

# SOCIAL MEDIA MARKETING

ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ  
ДЛЯ БІЗНЕСУ

# ЗАКЛЮЧНИЙ УРОК КУРСУ

## «Просування в соціальних мережах для бізнесу»

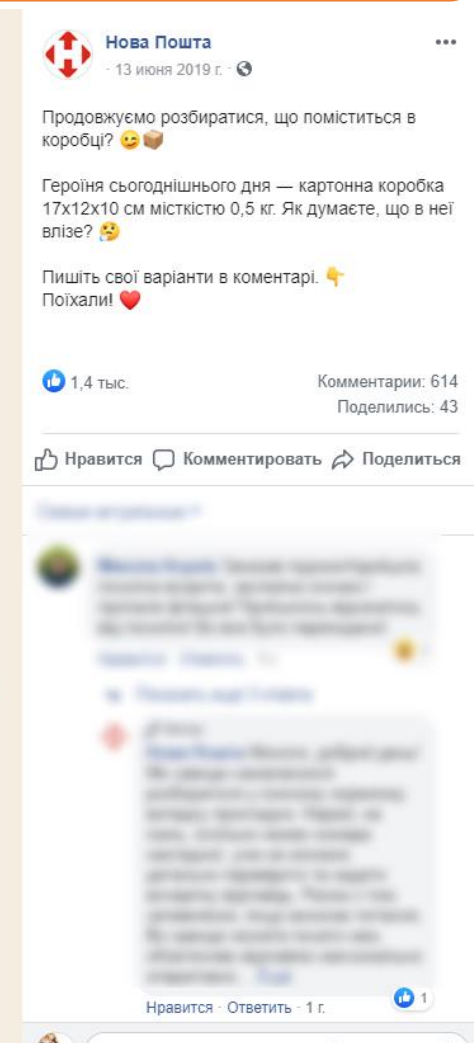


## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### зображення

Це найбільш універсальний варіант для будь-якого рекламодавця.

З його допомогою можна привернути увагу до оголошення, показати товар, розповісти про пропозицію (наприклад знижки, акції, спеціальні умови) або донести унікальність товару / послуги.

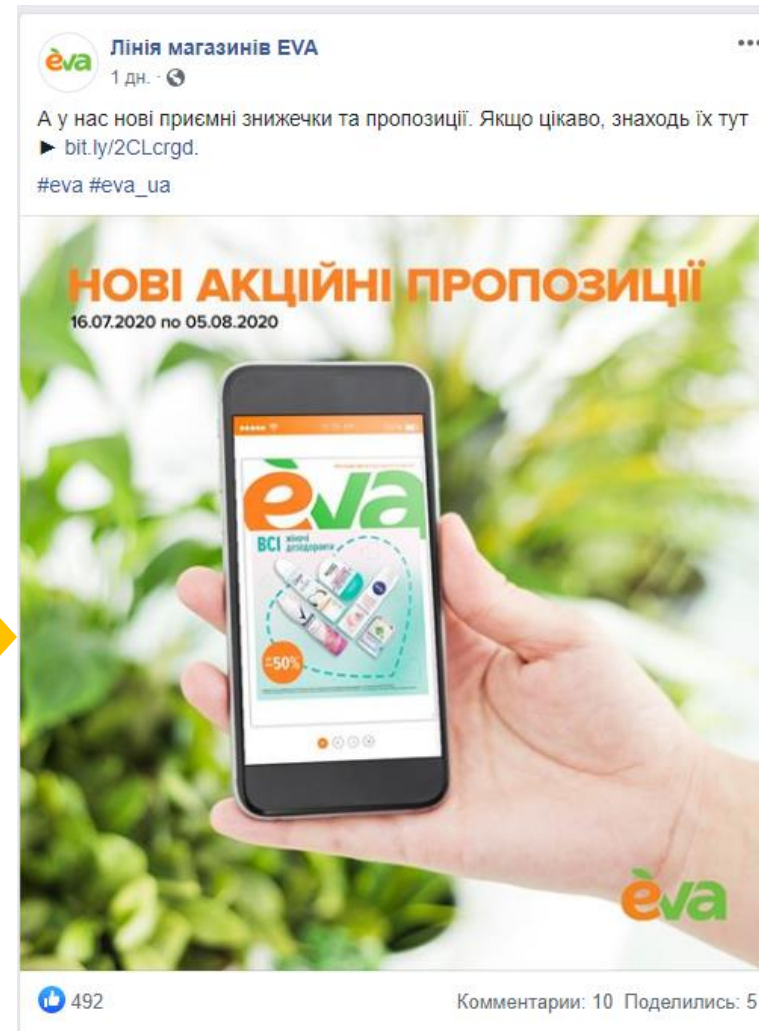


## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### зображення

Найкраще використовувати зображення в рекламі на Facebook або Instagram в таких випадках:

- Для залучення більшого трафіку на сайт
- Для швидкого створення рекламної кампанії





## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### зображення

#### Рекомендації щодо форматів зображень

Стрічка Facebook і Instagram - формат 4:5 або 1:1.

Facebook і Instagram Stories - формат 9:16.

Можна і 4:5, але тоді горизонтальне зображення буде займати частину площі вертикального оголошення Stories і текст оголошення обрізаний.  
**Краще використовуйте вертикальну картинку.**

**Facebook може скоротити охоплення реклами або не пропустити її в ротацію через велику кількість тексту.**

Перевіряйте перед запуском креативи інструментом від Facebook.

#### Оценка текста на изображении

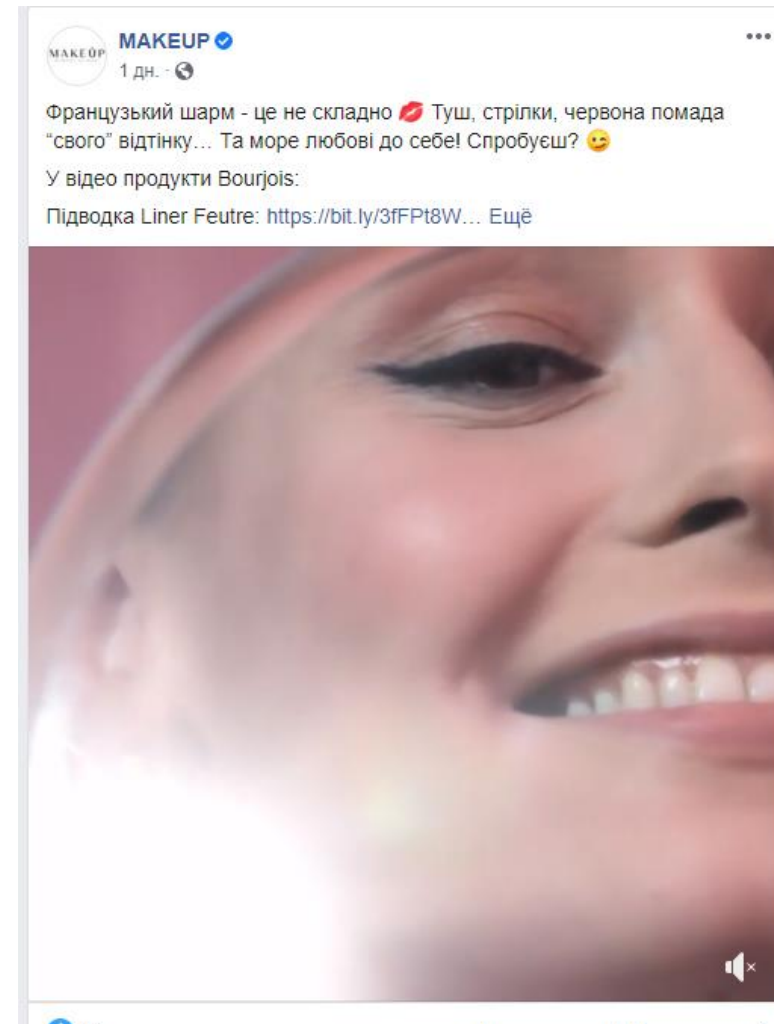
- ✓ Текст на изображении: **ОК**  
Ваша реклама будет запущена нормально.
- ⚠ Текст на изображении: **Низкое**  
Охват вашей рекламы может быть немного ниже.
- ⚠ Текст на изображении: **Среднее**  
Охват вашей рекламы может быть значительно ниже.
- ⚠ Текст на изображении: **Высокое**  
Ваша реклама не будет допущена к показу.

## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Відео

Відеореклама підходить для досягнення цілей:

- охоплення;
- впізнаваність бренду;
- трафік;
- залученість;
- позначки «Подобається» на сторінці;
- відповіді на запрошення (просування зустрічей);
- встановлення додатків.



## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Відео

#### Рекомендації щодо форматів відео

- Відеореклама з кільцевої галереєю - формат 1:1 (саме в кільцевої галереї співвідношення сторін повинно бути однаковим)
- Відеореклама In-Stream на Facebook і в Audience Network - формат 16:9
- За аналогією із зображенням, якщо в відеоролику міститься велика кількість тексту, то система буде «урізати» кількість трафіку - відповідно, ефективність таких оголошень значно знизиться
- Перевірити відео за допомогою інструменту Facebook не вийде. Проте при створенні оголошення в рекламній акаунті ви побачите автоматичне попередження, що відео містить багато тексту і результативність оголошення може бути низькою.

## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

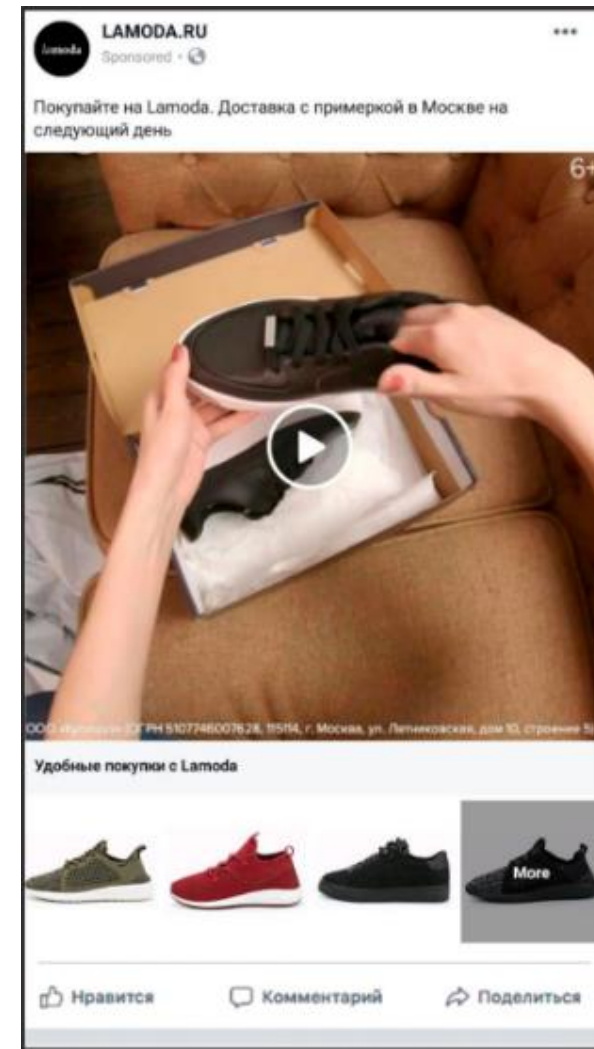
### Добірка

Це формат реклами, який допомагає користувачам швидко переглянути товар в соцмережах і купити прямо зі смартфона. У добірці є основне зображення або відео, а під ним - ще 4 додаткових.

Як тільки користувач натисне на таке оголошення, відкриється полотно **Instant Experience** з описом

В даному форматі оголошень є:

- **Основне фото або відео** в рекламі з підбіркою - це перше зображення з повноекранного полотна.
- **Заголовок.** До 25 символів
- **Текст.** До 90 символів (можна і більше, але тоді є ризик, що не весь текст буде видно в оголошенні).





## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Добірка (Instant Experience)

Підходить для цілей:

- трафік;
- конверсії;
- продаж товарів з каталогу;
- відвідування точок.

### Вимоги для запуску оголошення Instant Experience

- До 20 зображень з рекомендованим розміром 1080 x 1920 px. Зображення в форматі PNG або JPG.
- Для гифок краще підходить повноцінне відео.
- Відео: мінімальний дозвіл відео - 720 px (чим більше, тим краще). Будь-яка кількість відео в Instant Experience сумарною тривалістю до 2 хвилин.
- У текстових блоках є обмеження - в кожному не більше 500 слів.
- Рекомендуємо між ними робити графічні ставки, щоб підвищити читабельність оголошення.

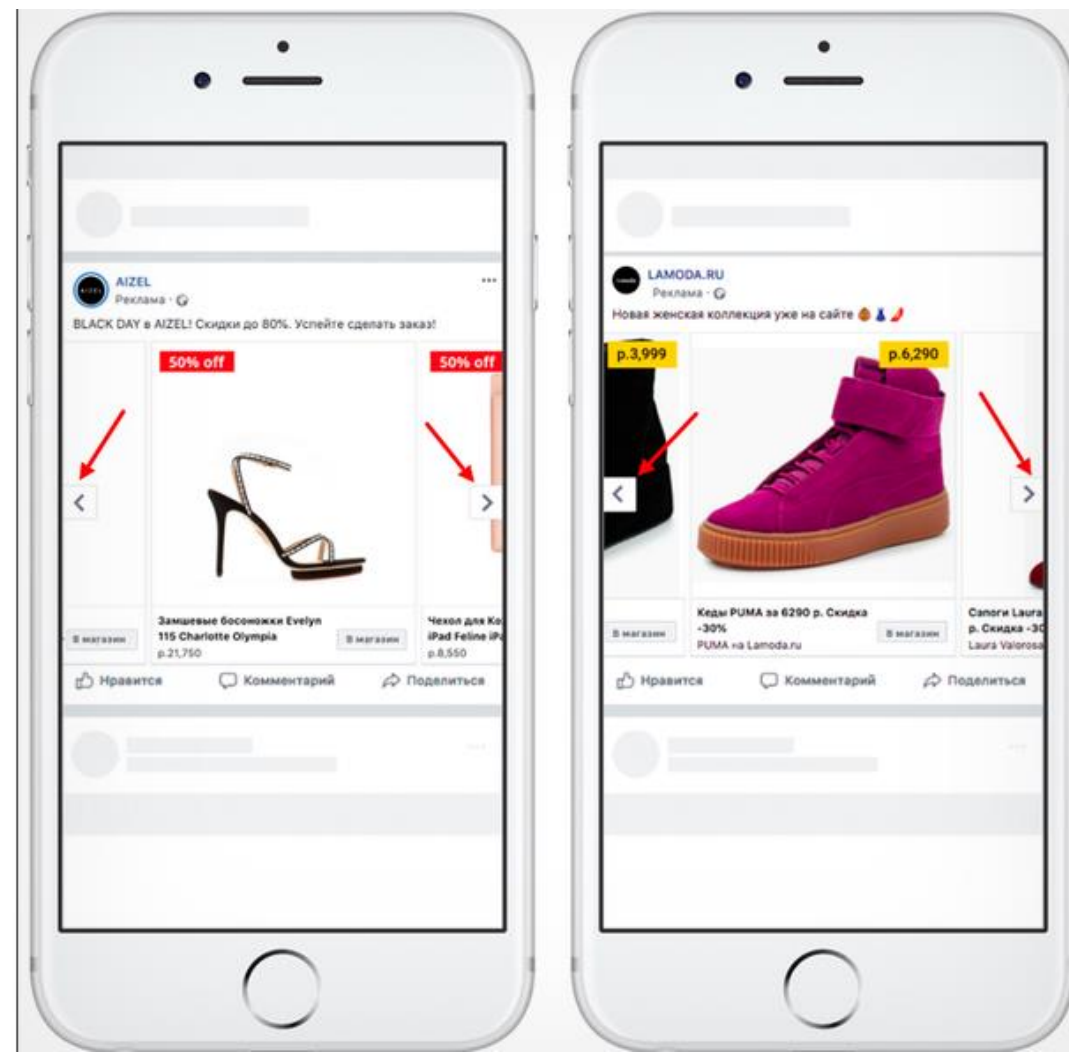
## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Кільцева галерея (карусель)

