



FDCONSULT

DIGITALNI MARKETING KURSEVI

facebook



Instagram

FDCONSULTS.COM

1. Upoznavanje

- Predstavljanje
- Od početka do FDconsult

Ko se sve reklamira?

Svi osim:

- Duvanski proizvodi.
- Oružje i eksploziv.
- Špijunske kamere i oprema za nadzor.
- Proizvodi i usluge za odrasle.
- Penni Auctions.
- Kockarnice (Navodno puštaju pod specijalnim uslovima mada se ne savetuje)
- Onlajn Kockarnice (Isto kao gore).

Ko traži odobrenje od Facebooka?

- Alkohol/Alcohol.
 - Aplikacije za dejting.
 - Promocije onlajn Apoteka .
 - Firme koje se bave izdavanjem osiguranja i finansijskih savetovanja i usluga / Prolazi uz odobrenje.
 - Političke Partije / Prolazi uz odobrenje.
 - Crypto proizvodi i usluge.
 - Lecilista od droga, alkohola.
 - Firme koje se bave izdavanjem nekretnina / Prolazi uz odobrenje.
 - Firme koje puštaju reklame za zapošljavanje / Prolazi uz odobrenje.
- Do koga možemo dopreti reklamama na Facebook-u i Instagram-u
- Šta je sve potrebno da bi se reklamirali na Facebook i Instagramu
- Facebook Stranica
 - Instagram Stranica
 - Facebook Biznis Menadzer nalog
 - Kartica sa koje ce facebook naplacivati
 - I novac :D

2. Kreiranje stranice na Facebook i Instagramu:

- Podešavanje stranice i profila.
- Stranice.
- Kreirajte stranicu.
- Popuniti informacije.
- Kategorije.
- Opis Stranice.
- Dodati profilnu sliku.
- Dodati Pozadinsku sliku.
- Povezati sa Whats-appom (Opciono - preskočiti).

Objasniti sve aspekte stranice:

- Ažuriranje i objavljivanje sadržaja.
- Dodeljivanje administratora, editora.
- Opcije za upravljanje stranicama.

Biznis Suite*

- Kreirati novi nalog na Instagramu.
- Prebaciti Instagram nalog kroz podešavanja u Biznis Nalog.
- Povezati instagram nalog kroz "Biznis Suite".
- Vodič kroz Biznis Suite.

***Test:** Kreirati stranicu koju ćemo kasnije povezati sa Busines Manager-om.

*pitanja

3. Kreiranje naloga u biznis menadžeru:

- Kreiranje naloga (<https://business.facebook.com/select/>).
- Kreiranje naloga putem Linka iznad. U većini slučajeva već kreirano automatski kroz Busines Suite nalog.
- Pravilno popunjavanje informacija (Business Info) .
- Povezivanje načina plaćanja.
- Limit.
- Povezivanje stranica.
- Kreiranje naloga za reklamiranje (Ad Menager).
- Opcije o korisnicima.

Kroz dodavanja ljudi ili partnera možemo dodeliti nekome pristup.

Ukoliko Biznis Menadžer već postoji tražićemo pristup tako što ce nas neko pozvati putem email-a.

- 2FA - dvostruki faktor autentikacije
- Verifikacija domena

Od prošle godine Facebook je uveo verifikaciju domena za koji će se raditi reklamiranje pa je u opcijama "Bezbednost Brenda" dodat domen, i ubacivanjem koda koji će nam FB dati, ubaciti kako bi FB mogao da nas verifikuje.

***Test: Kreiranje BM-a i naloga za reklamiranje**

4. Pixel / Event Menadžer:

- Kreiranje pixela.
- Povezivanje pixela sa sajtom.
- Slanje koda programerima.
- Kreiranje kataloga.
- Povezivanje kataloga.
- Verifikacija događaja.
- Dijagnostika.
- Testiranje pixela.
- Dodavanje događaja uz pomoć "Event Set Up tool".

*Test: Povezivanje Pixel-a.

5. Menadžer reklama (Ads Manager):

5.1 Pojašnjenje nivo:

- Kampanje - Na ovom nivou ćemo kreirati kampanje. Ideja za pravilno imenovanje kampanja je jako bitna za slučaj da imamo dosta reklama, to će nam olakšati snalaženje i organizaciju kroz kampanje. - Max 5000 Kampanja.

- Ad Set Nivo - Na ad set nivou kreiramo suštinu reklame u kojoj će nam se nalaziti svi parametri koje zadajemo facebook-u za određenu reklamu. - Maksimum od 5000 ad setova u kampanji.

- Reklam - I reklama je mesto gde nam se nalazi kreativni deo reklama kao što su slike, tekstovi, video snimci. - Maksimum od 50 reklama u ad setu.

- Detalji navigacije kroz BM

- Naziv Naloga

- Kalendar

- Resurs centar - mesto za neke savete i sugestije sa Facebooka (iskreno možda sam 3 puta kliknuo na to od toga 2 puta slučajno, a jednom sam iz znatiželje pročitao šta tamo piše).

- Dugme za kreiranje.

- Mesto za podešavanje kolona (Više o ovome u drugom delu).

- Mesto za listu (više o ovome u drugom delu).

