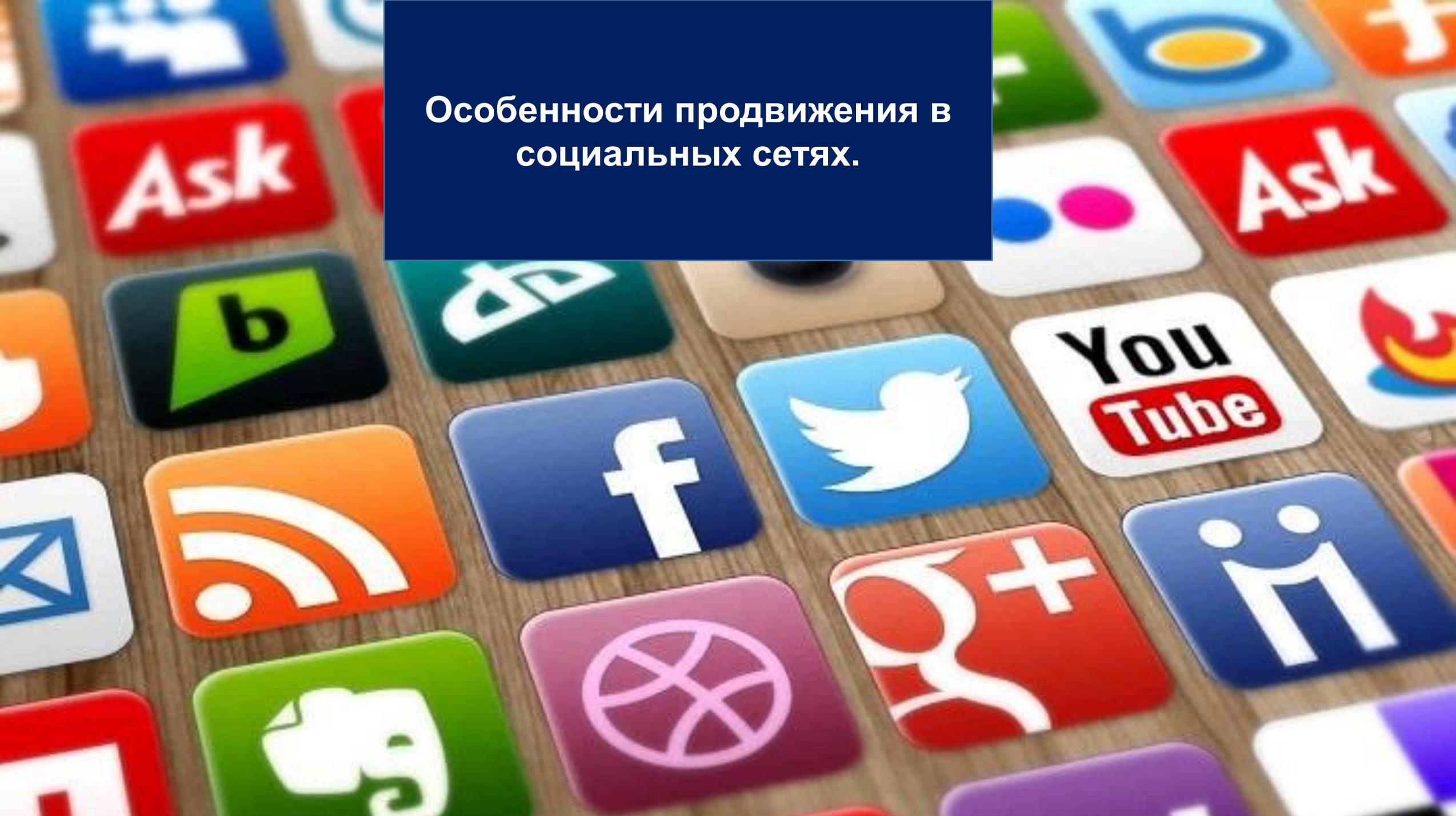


Facebook для бизнеса – миф или реальность?





Особенности продвижения в
социальных сетях.

Отличие традиционного маркетинга от социального

Традиционный маркетинг

Доминирование
Крик
Я,я,я
Проталкивание продукта
Реклама
Соревнование



Социальный маркетинг

Сообщество
Выслушать и сделать выводы
Мы, мы, мы
Привлекать контентом
Сарафанное радио
Естественные взаимоотношения



Принципы маркетинга в социальных сетях

- Уважение
- Делайте только то, что нравится вам
- НЕ МАНИПУЛИРОВАТЬ
- Не зацикливаться на трафике
- Индивидуализация
- Активность

О чём и как говорить в Facebook

Говорите **НЕ ТОЛЬКО** о вашем **БИЗНЕСЕ!**

Вы пришли в социальную сеть не продавать, а найти единомышленников, построить себе доброе имя – и люди сами захотят с вами работать.

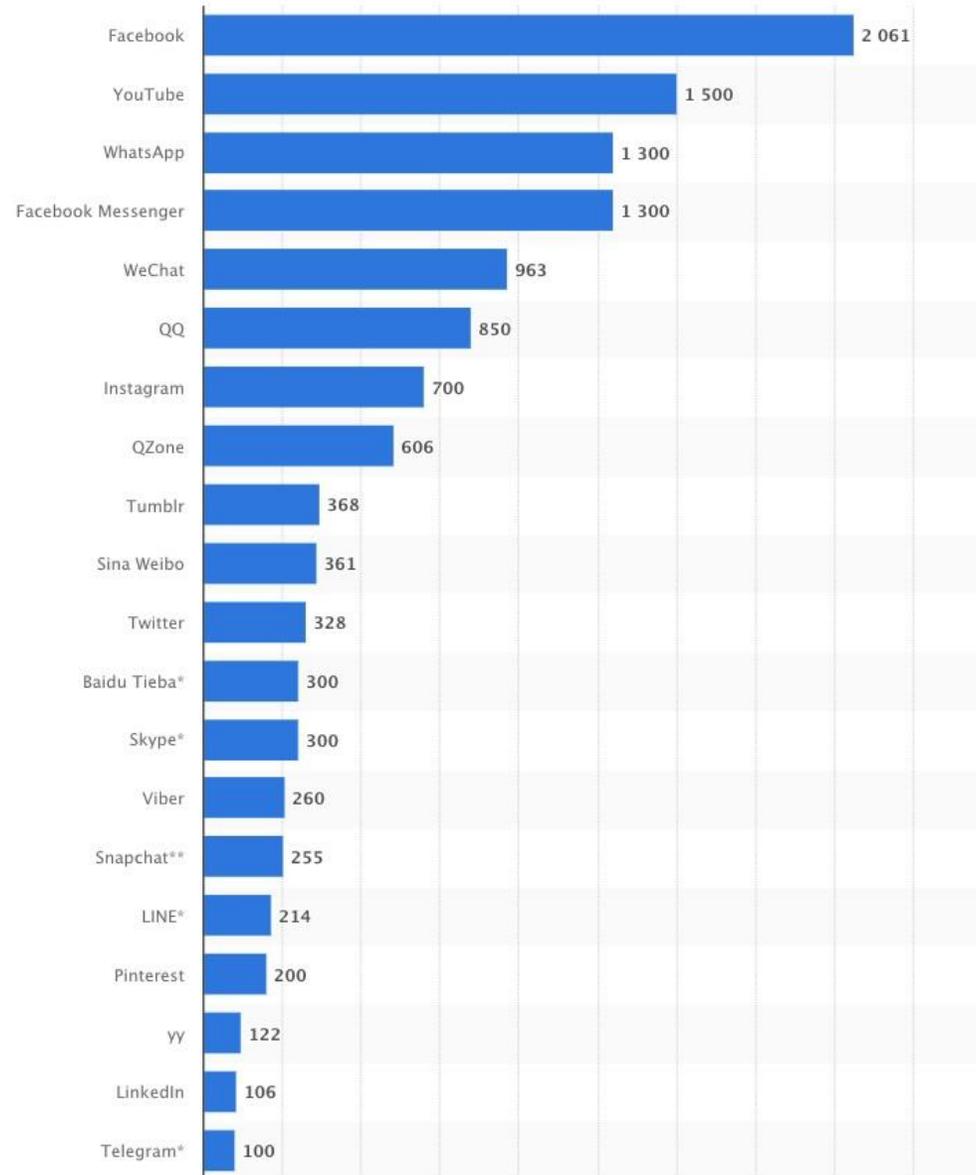
О чём и как говорить в Facebook

Пишите интересные уникальные статьи и давайте ссылки на ваш сайт, а также делитесь другой полезной информацией, увиденной на других сайтах или блогах.

Как всегда – в первую очередь качественный
КОНТЕНТ!

Самые популярные социальные платформы

Диаграмма, подготовленная аналитическим агентством Statista, дает четкое представление о количестве активных пользователей (в миллионах) в самых популярных социальных сетях мира.



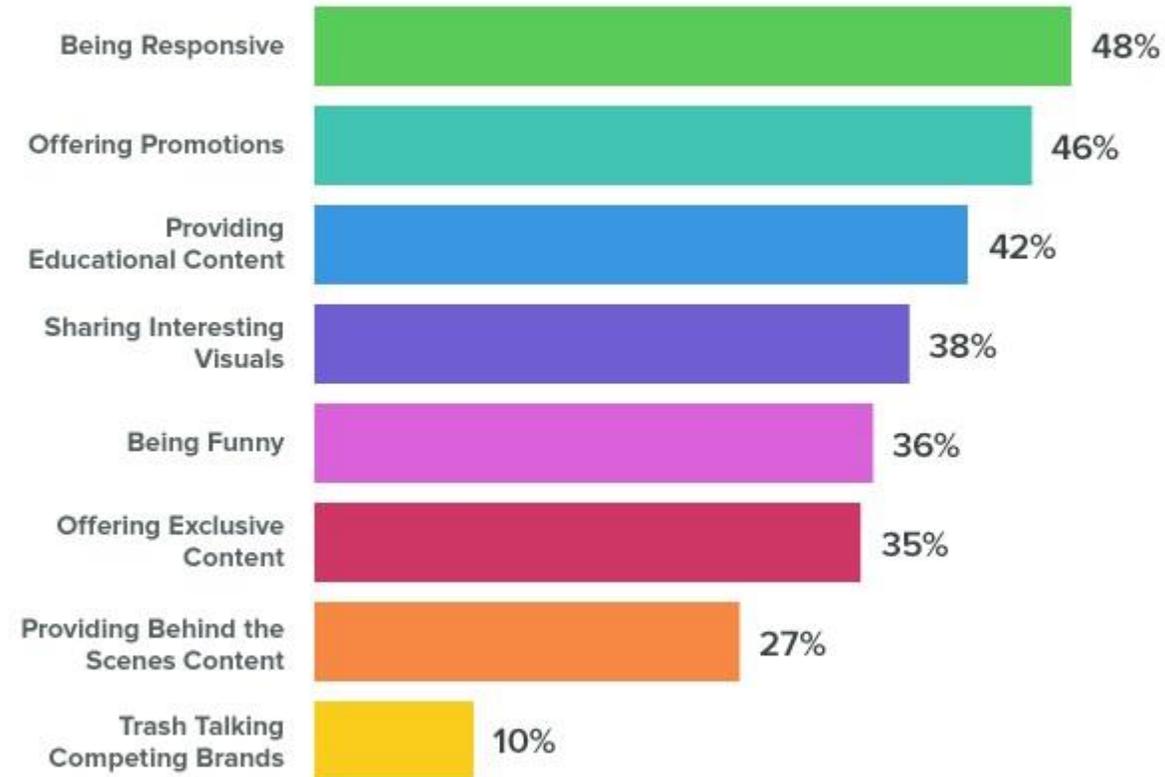
Как пользователи взаимодействуют с брендами в соцсетях

Знать, как вести себя и какие публикации делать в соцмедиа, также немаловажно, поскольку это формирует образ вашего бренда и, как следствие, стимулирует пользователей покупать ваши продукты или наоборот отписываться от ваших групп. Социальные сети все больше используют как платформы для работы с клиентами, где клиенты, существующие и потенциальные, хотят получить ответы на свои вопросы в режиме реального времени. Из диаграммы, взятой из отчета Sprout Social, видно, что 48% пользователей можно склонить к покупке, быстро отвечая на вопросы в группе. 46% положительно реагируют на акции, а 42% могут выбрать товар бренда, если на его странице представлен образовательный контент. 27% из опрошенных пользователей признались, что захотят совершить покупку, если им показать материалы, который обычно остаются за кадром.



Brand Actions on Social That Prompt Consumers to Purchase

Q2 2017



Соцсети с самой активной аудиторией

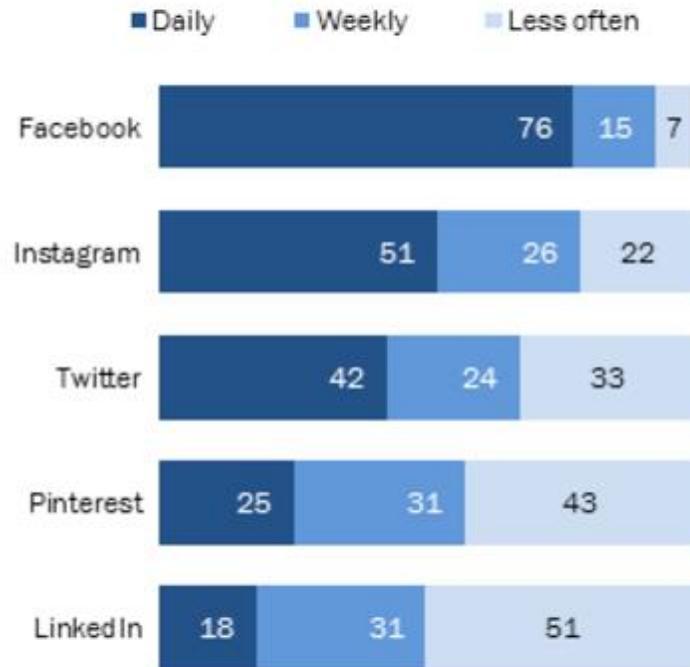
Важным фактором, который влияет на то, сколько времени нам следует уделить SMM в определенной социальной сети, является уровень вовлеченности аудитории. Здесь опять доминирует Facebook, где также наблюдается самая высокая вовлеченность по времени, если верить данным, полученным аналитической компанией comScore в результате изучения группы потребителей из США.

Успехи Facebook поражают. В дополнение к тому, что соцсеть сама по себе занимает верхнюю строчку, другие платформы, принадлежащие корпорации, также оккупировали второе и третье место. Уровень проникновения Facebook Messenger составляет 47%, а Instagram следует прямо за ним.

Из свежих данных от Pew Internet, приведенных на диаграмме ниже, мы можем видеть, что Facebook лидирует и по количеству активной аудитории в сутки. 76% пользователей заходят в соцсеть каждый день, в Instagram этот показатель равен 51%. Только 42% пользователей Twitter заглядывают туда ежедневно, что почти в половину меньше, чем у Facebook.

Three-quarters of Facebook users and half of Instagram users use each site daily

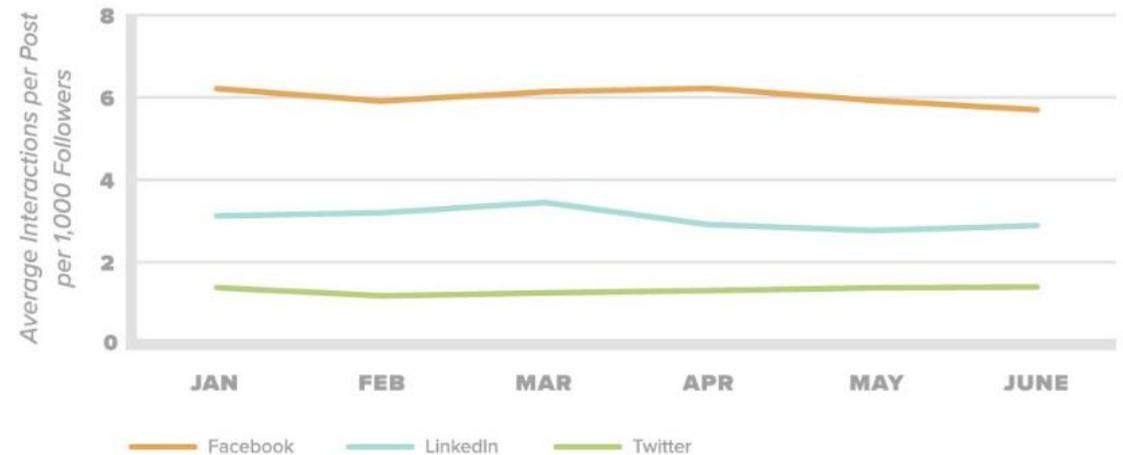
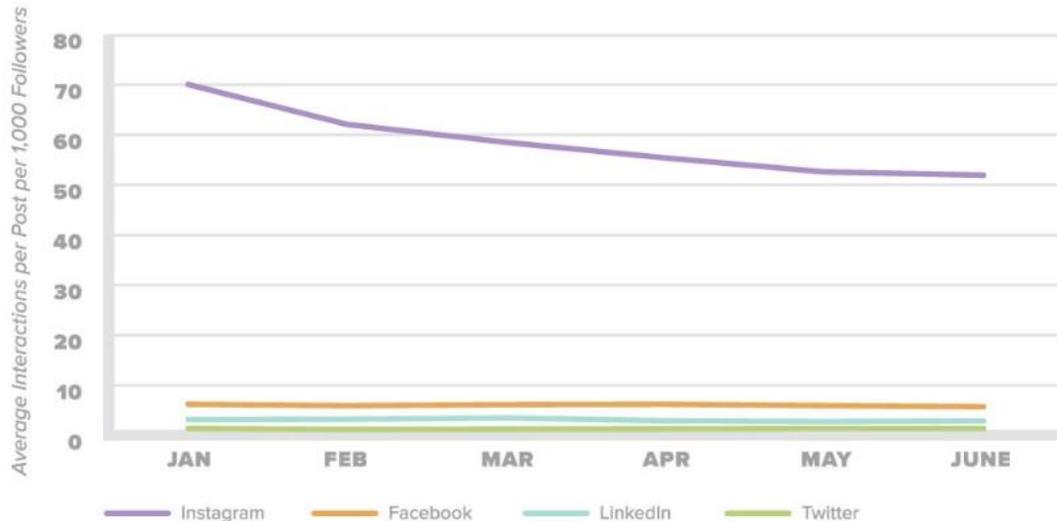
Among the users of each social networking site, % who use these sites ...