Це формат оголошень для одночасної демонстрації максимум 10 зображень / відео.

Для кожного оголошення рекламодавець окремо задає заголовок, опис і посилання на сайт.

Таким чином зручно просувати товари однієї категорії / серії або в одному оголошенні вказувати кілька акційних пропозицій в магазині.



## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Кільцева галерея (карусель)

#### Карусель підходить для цілей:

- охоплення;
- впізнаваність бренду;
- трафік;
- установки додатків;
- генерація лідів;
- конверсії;
- продажу товарів з каталогу

#### Вимоги для банерів в каруселі

Співвідношення сторін 1:1. Якщо зображення буде іншого формату, то воно автоматично «обрізається» до квадрату.

Мінімальна кількість карток в каруселі 2, а максимум - 10.

При використанні відео рекомендований дозвіл: мінімум 1080 x 1080 px.

Також варто звертати увагу на кількість тексту в креативі, що використовується.

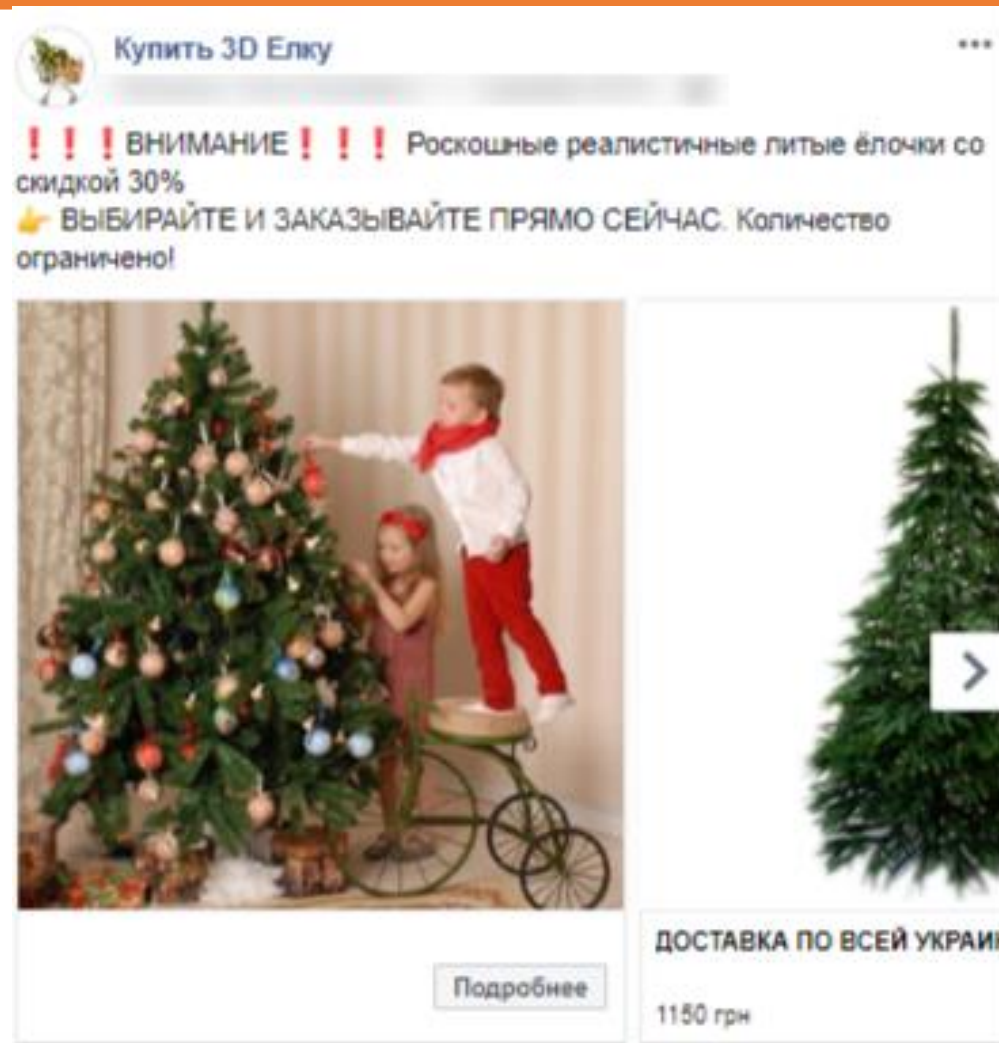
Для запуску динамічної кампанії («Продаж товарів з каталогу») в карусель можна додати до 200 карток..

## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Слайд шоу

Це відеореклама з зображень.

Основна перевага перед відео - висока швидкість завантаження навіть при повільному інтернеті.



Купить 3D Елку

!!! ВНИМАНИЕ !!! Роскошные реалистичные литые ёлочки со скидкой 30%  
👉 ВЫБИРАЙТЕ И ЗАКАЗЫВАЙТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС. Количество ограничено!

Доставка по всей Украине

1150 грн

Подробнее

The advertisement is a slide show format. It features a main image of a decorated Christmas tree with children, and a smaller image of a 3D tree on the right. The text is in Russian and Ukrainian, promoting a 30% discount on 3D Christmas trees. A yellow arrow points from the 'Слайд шоу' section to this advertisement.

## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Слайд шоу

#### Коли варто використовувати слайд-шоу:

- Необхідно швидко запустити рекламну кампанію, але ви не хочете обмежуватися простим одним зображенням. Оскільки слайд-шоу - набір картинок, у вас є можливість докладніше розповісти про себе, свій продукт і залучити більше уваги.
- Ви не за робочим ноутбуком.
- З мобільних пристроїв даний тип можна запустити ще швидше, ніж з комп'ютера. Тому це хороший варіант для оперативних завдань.
- Ви хочете додати більше інформативності в оголошення (чого не можна зробити за допомогою однієї картинки).
- Якщо ви таргетіруєтеся на аудиторію, яка знаходиться в регіонах з поганим покриттям інтернету або повільним з'єднанням.

