Поделиться

Facebook

Twitter

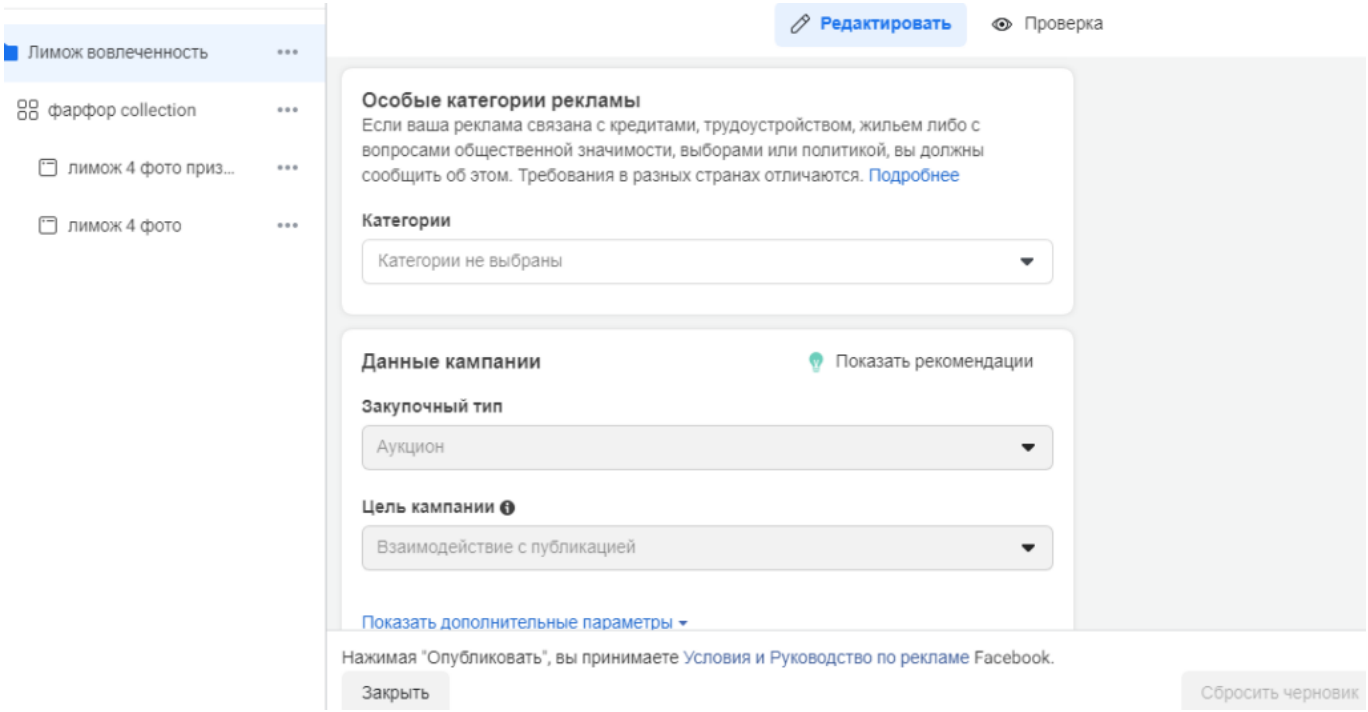
Pinterest

LinkedIn

В предыдущей статье платная реклама в фейсбуке оказалась достаточно дешёвой. Стоимость одного взаимодействия составила по итогам размещения объявления всего 1 цент при достаточно широком охвате аудитории. Но это далеко не предел.

Можно снизить стоимость еще в 10 раз, создав простое видео из фотографий товара. Далее это будет показано.

