

Facebooki reklaamikoolitus

Eve Keerus-Jusupov

Tutvustus

- Nimi
- Tegevusala
- Kas on olemas veebileht, mis seotud FB Pixeliga?

Facebook Pixel

Vali Halda reklaame →
Reklaamihaldur → All Tools →
Measure & Report alt Pixels →
kliki nuppu Create a Pixel → kliki
nuppu Create
Lisa ka Facebook Pixel Help

Facebook Pixel

Vali + Loo reklaam → ava Reklaamihaldur
(<https://www.facebook.com/adsmanager>)

Business Tools (9 täppi) →

Events Manager →

kliki nuppu Create a Pixel → kliki
nuppu Create

Lisa ka Facebook Pixel Help

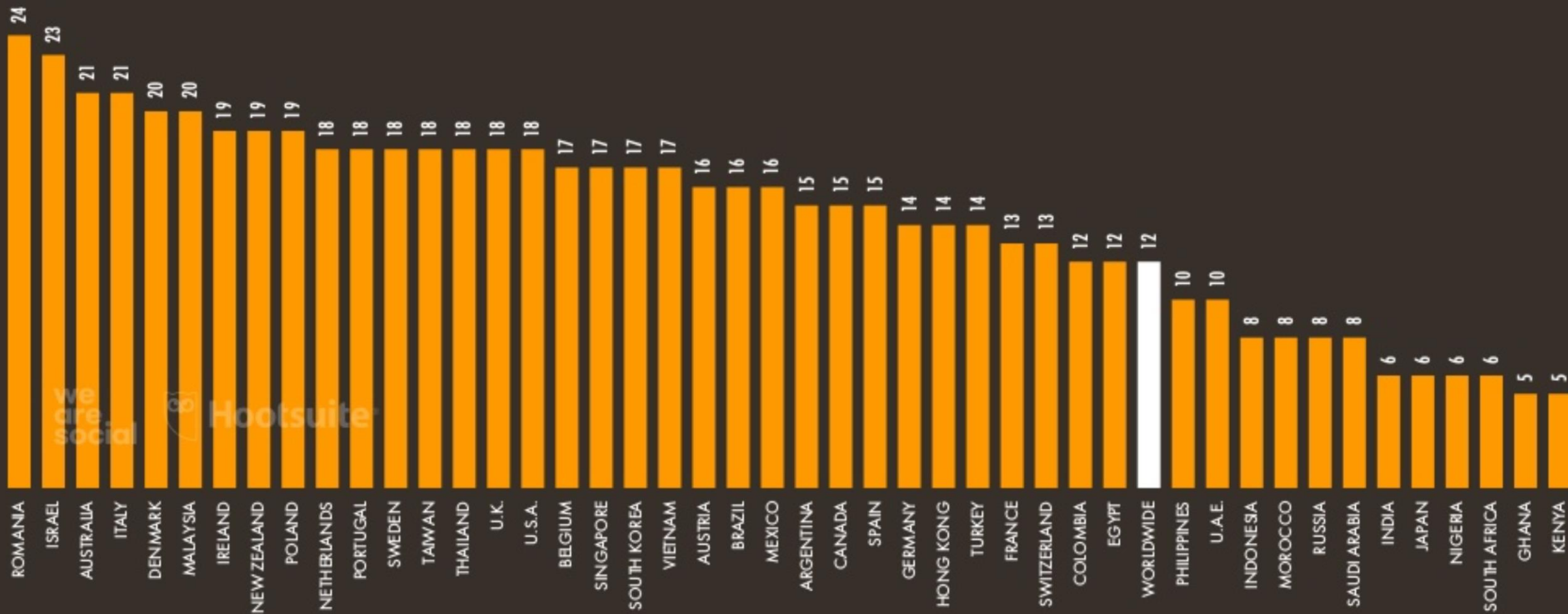
WP adminikeskkonnas vali Pluginad → Lisa uus
Vali Pixel Caffeine plugin (By AdEspresso) →
Paigalda kohe →
Lülita sisse

Vali vasakult menüüst Pixel Caffeine → SET UP NOW
Vali oma FB Pixel kood
Vali Enable → Save

JAN
2020

MEDIAN MONTHLY FACEBOOK ADVERT CLICKS PER USER

THE NUMBER OF TIMES EACH MONTH THAT THE 'TYPICAL' FACEBOOK USER* CLICKS OR TAPS ON AN ADVERT ON FACEBOOK (ANY AD FORMAT)



SOURCE: FACEBOOK (JANUARY 2020) *NOTE: FIGURES REPRESENT MEDIAN VALUES FOR ACTIVE FACEBOOK USERS AGED 18 AND ABOVE

we
are



Hootsuite®

JAN
2020

ESTONIA

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



ESTONIA

TOTAL
POPULATION



1.33
MILLION

URBANISATION:

69%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



1.81
MILLION

vs. POPULATION:

136%

INTERNET
USERS



1.19
MILLION

PENETRATION:

90%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



760.0
THOUSAND

PENETRATION:

57%



we
are
social



**JAN
2020**

SOCIAL MEDIA OVERVIEW

BASED ON THE REPORTED POTENTIAL ADVERTISING REACH OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



ESTONIA

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

760.0
THOUSAND

SOCIAL MEDIA USERS
COMPARED TO
TOTAL POPULATION



global
web
index

57%

CHANGE IN SOCIAL
MEDIA USER NUMBERS
(APR 2019 TO JAN 2020)



we
are
social

+6.3%
+45 THOUSAND

PERCENTAGE OF ACTIVE
SOCIAL MEDIA USERS
ACCESSING VIA MOBILE



95%

2020 sotsiaalse meedias

- Müük sots. meedias → **FB Shops**
- Instagrami postitustes tag'itud, YouTube videosse tag'itud
- AI – tehisintellekt – GAFA
- <https://lab.mobi/ar-ee>
- Lühikesed ja pikad lood (sinu toote/teenuse hädavajalikkus)
- Twitch, TikTok
- WeChat, Kuaishou, Douban → Hiina

Messengeri turundus ja chatbotid

- Eesmärk – turundus, klienditeenindus, müük
- KKK, e-poe tootesoovitaja, kontaktid, väärt info/harimine, sooduskupongid, korduvostud
- Seo MC'ga, CRM
- <https://manychat.com>
- <https://manychat.com/blog/ultimate-guide-messenger-marketing-and-facebook-chatbots/>
- <https://mobilemonkey.com>
- <https://botacademy.com>
- <https://www.udemy.com>

Funnel

- Inimeste kaasamine Messengeri kanalisse ja nende segmenteerimine huvide järgi
- Postitus oma fännidele/reklaam/segmendid
 - Liitu Mahepoe Messengeriga ja saad järgneva 30 päeva ostudelt 10% soodustust! Liitumisel küsitakse eelistusi – gluteenivaba, laktoosivaba jne.
- Kasuliku ja hariva ning meelelahutusliku info edastamine
 - Nt 1 x nädalas, saada sihitud infot
- Müük (personaalne pakkumine, soodustused jt.)
- Klienditeenindus Messengeris
 - Ostujärgne, Ost + 3 päeva, Ost + 7 päeva, Ost + 14 päeva

Kuidas FB andmeid kogud?

