

Facebooki reklaamikoolitus

Eve Keerus-Jusupov

- Koolituspäeva algus ja lõpp aeg
 - 09.30 – 11.00 koolitus
 - 11.00 – 11.10 paus
 - 11.10 – 12.00 koolitus
 - 12.00 – 13.00 paus
 - 13.00 – 14.30 koolitus
 - 14.30 – 14.40 paus
 - 14.40 – 15.30 koolitus

Eilsed uudised

- Facebook Live Audio Rooms
- Soundbites → luua ja jagada lühikesi heliklippe
- Peagi saab kuulata podcaste
- Aprilli alguses häkiti 533 miljonit FB kasutaja andmed → 87 5300 eestlast
- <https://haveibeenpwned.com/>

Teooria kokkuvõtteks

95% sotsiaalmeedia kasutajaid tuleb
su veebilehele mobiili kaudu

Page transparency → vt, mida teevad
teised

50% sisu ja sihtimine, 50%
maandumisleht

Erinevad eesmärgid = erinevad
reklaamid

Eeldused

Inimeste eelistused info osas on erinevad

Inimesed on erinevas otsustamise etapis

Keegi ei ole kohe valmis ostma, v a emotsiooniositud

7 reegel ehk 7 kokkupuudet → me ei saa kohe öelda, et Hei, ma panin ühe reklaami, sina tee kohe üks ost

Reklaami kampaania - eesmärk

Reklaamirühm - sihtrühm

Reklaamirühm - sihtrühm

Reklaam
sõnum





Reklaam
sõnum

Reklaam
sõnum

Reklaam
sõnum

Mitu kampaaniat korraga – iga kampaania on optimeeritud erineva eesmärgi saavutamisele!

Töötav FB Pixel – Events Manager

 PageView ● Aktiivne		Brauser	7,8 tuh Last received 16 minutit tagasi
 AdvancedEvents ● Aktiivne		Brauser	5,5 tuh Last received 16 minutit tagasi
 View Content ● Aktiivne	1 Ad Set	Brauser	111 Last received 1 tund tagasi
 Otsi ● Aktiivne		Brauser	56 Last received 1 day ago

USK + Tehing

- Uskumus – aita oma sihtrühmal uskuda, et neil on selle toote või teenuse järgi vajadus ja et sinu ettevõtte saab aidata. Teadlikkus probleemist ja tootest.
- Seotus – aita neil aru saada, et just sinu pakkumine aitab nende probleemi lahendada. Kasvatada teadlikkust.
- Kontakt, veebilehele suunamine – juhi neid oma pakkumise lehele või anna võimalus kontaktandmete andmiseks. PDF failid, proovikursused, proovipakid
- Tehing – aita neil tehing sõlmida pakkumise ja taasturunduse kaudu

USK

Loo erinevatest sisutüüpidest sisuplaan, mida saad kasutada enda ettevõtte ja oma toote-teenuse tutvustamiseks ja seotuse loomiseks

Jaga teadmisi, infot, inspiratsiooni, nippe nii sisu, pildi kui video abil

Kasuta erinevaid reklaamitüüpe, nt bränditeadlikkuse kasvatamine, video vaatamised, ulatus, maandumislehele saatmine, lead ad

Tehing



BOFU → sihtrühm on valmis tegema soovitud tegevust



Video ad, image & stories ad, clicks to website, conversions



Ei sihi külma turgu. Must reede → pakkumisi teed retargeting sihtrühmale

Kuidas FB turundada - sihtimine

- Asukoht, sugu, vanus, keeled
- Huvid
- Käitumine veebilehel/e-poes
- E-postiturunduse list
- Lookalike (segment vähemalt 100).
FB 1 000 – 50 000.

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

Sinu
protsess –
Alusta
BOFU'st

Loo kõigepealt segmendid

Reklaam, kus on tekstina või videona ostjate tagasiside, piltidena on näha 5-tärni hinded, soodus% jne.

BOFU's kasuta Video Ad, Image Ad, Reach, Traffic, Conversion → parem külge koos Dynamic Creative'iga

BOFU segmentid

- Tootelehel käinud ja mitte ostnud - 30
- Tootelehel käinud ja ostnud - 30
- Toote ostukorvi hülgaajad - 30
- Müügivideo vaatajad 95% - 30
- Proovitoote tellijad - 30
- Teenuselehel käinud, aga mitte tellinud - 30
- Teenuselehel käinud ja tellinud (täna-leht) - 30
- Lookalike 1%, 2%, 3%

Sinu protsess - MOFU

- Järgmisena seadista MOFU
- Ajavahemik on 45 päeva, siin näitad erinevat sisu erinevatele segmentidele, ei piira konkreetse maandumislehe vaatajatega