Note: Do not know/refused responses not shown.
Source: Survey conducted March 7-April 4, 2016.
"Social Media Update 2016"

Коэффициенты вовлеченности в разных соцсетях

Аналитическая маркетинговая компания TrackMaven проанализировала 51 миллион постов различных компаний из 130 отраслей, чтобы узнать, в каких социальных сетях самый высокий коэффициент вовлеченности. Результаты показали, что абсолютным лидером по вовлеченности на 1000 подписчиков является Instagram. Это настолько выше показателей других соцсетей, что пришлось составить отдельную диаграмму, чтобы проиллюстрировать разницу между Facebook, LinkedIn и Twitter.



Общая статистика использования социальных сетей по всему миру

Каждый год WeAreSocial обновляет свой всеобъемлющий статистический отчет Global Digital Report, в котором собраны полезные данные о социальных медиа по всему миру. Из него можно узнать, насколько по-разному социальными площадками пользуются в разных частях света. Удивление вызывает тот факт, что западные страны серьезно отстают по темпам проникновения соцсетей.

Ниже приведены основные выводы проведенных исследований.

- Количество интернет-пользователей в 2018 году достигло 4,021 млрд человек, что на 7 процентов больше в сравнении с данными 2017.
- Аудитория социальных сетей в 2018 году насчитывает 3,196 млрд человек — на 13% выше цифры предыдущего года.
- Число пользователей мобильных телефонов составляет 5,135 млрд человек, это означает плюс 4% к значению 2017 года.

Цифры стремительно растут, особенно это касается активных пользователей соцсетей с мобильных устройств — уровень проникновения 39%, что на 5% больше, чем в 2017 году.

Если говорить о структуре веб-трафика в зависимости от типа устройств, то больше всего трафика генерируют мобильные пользователи (52%, что на 4% выше, чем в прошлом году). С десктопов посещают лишь 43% всех веб-страниц, это на 3% ниже прошлогоднего значения.

JAN
2018

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2018

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS

TOTAL
POPULATION



7.593
BILLION

URBANISATION:
55%

INTERNET
USERS



4.021
BILLION

PENETRATION:
53%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.196
BILLION

PENETRATION:
42%

UNIQUE
MOBILE USERS



5.135
BILLION

PENETRATION:
68%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.958
BILLION

PENETRATION:
39%

Ценность социальных сетей для брендов (статистика приведена на 2018 год).

1. Если вы считаете, что ваша ЦА не сидит в соцсетях, вы заблуждаетесь.

Через социальные сети можно достигать до любой аудитории, независимо от пола, возраста, социального положения. 98% процентов онлайн-потребителей зарегистрированы в соцсетях, довольно большая их часть — это взрослые люди 55–64 лет.

2. Треть всего времени в интернете люди посвящают социальным сетям.

Среднестатистический пользователь проводит 2 часа 15 минут в сутки, листая ленту и общаясь на социальных площадках, а молодежь 16–24 лет — почти три часа. Если вы не рассматриваете SMM в качестве канала для привлечения клиентов, то вы добровольно уступаете конкурентам внимание вашей целевой аудитории.

3. Половина всех пользователей соцсетей подписаны на страницы брендов.

4 из 10 интернет-пользователей подписаны на страницы любимых компаний в социальных сетях, а четверть подписываются на бренды, когда планируют что-то купить. Люди положительно относятся к такому контенту, поэтому активное присутствие в соцмедиа представляет большую ценность для компаний.

4. Социальные сети — главный источник информации для потребителей.

Люди в возрасте 16–24 лет предпочитают искать информацию о брендах в соцсетях, а не в поисковиках. Четверть пользователей этой возрастной группы признаются, что большое количество лайков на странице бренда может склонить их к покупке. В группе 35–44 лет о том же заявили 20% опрошенных. Социальная коммерция может считаться одним из основных каналов получения прибыли, а значит, важно диверсифицировать усилия, а не делать ставку лишь на рекламу.

5. Просмотр видео — любимое занятие в соцсетях.

Facebook — самая крупная соцсеть по численности пользователей, но по посещаемости первое место занимает YouTube и причина именно в видео. Видеопосты получают самый активный отклик, и именно поэтому передовые бренды постоянно публикуют ролики на своих страницах.



Маркетинг в социальных сетях можно разделить на 3 основных направления:

продвижение в соц. сетях;
управление репутацией в соц. сетях;
поддержка клиентов в соц. сетях.

Для чего компании нужно продвижение в соц. сетях?

Ключевое слово здесь — **ДОВЕРИЕ!**



Социальная сеть —
это территория клиента

Типы сообществ:

- По интересам
- По товару/услуге
- По бренду

<p>Личный профиль Private page</p>	<p>Самое главное, с чего я начну: Личный профиль запрещается использовать для бизнеса на Facebook.</p> <p>Лимит — 5000 друзей. Владелец — реальный человек.</p> <p>Нет статистики.</p> <p>Нет возможности использования платной рекламы.</p>
<p>Страница Facebook Page</p>	<p>Страницы предназначены для представления различных видов бизнеса в Facebook, продуктов, организаций, музыкальных групп, общественных деятелей, городов и других тематик. Сегодня страницы — ведущий инструмент для бизнеса в Facebook. Есть статистика. Можно ставить различные приложения. Можно дать красивый короткий адрес страницы. Индексируются поисковиками. Нет ограничения на количество фанов. На странице формируется сообщество, место для общения людей .</p>
<p>Группы Group</p>	<p>Существует три параметра конфиденциальности для групп: открытые, закрытые и секретные. Группы на Facebook созданы для тех, кто хочет общаться с группой друзей по какому-то конкретному поводу или же хочет выразить свое мнение. Нельзя добавлять приложения, вкладки, функционал ограничен.</p>

Группа или страница?

Особенность «страниц» в Facebook:

- к ним может получить доступ любой человек, даже незарегистрированный в Facebook.
- зарегистрированные пользователи могут подписаться на новые сообщения, нажав кнопку «мне нравится» (новости будут появляться в ленте сообщений подписавшегося).

Инструменты ГРУППЫ

- Встроенный поиск
- Обмен файлами
- Удобная модерация.
- Мероприятия
- Файлы
- Уведомления (активность пользователей в группе)
- Файлы могут свободно загружать не только администраторы, но и все участники группы.

.

Для чего использовать группы

- **Обсуждений, вопросов**
- **Общение с партнерами**
- **Служба поддержки**
- **Публикации групп отображаются в ленте новостей Facebook**
- **Участники группы охотнее делятся контактной информацией**
- **Не только администраторы, но и все участники группы могут создавать мероприятия, загружать файлы и документы**

Группы бывают трех видов:

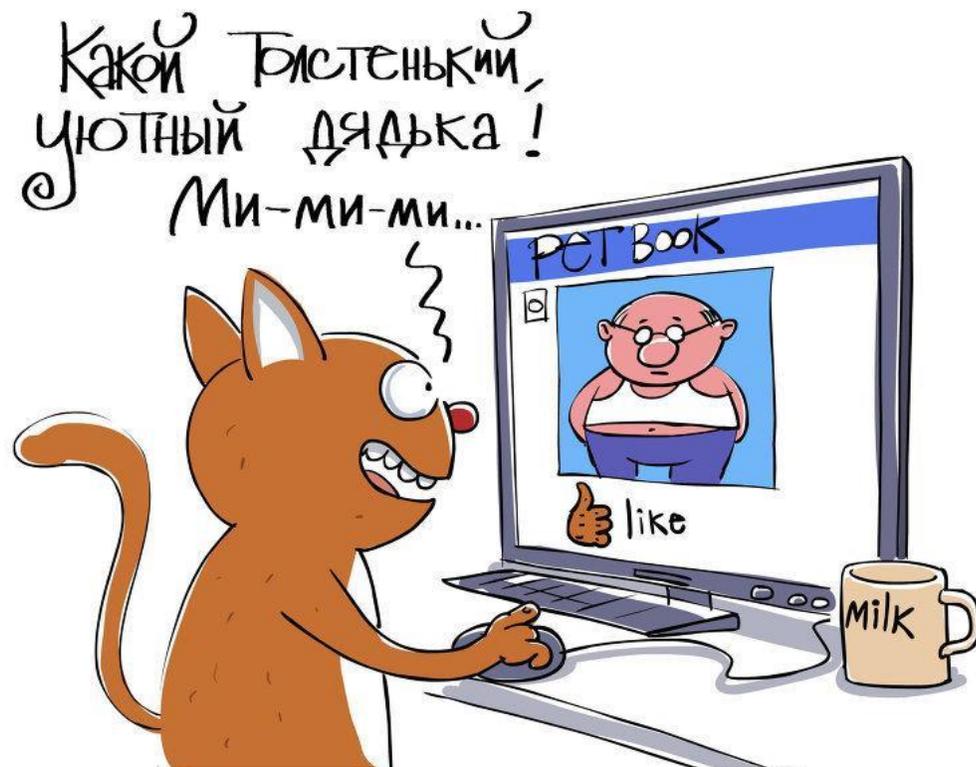
- **Секретная.** Только участники могут найти группу и видеть публикации.
- **Закрытая.** Все могут найти группу и видеть ее участников. Только участники могут видеть публикации.
- **Общедоступная.** Все могут видеть группу, ее участников и их публикации.

Контент. Что, как, когда и зачем постить?

Разработка контентной стратегии

Типы контента

Где брать контент и насколько важна его уникальность?



Социальная сеть —
это территория клиента

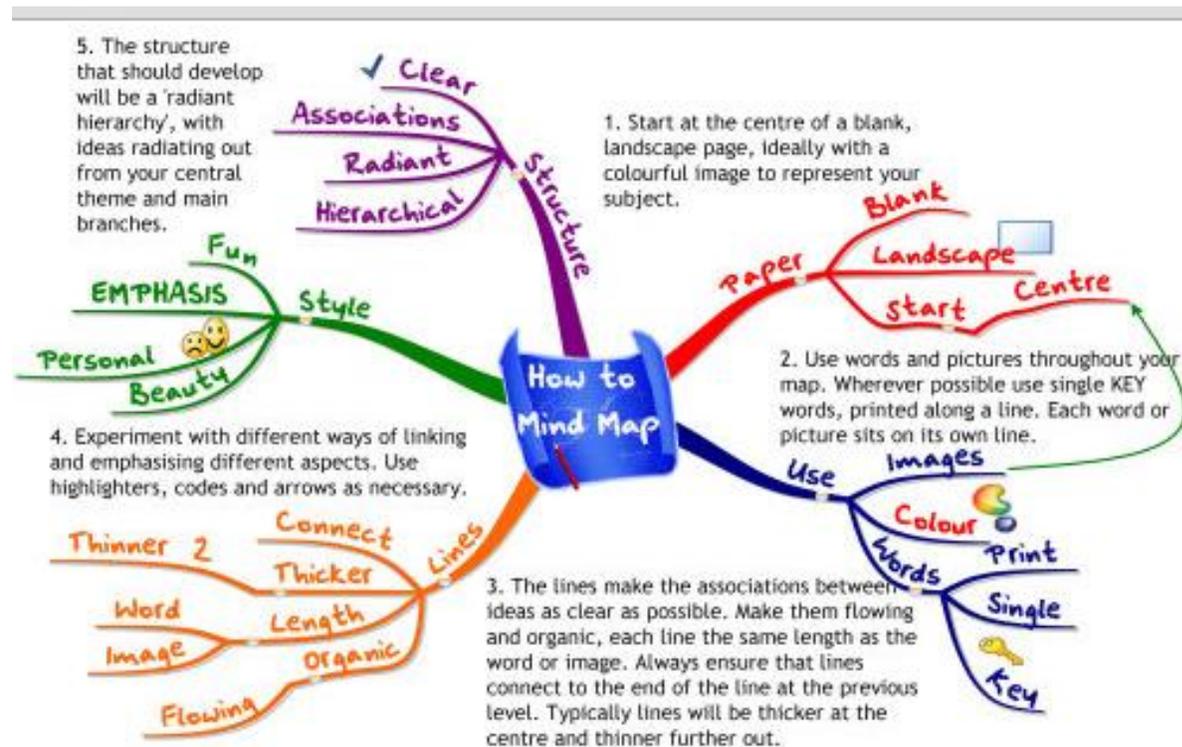
Разработка концепции ведения страницы. Тип контента, формат подачи материалов, частота размещения.

Концепция страницы

1. О чём?

2. Для чего?

3. Как?



Разработка концепции ведения страницы.
Тип контента, формат подачи материалов, частота размещения.

Недельный план публикаций

1. Количество публикаций
2. Время публикаций
3. Формат публикаций
4. Задачи публикаций
5. Связь наполнения с деятельностью компании/бренда
6. Связь наполнения с аудиторией
7. Инструменты и источники
8. Разработка активностей – когда и для чего
9. Механика активностей
10. Периодичность

Разработка концепции ведения страницы.
Тип контента, формат подачи материалов, частота размещения.

Правильное привлечение аудитории

1. Меньше спама
2. Трафик с сайта
3. Существующие клиенты
4. Рассылка по базам
5. За счёт охвата. Охват за счёт контента
6. Конкурсы
7. При желании – контекстная таргетированная реклама

СПАМ В FACEBOOK это -

СПАМ – это информация, которую (целиком или частично) один человек заставляет увидеть другого

- Посты на стенах людей
- Приглашения на мероприятия
- Сообщение в личку/чат с просьбой
- Сообщение в личку/чат с попыткой продать в лоб
- Включение человека в какую либо группу без спроса
- Отмечания человека на фотографиях, в видео
- Публикация исключительно рекламных сообщений
- Публикации на стенах чужих страниц и групп не по теме, либо со своей рекламой

Разработка концепции ведения страницы.
Тип контента, формат подачи материалов, частота размещения.

Что и как публиковать

1. Не бойтесь букв! Длинные посты тоже читают
2. Публикуйте ссылки на статьи, которые понравятся друзьям
Стоит задаться вопросом: какими статьями поделились бы в Facebook их друзья, что им было бы интересно обсудить?
3. Информация важна, эмоции важнее
4. Спрашивайте мнение пользователей
5. Персонализируйте свои сообщения, позвольте людям заглянуть за кулисы
6. Отредактируйте ссылку
7. 1-6 постов в день – не переборщите
8. Публикуйте не больше одного рекламного сообщения в день – это сеть для общения
9. Не просто предлагайте купить – рассказывайте о товаре не навязчиво
10. Контент должен быть связан с деятельностью компании

Что публиковать о вашей компании

1. Перечень услуг
2. Рекомендации по эксплуатации/уходу
3. Информация о скидках, акциях и распродажах
4. Поздравления с праздниками
5. Интересные факты об истории индустрии
6. Отзывы клиентов
7. Важные новости
8. Дни рождения сотрудников
9. Ответы на вопросы клиентов
10. Фотографии и репортажи с конкурсов и выставок
11. Фото клиентов – только с разрешения
12. Советы экспертов

Составьте план

1. Набирать не менее 1000 поклонников в месяц
2. Отток поклонников не более 100 в месяц
3. Число «лайков» под развлекательным контентом не менее 100
4. Показатель – обсуждают это не менее 500
5. Число переходов на ваш сайт с FACEBOOK не менее 500 чел. в мес.

График постов.

1. Что постить
2. Когда постить
3. Подобрать материал
4. Распределить по дням недели

Побуждайте вашу аудиторию что-то сделать! Рассказывайте людям, что вы хотите от них получить.



Jean Louis David - французские салоны красоты

30 мая в 15:41 · 🌐

**Думаете о создании нового образа? Не ломайте голову, просто запишитесь к нашим стилистам!
Мы причесываем настроение!**



Юмор. В принципе, юмор пользуется откликом в любое время, но опыт показывает, что лучше всего начинать с юмора утро.


 ISAAC PINTOSEVICH
 SYSTEMS

Чтобы дольше жить,
надо меньше суетиться, -
доказано черепахами

Я Знаю - Ты Можешь!

 **Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов**
 Эта публикация эффективнее, чем 95% других публикаций на вашей Странице. Поднимайте эту публикацию за 50 \$, чтобы охватить до 21 000 человек.

8 474 Охват (люди) **1 031** Взаимодействия [Продвигать публикацию](#)

 684 Комментарии: 2 Поделились: 123

 **Yogalife**
 Опубликовано Елизаветой Тихомировой [?] · 9 февраля в 10:38 · ⚙️

Йога в зимний период 😊 (Зато бодрит))

Автор неизвестен

28 814 Охват (люди) **4 501** Взаимодействия [Продвигать публикацию](#)

 580 Комментарии: 12 Поделились: 229
 Просмотры: 15 тыс.



Isaac Pintosevich Systems

Опубликовано Nadia Soroka [?] · 22 января в 09:35 · 🌐

#ips_анекдот

http://bit.ly/genesis_kiev2018



ISAAC PINTOSEVICH
SYSTEMS

- Видите, Ваша честь, он чихнул!
Значит, я правду говорю.

- Господин адвокат, у вас всё?

Yes
Я Знаю – Ты Можешь!

✔ **Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов**
Поднимайте эту публикацию за 50 \$, чтобы охватить до 21 000 человек.

16 961

Охват (люди)

660

Взаимодействия

[Продвигать публикацию](#)

Развлекалочки из серии «Для души» и «Интересное». Такой контент чаще всего хорошо работает во второй половине дня и в вечернее время.

Если пост текстовый, не забывайте добавить к нему иллюстрацию. Если вы считаете текстовую часть особо важной, старайтесь иллюстрировать пост просто изображением без текста на нем. Хорошо работают видео.