- Ise annad ja reaktsioonid
- Pildid (täpne tuvastustehnoloogia), videod ja hashtagid
- Veebilehed, e-poed, apid, asukoht ja füüsilised poed
- Vaatamised, jagamised, kommenteerimised
- Shadow profile → veebilehed, apid, teiste kontaktid
- Seaded → Reklaamid → Sinu andmed → Sinu kategooriad (vana)
- Seaded ja privaatsus → Settings → Reklaamid → Sinu andmed → Sinu kategooriad (uus)
- Seaded ja privaatsus → Seaded → Reklaamid → Reklaamisätteid → Categories used to reach you → **Interests and Other Categories**



Sinu andmed

Sulge ^

Sinu kohta

Your categories

The categories in this section help advertisers reach people who are most likely to be interested in their products, services, and causes. We've added you to these categories based on information you've provided on Facebook and other activity.

Mobile network or device users

WiFi users

Recent mobile network or device change

Potential mobile network or device change

Was the **information about your categories** section helpful for you? [Jah](#) [Ei](#)



Your Information

Sulge ^

Sinu kohta

Your categories

The categories in this section help advertisers reach people who are most likely to be interested in their products, services, and causes. We've added you to these categories based on information you've provided on Facebook and other activity.

Parents (All)

Friends of Women with a Birthday in 7-30 days

Friends of people with birthdays in a week

Friends of Recently Moved

Birthday in December

Friends of Men with a Birthday in 0-7 days

Friends of Men with a Birthday in 7-30 days

Friends of people with birthdays in a month

Facebook access (browser): Firefox

Facebook access (mobile): all mobile devices

Facebook Page admins

Uses a mobile device (10-12 months)



Otsi Facebookist

Ad Preferences

Reklaamijad

Ad Topics

Reklaamisätet

Privaatsus · Tingimused · Reklaam · Ad Choices



Other Categories



Removing yourself from a category prevents advertisers from reaching you by indicating that their ads should be shown to people in that specific category. It doesn't affect the number of ads you see overall.

Android: 360 degree media supported

Eemalda

Birthday in December

Eemalda

Facebook Page admins

Eemalda

Facebook access (browser): Firefox

Eemalda

Facebook access (mobile): Android devices

Eemalda

Facebook access (mobile): Samsung Android mobile devices

Eemalda

Facebook access (mobile): all mobile devices

Eemalda

Facebook access (mobile): smartphones and tablets

Eemalda



Eve

which ads

s

other

egories used to

on

Facebook ads

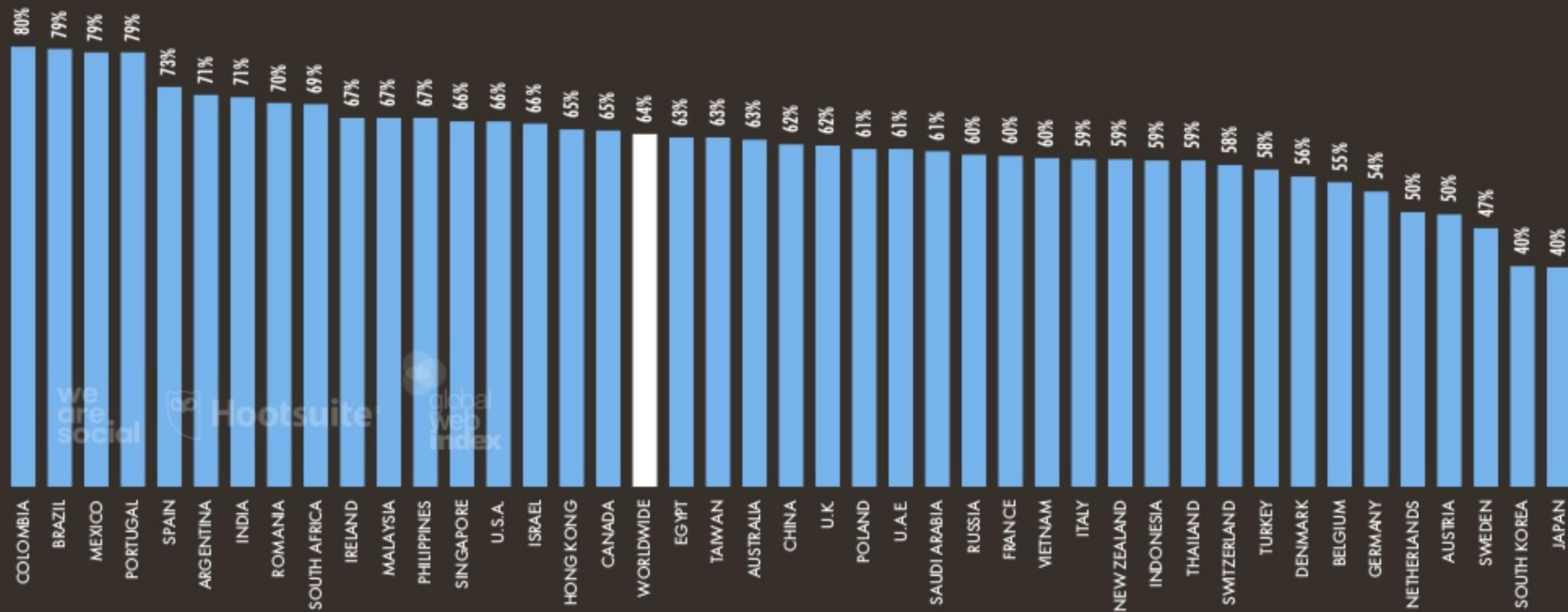
side ads?

Jah

Ei

JAN
2020

CONCERNS ABOUT MISUSE OF PERSONAL DATA

PERCENTAGE OF **INTERNET USERS AGED 16 TO 64** WHO SAY THEY'RE WORRIED ABOUT HOW COMPANIES USE THEIR PERSONAL DATA



FB reklaam

Postituse esiletõstmine

Reklaam üksiku pildina (dynamic creative) või videona

Reklaam karusselli stiilis

Reklaam kontaktandmete küsimiseks

Tootekataloog



Dynamic creative

Dynamic Creative → 1 reklaam → 5 pealkirja, 10 pilti või 10 videot, 5 sisu, 5 kirjeldust ja 5 nuppu.