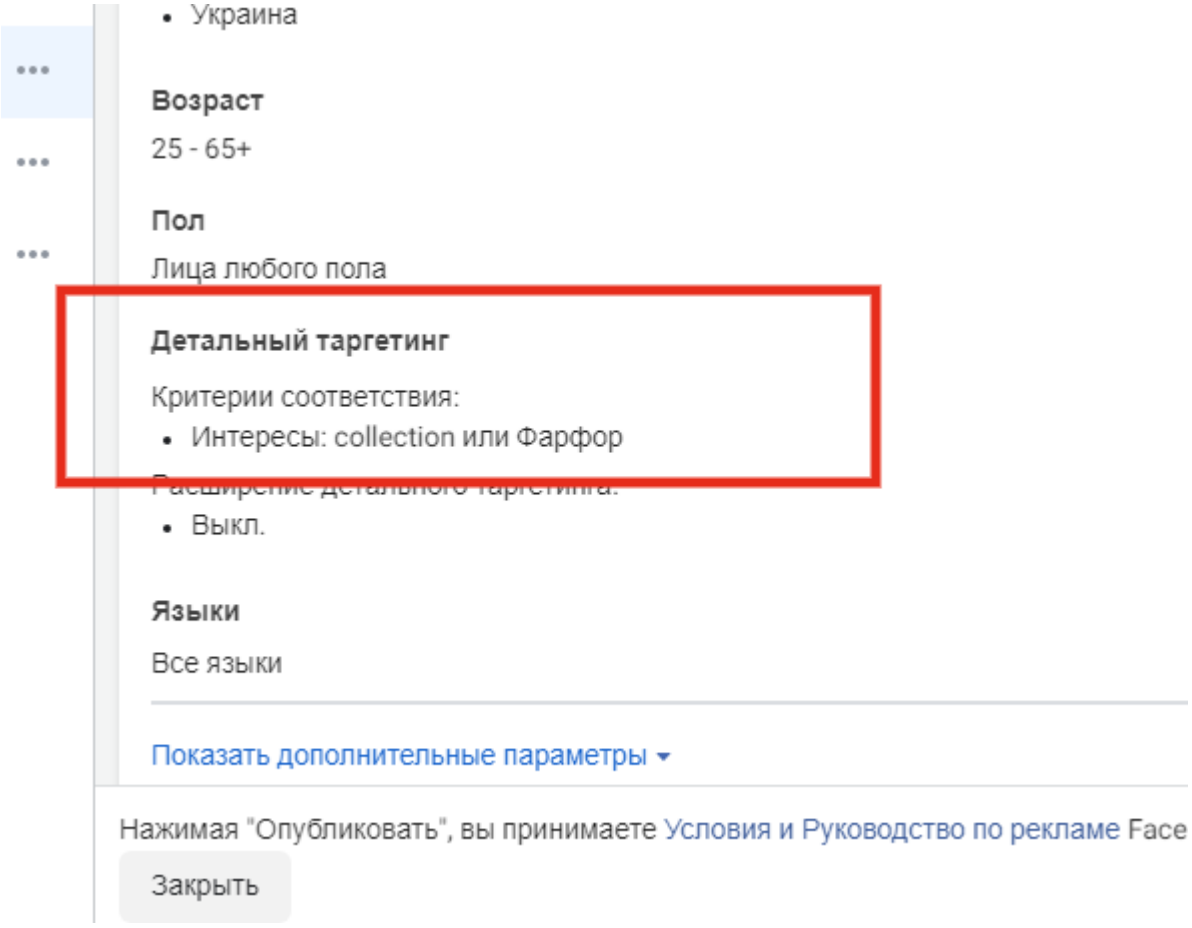
В качестве товара выбраны 4 декоративных тарелки. Товар был опубликован в группе и на странице, к которой она привязана. Создана кампания с целью «Вовлеченность»