Isaac Pintosevich Systems
Опубликовано Nadia Soroka [?] · 28 января в 20:40 · 🌐

Ресторан во Франции развлекает клиентов, пока те ждут заказа: 3D-проекция имитирует приготовление заказанного блюда, пока на кухне то же самое делает настоящий повар. Что бы вы заказали?))

hip toro

В ожидании заказа...
Amazing use of Technology.
02:49

Результативность вашей публикации

162 542 Охват людей

63 765 3-секундные просмотры видео

4 929 Реакции, комментарии и перепосты 🗨️

3 033 👍 Нравится	1 479 К публикации	1 554 К перепостам
228 ❤️ Супер	113 К публикации	115 К перепостам
41 😂 Ха-ха	16 К публикации	25 К перепостам
172 😱 Ух ты!	83 К публикации	89 К перепостам
1 😓 Сочувствую	1 К публикации	0 К перепостам
74 Комментарии	31 К публикации	43 К перепостам
1 389 Репосты	1 378 К публикации	11 К перепостам



Isaac Pintosevich Systems

Опубликовано Nadia Soroka [?] · 23 января в 21:42 · 🌐

Однажды в зоопарке Торонто одной 🐼 подарили снеговика...



Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов
Поднимайте эту публикацию за 50 \$, чтобы охватить до 21 000 человек.

261 632

Охват (люди)

31 187

Взаимодействия

[Продвигать публикацию](#)

Результативность вашей публикации

261 632 Охват людей

118 379 3-секундные просмотры видео

10 808 Реакции, комментарии и перепосты ⓘ

6 336

👍 Нравится

2 434

К публикации

3 902

К перепостам

516

👉 Супер

165

К публикации

351

К перепостам

1 374

😂 Ха-ха

439

К публикации

935

К перепостам

29

😡 Ух ты!

7

К публикации

22

К перепостам

3

😓 Сочувствую

1

К публикации

2

К перепостам

1

😡 Возмутительно

1

К публикации

0

К перепостам

234

Комментарии

49

К публикации

185

К перепостам

2 336

Репосты

2 336

К публикации

0

К перепостам



Yogalife

Опубликовано Елизаветой Тихомировой [?] · 5 февраля в 20:22 · ⚙

Притча о монахе и девушке

Возвращаясь как-то к себе в монастырь, молодой монах и его учитель увидели девушку - она никак не могла перейти опасный горный ручей.

Учитель не раздумывая схватил ее и перенес на руках. Всю дорогу молодой монах озадаченно молчал, но наконец не выдержал: ... Ещё



Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов
Продвижение этой публикации поможет увеличить охват.

3 827

Охват (люди)

297

Взаимодействия

Продвигать публикацию

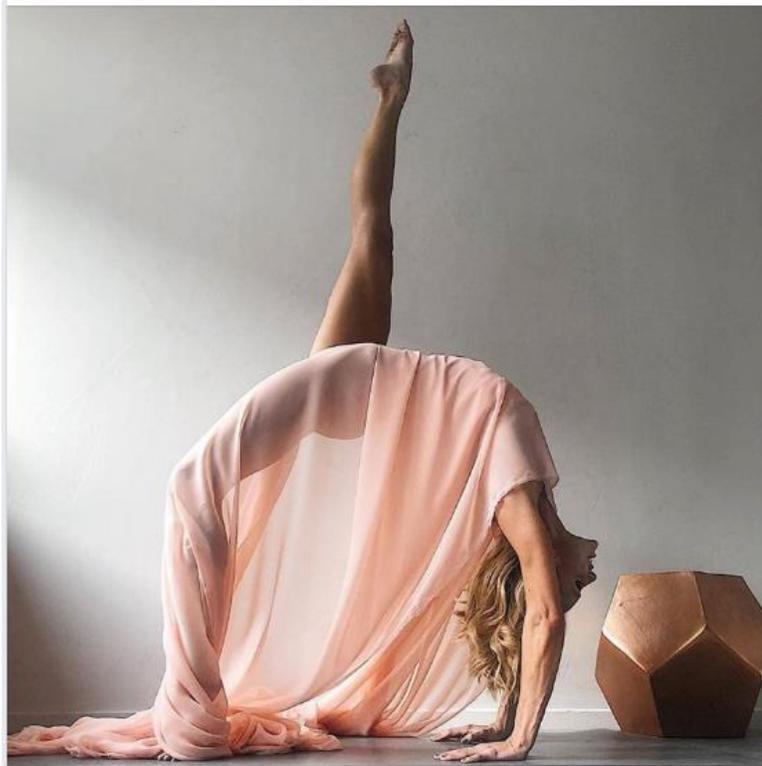


Yogalife

Опубликовано Анна Gvozdeva [?] · 4 февраля в 09:20 · ⚙

«Живите таким образом, чтобы никогда не терять себя. Когда вас захватывают беспокойства, страхи, желания, гнев, вы убегаете от себя и теряете себя. Практика состоит в том, чтобы всегда возвращаться к себе» (Тит Нат Хан)

Photo by: @mindful_jess



Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов
Поднимайте эту публикацию за 30 \$, чтобы охватить до 26 000 человек.

5 581

278

Продвигать публикацию

Полезная информация. Будьте корректными. Если у статьи есть автор, указывайте его. Не размещайте информацию, взятую с сайтов конкурентов. Будьте интерактивны. Иницируйте дискуссии в комментариях.

Yogalife
Опубликовано Елизаветой Тихомировой [?] · 7 февраля в 20:09 · ⚙

Упражнения, которые заменили мне остеопата

Меня зовут Вячеслав Смирнов, сейчас я полностью здоров и обучаю других быть здоровыми. Но я не родился таким. С самого детства ко мне "цеплялись" разные болезни, я рос слабым и никто даже подумать не мог, что я смогу жить без лекарств. Чтобы как-то себя укрепить, я начал заниматься спортом. Сначала это были боевые искусства.

Во время тренировок и соревнований я получал травмы, как и многие другие сверстники. Некоторые проходили быстр... Ещё



Результативность вашей публикации

3 477 Охват людей

197 Реакции, комментарии и перепосты ⓘ

130 Нравится	107 К публикации	23 К перепостам
17 Супер	14 К публикации	3 К перепостам
1 Ух ты!	1 К публикации	0 К перепостам
8 Комментарии	6 К публикации	2 К перепостам
41 Репосты	39 К публикации	2 К перепостам

366 Клики на публикацию

37 Просмотры фотографий	45 Количество кликов на ссылку	284 Другие клики ⓘ
-----------------------------------	--	------------------------------

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ОТЗЫВ

0 Скрыть публикацию **0** Скрыть все публикации

0 Пожаловаться на спам **0** Не нравится

Действия по статистике фиксируются по тихоокеанскому времени. Действия с рекламой фиксируются по часовому поясу.



Isaac Pintosevich Systems

Опубликовано Nadia Soroka [?] · 6 февраля в 13:40 · 🌐

Если ты до сих пор не определился с целями на этот год, если не знаешь, чего хочешь и куда идти - вот тебе список 100 целей в 5 главных сферах жизни.

Ставя галочки напротив каждой цели, ты испытываешь не только гордость и удовольствие, но и получишь новые эмоции, уровень влияния и счастья!

Итак, поехали!



5SFER.COM

100 мощных целей на год для твоего успеха - 5 сфер

100 крутых целей на весь год 5 сфер



Protectum

Опубликовано Olga Pokotylo [?] · 3 ч. · 🌐

7 лютого офіс ділового омбудсмена представив звіт, який описує взаємовідносини бізнесу з державними структурами. З нього випливає, що кількість звернень до бізнес-омбудсмена Альґірдаса Шемети зростає з року в рік. При цьому і частка вирішених конфліктів за допомогою захисника бізнесу збільшується.

Як зазначає Шемета, більшість скарг (62%) стосувалася податкових питань. Бізнесменів обурили податкові перевірки, блокування податкових накладних, кримінальні справи, пов'язані з по... [Ещё](#)

Сколько жалоб получил бизнес-омбудсмен



Средний срок рассмотрения жалобы

67
дней



Кристина Шишпор



Опубликовано Елизаветой Тихомировой [?] · Вчера в 14:47 · 🌐

"Балерины ничего не едят, кроме воздуха" — миф или реальность?
Я поделилась секретами питания для РБК-Украина
Читайте в статье 📌



RBC.UA

Увидите в зеркале стройную женщину: топ-5 секретов питания от прима-балерины Кристины Шишпор

0

Охват (люди)

0

Взаимодействия

[Продвигать публикацию](#)



336

Комментарии: 12 Поделились: 30

События, новости, важные даты.

Не пропускайте информационные поводы, которые можно использовать.

Добавляйте слова «прямо сейчас», «сегодня» и т.п.

Отмечайте людей, которые участвуют в событии. Но обязательно следите, чтобы это действительно имело отношение к данным людям и чтобы они нормально выглядели на фото, иначе можно получить негатив.



Результативность вашей публикации

4 283 Охват людей		
482 Реакции, комментарии и перепосты		
422 Нравится	91 К публикации	331 К перепостам
20 Супер	7 К публикации	13 К перепостам
6 Комментарии	3 К публикации	3 К перепостам
34 Репосты	34 К публикации	0 К перепостам
1 806 Клики на публикацию		
498 Просмотры фотографий	0 Количество кликов на ссылку	1 308 Другие клики
ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ОТЗЫВ		
3 Скрыть публикацию	2 Скрыть все публикации	
0 Пожаловаться на спам	0 Не нравится	

Статистика по жалобам может обновляться с задержкой относительно публикаций



The International Foundation for Social Adaptation

Опубликовано Olga Filina [?] · 5 февраля в 12:09 · 🌐

Сьогодні, 5 лютого, - день відкриття в Києві Королівського Посольства Норвегії! Ця важлива подія у дипломатичних відносинах України та Норвегії сталася 27 років тому, у 1992 році. Вітаємо представників Royal Norwegian Embassy in Kyiv з важливою датою, дякуємо за партнерство та співпрацю. Дуже цінуємо дружнє ставлення Норвегії до нашої країни та чітку позицію щодо її незалежності та суверенітету.



The International Foundation for Social Adaptation

Некоммерческая организация

📧 Отправить сообщение

🌱 **Получите больше отметок "Нравится", комментариев и репостов**
Продвижение этой публикации поможет увеличить охват.

1 580
Охват (люди)

320
Взаимодействия

[Продвигать публикацию](#)

1 580 Охват людей

180 Реакции, комментарии и репосты ⓘ

159  Нравится **57** К публикации **102** К репостам

3  Супер **0** К публикации **3** К репостам

1 Комментарии **0** К публикации **1** К репостам

17 Репосты **17** К публикации **0** К репостам

140 Клики на публикацию

5 Просмотры фотографий **2** Количество кликов на ссылку ⓘ **133** Другие клики ⓘ

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ОТЗЫВ

0 Скрыть публикацию **0** Скрыть все публикации

0 Пожаловаться на спам **0** Не нравится

Статистика по жалобам может обновляться с задержкой относительно публикаций

Рубрики

Важнейшая задача — приучить подписчиков постоянно читать вас.

Можно (не обязательно) для обозначения рубрик использовать хештеги:

Для этого в начале каждого поста вы ставите хештег (#) + название сообщества (короткое) + название рубрики.

Например:

#ips_юмор,

где # — хештег, ips — название сообщества, юмор — рубрика.

После хештега в названии рубрики нельзя использовать пробелы.

хештеги (#)

Исследование EdgeRank Checker

Компания проанализировала более 35 000 постов 500 страниц брендов в июле 2013 года. Из этих постов как минимум 6000 содержали хештеги.

Результаты показывают, что в Facebook посты с хештегами имеют меньший вирусный охват, чем посты без хештега.

Целевые посты. Сделайте его коротким, максимально интересным для аудитории. Создайте мотивацию делиться постом, писать комментарии. Можно совмещать такой пост с конкурсом.

 **Кристина Шишпор**
Опубликовано Yela Yela [?] · 3 февраля в 14:09 · 🌐

Запрошую вас на незабутній вечір балету, 21 лютого.
👉 <https://bit.ly/2TuY8QA>
Вистава "Лебедине озеро" - це ніжна та прекрасна історія кохання, наповнена безліччю перешкод і випробувань, що підстерігають юних закоханих.

Буде просто неможливо не закохатися в цей спектакль!
Придбати квитки можна за посиланням:
👉 <https://bit.ly/2TuY8QA>

До зустрічі! ❤️💋



 **Yogalife**
Опубликовано Anna Gvozdeva [?] · 2 февраля в 14:02 · ⚙️

Ретрит в Бирму - туризм или паломничество?
Выйти на прямую связь с тем, что стоит за пределами повседневной жизни!
Такова миссия ретрита в Бирму, который организывают Вячеслав и Елена Смирновы ... Ещё



-13:58 ⚙️ 📺 ↗️ 🔊

Конкурсные посты.

Обязательно размещайте пост с иллюстрацией. Не забывайте подогревать аудиторию комментариями и постами с напоминанием о текущем конкурсе. На иллюстрации хорошо размещать информацию о призе. Если приз ценный, то можно указывать в тексте и/или на иллюстрации его стоимость для большего привлечения внимания.



Кристина Шишпор

Опубликовано Yela Yela (?)

Нравится · 41 мин. · 🌐

🏆 ПРИЗ - футболка "Лебедине озеро" з моїм автографом!
Буде в чому йти на спектакль 21 лютого 😊
Квитки за посиланням 📄 <https://bit.ly/2TuY8QA>

Правила участі у розіграші:

1. Підпишіться на мою сторінку <https://www.facebook.com/shyshporofficial/>
2. Поставте лайк цьому конкурсному посту та зробіть перепост на свою сторінку.
3. В коментарях ставте "+" або "хочу футболку"

🏆 Переможця буду обирати генератором випадкових чисел, тож виконуйте всі умови конкурсу і вигравайте 😊

⚠️ Важливо! Ваш профіль повинен бути відкритим, щоб можна було перевірити виконання всіх умов розіграшу.

🕒 Розіграш починається зараз, 13 лютого, та триватиме до 19 лютого 12:00.

📅 Результати будуть оголошені не пізніше 19 лютого 17:00.

Щоб отримати більше шансів на виграш, переходьте в мій Instagram https://www.instagram.com/shyshpor_official/ та беріть участь ще й там 😊
Шукайте конкурсний пост за хештегом #shyshpor_competition

Бажаю всім удачі 😊
Не встигли придбати квитки на спектакль "Лебедине озеро"?
Можете зробити це за посиланням нижче 😊
📄 <https://bit.ly/2TuY8QA>



Напишіть коментарий...



- Иллюстрируйте посты.
- Иницируйте интерактив (вопросами, комментариями, призывами высказать свое мнение).
- Будьте корректны. Не постите сомнительный контент.
- Будьте интересны и полезны для своих подписчиков. Постоянно отслеживайте реакцию аудитории не только в вашем сообществе, но и в других со схожей аудиторией.
- Не перегружайте ленту коммерческой информацией.
- Давайте корректные ссылки и наиболее прямой путь для пользователя, чтобы ему не приходилось переходить несколько раз со страницы на страницу, чтобы получить интересующую информацию.
- Экспериментируйте с контентом, добавляйте что-то новое, спрашивайте мнение своих подписчиков.



Вирусные посты

Вирус — это массовое социальное действие по дистрибуции релевантного для индивида и/или его референтной аудитории сообщения по предзаданным социальным сетям.

Есть два вида запуска действительно вирусного поста:

1) Это длительная и кропотливая работа с привлечением специалистов, больших ресурсов и затрат.

2) Запуск вирусного поста у вас на странице без привлечения дополнительных ресурсов — это счастливая случайность! Которой предшествовала кропотливая работа!



В Facebook существует 3 вида реакции на посты:

- Лайк (Like)
- Перепост (Share)
- Комментарий (Comment)

Важен каждый из них. Для вирусного охвата особо ценными являются перепосты. Для повышения рейтинга в ленте новостей — комментарии и лайки.

Важно! Для того чтобы пользователи лайкали пост, сообщение должно вызывать интерес, эмоции, нести полезную информацию и т.п.

В большинстве случаев сообщение должно быть ***связано с текущим моментом.***

4 января, аноним, стоящий за ним, запостил единственную картинку с протестным призывом набрать больше лайков, чем у предыдущей "чемпионки" - Кайли Дженнер, представительницы всемирно известного медийного клана Дженнер-Кардашьян. Теперь единственному яйцу удалось недостижимое - фото яйца на белом фоне собрало более 50 млн лайков, оставив далеко позади Дженнер.



Где брать контент:

Статьи (блоги, сайты, социальные сети)

Советы экспертов – интервью, ответы на вопросы

Отзывы довольных клиентов

Модерирование постов конкурентов

Курирование контента

Уникальный креативный контент

Пользовательский контент.