FB segab lisatud elemendid kokku

Saame teada, kas töötas paremini piklik pilt või pikem kirjeldus või käskiva tooniga nupp jne.

50%

reklaami sisu ja
sihtimine

50%

maandumisleht, (kiire,
rel. sisu ja tegevus,
tagasiside, USP,
stiimul, tänan leht.)

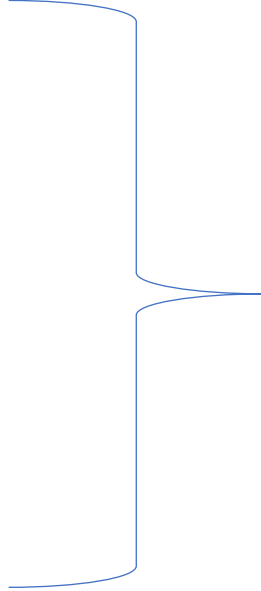
FB reklaami edukus

Taasturundus

Eeltöö – eesmärgid, mõõdikud ja plaan

- Määra mõõdikud

- Veebilehe külastused
- FB fännid
- Rohkem seotud fänne
- Müük FB's
- Müük veebilehel
- Kontaktide kogumine



Reklaam

- FB sisuturundusplaani (aeg) koostamine ja sellest kinni pidamine → sotsiaalse meedia kalender

Tähelepanu

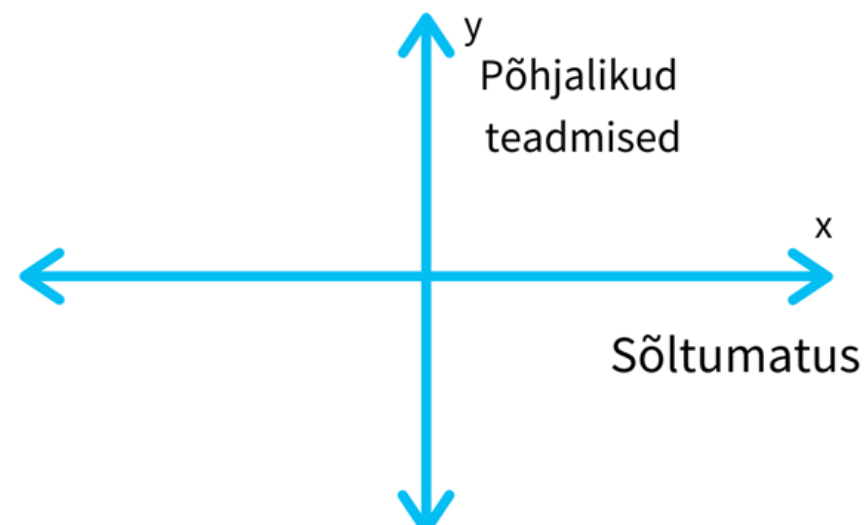
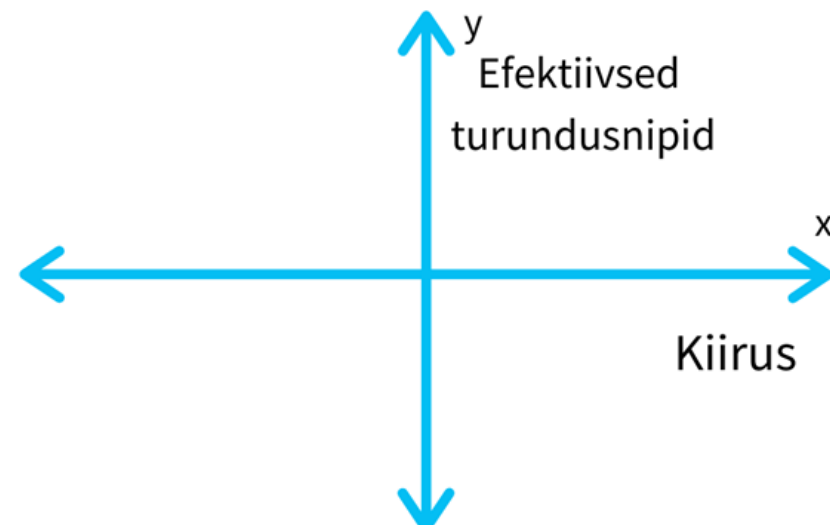
Reklaam peab olema visuaalne, st pildid ja videod huviäratavad. Tavaline pilt. Emotsioon. cinemagraphs.com

Reklaam peab olema relevantne ehk siis alati püüa näidata reklaami õigetele inimestele. Ostja persoona.

Erinevad inimesed – erinevad reklaamid
Erinevad eesmärgid – erinevad reklaamid

Turuosa leidmine

- Mida inimesed peavad sinu toote või teenuse puhul oluliseks?



FOMO – hirm millestki ilma jääda

Numbriline fakt, kui paljud juba seda kasutavad

Vihje, et inimene võib pakkumisest ilma jääda – ajaline piirang, koguseline piirang

Vihje, et see on X kogukond, kuhu sa ei kuulu

Reklaamihaldur



Merlis Jusupov

 Account Overview

 Campaigns

-  Campaign
- Special Ad Category
 - Objective

-  Ad Set
- Publik 
 - Placements 
 - Budget & Schedule 

-  Reklaam
- Vorming 
 - Meedia 
 - Additional Creative 

Campaign: Choose your objective.

Special Ad Categories

☐ I'm creating a campaign for ads in a Special Ad Category.
Reklaamid sotsiaalsete teemade (nt majandus või kodaniku- ja sotsiaalsed õigused), valimiste kampaaniate kohta

What's your marketing objective? [Help: Choosing an Objective](#)

Awareness	Consideration	C
 Brand awareness	 Traffic	

Kampaania (Campaign) → määrab eesmärgi. Miks sa üldse teed seda reklaami? Soovid müüa toodet/teenust?

Reklaamirühm (Ad set) → määrab sihtrühma. Kes vajavad Su toodet/teenust? Väikelaste emad, koeraomanikud? Ühes kampaanias võib olla mitu reklaamirühma.

Reklaam (Ad) → määrab sinu sõnumi. Siin saad igale reklaamirühmale näidata mitut erinevat reklaami.

Direct Response reklaam FB's

- Kliendipersoon(d)
- 1 kampaania → 5 lähtenurka → 6 erinevat pilti, 5 erinevat pealkirja → 30 reklaami (150 reklaami)
- Lähtenurgad → toote omadused, kontekst, sihtrühm, hirmutamise taktika, abistamise taktika, lohutav lähtenurk

Mis on sinu eesmärk?

