальной ценой будет направлена на то, чтобы получить максимальный результат (клики по ссылке), потратив при этом весь бюджет. Чтобы задать настройки цены, введите сумму.  
[Показать другие стратегии ставок](#) ▼

Бюджет и график ⓘ **Дневной бюджет** ▼   
20,00 \$ USD

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⓘ

Непрерывно показывать мою группу объявлений с сегодняшнего дня

Установить даты начала и окончания

Вы будете тратить не больше **140,00 \$** в неделю.


Когда вы платите ⓘ **Клик по ссылке (CPC)**



## Особливості для конкретних цілей реклами

Ціль – Отримувати ліди для вашої компанії

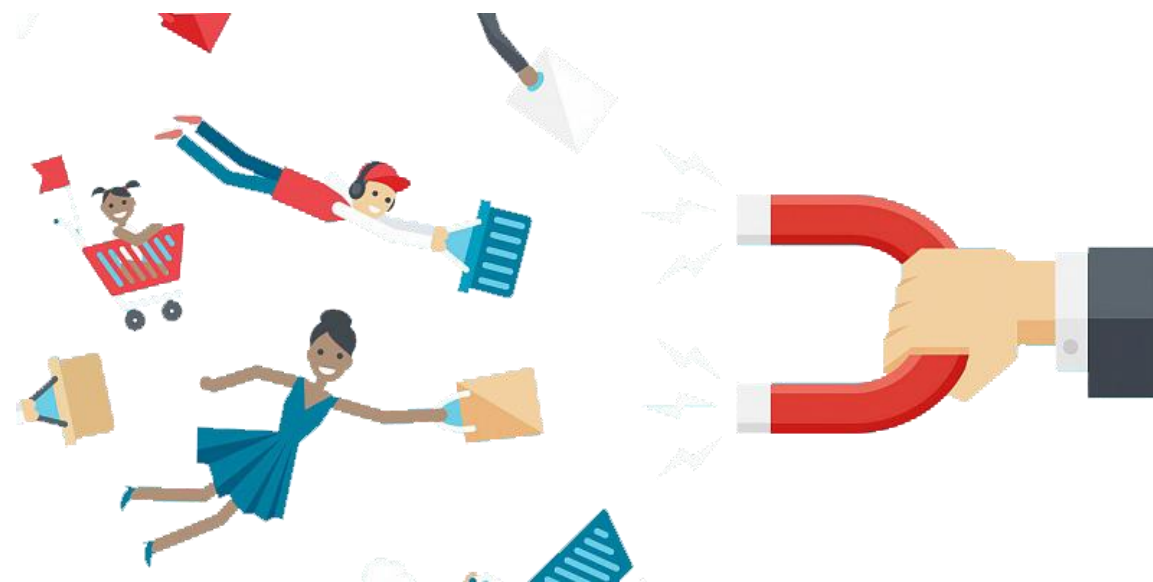
Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	<input checked="" type="checkbox"/> Генерация лидов	
	Сообщения	

  
**Генерация лидов**  
Собирайте информацию о лидах от людей, которых интересует ваша компания.

Название кампании

Создать сплит-тест  Выкл.

3 видів плейсменту доступний тільки Facebook.  
3 типів оплати - тільки плата за покази.




## Особливості для конкретних цілей реклами

Ціль – **Збільшити кількість конверсій на веб-сайті**

Кампанія буде оптимізована для отримання найбільшої кількості конверсій на вашому сайті (підписка на розсилку, скачування книги, замовлення послуги).

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещаемость точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	
	Сообщения	



**Конверсии**

Побудите людей выполнить ценные действия на вашем сайте, в приложении или в Messenger — например, указать платежную информацию или совершить покупку. Для отслеживания и измерения конверсий используйте события, зарегистрированные пикселем Facebook или приложением.

Якщо ви хочете оптимізувати показ для отримання конверсій, то в самому початку цю конверсію необхідно вказати. Для цього у вас повинен бути встановлений піксель Facebook.

**Конверсия**  
Выберите, что должны сделать люди после просмотра вашего объявления и место назначения, в которое они будут перенаправлены. Вы также можете управлять ставками Facebook на аукционах рекламы.