MOFU segmendid

- Teemakohane turundusvideo – 50%
- Lehel käinud – 45
- Lehel käinud 45 ja välista toote ostjad või teenuse tellijad
- Blog1 või blog2 või blog3 jne käinud – 45
- Uudiskirjaga liitunud – 45
- FB – seotud sinu fännilehega – 45
- IG – seotud sinu kontoga - 45

Sinu protsess - TOFU

- Viimasena alles seadistame TOFU
- See on sihtrühm, kes pole sinuga tuttav ja siin välista MOFU45, välista videovaatajad, ostjad, jt sinuga seonduvad tegevused

TOFU segmendid - huvid

- Birthday
- Friends of ...
- Small business owner
- Parents with ...
- Technology early adapters
- Frequent Travelers

TOFU segmendid - huvid

- Returned from travels ...
- Engaged shoppers
- Friend of newly engaged people
- Newly engaged (3, 6 kuud, 1 aasta)
- Aed
- Home and garden
- Facebook Page admins ...

TOFU segmendid - huvid

- Ship-owner (huvi)
- Recently moved
- Friends of Recently Moved
- Linnud
- Koer
- Healthy Habits
- Anniversary within ...

Missugune on sinu turundutunnel?

- Mis on sinu erinevate kampaaniate eesmärgid?
- Missuguseid reklaamiformaate kasutad?
- Kellele soovid reklaami näidata? Kes on sinu põhisihtrühm, kohandatud sihtrühm, lookalike sihtrühm?
- Missugune on sinu taasturundusplaan? Nt videovaatajate ja veebilehe külastajate osas?

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 25 [Show description](#)

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 segmentid - 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

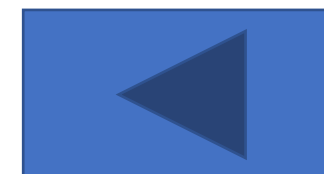
URL

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 shows the configuration for a Facebook ad segment. The main criteria are:

- Visitors by time spent** (dropdown)
- Top 25 %** (dropdown)
- in the past** **days** (with an info icon)

Below this, there is a filter for **URL** (dropdown) **equals** (dropdown) with a close button (X). The filter value is `https://kodulehekoolitused.ee/kodulehe-analuuus-ja-parendusettepanekud` (with a close button X) **või** (or).

There is a checkbox **And the same URL must ALSO match** and a link [+ And also](#).

At the bottom right, there are buttons [Include More](#) and [Exclude](#).




Below this, there is a section **Exclude people who meet ANY of the following criteria:**

- Collectiv's Pixel** (dropdown)

Below this, there is another filter for **People who visited specific web pages** (dropdown) **in the past** **days** (with an info icon).

Below this, there is a filter for **URL** (dropdown) **contains** (dropdown) with a close button (X). The filter value is `https://kodulehekoolitused.ee/taname-kodulehe-analuuusi-tellimise-paringu-eest/` (with a close button 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 Reklamikonto's Pixel

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

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

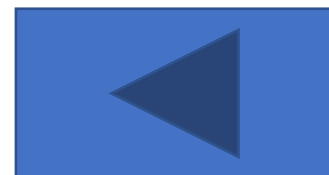
Exclude people who meet ANY of the following criteria:

TopTervise Reklamikonto'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

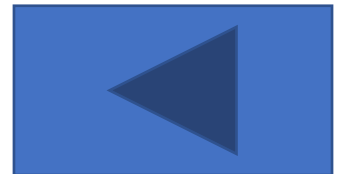
Purchase in the past **180** days

URL or Parameter:

content_ids contains

2074 või

+ And also



Create a Custom Audience



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

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

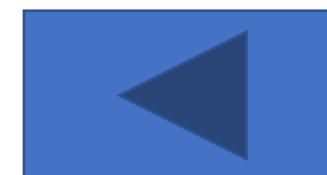
Include More **Exclude**

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 days ⓘ

Aggregated value:

Frequency ▾

is greater than or equal to (\geq) ▾

×

Further refine by

 Include More

 Exclude More

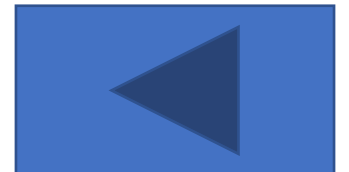
 Exclude people who meet ANY of the following criteria:

TopTervise Reklaamikonto's Pixel ▾

×

Purchase ▾

in the past 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 ▼

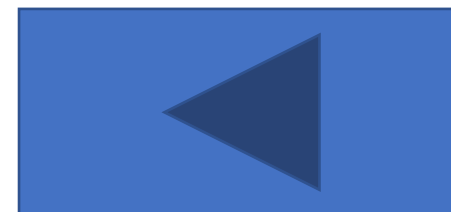
5455 ✕



Ei teinud ostu lõpuni

InitiateCheckout ▾ in the past 30 days ⓘ

Refine by



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

Analüütika

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

Analüütika

- **Link clicks** – kui palju kordi on nappu 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 - sotsiaalmeediakanal 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.