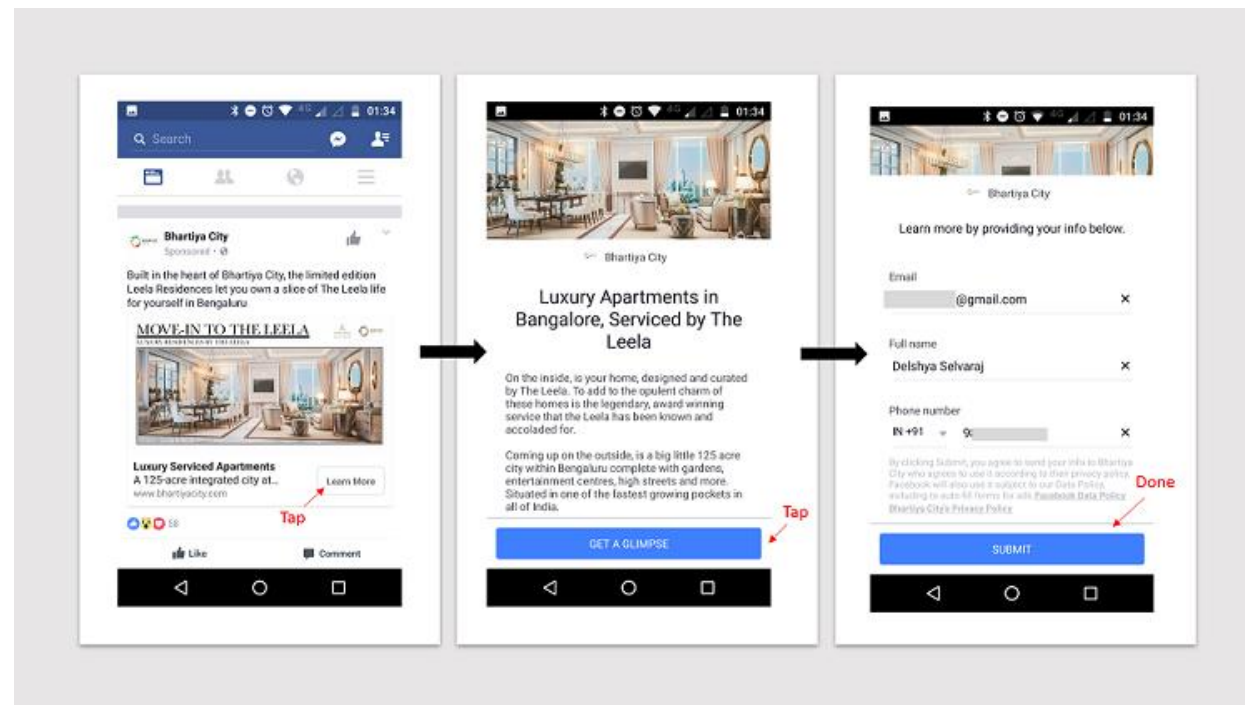


## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Форми для лідів

Щоб за допомогою реклами збирати дані про користувачів, використовуйте формат реклами з відкриттям форми після кліка по оголошенню.

Ви самостійно можете вибирати поля, які будуть в цій формі, кількість і порядок їх заповнення. Facebook вже знає щось про користувачів (наприклад ім'я, прізвище, місто, вік і так далі), тому дані поля система заповнить автоматично (тільки якщо дані не приховані налаштуваннями приватності).

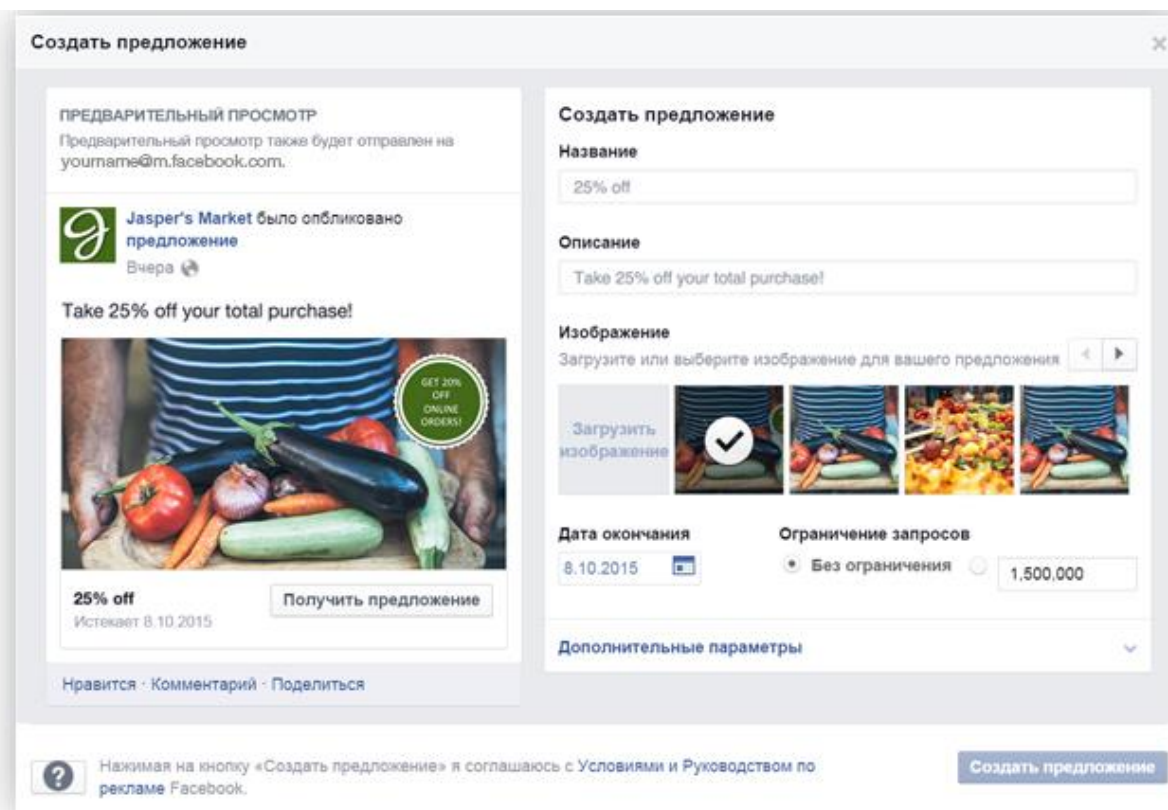


## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Пропозиція

#### переваги:

- залучення нових клієнтів, які ще не знайомі з вашим брендом;
- знижки завжди підвищують кількість трафіку на сайт і кількість продажів;
- Facebook через розсилку автоматичних повідомлень сповістить зацікавлених користувачів про закінчення терміну дії знижки.



Создать предложение

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ПРОСМОТР  
Предварительный просмотр также будет отправлен на youname@m.facebook.com.

Jasper's Market было опубликовано предложение  
Вчера

Take 25% off your total purchase!

25% off  
Истекает 8.10.2015

Получить предложение

Нравится · Комментарий · Поделиться

Создать предложение

Название  
25% off

Описание  
Take 25% off your total purchase!