☒ Campaign

Special Ad Category

Objective

Ad Set

Publik

Placements

Budget & Schedule

Reklaam

Vorming

Meedia

Additional Creative

☐ I'm creating a campaign for ads in a Special Ad Category.
Reklaamid sotsiaalsete teemade (nt majandus või kodaniku- ja sotsiaalsed õigused), valimiste või poliitiliste tegelaste või kampaaniate kohta

What's your marketing objective?[Help: Choosing an Objective](#)

Awareness	Consideration	Conversion
Brand awareness	Traffic	Conversions
Ulatus	Kaasatus	Catalog sales
	App installs	Store traffic
	Video views	
	Lead generation	
	Messages	

Sulge

Reklaam bränditeadlikkuse tõstmiseks

- Millal kasutada?
 - Uus restoran, sündmus, isikubränd, lehe meeldimised jne
- Mille eest maksad?
 - Näitamised
- Kuidas mõõta?
 - Uuringud, poll. Kui paljud inimesed nähtud reklaami pärast mäletavad.



Facebook would like to hear from you

Advertiser sponsored poll · 

Do you recall seeing an ad for **Acme Bike** online or on a mobile device in the last 2 days?

Yes

☐

No

☐

Not Sure

☐

The survey sponsor won't be able to identify you and your responses aren't attached to your Facebook profile.

[Learn more.](#)

Reklaam ulatuse, leviku tõestmiseks (Reach)

- Millal kasutada?
 - Kui sul on vaja testida uusi sihtrühmasid võimalikult odavalt ja pinnapealselt
- Mille eest maksad?
 - Inimeste arv, kes reklaami vaatas
- Kuidas mõõta? Vaata veergu:
 - Reach (unikaalsed vaatamised)
 - Frequency (mitu korda keskmiselt reklaami üks inimene nägi)
 - Cost per 1,000 People Reached (kulu 1000 näitamise kohta)

Mis on sinu eesmärk?

☒ Campaign

Special Ad Category

Objective

Ad Set

Publik

Placements

Budget & Schedule

Reklaam

Vorming

Meedia

Additional Creative

Sulge

☐ I'm creating a campaign for ads in a Special Ad Category.
Reklaamid sotsiaalsete teemade (nt majandus või kodaniku- ja sotsiaalsed õigused), valimiste või poliitiliste tegelaste või kampaaniate kohta

What's your marketing objective? [Help](#) [Choosing an Objective](#)

Awareness	Consideration	Conversion
Brand awareness	Traffic	Conversions
Ulatus	Kaasatus	Catalog sales
	App installs	Store traffic
	Video views	
	Lead generation	
	Messages	

Reklaam liikluse tõstmiseks (Traffic)

- Millal kasutada?
 - Kui soovid suunata inimesed veebilehele, messengeri või mobiilirakendusse midagi edasi lugema või vaatama, aga mitte ilmtingimata ostma. Sobib nii olemasoleva kliendibaasi kui uute leidmiseks.
- Mille eest maksad?
 - Iga kliki eest, mis suunab inimest soovitud sihtkohta.
- Mõõdik?
 - Impressions, CTR, CPC, Cost, Landing Page Views

Reklaam seotuse tõstmiseks (Engagement)

- Millal kasutada?
 - Kui soovid saada FB lehele uusi jälgijaid, üritusele osalejaid, uusi meeldimisi, kommentaare, reaktsioone, jagamisi jne. Sobib ka postituse orgaanilise reachi ja kaasatuse suurendamiseks.
- Mille eest maksad?
 - Uued FB lehe või postituse meeldimised, üritusest huvitatud inimesed.
- Mõõdik?
 - Kommentaarid, meeldimised, jagamised jne

Reklaam rakenduse kasutamiseks (App installs)

- Millal kasutada?
 - Mõeldud ainult rakenduste poes müüdavate appide müügi turundamiseks.
- Mille eest maksad?
 - Appi allalaadimised või appi sisesed ostud.
- Mõõdik?
 - Appide allalaadimised

Reklaam video levikuks (Video views)

- Millal kasutada?
 - Kui soovid oma FB lehele üles laetud video sisule rohkem vaatamisi saada. Enne konversiooni reklaami näita videot.
- Mille eest maksad?
 - Reklaami sisuks oleva video vaatamise eest. CPM (cost per thousand) 3 sek.
- Mõõdik?
 - Video vaatamised

Reklaam kontaktide kogumiseks (Lead generation)

- Millal kasutada?
 - Kontaktide, nt e-posti aadresside kogumiseks. Nt, enne kui alustad kalli koolitusega, tee seminar ja kogu e-raamatu või videoga kokku huviliste kontaktid.
- Mille eest maksad?
 - Iga saadud kontakti eest.
- Mõõdik?
 - Kontaktid

Reklaam suhtlemiseks (Messages)

- Millal kasutada?
 - Hakkad kasutama (kasutad) chatboti. Segment nt hüljatud ostukorv ja küsimus „Mis takistas e-poest ostu?“
- Mille eest maksad?
 - Iga reklaami kaudu messengeris algatatud vestlus.
- Mõõdik?
 - Kontaktid

Mis on sinu eesmärk?

☒ Campaign

Special Ad Category

Objective

Ad Set

Publik

Placements

Budget & Schedule

Reklaam

Vorming

Meedia

Additional Creative

Sulge

☐ I'm creating a campaign for ads in a Special Ad Category.
Reklaamid sotsiaalsete teemade (nt majandus või kodaniku- ja sotsiaalsed õigused), valimiste või poliitiliste tegelaste või kampaaniate kohta

What's your marketing objective? [Help: Choosing an Objective](#)

Awareness	Consideration	Conversion
Brand awareness	Traffic	Conversions
Ulatus	Kaasatus	Catalog sales
	App installs	Store traffic
	Video views	
	Lead generation	
	Messages	

Reklaam soovitud tegevuse tegemiseks (Conversions)

- Millal kasutada?
 - Kui soovid veebilehel muid tegevusi, mitte lihtsalt vaatamisi. Eesmärk võib olla reg, ostukorvi lisamine, ost. Custom conversion alt saad valida soovitud tegevuse.
- Mille eest maksad?
 - Veebilehel soovitud tegevuse sooritamise või maandumislehe vaatamise eest.
- Mõõdik?
 - Soovitud tegevused

Reklaam müügi tõstmiseks (Catalog sales)

- Millal kasutada?
 - Luuakse automaatsed reklaamid, kus tooted võetakse üles laetud kataloogist ja näidatakse valitud sihtrühmale.
- Mille eest maksad?
 - Veebipoes ostu sooritamine.
- Mõõdik?
 - Ostud

Reklaam poekülastuste tõstmiseks (Store visits)