Цель кампании — взаимодействие с публикацией. Под взаимодействием

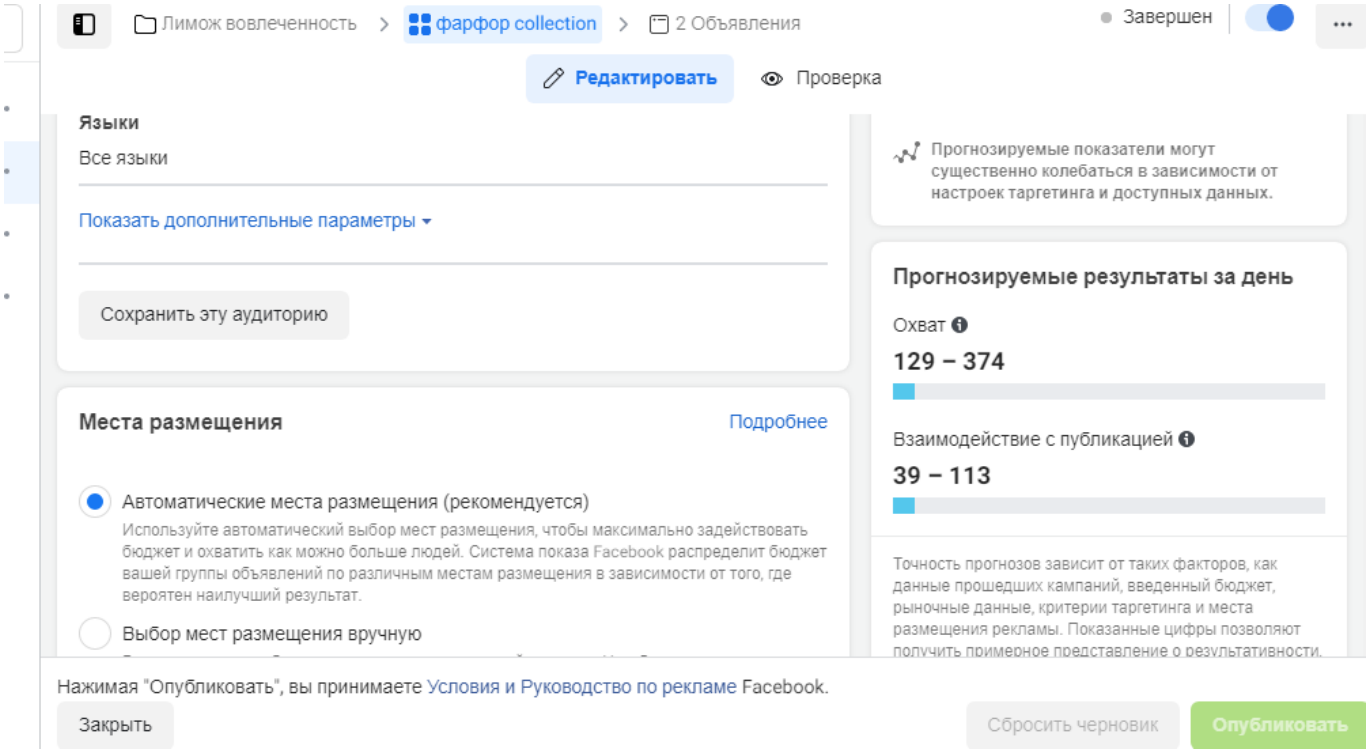
подразумеваются любые действия, которые люди совершают, когда видят объявление. Это могут быть сообщения, отметки «нравится» или «поделиться».

При создании группы объявлений также, как и в предыдущем случае выбран минимально возможный бюджет — 1$ в день. Для показа определена узкая аудитория-люди, проявлявшие интерес к изделиям из фарфора.