Изображение  
Загрузите или выберите изображение для вашего предложения

Загрузить изображение

Дата окончания  
8.10.2015

Ограничение запросов  
• Без ограничения • 1,500,000

Дополнительные параметры

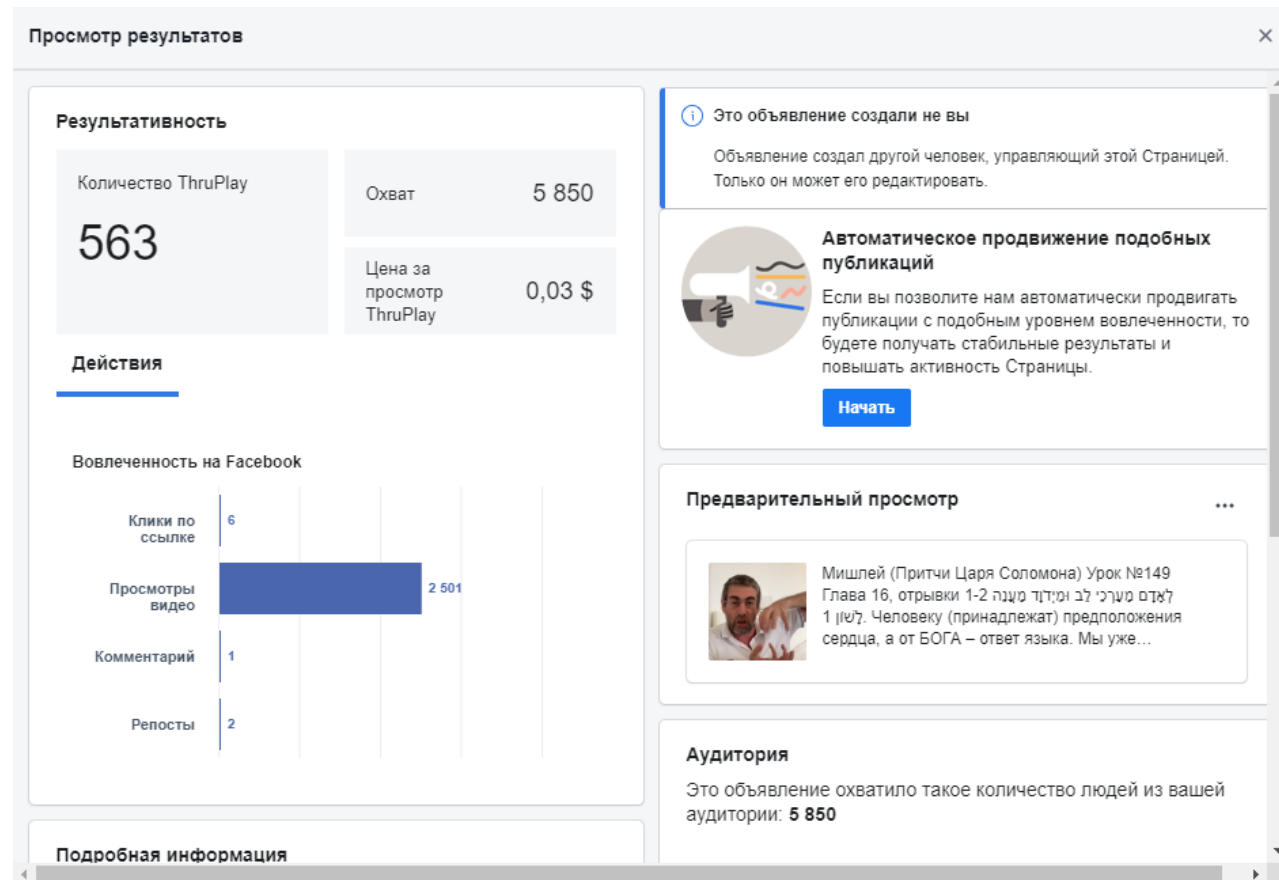
Нажимая на кнопку «Создать предложение» я соглашаюсь с Условиями и Руководством по рекламе Facebook.

Создать предложение

## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Дописи сторінки

Промуваючи пост, ви відразу бачите статистику за охопленням / взаємодією і коментарями, а значить, зможете швидко відповідати і реагувати на відповіді / прохання / зауваження і так далі.



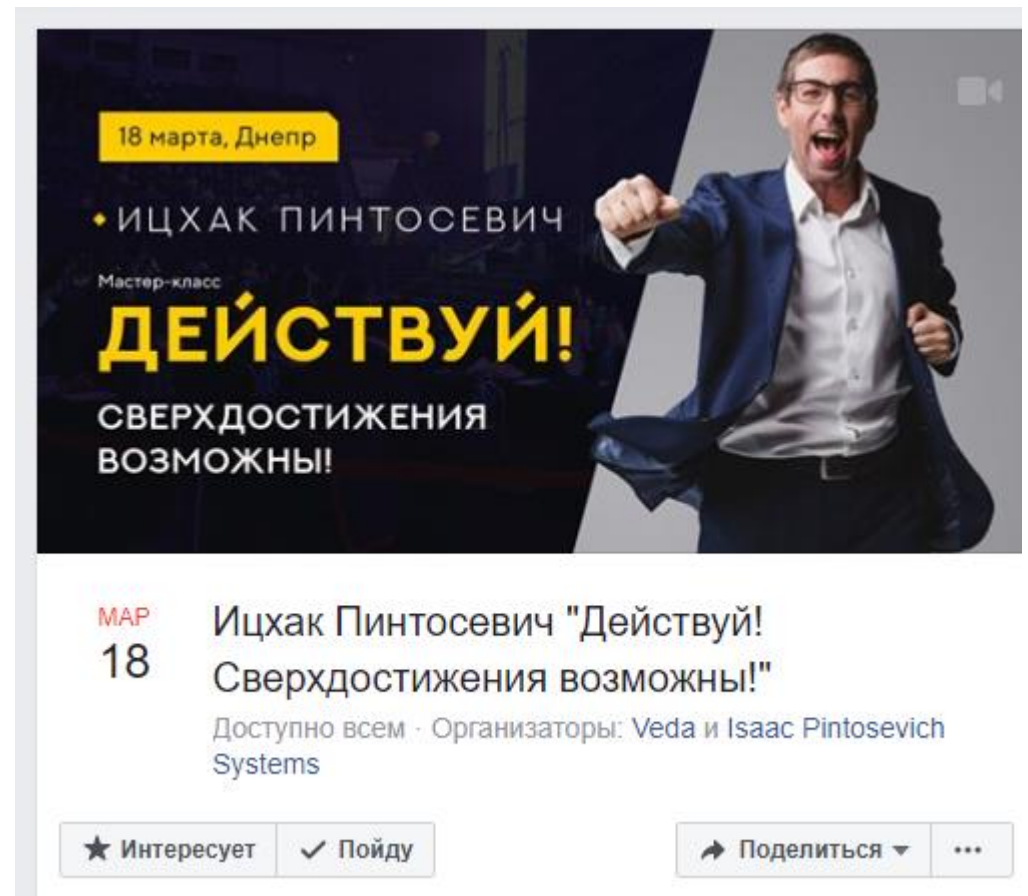
## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

### Події

Формат оголошень, який практично ідентичний зображенням / відео, але з іншим креативом - зустріччю.

Тобто заголовок і опис змінити не можна (вони автоматично підтягуються з сторінки зустрічі),

СТА-кнопка - «Піду» або «Цікавить».





## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram

# Щоб не помилитися з форматом оголошення:

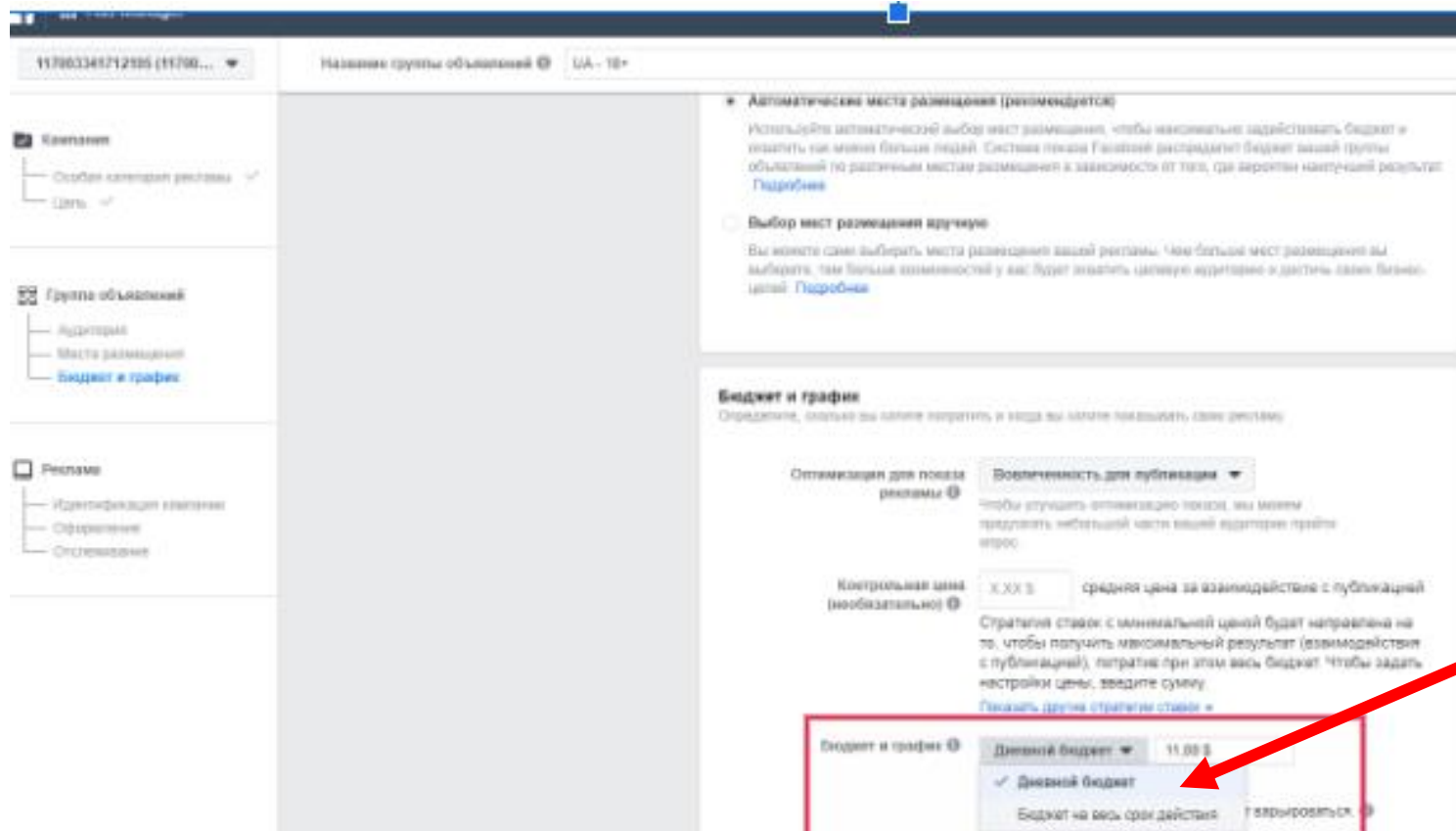
- Визначте мету рекламної кампанії і сформулюйте, який кінцевий результат ви хочете отримати.
- Виберіть тип рекламної кампанії (а значить, тип оптимізації).
- Залежно від типу рекламної кампанії підберіть формат оголошення. Якщо у вас немає дизайнерів, щоб змонтувати відеоролик, використовуйте зображення, створіть карусель і слайд-шоу.  
(При роботі з зображеннями пам'ятайте про обмеження тексту на них)

**- не більше 20%**





## Формати рекламних оголошень в Facebook і Instagram



**ЗВЕРНІТЬ  
УВАГУ  
!!!!!!**

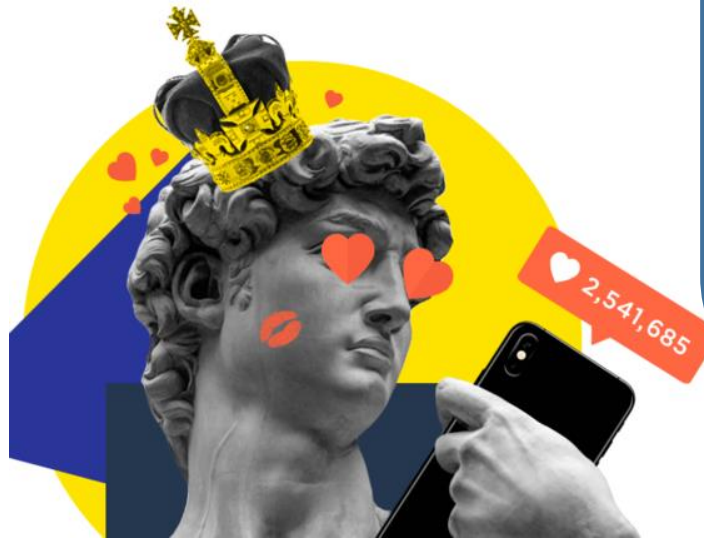
## Як продавати в соцмережах? Чого очікувати від SMM і на що звернути увагу?

Що таке SMM?

**Social Media Marketing** – спосіб просування продукту чи сервісу в соціальних мережах.

Інструменти SMM ближче до телешоу. Довіру аудиторії складно завоювати і легко втратити, агресивні продажі тут не працюють, **проте працюють давні дружні зв'язки і досконале знання потреб цільової аудиторії.**

Соцмережі постійно змінюють правила гри: алгоритми видачі постів у стрічці, рекомендацій користувачів, вагу лайків і шерів, систему статистики, а також політику штрафних санкцій і бонусів.



## Як продавати в соцмережах? Чого очікувати від SMM і на що звернути увагу?

Що ви точно  
отримаєте від  
соцмереж?

- впізнаваність бренду,
- збільшення кількості відвідувачівна сайті

Які ще задачі може  
вирішити просування в  
соціальних мережах

- формування лояльності аудиторії;
- робота з управлінням репутації компанії;
- зміцнення іміджу;
- власні задачі



## Як збільшити продажі завдяки SMM?

### КРОК 1

Оберіть мережу і створіть свій імідж

### КРОК 2

Розширюйте охоплення

### КРОК 3

Спілкуйтеся з ц.а.

### КРОК 4

Будуйте стосунки

### КРОК 5

Продажі «за порадою»



## Які соцмережі найефективніші для бізнесу

**На першому місці - Facebook** – за загальним охопленням аудиторії, за функціоналом, за можливостями просування платними і безкоштовними методами.

**На друге місце впевнено виходить Instagram** – молодь активно ділиться фотками, фоловить один одного, відомі особистості й улюблені бренди.