- Millal kasutada?
 - Poe läheduses viibivate inimeste meelitamiseks eripakkumistega või muu haarava sisuga.
- Mille eest maksad?
 - Füüsilise poe külastuse tõenäosus ehk inimene vajutab Call now või Get direction nuppu.
- Kuidas mõõta?
 - Ostud

Tunnel – TOF

- **Teadlikkus**
- **Missugune reklaam sobib?** – Brand awareness, Reach, Traffic, Engagement, Video views
- **Kellele sihtida?** – Interests, Demographic, Behavior
- **Kuidas mõõta?** – Reach, Impressions, Landing page views, Link clicks, Post engagement, Video view milestones

Tunnel - MOF

- **Huvi, kaasatus**
- **Missugune reklaam sobib?** – Messages, Lead generation, App installs, Conversions, Engagement
- **Kellele sihtida?** – Page Engagement, Custom audience
- **Kuidas mõõta?** – Link clicks, Landing page views, Message replies, Leads, Conversions

Tunnel - BOF

- **Ost**
- **Missugune reklaam sobib?** – Conversions, Catalog sales, Store traffic
- **Kellele sihtida?** – Remarketing (Custom audience)
- **Kuidas mõõta?** - Conversions
- **Suhe** (korduvostud)

Digital Marketing Funnel



ligikaudu 190 tulemust

Kuvatud on lehe Fitlap.ee - personaalne toitumiskava reklaamid

Filtreerimisalus:

Eesti ▼

Käivitati: september 2019

● Aktiivne

Esitamine algas 24. sept 2019

...



Fitlap.ee - personaalne toitumiskava
Sponsitud

Telli nüüd endale ja kolleegidele tervislik valmistoit otse kontoris! 😊

Tavalistes päevapraadides on toitained paigast ära. Süsivesikud, rasvad ja valgud on vales vahekorras. Enamasti on päevapraed väga süsivesikute rikkad, mis põhjustavad energiataseme languse ja toovad kaasa unisuse. 🤔



● Aktiivne

Esitamine algas 24. sept 2019

...



Fitlap.ee - personaalne toitumiskava
Sponsitud

Fitlap.ee on ainulaadne toitumiskava, kus saad kava kohase valmistoidu endale soodsalt koju tellida. 😊

Enam ei saa vabanduseks tuua, et Sul pole aega süüa teha. 😊
Oleme kõik vajalikud arvutused toidukoguse suhtes sinu eest ära teinud. Sinul jääb üle ainult tellida valmistoit koju 📦 toit ära süüa 📦 ja nii saavutad varsti enda eesmärgi. 🏆



● Aktiivne

Esitamine algas 23. sept 2019

...



Fitlap.ee - personaalne toitumiskava
Sponsitud

Selleks, et toitumiskavaga kaalu langetada ei pea kulutama tunde köögis.

Fitlap.ee toitumiskava aitab sul saavutada ideaalse vormi ja vabaneda mitmetest terviseprobleemidest, mis on tingitud ülekaalust.



Miinimum päeva eelarve

- Näitamised: vähemalt \$1 päevas, soovitus 5€
- Klikid, meeldimised, video vaatamised, postituste kommenteerimised: vähemalt \$5 päevas, soovitus 10€
- Pakkumised, api installid: vähemalt \$40 päevas

Keskmine reklaamide CTR

Industry	Average CTR
Apparel	1.24%
Auto	0.80%
B2B	0.78%
Beauty	1.16%
Consumer Services	0.62%
Education	0.73%
Employment & Job Training	0.47%
Finance & Insurance	0.56%
Fitness	1.01%

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/02/28/facebook-advertising-benchmarks>

Last updated: August 5, 2020

The average cost per click (CPC) for Facebook ads across all industries is \$1.72.

Average Cost Per Click (CPC) for Facebook Ads by Industry

Industry	Average CPC
Apparel	\$0.45
Auto	\$2.24
B2B	\$2.52
Beauty	\$1.81
Consumer Services	\$3 .08
Education	\$1.06
Employment & Job Training	\$2.72
Finance & Insurance	\$3.77



Keskmine
reklaamide
CPC

The average conversion rate for Facebook ads across all industries is 9.21%.

Average Conversion Rate (CVR) for Facebook Ads by Industry

Industry	Average CVR
Apparel	4.11%
Auto	5.11%
B2B	10.63%
Beauty	7.10%
Consumer Services	9.96%
Education	13.58%
Employment & Job Training	11.73%
Finance & Insurance	9.09%
Fitness	14.29%



Keskmine
reklaamide
CR

The average cost per action (CPA) for Facebook ads across all industries is \$18.68.

Average Cost Per Action (CPA) for Facebook Ads by Industry

Industry	Average CPA
Apparel	\$10.98
Auto	\$43.84
B2B	\$23.77
Beauty	\$25.49
Consumer Services	\$31.11
Education	\$7.85
Employment & Job Training	\$23.24
Finance & Insurance	\$41.43
Fitness	\$13.29

Keskmine tasu
konversiooni
eest

Toode maksab 199\$. Kas reklaam oli tulus?