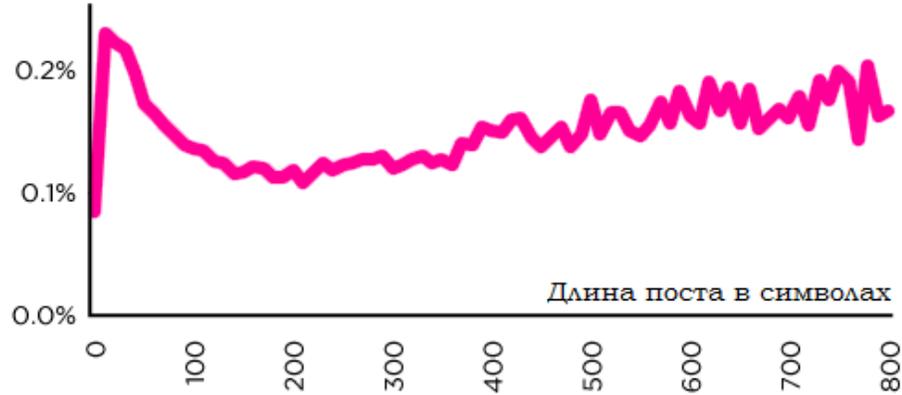
Выстраивание интерактивных коммуникаций

Как получать больше отклика на публикации
Работа с комментариями

Данные собраны медиа-экспертом Дэном Зарелла

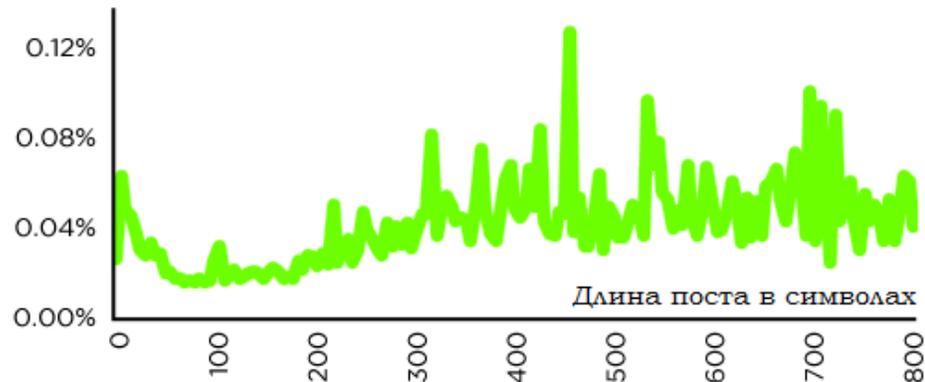
Длина поста

Лайки в процентах



Наибольшее количество «лайков» набирают публикации короче 100 символов, а также материалы длиной 700 – 800 знаков:

Расшаривания в процентах



КАК СОБРАТЬ МАКСИМУМ «ЛАЙКОВ» В FACEBOOK

Данные собраны медиа-экспертом Дэном Зарелла

Количество местоимений 1-ого лица

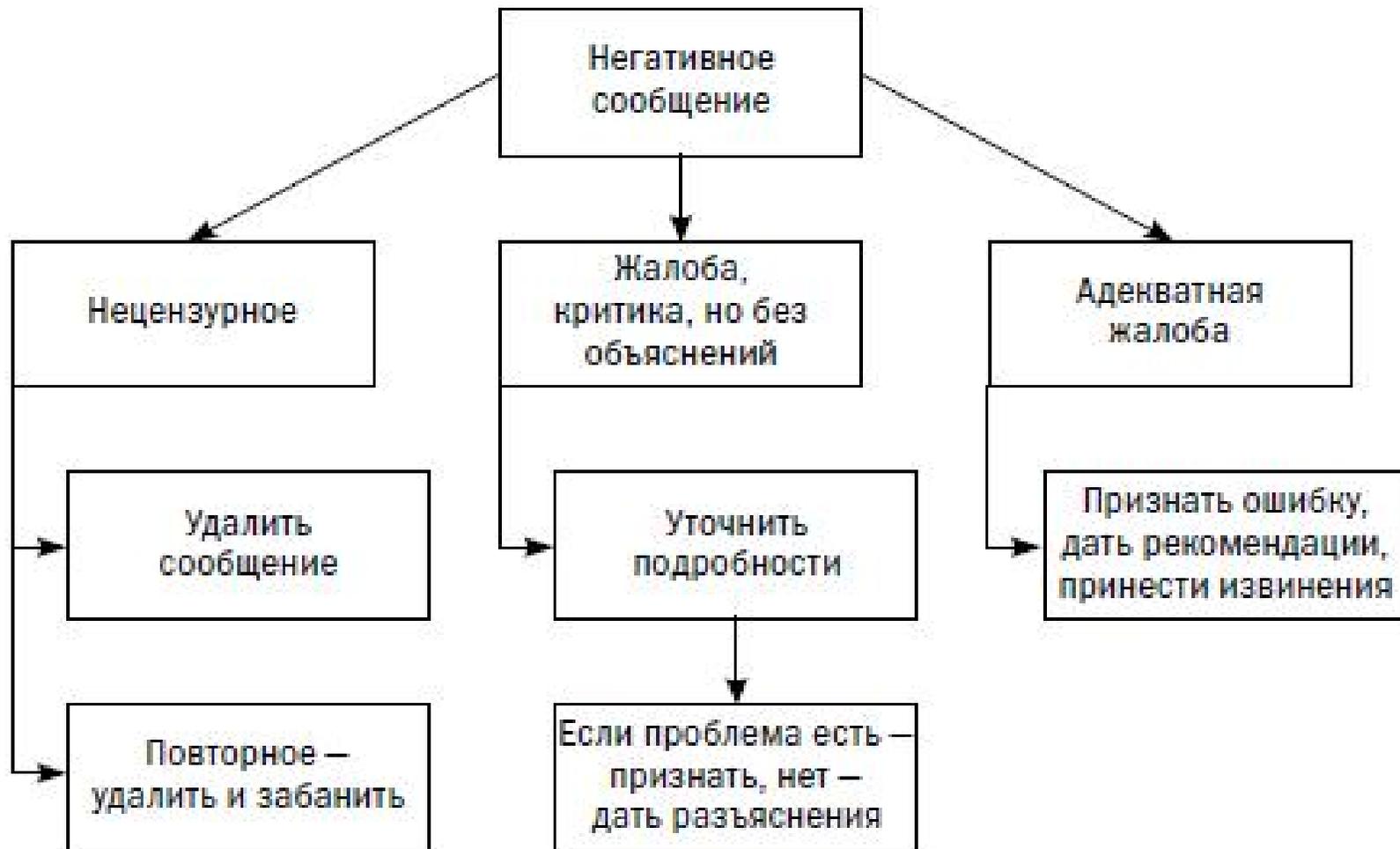


На количество «лайков» к посту влияет и частота употребления в нём личных местоимений (я, мы, нас) и прочих ссылающихся на себя (как надёжный источник информации) слов. Чем их больше, тем выше вовлечённость на Facebook.

Реакция на контент

1. Шутка, демотиватор, анекдот стабильно пользуются популярностью
2. Публикация фото, картинок стабильно пользуется популярностью
3. Сообщение с коммерческим подтекстом вызывает отток поклонников
4. Распределить по дням недели
5. Поздравления, позитивные пожелания – активная положительная реакция пользователей
6. Если в конце сообщения добавлять вопрос к подписчикам – число откликов возрастает

Работа с негативными сообщениями





Что сделать, что бы «лайкали»

1. Шутки, анекдоты с яркими иллюстрациями.
2. Призыв – посмотрите фотографию! Нажмите «лайк» и «поделиться»!
3. Шуточные надписи
4. Цитаты известных людей
5. Тренды

Конкурсы, акции, кроссмаркетинг.

Цели, типы и правила проведения конкурсов.

Кроссмаркетинг в социальных сетях.

Социальная активность компании как PR-инструмент.

Конкурсы в Facebook

Условия конкурса

должны быть максимально простыми и понятными для всех участников.

Конкурсы в Facebook

Обязательно сами соблюдайте свои же правила!

Публикуйте результаты в заявленное время

Давайте заявленные призы

Используйте только прописанные в условиях критерии выбора победителя

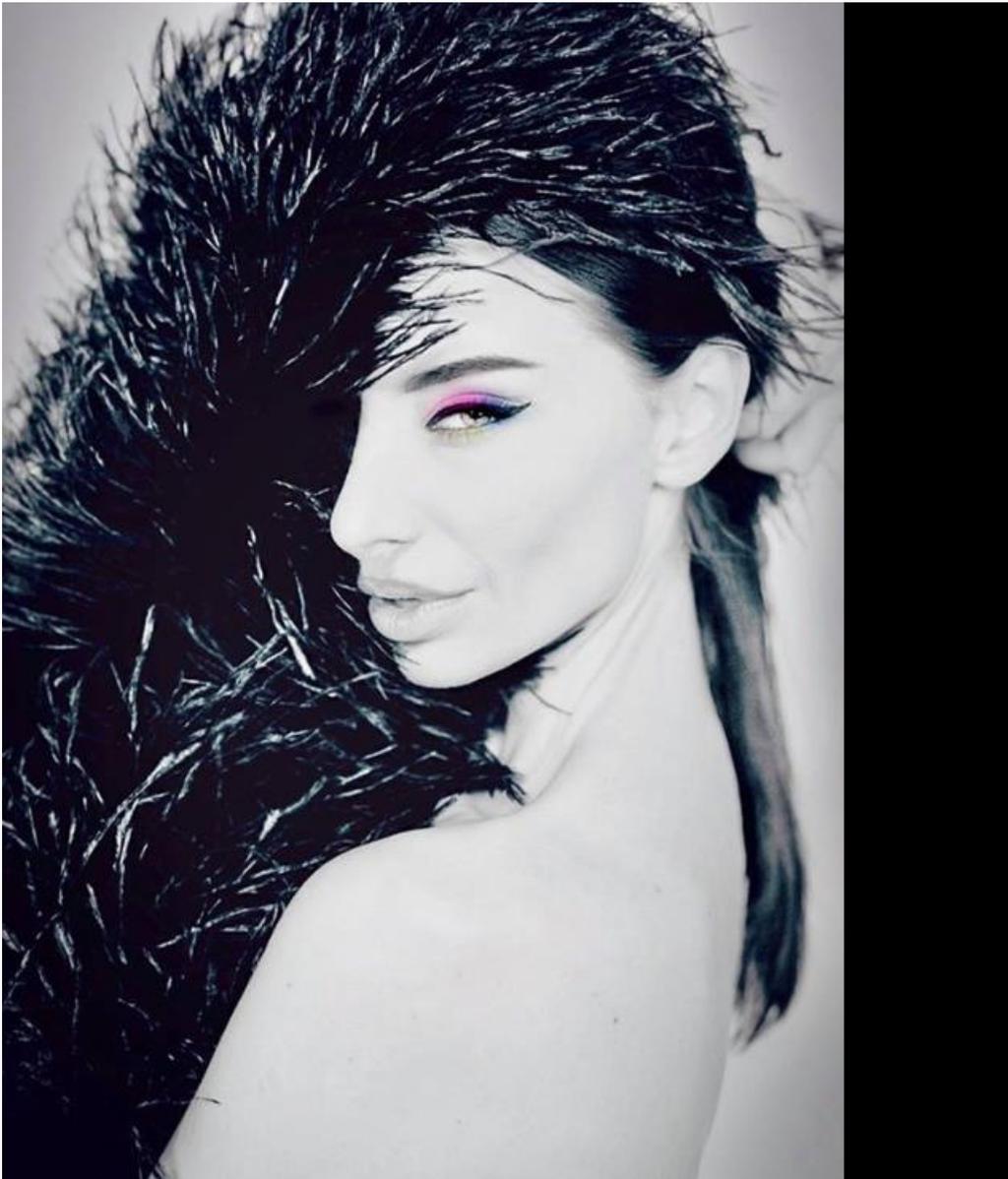
Конкурсы в Facebook

Призовой фонд конкурса

Призы должны иметь большую ценность в глазах вашей аудитории!
Но это зависит от целей, которые вы ставите перед всем мероприятием.

Конкурсы в Facebook Четкие правила конкурса





Кристина Шишпор



Опубликовано Елизаветой Тихомировой [?]

Нравится · 24 января · 🌐

РОЗІГРАШ
ПРИЗ - 4 квитки на виставу "Лебедине озеро"!

🏆 Виконуйте умови розіграшу та згодом я визначу 2 переможця, які отримають по 2 квиточки на спектакль "Лебедине озеро", який відбудеться 21 лютого в "Національній опері України" в м.Києві!

Правила участі у розіграші:

1. Підпишіться на мою сторінку <https://www.facebook.com/shyshporofficial/>
2. Поставте лайк цьому конкурсному посту
3. Переходьте з мобільного за посиланням <https://www.ballet.org.uk/facefilter> та робіть найбалетніші селфі в ролі чорного і білого лебедя) [При загрузці додатку спершу вмикається образ білого лебедя, для зміни персонажа натисніть на екран ще раз]
4. В коментарях під нашим постом публікуйте фото, зроблене за допомогою додатку, та відмічайте через @, з ким би ви хотіли піти на спектакль

🏆 Переможця будемо обирати генератором випадкових чисел, тож виконуйте всі умови конкурсу і вигравайте 😊

🕒 Конкурс починається зараз 24.01.19 та триватиме до 12:00 31.01.19.

📄 4 Результати будуть оголошені не пізніше 17:00 31 січня.

Конкурсы в Facebook

Определение победителя

Определение победителя должно быть прозрачным и предельно понятным.

www.random.org





Кристина Шишпор

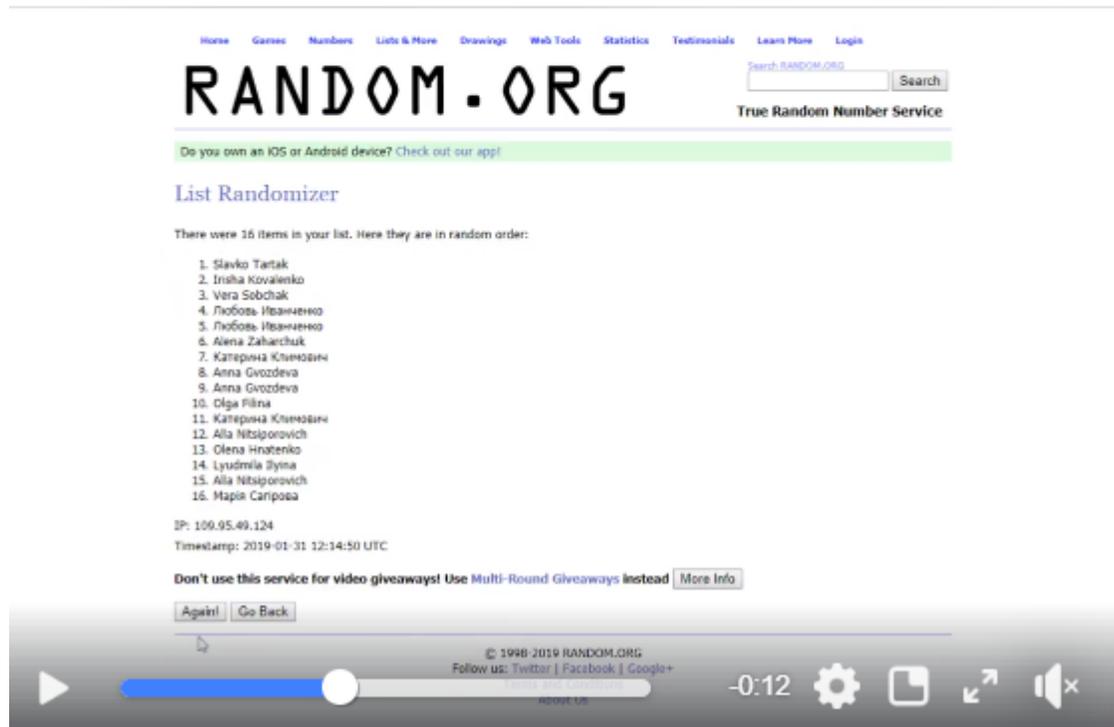
Опубликовано Yela Yela [?] · 31 января в 16:15 · 🌐



Результаты конкурсу!

<https://www.facebook.com/.../a.259774978018.../287333361929113/...>

Вітаю Slavko Tartak та Ириша Коваленко, ви отримуєте по 2 квиточки на спектакль "Лебедине озеро", який відбудеться 21 лютого в "Національній опері України" в м.Києві! До зустрічі на спектаклі 😊😎🍷... Ещё



Home Games Numbers Lists & More Drawings Web Tools Statistics Testimonials Learn More Login

RANDOM.ORG

Search RANDOM.ORG Search

True Random Number Service

Do you own an iOS or Android device? Check out our app!

List Randomizer

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

1. Slavko Tartak
2. Irisha Kovalenko
3. Vera Sobchak
4. Любовь Иванченко
5. Любовь Иванченко
6. Alena Zaharchuk
7. Катерина Климович
8. Anna Gvozdeva
9. Anna Gvozdeva
10. Olga Filina
11. Катерина Климович
12. Alla Nitsporovich
13. Olena Hnatenko
14. Lyudmila Ilyina
15. Alla Nitsporovich
16. Mariia Carpoza

IP: 109.95.49.124
Timestamp: 2019-01-31 12:14:50 UTC

Don't use this service for video giveaways! Use Multi-Round Giveaways Instead [More Info](#)

© 1998-2019 RANDOM.ORG
Follow us: [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Google+](#)

0:12

Конкурсы в Facebook Сроки проведения конкурса

**Конкурс не должен быть слишком долгим.
Не удастся держать публику в напряжении полгода.**



Запуск с «толкача»

Чтобы конкурс заработал, надо первых участников привлечь из своих – они покажут пример, как и что нужно делать, и дадут своим появлением отмашку – «конкурс начался». Чтобы вас не обвиняли в нарушении правил конкурса – можете приписать, что это сотрудники, и они в конкурсе принимать участия не будут, а здесь просто для примера.



Продвижение конкурса

Таргетированная реклама в социальных сетях.

Контекстная реклама в поисковиках.

Распространение среди лидеров мнений за счет личных знакомств и договоренностей.

Стимулирование распространения информации возможностью выигрыша, то есть приз за анонс на блоге, например.

Размещение рекламы на специальных форумах.

Баннеры на популярных площадках.

Вирусная реклама.

Не бросайте конкурс



Жюри конкурса

Это должны быть известные вашей аудитории люди и специалисты в той отрасли, в которой вы проводите конкурс.



Анонс

Если Вы хотите чтоб информация **о конкурсе в социальной сети** действительно сработала, как «вирусная реклама» нужно ещё до окончания конкурса проанонсировать начало следующего конкурса. Либо сделать конкурсы регулярными и напоминать об этом.

Подведение итогов и награждение

Итоги нужно подводить обязательно вовремя. Ничто и никто не может вас в этом остановить! Обещания нужно выполнять! Призы, которые заявлены, должны найти своего победителя. По-другому быть не должно!



Креативность

Взрослые - это те же дети. Дайте им возможность проявить себя и они обязательно ухватятся за эту идею.

Кросс-маркетинг

Это совместное использование одной и той же клиентской аудитории разными компаниями.



Кроссмаркетинговые кампании в рамках продвижения в Facebook.

- **нужно определить и отсеять своих прямых конкурентов.**
- **нужно определить, какие товары являются сопутствующими вашему рыночному предложению.**

Ищите компании, которые предлагают товар **сходных ценовых категорий**. Иначе, вы будете продавать плитку в ценовом сегменте «выше среднего», а мебель будет «эконом». И тогда, кросс-маркетинг не достигнет своей цели.