- Izveštaji ukoliko je potrebno da se eksportuju, mada na facebook-u je mnogo preglednije.

5.2 Objektivni kampanja:

- "Awareness"
- "Traffic"
- "Engagement"
- "Leads"
- "App promotion"
- "Sales"

Stara Podela:

Awareness kampanje - Kod ove vrste kampanja radimo na tome da nam promoviramo naš brand i isključivo služe kako bi što više ljudi čulo i videlo naš brend, kao što sam naziv kaže Awareness ili vidljivost. Cila poenta kampanja je da se poveća vidljivost našeg brenda. Primeri kampanja koje rade awareness su CocaCola, Facebook, Lidl.

- Brand Awareness.
- Reach.

Consideration kampanje - su kampanje uz pomoć kojih pratimo određena dešavanja, tačnije interakciju sa našom stranicom, sajtom ili e-prodavnicom. Ovu vrstu kampanja bi mogli da koristimo radi povećanja poseta na sajtu, povećana interakcije sa našom stranicom ili nekim postom na stranici. Nema preveliku zastupljenost ali u određenim situacijama može da koristi, što ćemo pojasniti u naprednijim tehnikama.

- Traffic.
- Engagement.
- App Installs.
- Video Views.
- Lead generation.
- Messages.

Conversion kampanja - za cilj imaju neku vrstu konverzije koja se dešava na sajtu, kupovina, ostavljanje podataka, prodaja kroz katalog, ili samo poseta prodavnicima. Jedna od najzastupljenijih vrsta kampanja koju ćemo najviše obraditi a i 90% marketinga se zasniva na ovoj vrsti kampanja.

- Conversions.
- Catalog Sales.
- Store traffic.

Nova Podela:

- Awareness.
- Traffic.
- Engagement.
- Leads.
- App Promotion.
- Sales.

5.3 Ad set nivo:

- Dodavanje pixela.
- Biranje konverzionog događaja.
- Budžet, vreme, datum puštanja reklama.
- Slične ciljne grupe (LLA Audiences).
- Isključivanje ciljne grupe.
- Lokacija, godine, pol.
- Ciljna grupa (Interest Audience).
- Jezik.
- "Placements".
- Optimizacija.

5.4. Reklame (Ad Level) - Naziv reklama primer img1 - adc1 - LP(opciono)

- Ime reklame.
- Povezivanje stranice.

- Podešavanje reklame:

Slika

Video

Karusel

Kolekcija

Creatives reklame:

Tekst reklame

Naslov

Opis

URL

Dan 2:

6. Politike privatnosti

- Slika mora biti u skladu sa politikom privatnosti.
- Tekst mora biti u skladu sa politikom privatnosti.

* Test: Facebook AD Policy blueprint

7. Kreiranje LLA publike (LLA Audiences):

- Publika (Audiences).
- Custom Audiences.
- LLA Audiences.

8. Analitika podataka

- Razvrstavanje.
- Podešavanje kolona za praćenje.
- Pojašnjenje kolona.
- Preporuka kolona za Leadgen.
- Preporuka kolona za E-commerce.

*Primer: Analiza podatak realnog naloga - E-commerce.

*Primer: Analiza podataka realnog naloga - Leadgen.

*Bonus: Lista bitnih kolona + redosled svih bitnih kolona (pdf dokument)

9. ABO protiv CBO

- ABO objašnjenje.
- CBO objašnjenje.

10. Strategije za reklamiranje

- Interesti.
- Kombinacija interesa.
- LLA audiences.
- Lista korisnika.
- Super LLA's.
- Početna faza.
- Skaliranje.
- Dinamični creatives.
- Kreiranje Engagement kampanja kako bi ojačali najbolje reklame i povećali verodostojnost proizvoda kako bi kasnije istu reklamu koristili u najboljim ad setovima.

11. Retargeting.

12. Psihologija reklama.

- Zaustavljanja skrolovanja.
- Koncept kreiranje problema i rešenja.
- Koncept kontraverznih naslova.

13. Analiza ciljne grupe

- Kreiranje avatara.
- Istraživanje konkurencije.
- FB biblioteka reklama.

14. Pisanje Tekstova reklama

- AI sajtovi za pisanje tekstova (link).
- Glavne stavke prilikom pisanja teksta reklama (primer tekstova).

15. Creatives

- Slike (primeri).
- Video snimci (primeri).
- Karusel (primeri).
- Preporučene dimenzije slika.
- Preporučene dimenzije video snimaka.
- Link ka sajtovima za besplatne slike .
- Dimenzije Slika.

16. Kvalitet naloga

17. Rešavanje problema, kontaktiranje FB podrške

- Business Manager ID.
- AD Account ID.
- AD Set ID.
- AD ID.
- * Test: Kreiranje i puštanje prve kampanje.

BONUS:

1. Dokument sa kolonama za analizu
2. Lik za prijavu na Marketing newsletter
3. Lista FB grupa za praćenje dešavanja u Marketing svetu
4. Uputstvo za kreiranje CA i LLAs
5. Objasnjenje vrsta reklama na FB i IG-u
6. Link ka AI sajtu za pisanje tekstova reklama