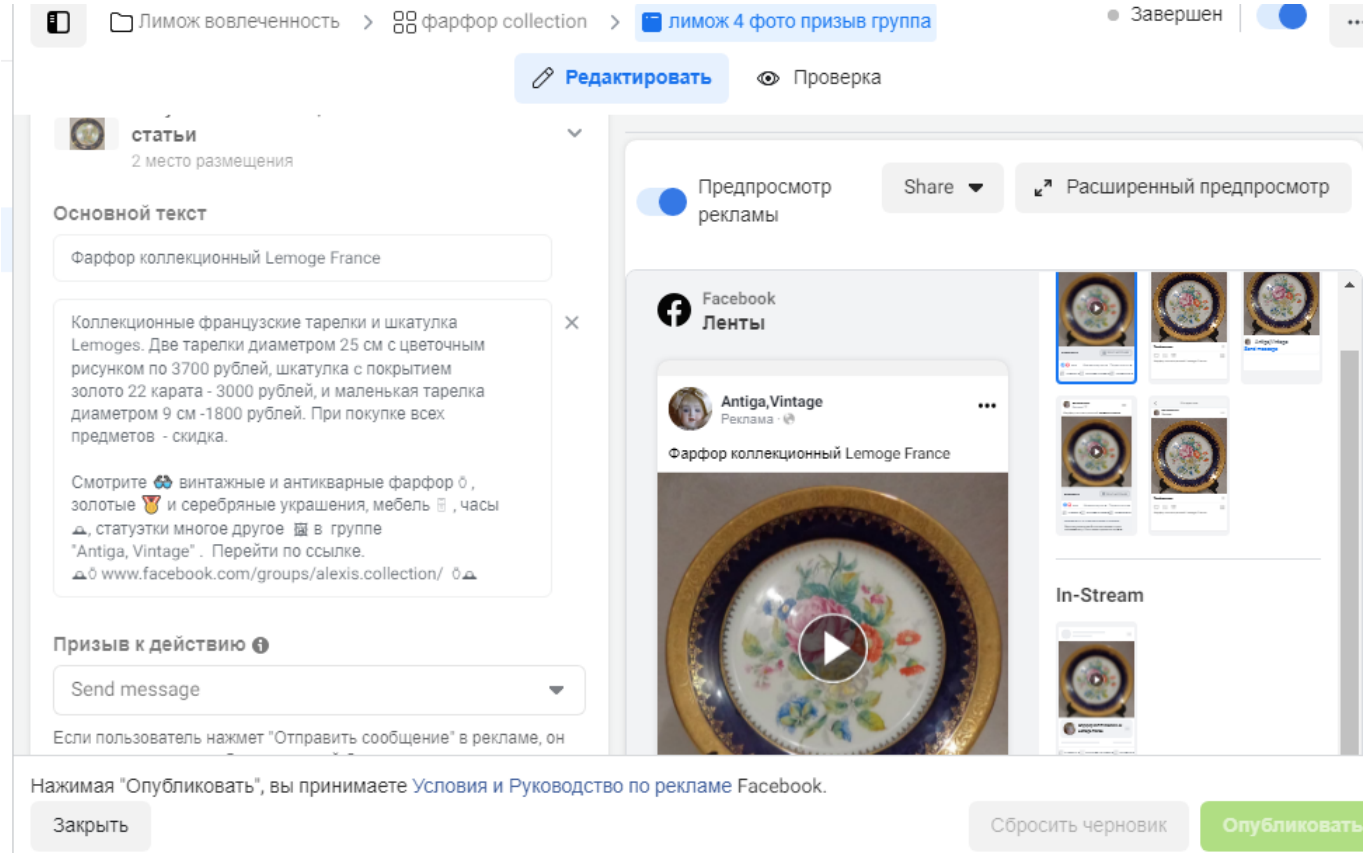
Аудитория для показа объявления.

Площадки для показа рекламы система настроит автоматически. Как видно на фото внизу, прогнозируемый дневной охват максимум 374 человека, из которых 113, как планируется осуществят какие-либо взаимодействия с публикацией. Сравним эти цифры позже с реальными результатами.



Далее — само объявление. Оно выглядит так.

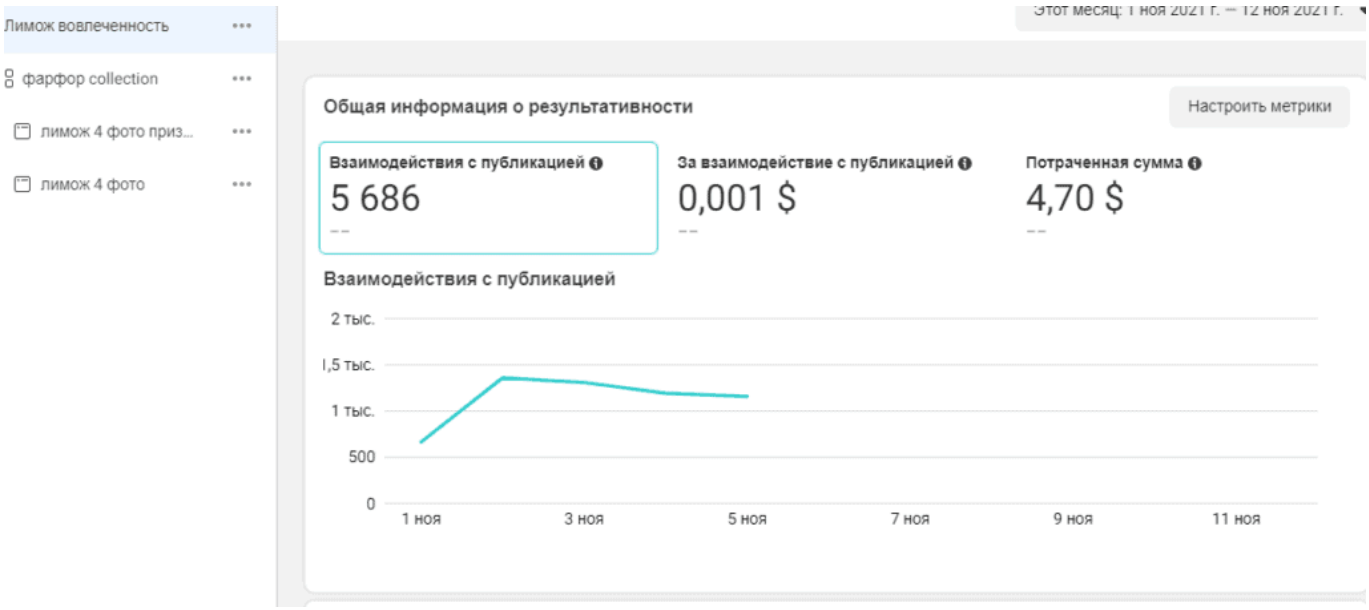
Видео представляет собой простой набор слайдов.