- **придумайте систему премирования клиентов.**
- **оформите взаимоотношения с партнерами по проекту и правила участия в проекте юридически.**

Преимущества кросс-маркетинга

- Сокращение рекламных затрат ввиду совместного проведения акций.
- Установление долгосрочного сотрудничества с различными компаниями из других сфер бизнеса.
- Активный отклик у потребителей, т.к. они могут получить двойную пользу.
- После проведения кросс-акции быстро виден результат.
- Эффект от совместных кросс-акций вдвое больше, чем от акций по отдельности.
- Расширение сферы сбыта услуг либо товаров.
- Повышение возможностей для продвижения своего бренда.
- Повышение на рынке репутации компании, проводящей кросс-маркетинг.

Виды кросс-маркетинговых акций

- **Тактические** - непродолжительные акции, иногда одноразовые, больше направленные на реализацию определенных услуг либо товаров.
- **Стратегические** - длительное, комплексное сотрудничество с другими компаниями в области продвижения и продажи услуг или товаров.

Статистика и реклама в Facebook.

Основные показатели статистики

Типы и особенности платного продвижения в Facebook.

Тексты, иллюстрации, тестирование.

Настройки рекламы: как потратить меньше, а получить больше?

Дополнительные опции и настройки рекламных кампаний.

Обзор

- Акции
- Подписчики
- Отметки "Нравится"
- Охват
- Просмотры Страницы
- Предпросмотры Страницы
- Действия на Странице
- Публикации
- Мероприятия ↗
- Видео
- Истории
- Пользователи
- Магазин
- Сообщения
- API

Сводка по Странице Последние 28 дней ↕

Экспорт данных 

Результаты с 15 янв 2019 г. до 11 фев 2019 г.

Примечание: данные за сегодня не включены. Действия по статистике фиксируются по тихоокеанскому времени. ■ Органические ■ С оплатой
 Действия с рекламой фиксируются по часовому поясу вашего рекламного аккаунта.

Действия на Странице ⓘ
15 января — 11 февраля

491
Всего действий на Странице ▲ 71%



Просмотры Страницы ⓘ
15 января — 11 февраля

54,069
Всего просмотров Страницы ▲ 60%



Предпросмотры Страницы ⓘ
15 января — 11 февраля

11,206
Предпросмотры Страницы ▼ 20%



Отметки «Нравится» Страницы ⓘ
15 января — 11 февраля

4,324
Отметки "Нравится" Страницы ▼ 31%



Охват публикации ⓘ
15 января — 11 февраля

12,658,337
Охват ▼ 30%



Рекомендации ⓘ
15 января — 11 февраля



Недостаточно данных для показа за выбранный период.

Вовлеченность для публикац... ⓘ
15 января — 11 февраля

2,704,994

Видео ⓘ
15 января — 11 февраля

7,292,714

Подписчики Страницы ⓘ
15 января — 11 февраля

9,196



Ольга Филина

Охват — это количество показов Ваших публикаций пользователям социальной сети.



Страница Сообщения 1 Уведомления 99 Еще ▾ Настройки Помощь

ВЫИГРАЙ БИЛЕТ
на совместное выступление
легендарного Ника Вуйчича
и
Ицхака Пинтосевича
в Киеве!

Isaac Pintosevich Systems
@isaac.pintosevich.systems

Забронировать ▾ Нравится ▾ Сообщение ▾ ⋮

Хроника Информация Фото Отметки «Нравится» Еще ▾

Общественный деятель

Статус Фото/видео Предложение, Мероприятие + ▾

Напишите что-нибудь...

Продвигать ▾

НА ЭТОЙ НЕДЕЛЕ

2,2m
Охват публикации

222 961
Вовлеченность для публикации

104
Забронировать

8
Клики на веб-сайт

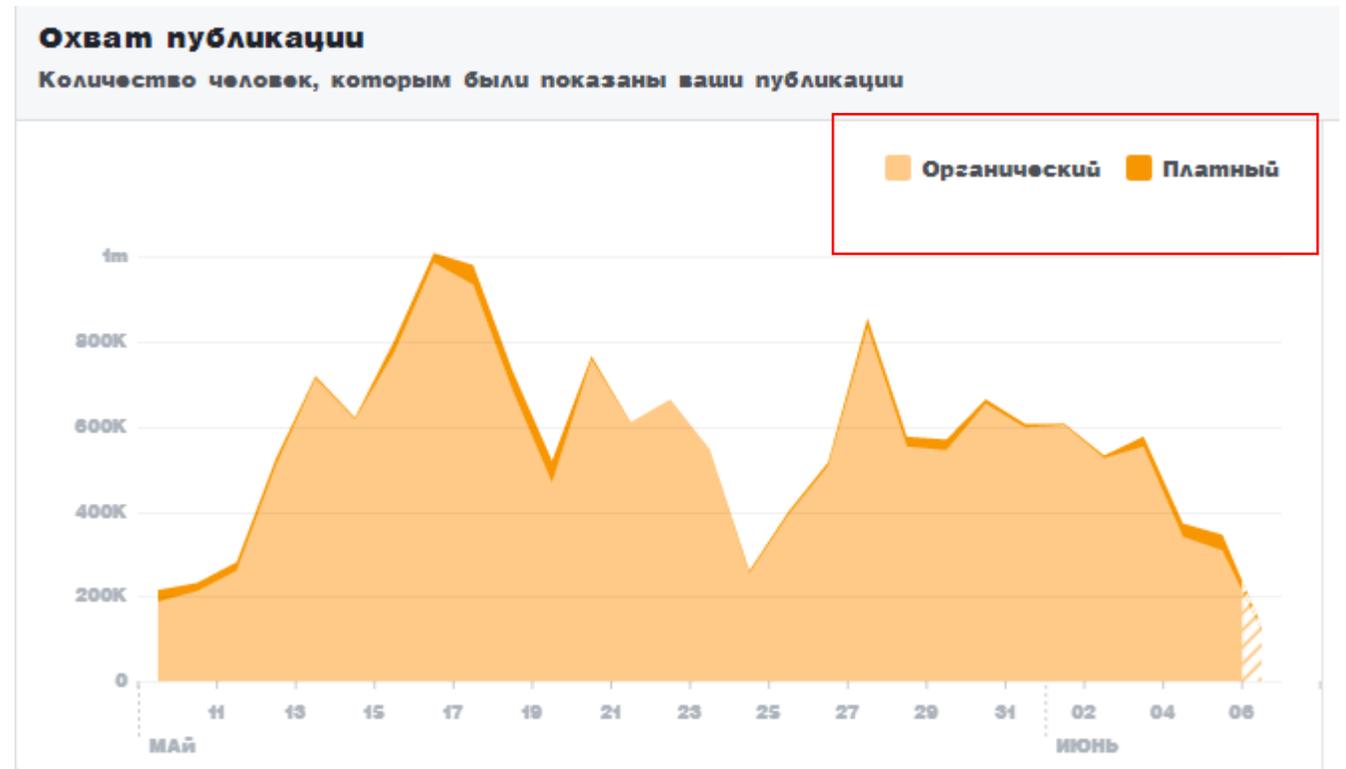
41%
Показатель отклика

11 минут
Время отклика

Самые важные показатели статистики

В фейсбук охват обычно разбивается на **две составляющие:**

органический охват;
платный или,
как его еще называют,
рекламный охват.



Самые важные показатели статистики

Отметки «Нравится» страницы:

- состоит из ежедневного количества кликов кнопки «Нравится»;
- данных об изменении общего количества «нравится»;
- количества чистых отметок «Нравится»;
- количества отметок «Нравится» вашей Facebook-страницы, с разбивкой по источникам.



Самые важные показатели статистики

Раздел «Публикации»

раздел «Публикации» состоит из трех подразделов:

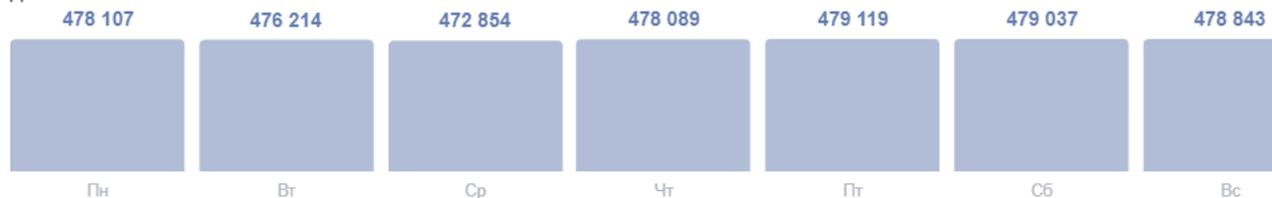
1. **Все публикации:** данные об охвате, кликах на публикацию и отметки «нравится» — все это можно сортировать и делать соответствующие выводы.
2. **Время пребывания ваших поклонников в сети:** по дням недели и часам суток. От этого параметра должен зависеть ваш график постов.
3. **Лучшие типы публикаций:** суммарные данные по типам публикаций: статус, фото, ссылки, видео и т.д. Выводятся данные об охвате (просмотры), кликах на публикацию и отметках «Нравится».

- Обзор
- Акции
- Подписчики
- Отметки "Нравится"
- Охват
- Просмотры Страницы
- Предпросмотры Страницы
- Действия на Странице
- Публикации**
- Мероприятия ↗
- Видео
- Истории
- Пользователи
- Магазин
- Сообщения
- API

Когда поклонники в сети | Виды публикаций | Топовые публикации с интересующих вас Страниц

Данные представлены за последнюю неделю. Время дня показано для вашего часового пояса.

дни



ВРЕМЯ



Все размещенные публикации

■ Органический/платный охват ▾
■ Клики на публикацию
 ■ Реакции, комментарии и перепосты ℹ ▾

Опубликовано	Публикация	Тип	Целевая аудитория	Охват ℹ	Вовлечение	Продвигать
--------------	------------	-----	-------------------	----------------------	------------	------------

Самые важные показатели статистики

Раздел «Пользователи»

Раздел «Пользователи» позволяет узнать о том, кому нравится ваша Facebook-страница, кому нравятся ваши публикации, кто комментирует и делится ими.

Раздел «Пользователи» состоит из трех подразделов:

1. **Ваши поклонники:** данные о возрасте и поле, а также о географии (страна и город) и языке аудитории вашей страницы.
2. **Охват:** все то же самое, но с упором на охват (просмотры записей).
3. **Вовлеченные пользователи:** опять же все то же самое, но с упором на вовлечение (лайки, комментарии или репосты).

Обзор

Акции

Подписчики

Отметки "Нравится"

Охват

Просмотры
Страницы

Предпросмотры
Страницы

Действия на
Странице

Публикации

Ваши поклонники

Ваши подписчики

Охват

Вовлеченные пользователи

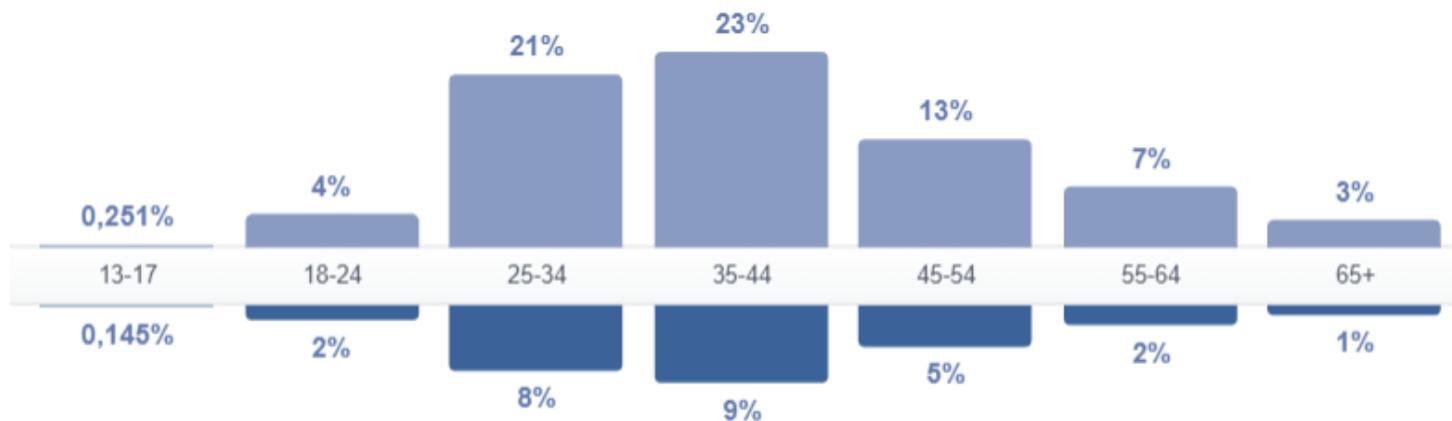
Совокупные демографические данные людей, которым нравится ваша Страница, основанные на информации о поле и возрасте, указанной в их профилях. Это приблизительное число.

Женщины

72%
Ваши
поклонники

Мужчины

28%
Ваши
поклонники



Не в количестве лайков счастье... А в их качестве)))

Сообщество Все

Пригласите друзей поставить "Нравится" этой Странице

Нравится 160 428 людям

Подписаны 159 907 человек



ALL-4-WOMAN.RU

12 очищающих тоников для жирной кожи в домашних условиях - Все Для Женщины (ВДЖ)

Поделиться: 1

Нравится Комментировать Поделиться

Напишите комментарий...

Сообщество Все

Пригласите друзей поставить "Нравится" этой Странице

Нравится 9 853 людям

Подписаны 11 074 человека

UA: СПОРТ
10 февраля в 19:52 · 🌐

Українські лижні акробати повернулися з чемпіонату світу в США 🇺🇸. У столичному аеропорту "Бориспіль" олімпійського чемпіона, а відтепер і віце-чемпіона світу Олександра Абраменка та тренера збірної Енвера Аблаєва очікувала тепла зустріч від НОК.

За матеріалами: НОК України



385 5 27

Нравится Комментировать Поделиться

Таргетированная (таргетинговая) реклама — это объявления в социальных сетях, точно нацеленные на анкетные данные пользователей: пол, возраст, географию, интересы.

Business Manager



Создать Страницу

Управление Страницами

Создать группу

Новые группы

200

Создать рекламу

Управлять рекламой

Журнал действий

3

Настройки Ленты новос...

Настройки

Выйти

 **Поднимать публикации**

 **Продвигать Страницу**

 **Перенаправлять людей на веб-сайт**

 **Увеличить число конверсий на веб-сайте**

 **Получать установки вашего приложения**

 **Увеличить вовлеченность для вашего приложения**

 **Увеличить посещаемость вашего мероприятия**

 **Стимулировать интерес к вашему предложению**

 **Получать просмотры видео**

 **Получите лиды для вашей компании**

НОВАЯ АУДИТОРИЯ ▼

Индивид. настроенная аудитория **Выбрать индивидуально настроенную аудиторию** | **Просмотр**

Создать новую индивидуально настроенную аудиторию

Места **Все в этой местности** ▼

Украина
Украина
Включить ▼ | **Добавьте места**

Добавьте сразу несколько мест...

Возраст 18 ▼ - 65+ ▼

Пол **Все** Мужчины Женщины

Языки Укажите язык...

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

?

Определение аудитории



Выбрана достаточно широкая аудитория.

Аудитория:

- Место:
 - Украина
- Исключенные связи:

Потенциальный охват (пользователи): 1 900 000

Приблизительный дневной охват

f 4 200–11 000 человек на Facebook



0 1 300 000 **?**

Приблизительное значение. Отображаемые числа основаны на средних показателях результативности рекламы, таргетированной на выбранную аудиторию.

Чтобы реклама не раздражала пользователей

Несколько ошибок, из-за которых ваша реклама может не принести ожидаемого эффекта:

Каждое Слово С Большой Буквы

Вы не будете выглядеть грамотным рекламодателем, что может отпугнуть ваших потенциальных клиентов.

ВЫДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ

На подсознательном уровне такой текст выглядит для нас как СПАМ.

Безграмотность

Ну, тут без комментариев.))) Проверяйте тексты объявлений перед отправкой в эфир.

Обманчивые скидки и акции

Люди не любят, когда им врут.

Неподходящие изображения

Подбирайте только те картинки, которые относятся к теме объявления.

Неверное таргетирование

Указывайте ту целевую аудиторию, на которую вы ориентируетесь.

Платное продвижение постов в Facebook

Isaac Pintosevich Systems
Опубликовано Танией Высоцкой [?] · 2 ч · 🌐

У нас есть новые победители - счастливики, которые не просто пойдут 25 сентября на совместное выступление Ника Вуйчица и Ицхака Пинтосевича в Киеве, но и смогут выйти с ними НА ОДНУ СЦЕНУ! Поздравляем!
А Ты можешь принять участие в 4-м уроке и не упустить свой шанс! >>> <https://goo.gl/dWzlb3>



Победители третьего этапа конкурса с Ицхаком Пинтосевичем и Ником Вуйчицем!

Счастливики выйдут на одну сцену со звездами!

35PER.COM

Количество охваченных пользователей

Понимать публикацию

Понимать публикацию

АУДИТОРИЯ

- Люди, которым нравится ваша Страница [?]
- Люди, которым нравится ваша Страница, и их друзья [?]
- Люди, которых вы выбираете посредством таргетинга [?]

Местонах: **Russia и Ukraine** Редактировать
ождение

бюджет и срок действия

Общий бюджет ⓘ

60,00 \$

Предполагаемый охват ⓘ

3 600-9 500 человек

3 400 000

Сузьте свою аудиторию или увеличьте бюджет, чтобы охватить больше зрителей за все время.