**На третьому місці за популярністю і потенціалом у продажах – мережа відеоконтенту YouTube.**





## Грамотний SMM включає в себе кілька напрямків

**це копірайтинг** - вибір стилю спілкування з підписниками,  
публікація на регулярній основі;

**це аналітика** - постійне відстежування тенденцій і результатів;

**це дизайн** - робота з відео- і фотоконтентом,

**це постійне спілкування з аудиторією соцмереж**, з лідерами думок;

**це правильно налаштована таргетована реклама**.

## І дуже важливе питання - навіщо користувачам вступати в вашу групу?

Навіщо користувачам вступати в ваше співтовариство?  
Що корисного вони отримають у вашій групі?

Визначте цінності, які ви надасте потенційним клієнтам в своїх спільнотах:

- Знижки на свої продукти і послуги;
- Інформація про всі акції та спеціальні пропозиції компанії;
- Безкоштовні матеріали, які допоможуть їм у роботі;
- Швидкий зворотний зв'язок по продукту, роботу технічної підтримки;
- Актуальні новини по вашій тематиці (наприклад, земельне право, податкове законодавство, материнський капітал);
- Безкоштовні консультації фахівців з вашої тематики (юриста, бухгалтера);
- Корисні матеріали по вашій тематиці (наприклад, для магазину з продажу сноубордів - відеоролики про те, як вибрати дошку, як нагострити кант і т.п.).

## На що варто звернути увагу, або підводні камені про які мало хто говорить:

### **НЕЧІТКІ ЦІЛІ АБО ЇХ ВІДСУТНІСТЬ.**

Дуже часто власник сторінки не до кінця розуміє для чого йому соціальні мережі, робота ведеться без чіткого розуміння цілей та метрик. В результаті бюджет та час втрачено, а очікування не виправдалися.

### **НЕМА РОЗУМІННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ.**

На сторінці публікується інформація, яка не є цікавою для потенційних клієнтів бізнесу. На такий контент аудиторія слабо реагує, а алгоритми соціальних мереж показують його дуже рідко.

### **“ПРИМІРКА” КОНТЕНТУ НА СЕБЕ.**

Всі сили можуть бути покладені на те, щоб зробити контент, який буде подобатися лише вам (директору). При такій роботі основні цілі та цільова аудиторія ставляться на друге місце, що дуже неправильно.

### **ВЕЛИКІ ОБІЦЯНКИ ВІД ПІДРЯДНИКІВ.**

Як показує практика, ті спеціалісти, що багато обіцяють на старті, не здатні досягнути високих результатів в процесі роботи.

## Конкурси в соціальних мережах

цїлі

Залучення  
нових  
покупців

Збільшення  
продажів

Популяризація  
бренду

## Конкурси в соціальних мережах

### ЕТАПИ

Підготовчий

Створення  
акційної  
пропозиції

Поширення  
інформації  
про акцію

Підготовка  
обіцяної  
винагороди  
переможцю

Початок  
розіграшу

Супровід

Визначення  
та оголошення  
переможця

Вручення  
призу

Завершальний

Спілкування з  
переможцем після  
проведення акції.

Відповідь на пост  
переможця про  
отримання  
подарунка



## Конкурси в соціальних мережах

### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах

Знижки та  
розпродажі

Це найбільш поширений вид акцій

**Вони:**

- дають дуже хороший відгук,
- користувачі швидко включаються в інфопривід.

Цей формат особливо гарний напередодні свят, коли всі шукають найвигідніші пропозиції.

Розіграш Xiaomi Mi Band 5  
Придбати можна за посиланням [cutt.ly/SodOlky](https://cutt.ly/SodOlky)  
▲ Флеш-пам'ять 16 МБ  
▲ Діагональ екрану 1.1"  
▲ Тип матриці екрана AMOLED  
▲ Ступінь захисту 5ATM  
▲ Великий набір спортивних режимів  
▲ Вбудований пульсометр і крокомір  
▲ Моніторинг сну і нагадування про регулярну активності

А щоб отримати безкоштовно, потрібно:

- Виконай умови розіграшу 🙌 [cutt.ly/2odONHL](https://cutt.ly/2odONHL)
- Став лайк 👍
- Репост друзям 📺
- Коментуй з відміткою друзів 🗨️

▲ Переможця визначать через [random.org](https://www.random.org) вже 17 липня 🎉

Приєднуйся до числа учасників і випробуй свою удачу! 🍀

KonkursyUA 📩 <https://t.me/konkursyua> 😊

#xiaomi #конкурсиукраїни #розіграші #giveaway #xiaomi #miband5  
#miband #безкоштовно #розіграш #фітнесбраслет #карантин #маска  
#ведома #уборка #подарок #подарунок #фітнесбраслет #киев #лотерея  
#приз #днепр #акція #одесса #харьков #львов #гив #халява #київ #львів  
#бесплатно



## Конкурси в соціальних мережах

### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах

Ексклюзив для  
підписників

**Такі акції мають на увазі:**

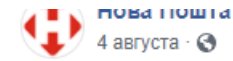
додаткову знижку за певним промокодом,

Ексклюзивну пропозицію або ціну для ваших підписників,

безкоштовну доставку,

можливість першими замовити новинку по спецтарифу і т. д.

Вони не дублюються в офлайні або в інтернет-магазині, а спрямовані виключно на постійну аудиторію вашого пабліку.



4 августа · 🌐

#### ОФІЦІЙНІ ПРАВИЛА ПРОВЕДЕННЯ АКЦІЇ «Відправляй у поштомат» (надалі за текстом – «Правила»)

ТЕРМІНИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ У ПРАВИЛАХ:

Акція – акція «Відправляй у поштомат», яка проводиться відповідно до умов цих Правил.

Організатор Акції - Товариство з обмеженою відповідальністю «НОВА ПОШТА, місцезнаходження: Україна, 03026, Київ, Столичне шосе, 103, код ЄДРПОУ – 31316718.

Бонус-знижка - накопичена персональна знижка, яку Учасник акції отримує після самостійного створення експрес-накладної через онлайн сервіси Організатора відповідно до умов Правил.

Онлайн-сервіс – особистий кабінет на сайті Організатора та мобільний додаток, доступ до якого надається кожному Учаснику для самостійного ст...

## Конкурси в соціальних мережах



### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах

Гейміфікація

Ми приходимо в соцмережі, щоб тим чи іншим чином вбити час, а тому продаж тут уже давно стала елементом розваги.

Якщо ви хочете, щоб ваша промомеханіка була дійсно успішною, вам потрібно навчитися робити це граючи.

## Конкурси в соціальних мережах

### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах

Зустріч в  
реальному світі

Якщо у вас є оффлайн-магазин або будь-яке інше місце для реальної зустрічі, рекомендуємо цю механіку.

Тут знижки - всього лише додатковий привід до візиту в магазин.

#### **Що потрібно зробити?**

Відзначити магазин, розмістити пост з вашим унікальним конкурсним хештегом і показати пост продавцеві

#### **У чому перевага?**

Це дає відвідувачеві відчуття причетності бренду до його життя. Ваша локація стає не просто точкою на карті - вона перетворюється на місце події, на місце зустрічі. А зустрічі офлайн такі приємні ...

## Конкурси в соціальних мережах



### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах



$2 + 1 = 2$

У таких акціях зазвичай звучить заклик «купуєте два, а третій отримуєте безкоштовно».

Це одні з найвигідніших акцій для будь-якого продавця. Але це взаємовигідна акція:

За фактом, людина купує більше, що добре для вас, оскільки сума середнього чеку зростає;

Але платить при цьому менше, оскільки 3-й товар вона отримує безкоштовно.