Место назначения:  Сайт  
 Приложение  
 Messenger  
 WhatsApp

Оптимизация для показа рекламы: **Конверсии**

Контрольная цена (необязательно):

- Стоимость
- Конверсии
- Просмотры целевых страниц
- Другие варианты
  - Клики по ссылке, Дневной охват среди уникальных пользователей и Показы
- Стратегия ставок с минимальной ценой будет направлена на то, чтобы получить максимальный результат (завершенные регистрации), потратив при этом весь бюджет. Чтобы задать настройки цены, введите сумму.
- Показать другие стратегии ставок

Показать расширенные настройки

**Размер аудитории**

Узкая Широкая

Выбрана достаточно широкая аудитория.

Потенциальный охват: 19 000 000 человек

Текущие критерии разрешают расширение детального таргетинга.

**Приблизительные результаты за день**

На основании окна конверсии: 7 дн. после клика и 1 дн. после просмотра

Охват: 8 4K – 24K

**Клики по ссылке**  
Мы будем показывать вашу рекламу людям, которые с наибольшей вероятностью нажмут на нее.

**Дневной охват среди уникальных пользователей**  
Мы будем показывать вашу рекламу до одного раза в день.

**Показы**  
Мы будем показывать вашу рекламу максимально возможное количество раз.

результативности, достигаемой за счет

## Особенности для конкретных целей рекламы

### Конверсия


Выберите, что должны сделать люди после просмотра вашего объявления и место назначения, в которое они будут перенаправлены. Вы также можете управлять ставками Facebook на аукционах рекламы.

Место назначения  Сайт

Приложение


Messenger 


WhatsApp 

Оптимизация для показа  
рекламы 

Конверсии ▼

Custom Conversion from Пиксель аккаунта «ISX»

● price\_PO 

Контрольная цена  
(необязательно) 

X.XX \$

средняя цена за завершённая регистрация

Стратегия ставок с минимальной ценой будет направлена на то, чтобы получить максимальный результат (завершённые регистрации), потратив при этом весь бюджет. Чтобы задать настройки цены, введите сумму.

[Показать другие стратегии ставок ▼](#)

[Показать расширенные настройки ▼](#)

## Плата стягнется за показы

настройки цены, введите сумму.

[Показать другие стратегии ставок ▼](#)