Условия использования | Справочный центр

Отмена

Понимать

ЛЕНГА НОВОСТЕЙ НА ПК

ЛЕНГА НОВОСТЕЙ НА МОБИЛЬНЫХ
УСТРОЙСТВАХ



Isaac Pintosevich Systems

Реклама · 🌐

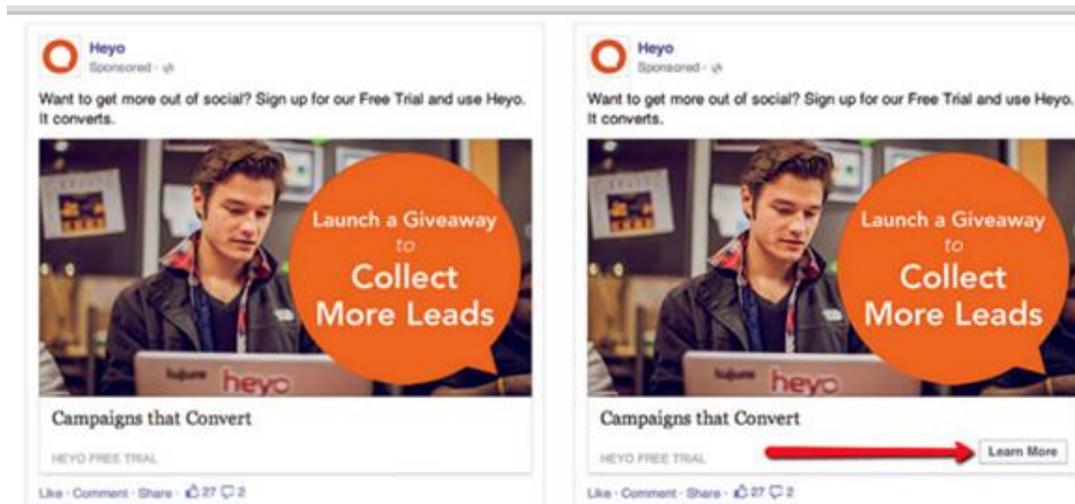
👍 Нравится Страница

У нас есть новые победители - счастливики, которые не просто пойдут 25 сентября на совместное выступление Ника Вуйчица и Ицхака Пинтосевича в Киеве, но и смогут выйти с ними НА ОДНУ СЦЕНУ! Поздравляем!
А Ты можешь принять участие в 4-м уроке и не упустить свой шанс! >>> <https://goo.gl/dWzlb3>



Как “выжать” максимум из рекламы в Facebook

- Тестируйте версии объявления
- Дополнительные кнопки
- Лендинг
- Указывайте цену
- Предложите бонус или скидку
- Не включайте мобильный трафик



Reach: 28,000

Clicks: 97

PPC: \$1.22

Reach: 24,000

Clicks: 136

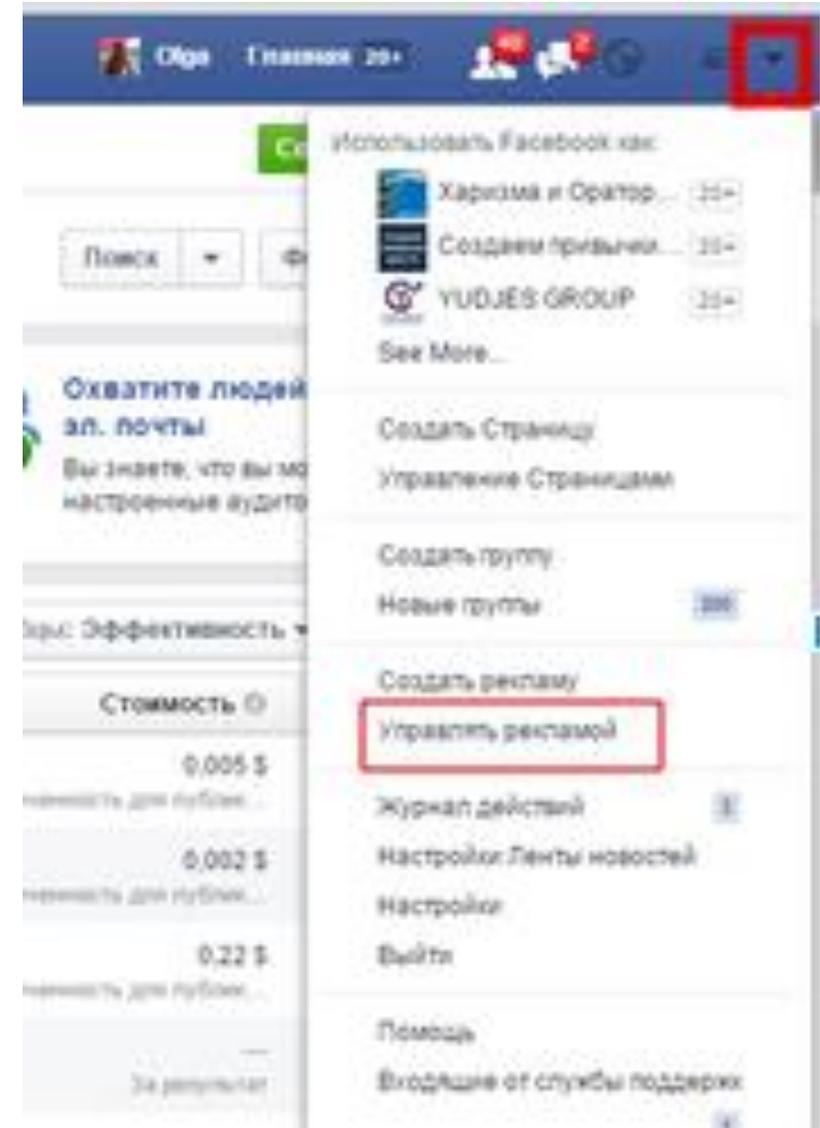
PPC: \$0.86

Сведения поступают двумя путями:

- Данные, указанные пользователями при прохождении регистрации;
- Информация, взятая со сторонних сервисов.

Как попасть в статистику?

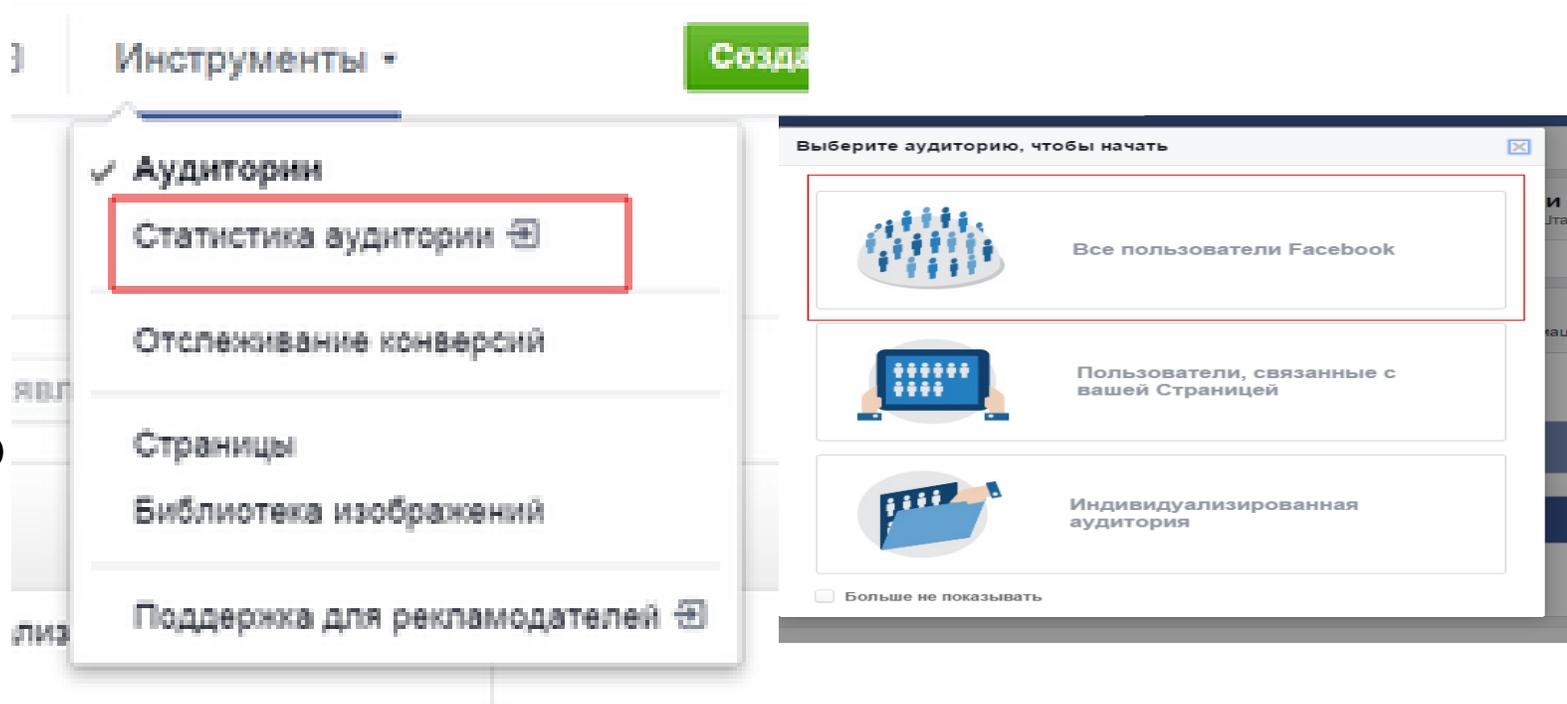
Чтобы увидеть «Статистику» аудитории, необходимо открыть рекламный кабинет и зайти во вкладку «Инструменты»:



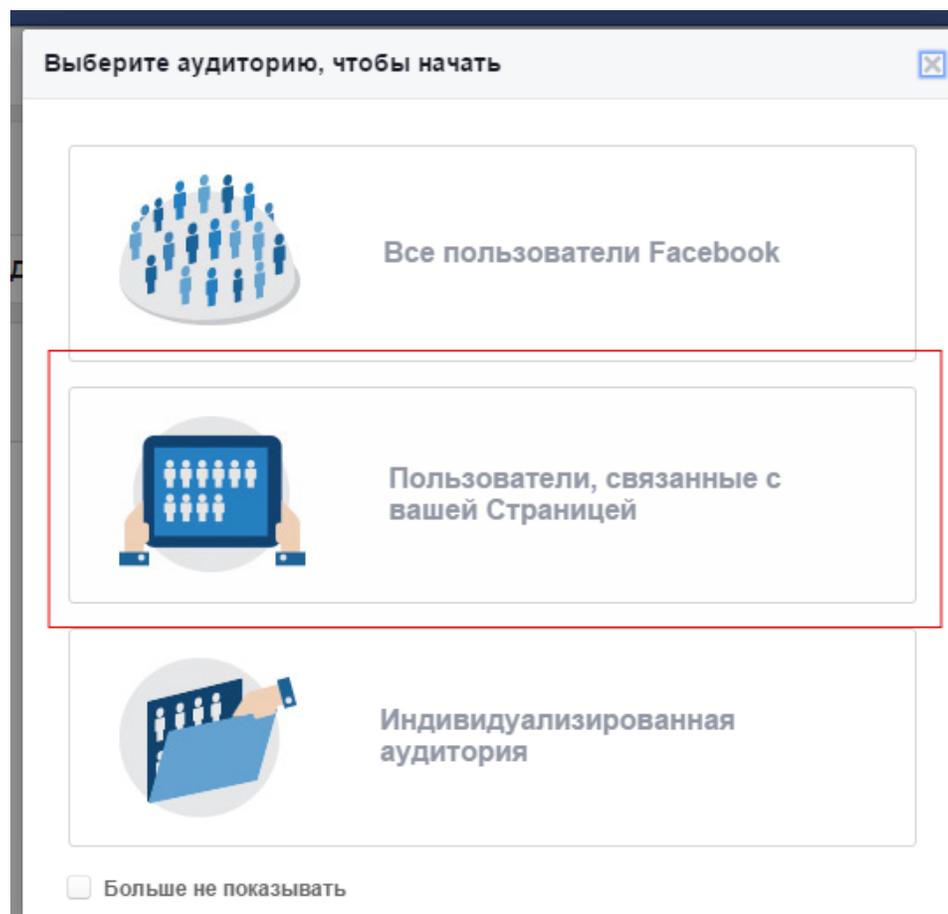
Отслеживание результатов рекламных кампаний в Facebook

Выбор своей аудитории

Для получения информации об интересах и страницах пользователей, следует зайти в во вкладку «Все пользователи Facebook».

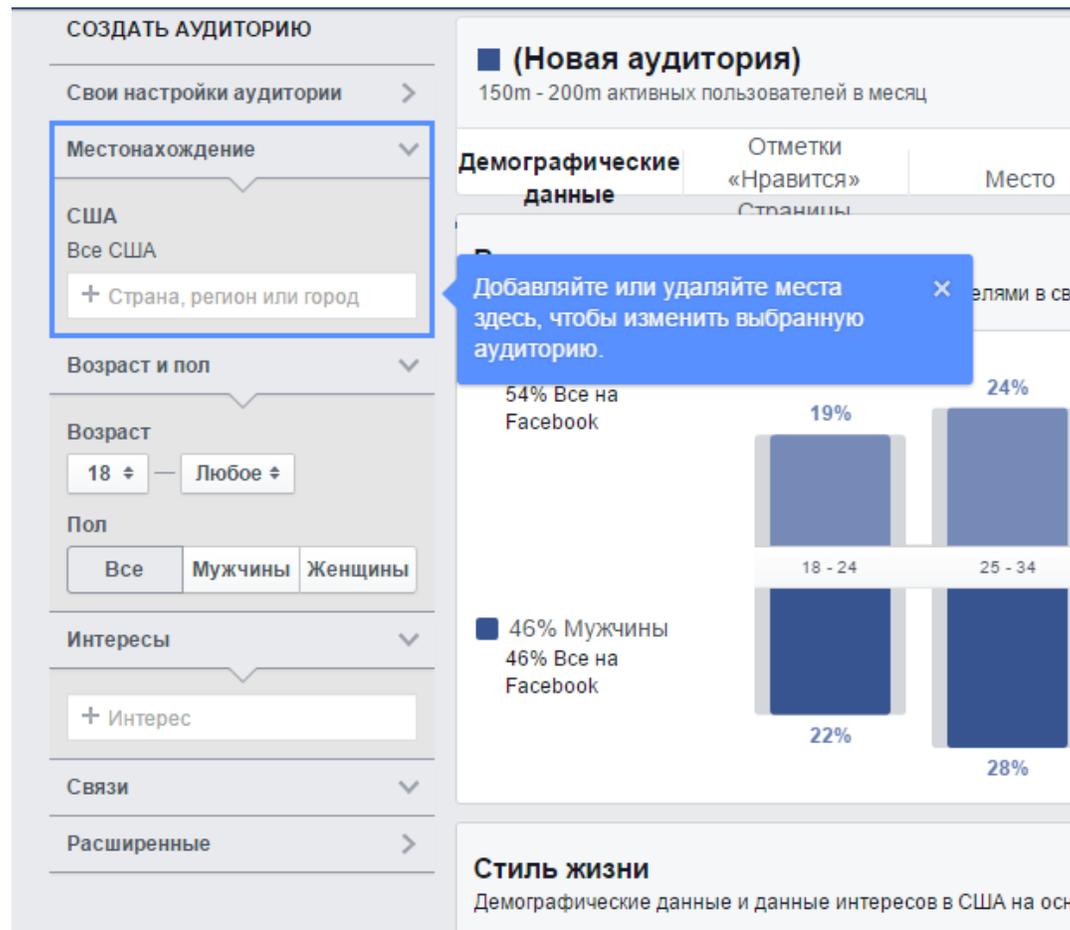


Если вас интересует статистика по подписчикам вашей страницы, зайдите в пункт - «Пользователи, связанные с вашей страницей».



Выбор параметров аудитории

Есть возможность добавлять любое количество стран, или ни одной - для получения статистики со всего мира. Для этого выбираем вкладку «Все пользователи» а также страну проживания аудитории. Используя меню слева, можно настроить другие параметры, такие, как: пол, возраст пользователей и др.



СОЗДАТЬ АУДИТОРИЮ

Свои настройки аудитории >

Местонахождение ▾

США
Все США
+ Страна, регион или город

Возраст и пол ▾

Возраст
18 ⇅ — Любое ⇅

Пол
Все Мужчины Женщины

Интересы ▾
+ Интерес

Связи ▾

Расширенные >

(Новая аудитория)
150m - 200m активных пользователей в месяц

Демографические данные | Отметки «Нравится» | Место

Добавляйте или удаляйте места здесь, чтобы изменить выбранную аудиторию.

54% Все на Facebook

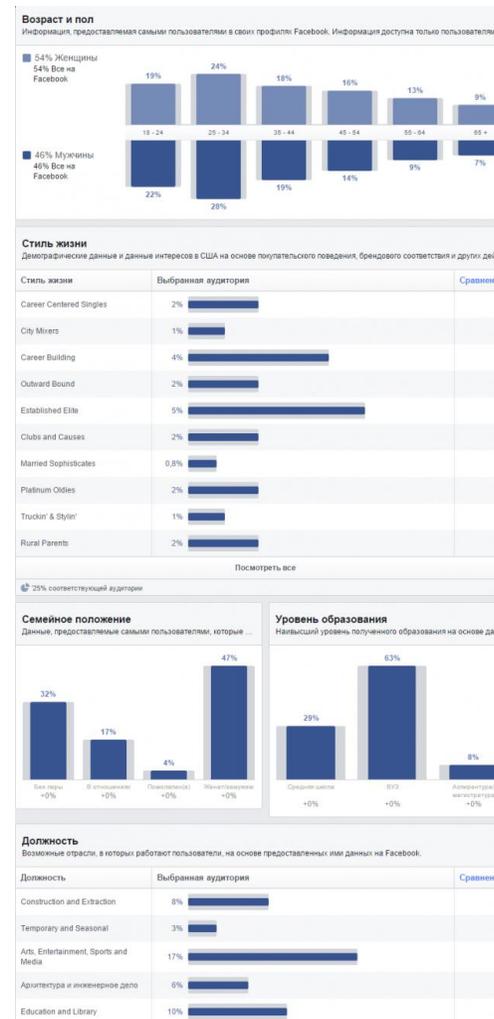
Возраст	18 - 24	25 - 34
Мужчины	19%	24%
Женщины	22%	28%

46% Мужчины
46% Все на Facebook

Стиль жизни
Демографические данные и данные интересов в США на осн

Во вкладке «Интересы» находится перечень наиболее интересных тем, а при необходимости, можно ввести нужные вам страницы. Но не все из них отображаются, поскольку зачастую, результат зависит от величины.