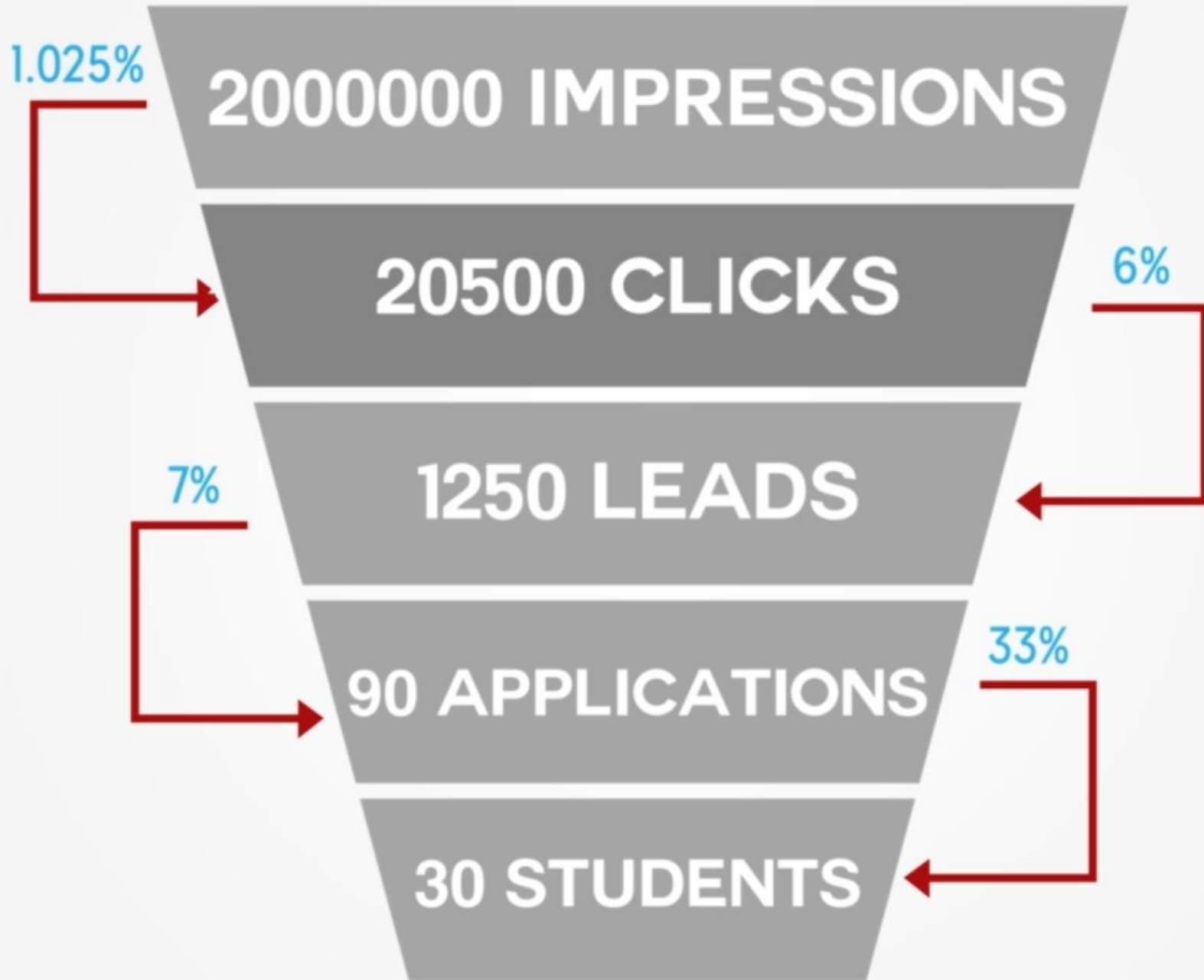
Reach 	Cost 	View Co... 	Add to C... 	Purchas... 
527,072	\$128.99 Per Purch...	17,853	6,643	855

Tasuvus

$$\text{ROI} = \frac{\text{Kasum}}{\text{Kulud}} \times 100$$

Uuri lähemalt

- Teksti peab olema vähem kui 20%
- https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay
- Vaata, mis reklaami teevad teised:
- https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=EE&impression_search_field=has_impressions_lifetime



Looge oma müügitunnel, eelarve

<https://www.hubspot.com/ads-calculator?ads-budget=2000&cpc=1.3&conversion-rate=3.00&average-price=2500<c=10>

Kuidas FB turundada - sihtimine

- Asukoht, sugu, vanus, keeled
- Huvid
- Käitumine veebilehel/e-poes
- E-postiturunduse list
- Lookalike (vähemalt 50 konversiooni).

Boole'i algebra – JA / VÕI

- Huvideks on maraton, poolmaraton, 10km, 5km, vaatas jooksusokke, ei ostnud
- Vaatas teenuselehte 1, tellis teenuse
- Vaatas teenuselehte 1, ei tellinud teenust
- Koeraomanikud, Põhja-Tallinn, reisimine

Pood

- <https://www.facebook.com/business/shops>
- Get started → Next Create your Shop

Kõik
veebilehe
külastajad

Edit a Custom Audience ✕

Include people who meet **ANY** ▼ of the following criteria:

● **TopTervise Reklaamikonto's Pixel** ▼

All website visitors ▼ in the past

180

 days ⓘ

➤ Include More ➤ Exclude

Audience name

Kõik veebilehe külastajad 25

Show description

Tühista

Update Audience

Kõik
veebilehe
külastajad,
kes pole
ostnud

Edit a Custom Audience



Include people who meet **ANY** of the following criteria:

● **TopTervise Reklaamikonto's Pixel**

All website visitors in the past 180 days

Include More Exclude More

Exclude people who meet ANY of the following criteria:

● **TopTervise Reklaamikonto's Pixel**



Purchase in the past 180 days

Refine by

Exclude More

Audience name

Kõik veebilehel käijad, aga mitte ostjad

10

Show description

Tühista

Update Audience

Kohandatud segmendid - teenused

Inimesed, kes on käinud teenuselehel,
aga pole seda teenust tellinud



Inimesed, kes on lugenud teenusega
seotud postitusi, aga pole teenust tellinud

Inimesed, kes on teenust tellinud



Teenusega seotud huvid, aga pole tellinud



People who visited specific web pages ▾

in the past

60

days ⓘ

URL ▾

contains ▾

×

<https://kodulehekoolitused.ee/kodulehe-testimine-google-optimize/> ✕

<https://kodulehekoolitused.ee/kodulehe-kasutatavuse-testimine-kuidas-ja-mitme-testijaga/> ✕

 Include More  Exclude More

 Exclude people who meet ANY of the following criteria:

● Collectiv's Pixel ▾

×

People who visited specific web pages ▾

in the past

60

days ⓘ

URL ▾

contains ▾

×

<https://kodulehekoolitused.ee/taname-kodulehe-analuusi-tellimise-paringu-eest> ✕

või



Include people who meet **ANY** of the following criteria:

● **Collectiv's Pixel**

People who visited specific web pages in the past **30** days ⓘ

URL

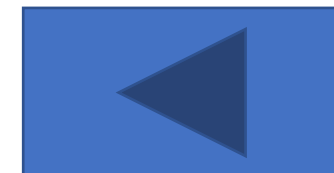
equals

×

<https://kodulehekoolitused.ee/registreeritud-crazy-egg-ja-google-analytics-koolitusele> ×

või

+ And also



Teenusega seotud huvid, aga pole tellinud

- Järgmisena teeme huvide segmendi, kus välistame konkreetse teenuse tellijad. Vali Reklaamihaldur → All Tools → Assets alt Audiences → vali Create audience → Saved Audience.
- Lisa nimi → vali Exclude → vali eelnevalt loodud teenuse tellijad.
- Location võib olla Eesti ja vanus 18-65+
- Sugu võib olla Kõik ja keelteks võib olla eesti keel, vene keel ja inglise keel.
- Lisa huvid, mille harrastajad võiks olla su potentsiaalsed ostjad → kliki nuppu Create Audience.