**В цьому і полягає суть конкурсу - зробити добре і клієнтові, і собі.**

## Конкурси в соціальних мережах



### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах



$2 + 1 = 2$

У таких акціях зазвичай звучить заклик «купуєте два, а третій отримуєте безкоштовно».

Це одні з найвигідніших акцій для будь-якого продавця. Але це взаємовигідна акція:

За фактом, людина купує більше, що добре для вас, оскільки сума середнього чека зростає;

Але платить при цьому менше, оскільки 3-й товар він отримує безкоштовно.

**В цьому і полягає суть конкурсу - зробити добре і клієнтові і собі.**



## Конкурси в соціальних мережах



### Ефективні формати конкурсів в соціальних мережах

#### ВИСНОВКИ

**Не обирайте єдиний формат конкурсів в соцмережах - експериментуйте**

Кожен з цих форматів має свої переваги один перед одним.

☞ один більше діє на залучення нових клієнтів

☞ інший - збільшує лояльність вже наявних підписників.

✦ При підготовці акційного контенту обов'язково **ретельно готуйте і відпрацьовуйте кожен етап**, адже від цього буде залежати результативність і доцільність витрачених зусиль

## Конкурси в соціальних мережах



### Як провести конкурс в соціальних мережах

1

#### МЕТА КОНКУРСУ

Наприклад:

- Набрати нових підписників
- Підняти активність аудиторії, щоб підігріти її до продажу
- Збільшити охоплення рекламного повідомлення (коли ви випустили новий продукт і хочете показати його великій кількості людей)

2

#### ПРИЗИ

Кращі:

- Продукція бренду
- Квиток на захід
- Безкоштовні курси
- Лайфхак: за пару днів до запуску проведіть опитування аудиторії, хай вони самі оберуть приз серед запропанованих вами варіантів + ви підігрієте підписників до участі.

## Конкурси в соціальних мережах



### Механіка конкурсу

#### 2 найбільш ефективні механіки, засновані на коментарях

Відзначай друга в коментарі під фото і обидва отримаєте приз - так підвищується охоплення

Відгадай щось і запиши відповідь в коментарях.  
Ххто перший це зробить, той переміг - підходить, коли у вас активний акаунт і 6 останніх публікацій збирають не менше 50 коментарів

## Конкурси в соціальних мережах

### Тривалість конкурсу

#### Оптимальна тривалість конкурсу:

- для Facebook - 5 - 7 днів
- для Instagram - 2 - 3 дні.

**Більшість намагається запустити конкурси на 2 - 3 або навіть 4 тижні, але це тільки знижує бажання брати участь.**

Чим швидше можна отримати результат (дізнатися переможця), тим більше активності буде.



## Конкурси в соціальних мережах

текст і картинка

має бути просто

має бути зрозуміло

**Лайфхак:** Використовуйте замість картинки ролик до 1 хвилини, де можна розповісти умови участі, показати як виконувати завдання (деякі не знають як ділитися записом) і приз з різних сторін.





## Конкурси в соціальних мережах



### Просування конкурсу

Використовуйте платне просування запису на цільову аудиторію вашої сторінки

Публікуйте анонси та нагадування про конкурс

Розішліть листи по своїй базі з закликом брати участь у конкурсі

## Конкурси в соціальних мережах

### Підведення підсумків

- це має бути точно в зазначений термін і має бути прозоро.
- не потрібно підводити підсумки кілька разів, якщо вам не сподобався переможець.  
Це завдає шкоди вашій репутації – учасники перевіряють чесність підведення підсумків усіма можливими способами.



**Дитяче видавництво Егмонт Україна**

Оголошуємо результати конкурсу "Читай і грайся" за вересень місяця.

Вітаємо наших 4 переможців 🏆👉👈:

1. Репецкая Александра
2. VITALII KRYVIAK
3. Мирошник Юлія
4. Гелич Ольга

Ми найближчим часом зв'яжемося з вами і обговоримо деталі отримання подарунків.

Розіграш проходив серед покупців інтернет-магазину, які зробили замовлення від 400 гривень. Вони отримають чудові іграшки у подарунок. Наступний розіграш призів відбудеться в останній четвер жовтня 🌟👉👈.

Детальні умови конкурсу за посиланням  
<http://shop.egmont.ua/rozigrashpodarunkiv>

Показати переклад



**КОНКУРС**  
**ЧИТАЙ І ГРАЙСЯ!**

List Randomizer  
**4 переможці**

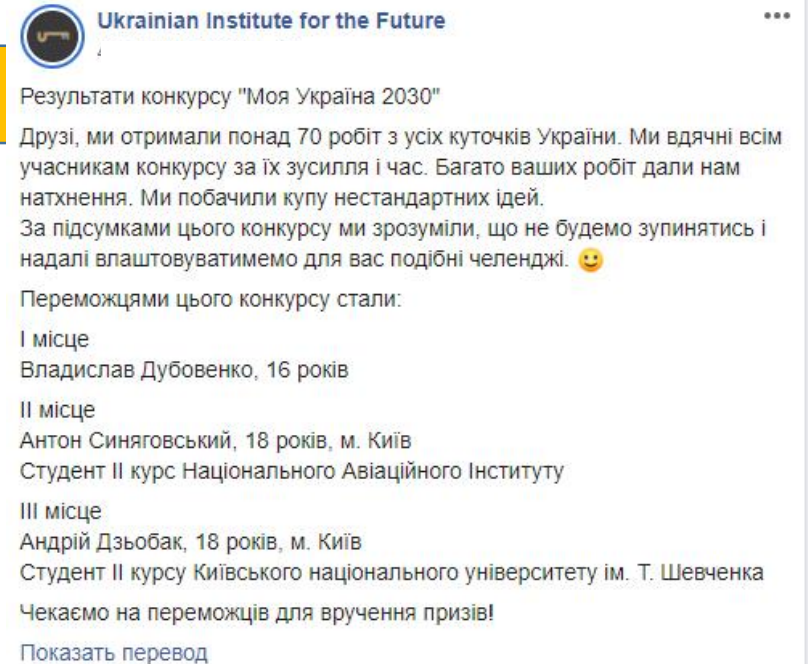
There were 18 items in your list. Here they are in random order:

1. Репецкая Александра
2. VITALII KRYVIAK
3. Мирошник Юлія
4. Гелич Ольга

List Randomizer  
**4 призи**

There were 16 items in your list. Here they are in random order:

1. Ігровий набір "Збудуй власну залізницю" арт CDB57
2. Набір меблів Barbie в асортименті
3. Ігровий набір "Збудуй власну залізницю" арт CFF95
4. Лялька Barbie арт. CFF12



**Ukrainian Institute for the Future**

Результати конкурсу "Моя Україна 2030"

Друзі, ми отримали понад 70 робіт з усіх куточків України. Ми вдячні всім учасникам конкурсу за їх зусилля і час. Багато ваших робіт дали нам натхнення. Ми побачили купу нестандартних ідей.

За підсумками цього конкурсу ми зрозуміли, що не будемо зупинятись і надалі влаштуватимемо для вас подібні челенджі. 😊

Переможцями цього конкурсу стали:

**I місце**  
Владислав Дубовенко, 16 років

**II місце**  
Антон Синяговський, 18 років, м. Київ  
Студент II курсу Національного Авіаційного Інституту

**III місце**  
Андрій Дзьобак, 18 років, м. Київ  
Студент II курсу Київського національного університету ім. Т. Шевченка

Чекаємо на переможців для вручення призів!

Показати переклад



# Відповіді на запитання