Также тут находятся сведения о демографических данных: возраст, стиль жизни (для жителей Америки), семейное положение, образование, а также должность.



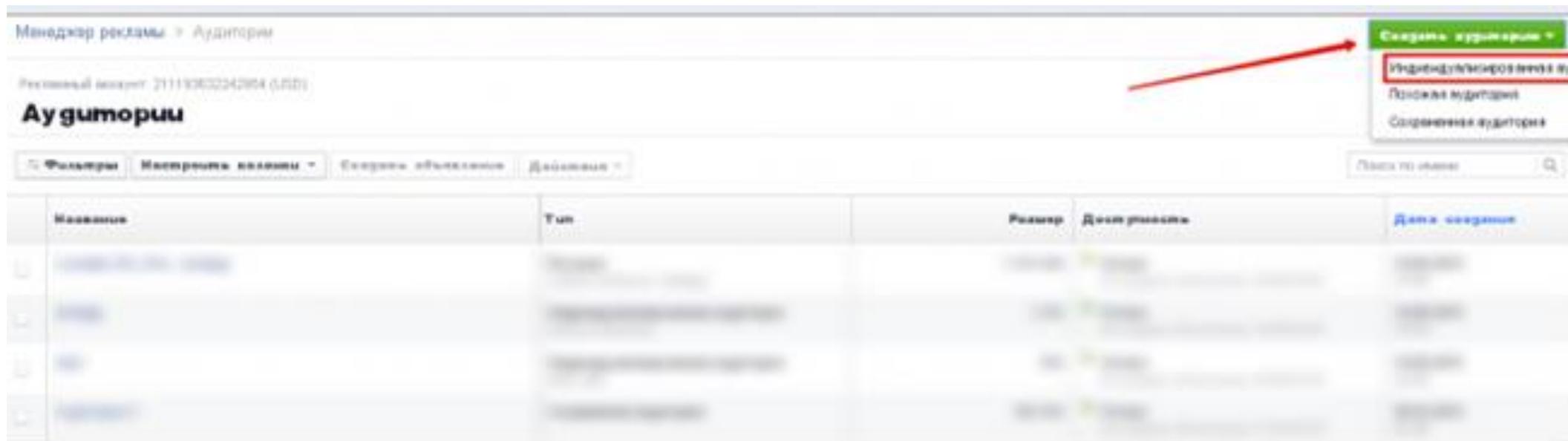
«Мне нравится» - данная вкладка разделена на секции. Первая содержит сведения о самых популярных страницах, с которыми взаимодействует определенная аудитория пользователей.

В следующей вкладке находятся сведения о местоположении аудитории. Благодаря ей можно получить информацию о месте проживания подписчиков, а именно: страну и город. Выбирая определенную страну, будут доступны города только данного государства.

Демографические данные	Отметки «Нравится» Страницы	Место	Действия	Семья	Покупка
Популярные категории					
1	Retail and Consumer Merchandise	Walmart • Amazon.com • Target • Macy's • Kohl's			
2	Company	Reese's • Netflix • Disney			
3	TV Genre	Музыка			
4	Church/Religious Organization	Joel Osteen Ministries			
5	Media/News/Publishing	JumbleJoy.com			
6	Sport	Football			

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook



Менеджер рекламы > Аудитории

Рекламный аккаунт: 211130632242954 (SFB)

Аудитории

Фильтры | Настроить колонки | Создать аудиторию | Действия

Поиск по имени

Имя	Тип	Размер	Доступность	Дата создания
...
...
...
...

Создать аудиторию

- Индивидуализированные ауд.
- Поиск аудитории
- Создание аудитории

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Создать индивидуальную аудиторию

Выберите тип аудитории, которую вы хотите создать на Facebook.

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

- Список клиентов**
Связывайте электронные адреса, номера телефонов, идентификаторы пользователей Facebook или идентификаторы рекламодателей на мобильных устройствах с людьми на Facebook
- Трафик веб-сайта**
Создайте список людей, которые посещают ваш веб-сайт или просматривают конкретные веб-страницы
- Действия в приложениях**
Создайте список людей, которые выполнили определенное действие в вашем приложении или игре

Отмена

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Создать аудиторию ✕

Трафик веб-сайта

За последний(-) дн.

Включить прошлый трафик веб-сайта

Название аудитории

[Добавить описание](#)

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Посмотреть пиксель индивидуализированной аудитории

Скопируйте код ниже и вставьте его между <head> и </head> в коде вашего веб-сайта. Затем можно установить правила для отслеживания определенных действий, которые пользователи предпринимают на вашем веб-сайте.

Отправить код разработчикам вашего веб-сайта

```
<script>(function() {  
  var _fbq = window._fbq || (window._fbq = []);  
  if (!_fbq.loaded) {  
    var fbds = document.createElement('script');  
    fbds.async = true;  
    fbds.src = '//connect.facebook.net/en_US/fbds.js';  
    var s = document.getElementsByTagName('script')[0];  
    s.parentNode.insertBefore(fbds, s);  
    _fbq.loaded = true;  
  }  
  _fbq.push(['addPixelId', '404909123006075']);  
})();  
window._fbq = window._fbq || [];
```

Подробнее о том, как проверить установку элемента, в Справочный центр.

Отмена Создать аудиторию

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Создать аудиторию ✕

Трафик веб-сайта ? Пользователи, которые посещают определенные веб-страницы ▾

Включить посетивших любой веб-сайт со следующими характеристиками.

В URL есть ▾

За последний(-е) ? д.

Включить прошлый трафик веб-сайта

Название аудитории
Добавить описание

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Аудитории

Фильтры | Настроить колонки | Скрыть столбцы | Действия

Поиск по имени

Имя	Тип	Размер	Детальность	Дата создания
Созданная аудитория	Пользователи Созданная аудитория	1 615 400	Глобальная Последнее обновление: 24.06.2015	19.06.2015 16:45
Созданная аудитория	Индивидуализированная аудитория Список клиентов	3 300	Глобальная Последнее обновление: 19.06.2015	19.06.2015 16:44
Созданная аудитория	Индивидуализированная аудитория 945-1227	800	Глобальная Последнее обновление: 24.06.2015	19.06.2015 20:00
Созданная аудитория	Созданная аудитория	990 000	Глобальная Последнее обновление: 21.05.2015	26.05.2015 22:40

Ретаргетинг в Facebook

Как настроить индивидуализированные сегменты и ретаргетинг в Facebook

Кого вы хотели бы охватить рекламой? Подсказка: Выберите аудиторию

новая аудитория ▾

Изыскан. настроенная аудитория ⓘ **Включить ▾** **Пресметр** **Определение аудитории**

Выбрать индивидуально настроенную аудиторию

Создать новую

Места ⓘ

- Украина
- Везде в Укр
- Включить ▾
- Все в этом ме

Возраст ⓘ

18 ▾ - 65

Пол ⓘ

Все Мужч

Язык ⓘ

Укажите язык...

Еще демографические данные ▾

Список клиентов **3 300** чел.

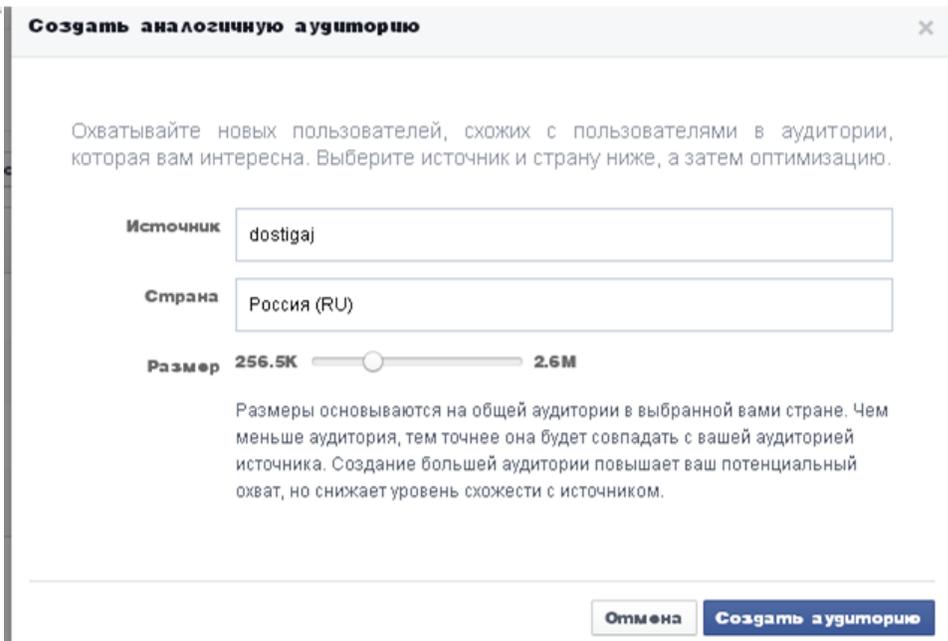
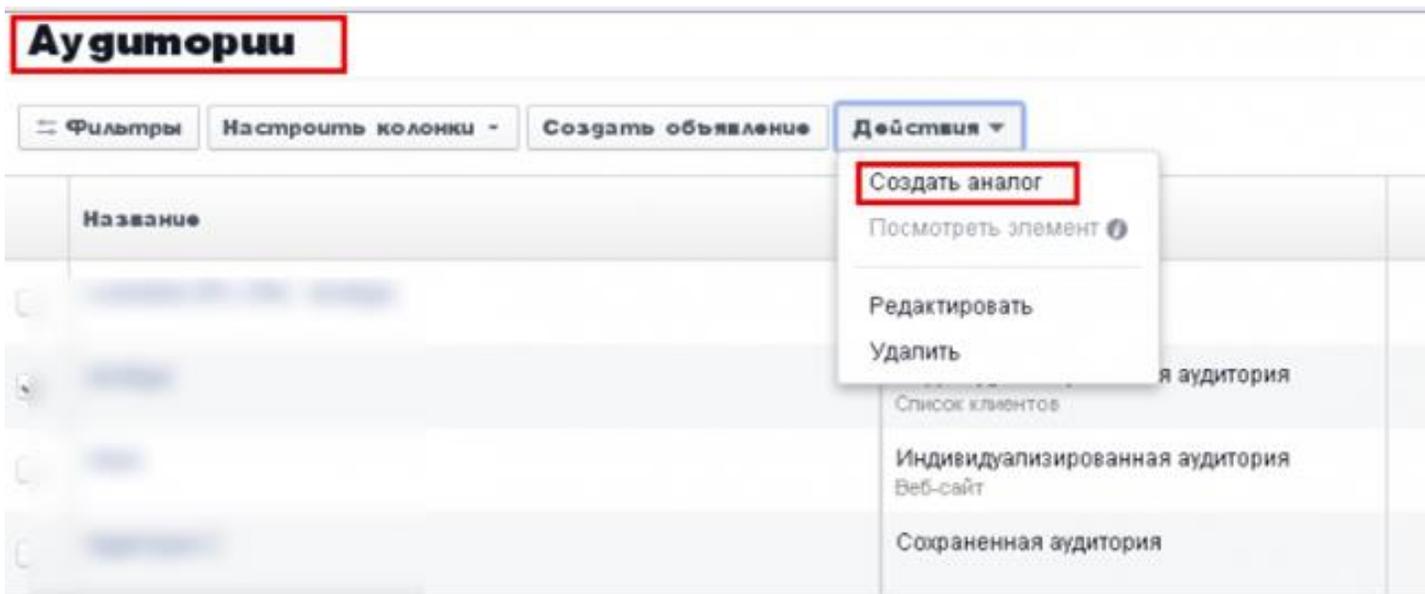
Похожие

Веб-сайт

Ретаргетинг в Facebook

Таргетированная реклама в Facebook. Настройка таргетинга Look-Alike

Look-Alike (англ. «поиск похожих») — социально-демографический и поведенческий таргетинг, благодаря которому товар и/или услугу предлагают пользователям, по многим показателям похожим на существующих клиентов рекламодателя. В ходе кампании анализируется поведение посетителей сайта, на основе которого при помощи математического моделирования ищутся пользователи с похожими поведенческими характеристиками.

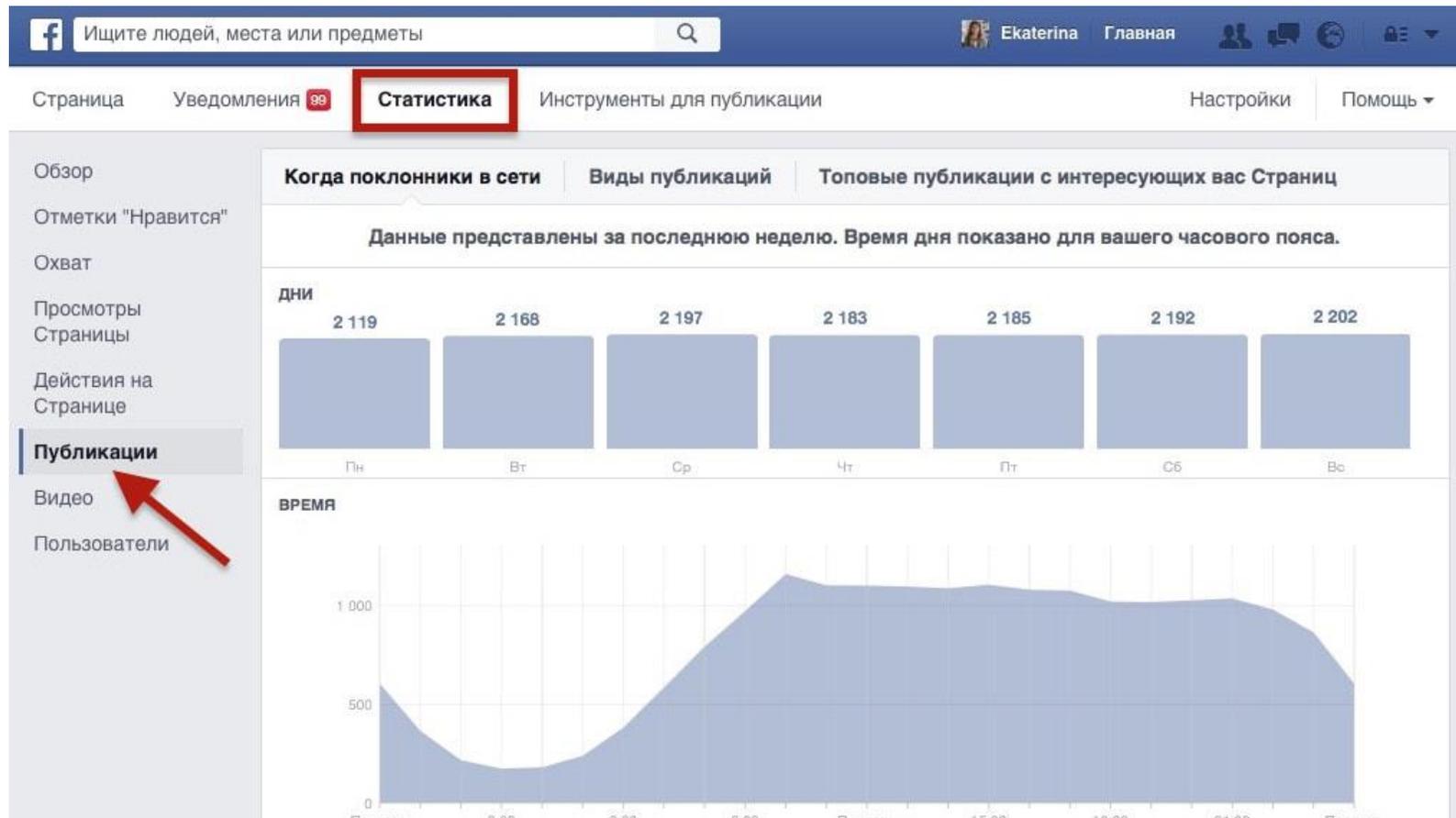


7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

- 1. Определите время, когда Вы будете заходить в Фейсбук (и придерживайтесь его!)**

7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

Когда пользователи в сети



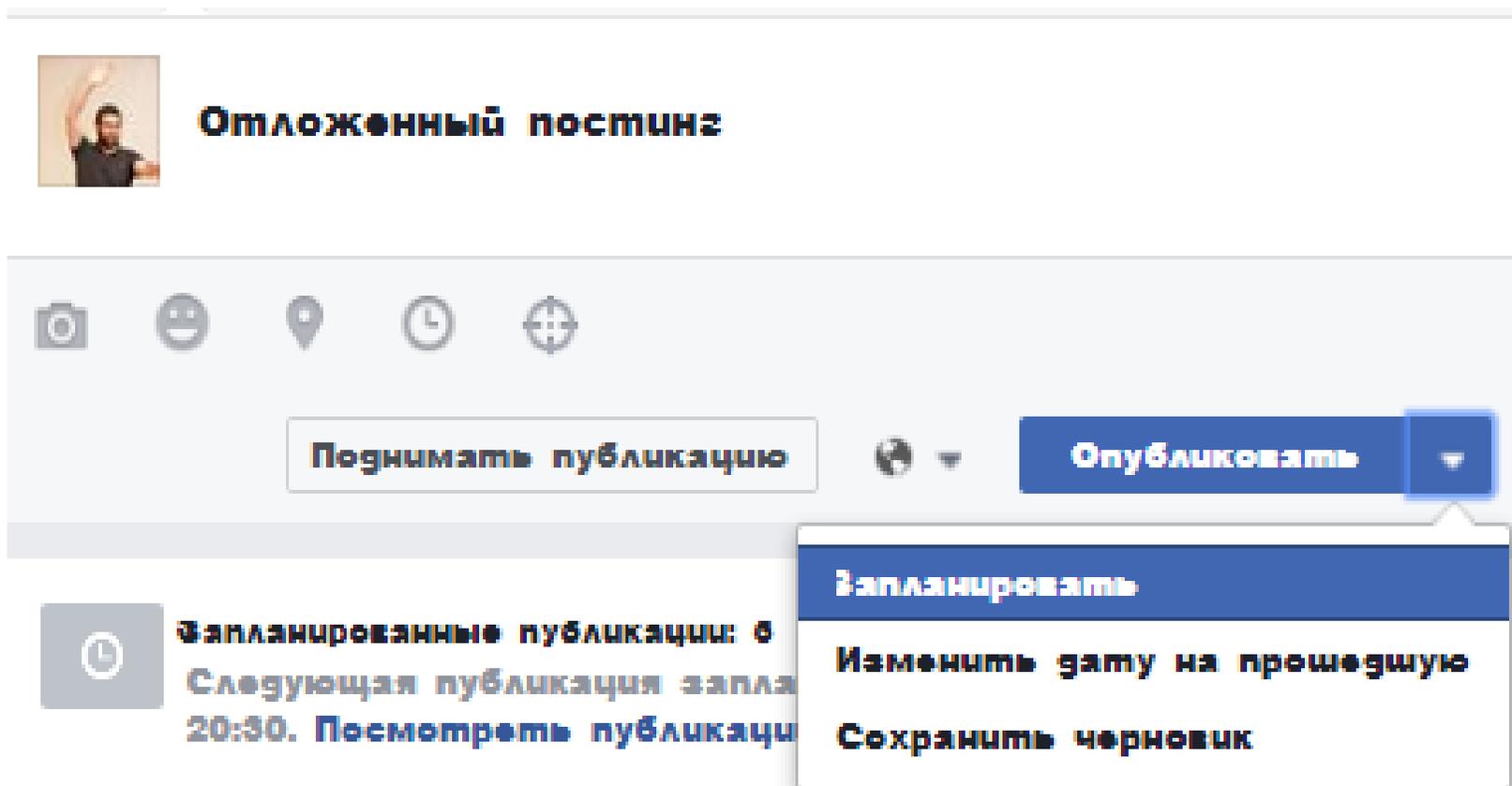
7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