Kohandatud segmendid - teenused

- Kodulehel teenuste hinnakirja uurinud külastajad (kuuluvad TOP 25% hulka aja mõistes)

The screenshot displays a web analytics interface with two custom audience segments. The top segment is defined by the criteria: 'Visitors by time spent' (Top 25 %) in the past 60 days, with a URL filter set to 'equals' the specific URL 'https://kodulehekoolitused.ee/kodulehe-analuus-ja-parendusettepanekud'. Below this, a checkbox indicates that the same URL must also match. The bottom segment is defined by the criteria: 'People who visited specific web pages' in the past 30 days, with a URL filter set to 'contains' the URL 'https://kodulehekoolitused.ee/taname-kodulehe-analuusi-tellimise-paringu-eest/'.

Visitors by time spent ▼ Top 25 % ▼ in the past 60 days ⓘ

URL ▼ equals ▼ x

https://kodulehekoolitused.ee/kodulehe-analuus-ja-parendusettepanekud x või

☒ And the same URL must ALSO match

+ And also

Include More Exclude

Exclude people who meet ANY of the following criteria:

● Collectiv's Pixel ▼

People who visited specific web pages ▼ in the past 30 days ⓘ

URL ▼ contains ▼ x

https://kodulehekoolitused.ee/taname-kodulehe-analuusi-tellimise-paringu-eest/ x

Kohandatud segmendid - e-pood

- Kõik veebilehel käijad, aga pole veel midagi ostnud 
- Konkreetse toote või toodete huvilised, aga pole valitud toodet või tooteid ostnud 
- Valitud huvidega, aga pole selle huviga seotud tooteid ostnud
- Külastajad, kes on ostnud rohkem kui 100 euro eest kokku (või korraga) valitud ajaperioodil 

Include people who meet **ANY** of the following criteria:

● **TopTervise Reklaamikonto's Pixel**

All website visitors in the past **180** days ⓘ

 [Include More](#)  [Exclude More](#)

 Exclude people who meet ANY of the following criteria:

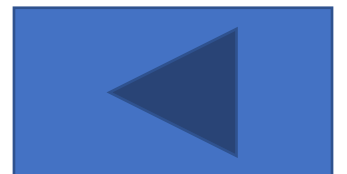
● **TopTervise Reklaamikonto's Pixel**



Purchase in the past **180** days ⓘ

[Refine by](#)

 [Exclude More](#)



Include people who meet **ANY** of the following criteria:

TopTervise Reklaamikonto's Pixel

People who visited specific web pages

in the past

180

 days

URL

equals

https://toptervis.ee/pood/jooksusokid/

või

+ And also

Further refine by

 Include More  Exclude More

 Exclude people who meet ANY of the following criteria:

TopTervise Reklaamikonto's Pixel

Purchase

in the past

180

 days

URL or Parameter:

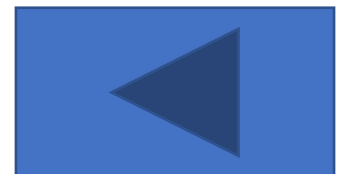
content_ids

contains

2074

või

+ And also



Create a Custom Audience



Include people who meet ANY of the following criteria:

ANY



of the following criteria:

TopTervise Reklaamikonto's Pixel



Purchase in the past 180 days



Aggregated value:

Sum of value



is greater than or equal to ($\geq$) 100

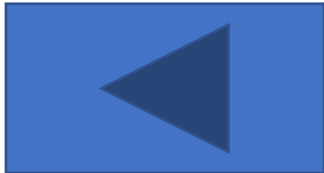
Further refine by

Include More Exclude

Audience name Vähemalt 100€ eest ostnud

25

Show description



Kohandatud segmendid - e-pood

- Külastajad, kes on käinud lehel rohkem kui 3 korda, aga pole ostnud 
- Külastajad, kes ostsid peamise toote, aga ei ostnud sobivaid seotud tooteid 
- Külastajad, kes tellisid testtoote, aga pole ostnud
- Inimesed, kes hülgasid ostukorvi (lisasid toote ostukorvi, aga ei ostnud) 

PageView ▾

in the past

180

days ⓘ

Aggregated value:

Frequency ▾

is greater than or equal to ($\geq$) ▾

3

×

Further refine by

 Include More

 Exclude More

 Exclude people who meet ANY of the following criteria:

● TopTervise Reklaamikonto's Pixel ▾

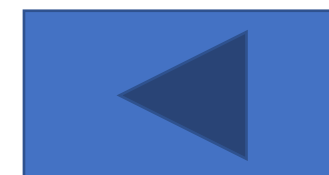
×

Purchase ▾

in the past

180

days ⓘ



Purchase ▼ in the past 30 days ⓘ

URL or Parameter:

content_ids ▼ equals ▼

4074 ✕ với

☒ And the same URL/Parameter must ALSO match

content_ids ▼ doesn't contain ▼

5450 ✕

☒ And the same URL/Parameter must ALSO match

content_ids ▼ doesn't contain ▼

5455 ✕



Ei teinud ostu lõpuni

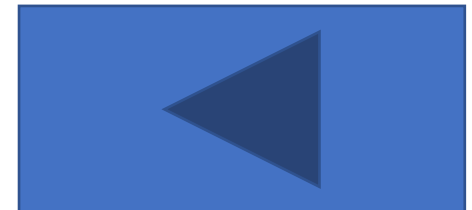
InitiateCheckout ▼

in the past

30

days ⓘ

Refine by



Segmendid - fännilehega seotud →
Kaasatus → Video/lead form

- Inimesed, kes on vaadanud Su FB või Instagrami lehel videot vähemalt 50% videokestusest 
- Inimesed, kes on täitnud Facebooki või Instagrami kontakti (Lead ad) vormi
- Inimesed, kes ei täitnud Facebooki või Instagrami kontakti (Lead ad) vormi 

- Vali Kaasatus → Video → vali, kes on vaadanud vähemalt 50% → vali video, mille oled lisanud FB → vali ajavahemik ja lisa nimi.