Окно конверсии 

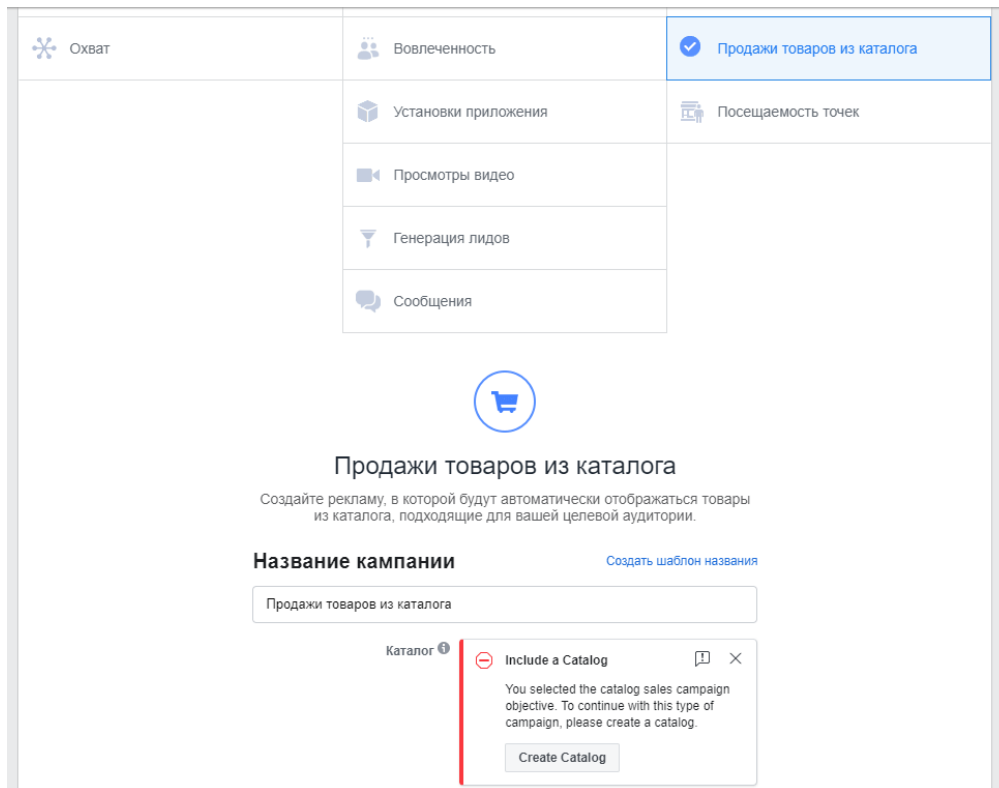
1 день после клика ▼

Когда вы платите 

Показ

## Особливості для конкретних цілей реклами

### Ціль – Просувати каталог товарів

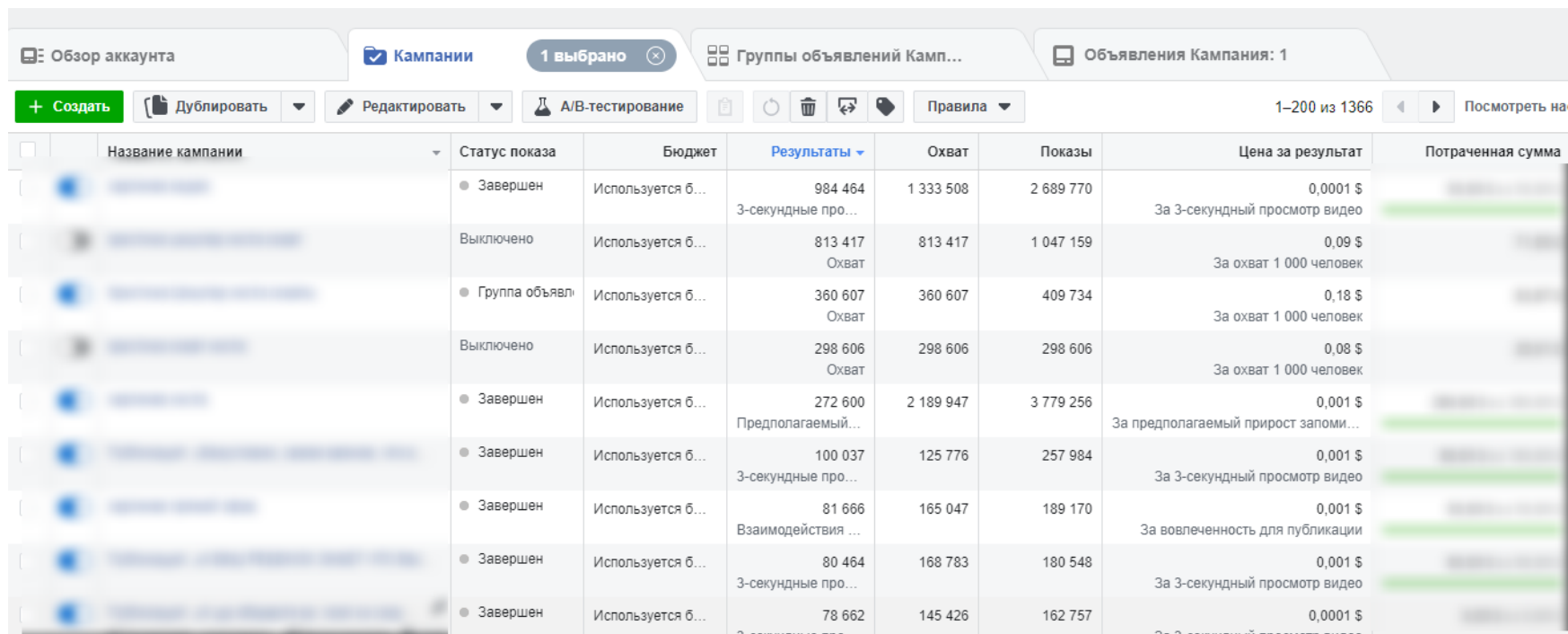


The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, a list of advertising objectives is displayed, with 'Продажи товаров из каталога' (Sales from a catalog) selected and highlighted in blue. Below this list, a shopping cart icon is shown, followed by the text 'Продажи товаров из каталога' and a brief description: 'Создайте рекламу, в которой будут автоматически отображаться товары из каталога, подходящие для вашей целевой аудитории.' Below this, there is a field for 'Название кампании' (Campaign name) with the text 'Продажи товаров из каталога' and a link to 'Создать шаблон названия' (Create name template). At the bottom, a red error message box is visible, stating: 'Include a Catalog. You selected the catalog sales campaign objective. To continue with this type of campaign, please create a catalog.' with a 'Create Catalog' button.