Планирование своих действий

09:00	09:00 – 10:00 коуб	09:00 – 10:00 доброе утро	09:00 – 10:00 доброе утро	09:00 – 10:00 доброе утро	09:00 – 10:00 доброе утро		
10:00	10:00 юмор 10:00 Утре ий пс 10:00 Утре ий пс 10:00 фотс 10:00 ДР Ири	10:00 юмор 10:00 Утре ий пс 10:00 Утре ий пс 10:00 ПРО 10:00 нов ое	10:00 юмор 10:00 Утре ий по 10:00 Утре ий по 10:00 фотс 10:00 рас пис	10:00 юмор 10:00 Утре ий по 10:00 Утре ий по 10:00 фотс 10:00 фот о	10:00 юмор 10:00 Утре ий по 10:00 Утре ий по 10:00 фотс 10:00 доб рое	10:00 – 11:00 юмор	10:00 – 11:00 юмор
11:00	11:00 – 12:00 видео	11:00 – 12:00 фото	11:00 – 12:00 видео	11:00 – 12:00 фото	11:00 – 12:00 фото	11:00 – 12:00 как вскружить мужчине голову	11:00 – 12:00 шутка
12:00						12:00 – 13:00 фото	12:00 – 13:00 видео
13:00	13:00 – фак 13:00 – Попез свойс 13:00 – Питае прави 13:00 – пром о	13:00 – 14 назови картинку 13:00 – 14 Будь в ф с @Eva 13:00 – 14 промo - глбкост	13:00 – карти 13:00 – Иога и зелен 13:00 – Питае прави 13:00 – пром о	13:00 – фак 13:00 – БАНАЛ ЫИ 13:00 – (Нет заголс 13:00 – анонс	13:00 – 14 назови картинку 13:00 – (Нет заголок 13:00 – промo турция	13:00 – 14:00 Легенда	13:00 – 14:00 Печенье с ма 13:00 – 14:00 Утренний пост
14:00	14:00 – 15:00 новости	14:00 – 15:00 советы	14:00 – 15:00 косметология	14:00 – 15:00 советы	14:00 – 15:00 советы	14:00 – 15:00 советы	
15:00	15:00 – 16:00 видео	15:00 – 16:00 фото	15:00 – 16:00 вопрос-ответ	15:00 – 16:00 промо	15:00 – 16:00 статья	15:00 – 16:00 фото	15:00 – 16:00 фрагмент
16:00	16:00 – 17:00 #evasolo вдействи	16:00 – 17:00 (Нет заголовка)	16:00 – 17:00 (Нет заголовка)	16:00 – 17:00 (Нет заголовка)	16:00 – 17:00 Чай зеленый, Кинрин	16:00 – 17:00 что посмотреть	16:00 – 17:00 (Нет заголовка)
17:00	17:00 – совет 17:00 – Фрагм 17:00 – НОББ 17:00 – юмор	17:00 – совет 17:00 – Фрагм 17:00 – Чай зелен 17:00 – юмор	17:00 – совет 17:00 – шутка 17:00 – Чай зелен 17:00 – цитат а	17:00 – совет 17:00 – Фрагм 17:00 – Магча Яеме 17:00 – живо тные	17:00 – совет 17:00 – Фрагм 17:00 – Чай Зелен 17:00 – юмор	17:00 – 18:00 Выбирайте с райский уголс	17:00 – 18:00 промо савчук
18:00						18:00 – 19:00 Вечерний пост	18:00 – 19:00 Вечерний пост
19:00							
20:00	20:00 – Вече ий пс 20:00 – Вече ий пс 20:00 – фотс 20:00 – дети любе 20:00 – 21 цит ата	20:00 – Вечер пост 20:00 – Вечер пост 20:00 – фото 20:00 – притч а	20:00 – Вечер пост 20:00 – Вечер пост 20:00 – фото 20:00 – виде о	20:00 – Вечер пост 20:00 – Вечер пост 20:00 – фото 20:00 – притч а	20:00 – Вечер пост 20:00 – Вечер пост 20:00 – фото 20:00 – притч а	20:00 – 21:00 фото	20:00 – 21:00 видео
21:00	21:00 – 22:00 новости	21:00 – 22:00 история	21:00 – 22:00 коуб	21:00 – 22:00 вывеска	21:00 – 22:00 танцы	21:00 – 22:00 100 дней 65	21:00 – 22:00 100 дней 66

7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

Отложенный постинг



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there is a profile picture and the text "Отложенный постинг". Below this is a row of icons: a camera, a smiley face, a location pin, a clock, and a globe. Under the icons, there is a button "Поднимать публикацию" (Boost post), a globe icon, and a blue "Опубликовать" (Publish) button with a dropdown arrow. The dropdown menu is open, showing three options: "Запланировать" (Schedule), "Изменить дату на прошедшую" (Change date to past), and "Сохранить черновик" (Save draft). Below the main interface, there is a notification box with a clock icon and the text: "Запланированные публикации: 6. Следующая публикация запланирована на 20:30. Посмотреть публикации" (Scheduled posts: 6. Next post scheduled for 20:30. View posts).

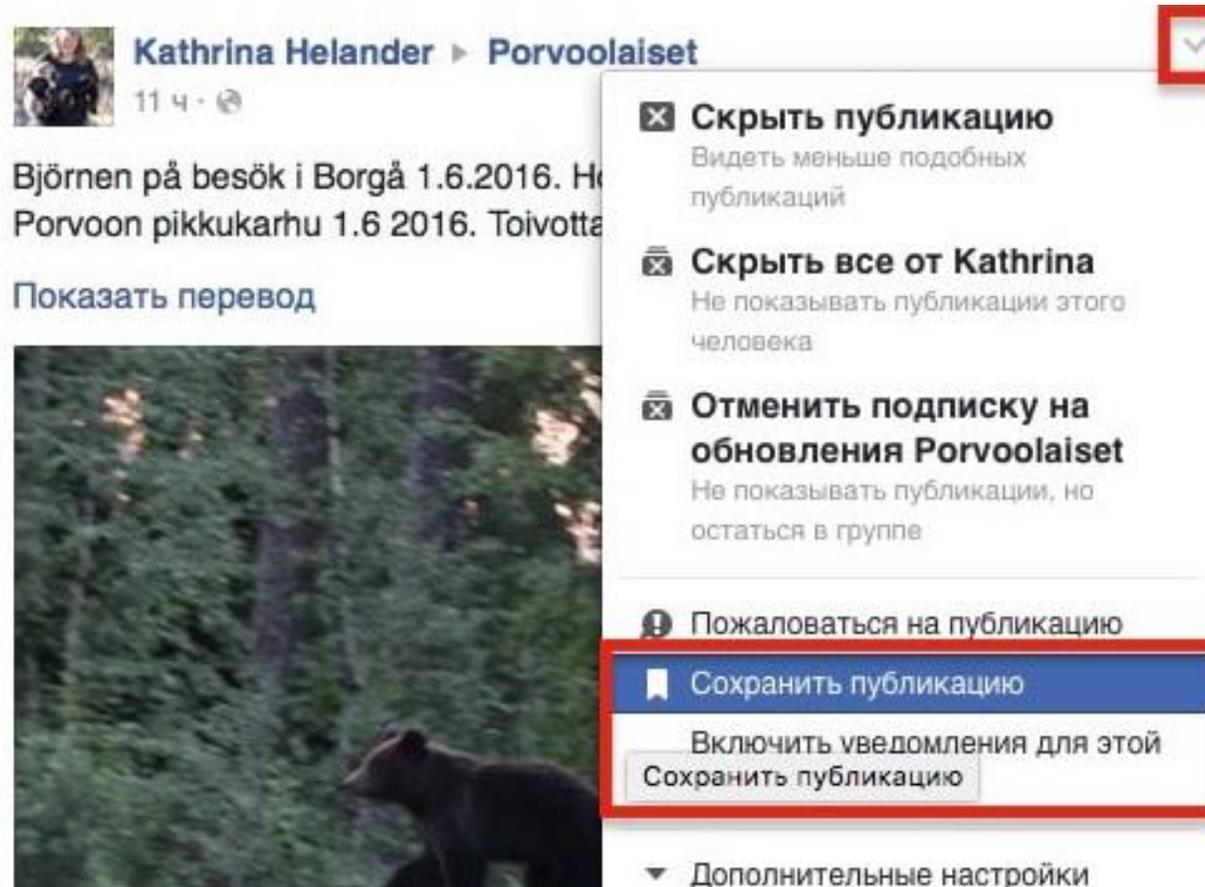
7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

2. Устраивайте мозговой штурм с командой



7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

3. Используйте функцию Фейсбук «Сохранить»



Kathrina Helander ▶ Porvoolaiset
11 ч · 🌐

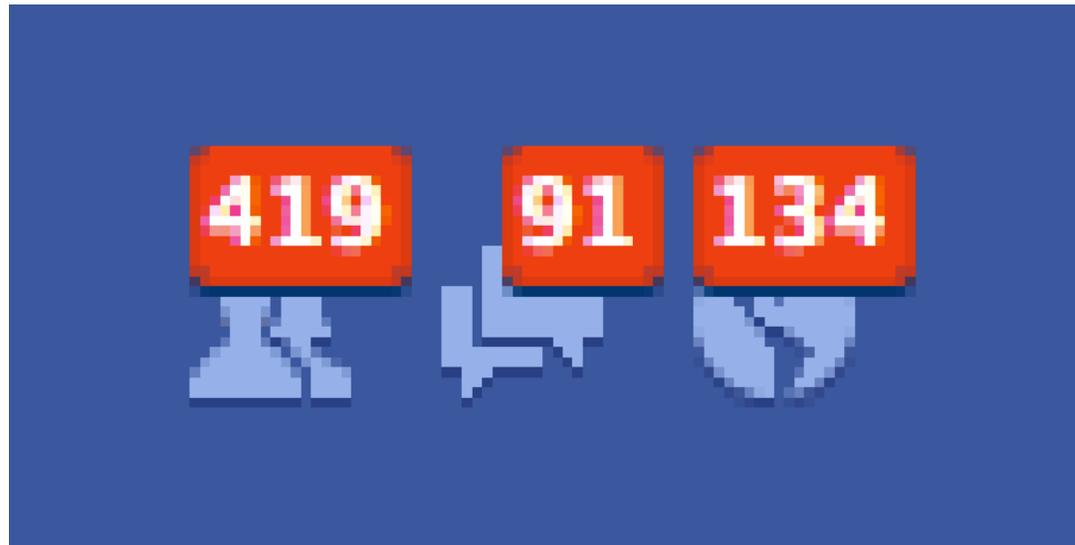
Björnen på besök i Borgå 1.6.2016. Nu
Porvoon pikkukarhu 1.6.2016. Toivotta

[Показать перевод](#)

- Скрыть публикацию**
Видеть меньше подобных публикаций
- Скрыть все от Kathrina**
Не показывать публикации этого человека
- Отменить подписку на обновления Porvoolaiset**
Не показывать публикации, но остаться в группе
- Пожаловаться на публикацию**
- Сохранить публикацию**
Включить уведомления для этой публикации
- Сохранить публикацию
- ▼ **Дополнительные настройки**

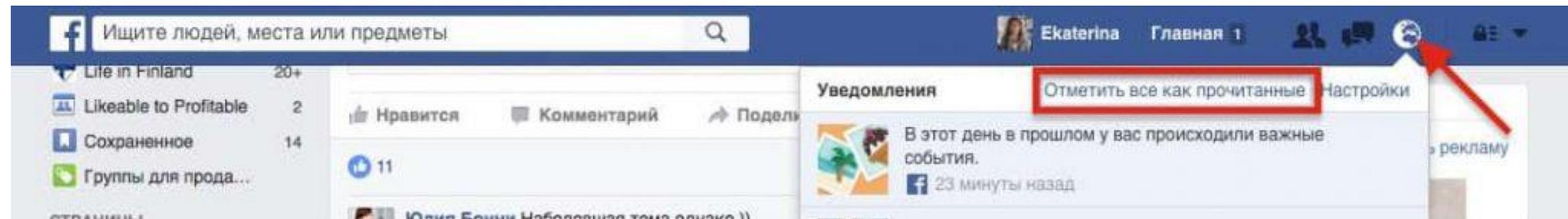
7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

4. Отмечайте уведомления как прочитанные



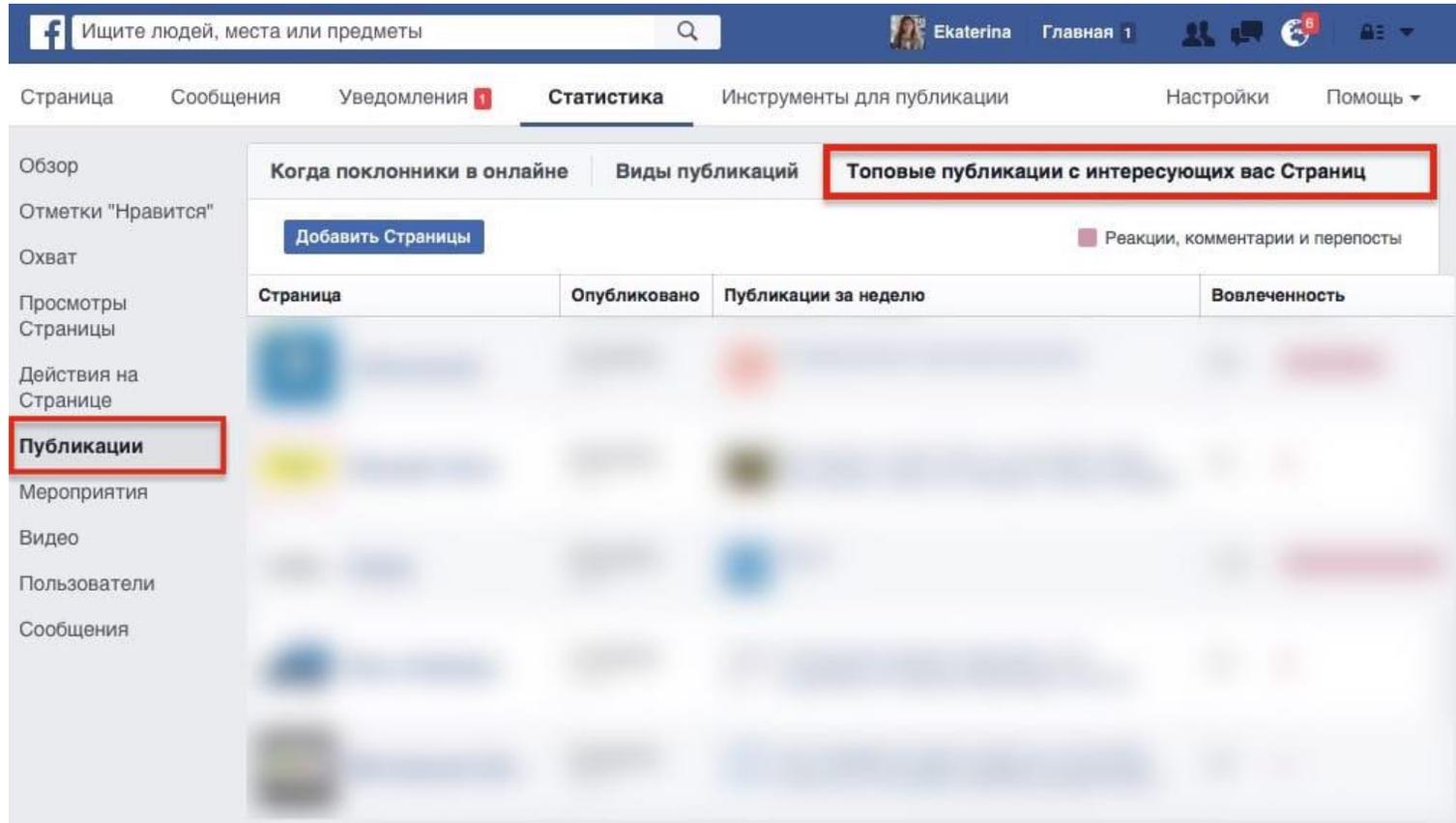
7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

4. Отмечайте уведомления как прочитанные



7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

5. Мониторьте контент Ваших конкурентов



7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

6. Повторно публикуйте контент, получивший наибольший отклик

7 идей, как сэкономить время на продвижении в Фейсбук

7. Контролируйте все свои аккаунты в соцсетях из одного приложения



www.facebook.com/olga.filina.90