Kaasatus ⓘ

People who have watched at 50% of your video x



Muuda

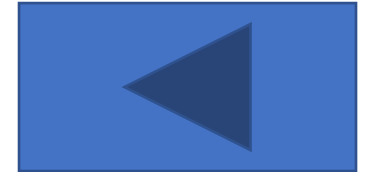
Choose a content type | Browse

In the past ⓘ

365 days

Audience Name

Kiirustage checklisti koolitusele



- Vali Kaasatus → Lead form

Anyone who opened this form ▼

in the past

90

days ⓘ

✓ Anyone who opened this form

People who opened but didn't submit form

People who opened and submitted form



Kohandatud segmendid - fännilehega seotud

- Inimesed, kes on saatnud Su FB fännilehe kaudu sõnumi
- Inimesed, kes on olnud seotud Su FB fännilehega (jaganud, laikinud, kommenteerinud jne)
- Inimesed, kes on FB arvates sarnased Sinu loodud sihtrühmaga (lookalike)

• Vali Kaasatus → Facebooki lehekülg

Leht:  KoduleheKoolitused ▼

Everyone who engaged with your Page ▼ in the past days ⓘ

- ✓ **Everyone who engaged with your Page** ⓘ
- Anyone who visited your Page ⓘ
- People who engaged with any post or ad ⓘ
- People who clicked any call-to-action button ⓘ
- People who sent a message to your Page ⓘ
- People who saved your Page or any post ⓘ

Tü...

ostjad

Audience

Kohandatud segmendid

- Sinu e-postiturunduse nt MailChimpi list
- Inimesed, kes pole viimase 30 päeva jooksul Su veebilehel käinud, aga on viimase 180 päeva jooksul Su veebilehel käinud
- Inimesed, kes liitusid valitud ajaperioodil Su veebilehel uudiskirjaga
- Huvid – FB adminid, ettevõtjad, jooksjad jne

Include people who meet **Kõik** ▼ of the following criteria:

● TopTervise Reklaamikonto's Pixel ▼

All website visitors ▼ in the past 180 days ⓘ

■ Ja

● TopTervise Reklaamikonto's Pixel ▼

People who visited specific web pages ▼ in the past 30 days ⓘ

URL ▼ doesn't contain ▼

kodulehekoolitused.ee ✕

Kohandatud segmendid - muud

- Pulmaaastapäev on järgneva 30 päeva jooksul

Detailed Targeting ⓘ

INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Demographics > Life Events > Anniversary

Anniversary within 30 days

Lisa demograafia, huvid või harjumused

| Suggestions

| Browse

Exclude People või Narrow Audience

Kohandatud segmendid

- Sünnipäev on novembris või lähedasel sõbral (mehel/naisel) on sünnipäev

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Demographics > Life Events > Sünnipäev > Birthday Month

Birthday in November

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Demographics > Life Events > Friends of

Close Friends of Women with a Birthday in 7-30 days

Kohandatud segmendid

- Tulid reisilt 1 nädal tagasi

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Behaviors > Reisimine

Returned from travels 1 week ago

Lisa demograafia, huvid või harjumused

| Suggestions | Browse

Exclude People või Narrow Audience

- Frequent Travelers

Kohandatud segmendid

- Lapsevanemad

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

	all parents	Suggestions	Browse
Connections ⓘ	Parents (All)	Demographic	^
	Parents with adult children (18-26 years)	Demographic	
	Parents with teenagers (13-18 years)	Demographic	
	Parents with preteens (08-12 years)	Demographic	

Kohandatud segmendid

- FB reklaamijad, kes kulutavad keskmisest rohkem

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

fb payments	Suggestions	Browse
Facebook Payments users (90 days)	Behavior	^
Facebook Payments users (30 days)	Behavior	
Facebook Payments users (higher than average spend)	Behavior	

Connections ⓘ

Kohandud segmendid - koeraomanikud

- Browse → Huvid → Hobid ja tegevused → Lemmikloom → Koer

Detailed Targeting ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Huvid > Hobid ja tegevused > Lemmikloom

Koer

Lisa demograafia, huvid või harjumused

[Suggestions](#) | [Browse](#)

[Exclude People](#) või [Narrow Audience](#)

Kohandatud segmendid

- Sinu veebilehelt otsinud Sulle vajalikke märksõnu

Create a Custom Audience

Include people who meet **ANY** of the following criteria:

Collectiv's Pixel

Search in the past **30** days

URL or Parameter:

search_string **contains**

wordpress või

[+ And also](#)

Kohandatud segmendid

- Facebook access (mobile): iPhone
- Technology early adopters
- Engaged shoppers (Osta kohe → eelmisel nädalal)

Analüütika

- Reklaamihaldur → Kampania → (Jõudlus ja Klikid)
Performance and Clicks
- **Impressions (Vaatamisi)** – mitu korda ilmus reklaam ekraanile – kõik näitamised summeeruvad
- **Reach (Levi)** - mitu korda on reklaam läbi käinud unikaalsete külastajate silmade alt
- **Frequency (Sagedus)** – kui sageli üks inimene on Su reklaami keskmiselt näinud (/)

Analüütika

- **Link clicks** – kui palju kordi on nuppu klikitud
- **Clicks (All)** – kõik reklaami lingiklikid kokku
- **CPM** – kulu tuhande näitamise kohta. M tähendab siin tuhandet
- **CPC** – kulu kliki kohta ehk siis kui kulu on 10€ ja tulemuseks on 10 klikki, siis ühe kliki hind on 1 euro

Analüütika

- **Landing page views** – kui paljud jõudsid reklaamist maandumislehele (mis mõjutab?)
- **CTR (All)** – mitu inimest 100'st klikkisid ükskõik missugust reklaami linki (vähemalt 1% peaks olema)
- **CTR (Link clicks)** – mitu inimest 100'st klikkis nuppu
- **Conversion** – Käive

Google Analytics

- Acquisition → All Traffic → Channels → Social
- Vali Explorer vahelehelte Ecommerce

Aruandes näed kasutajaid, külastusi, käivet, tehingute arvu, keskmist tellimuse väärtust, e-poe konversiooni määra ja ühe külastuse väärtust sotsiaalmeedia kanalite lõikes.

Google Analytics - sotsiaalseedialkanal kui assistent

- Vali Acquisition → Social → Conversions → Assisted vs. Last Interaction Analysis
- **Mida tähendab kanali indeks?**
- Nullilähedane indeksi väärtus näitab, et kanal on pigem konverteeriv kanal.
- Indeksi väärtus üle 1 näitab, et kanal on pigem assisteeriv kanal.
- Kui indeksi väärtus on peaaegu 1, siis see näitab, et kanal on oluline nii konverteeriva kui ka assisteeriva kanalina.

Google Analytics - Acquisition → Social → Overview

- „Sessions” – kui palju oli külastusi valitud ajavahemikul.
- „Sessions via Social Referral” – kui palju tehti valitud ajavahemikul külastusi sotsiaalmeedia kaudu.
- „Conversions” – kui palju kokku oli valitud ajavahemikul tehinguid (e-poe oste, hinnapäringuid).
- „Contributed Social Conversions” – kui palju oli neid tehinguid, kus sotsiaalmeedia oli pigem assistent. Näiteks, kui külastaja jõuab sinu kodulehele Facebooki kaudu, aga kohe ei osta, ent tuleb mõne päeva pärast otsimootori kaudu lehele tagasi ja ostab, loetakse see konversioon kui „Contributed Social Conversions”.
- „Last Interaction Social Conversions” – kui palju oli neid tehinguid, kus külastaja saabus lehele sotsiaalmeedia kaudu ja tegi kohe ka ostu.