Вибравши цю ціль, ви зможете створювати оголошення, які будуть рекламувати ваш каталог продуктів. Ідеально підходить для сторінок інтернет-магазинів. Головне - створити каталог продуктів.

## Аналіз ефективності реклами в Facebook і Instagram: що і де дивитися

Для оцінки реклами в Instagram і Facebook використовуються інструменти звітності в Ads Manager. Всі метрики можна подивитися на рівні кампанії, групи оголошень і окремого оголошення.



Назва кампанії	Статус показу	Бюджет	Результати	Охват	Покази	Ціна за результат	Потрачена сума
	● Завершено	Используется б...	984 464 3-секундные про...	1 333 508	2 689 770	0,0001 \$ За 3-секундный просмотр видео	
	■ Выключено	Используется б...	813 417 Охват	813 417	1 047 159	0,09 \$ За охват 1 000 человек	
	● Группа объявл	Используется б...	360 607 Охват	360 607	409 734	0,18 \$ За охват 1 000 человек	
	■ Выключено	Используется б...	298 606 Охват	298 606	298 606	0,08 \$ За охват 1 000 человек	
	● Завершено	Используется б...	272 600 Предполагаемый...	2 189 947	3 779 256	0,001 \$ За предполагаемый прирост запоми...	
	● Завершено	Используется б...	100 037 3-секундные про...	125 776	257 984	0,001 \$ За 3-секундный просмотр видео	
	● Завершено	Используется б...	81 666 Взаимодействия ...	165 047	189 170	0,001 \$ За вовлеченность для публикации	
	● Завершено	Используется б...	80 464 3-секундные про...	168 783	180 548	0,001 \$ За 3-секундный просмотр видео	
	● Завершено	Используется б...	78 662 3-секундные про...	145 426	162 757	0,0001 \$ За 3-секундный просмотр видео	

## Аналіз ефективності реклами в Facebook і Instagram: що і де дивитися

### Показові метрики для кампаній з генерації лідів

**Ціна за 1000 показів (CPM):** середня ціна за 1000 показів реклами.

**Витрачена сума:** скільки ви витратили на рекламу загалом.

**CTR (кліки на посилання):** відсоток людей, який побачили вашу рекламу і перейшли на цільову сторінку. Показник розраховується так: кількість кліків на посилання ділиться на покази.

**Кліки на посилання:** кількість людей, які натиснули на рекламу і перейшли на цільову сторінку.

**CPC (ціна за унікальний клік по посиланню):** середня вартість кожного кліка по рекламі, яка веде на цільову сторінку. Показник розраховується так: витрачена сума на рекламу ділиться на кількість кліків на посилання.

**Ліди:** кількість людей, яка зареєструвалася на посадковій сторінці після натискання на рекламу.

**Ціна за лід з сайту:** скільки коштувала унікальна реєстрація. Показник розраховується так: загальна витрачена сума ділиться на кількість лідів.

## Аналіз ефективності реклами в Facebook і Instagram: що і де дивитися

### Показові метрики для кампаній з метою конверсій

**Покази:** скільки разів була показана реклама.

**CPM (ціна за 1000 показів):** середня ціна за те, щоб показати рекламу 1000 разів.

**Частота:** скільки в середньому раз людина побачила рекламу.

**Витрачена сума:** скільки ви витратили на рекламу на даний момент.

**CTR (кліки на посилання):** відсоток тих, хто побачив вашу рекламу і перейшов на цільову сторінку.

**Кліки по посиланню:** кількість людей, які натиснули на рекламу і перейшли по посиланню.

**CPC (ціна за унікальний клік по посиланню):** середня вартість кожного переходу по кліку з реклами на сайт

**Покупки на сайті:** кількість людей, які здійснили покупку на сайті. Для цього налаштуйте трекінг конверсії на сторінці, яку бачать люди після покупки.

**Ціна за покупку на сайті:** скільки коштувала кожна продаж. Витрачена на рекламу сума ділиться на кількість покупок.

## Аналіз ефективності реклами в Facebook і Instagram: що і де дивитися

### Показові метрики для кампаній з метою переглядів відео