Так выглядит видео, использованное для объявления.

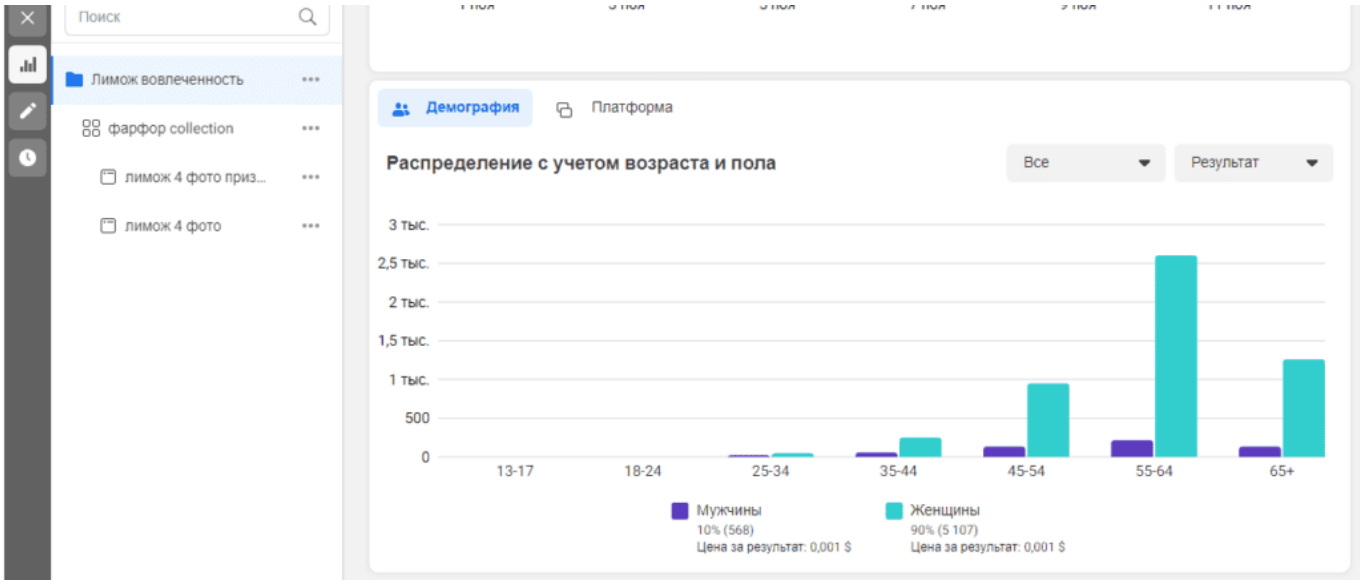
Объявление показывалось в течение 4 дней. Был получены такие результаты.

Получено почти 6000 взаимодействий с публикацией, цена одного составляет 0,001$. Потрачено 4,7$.

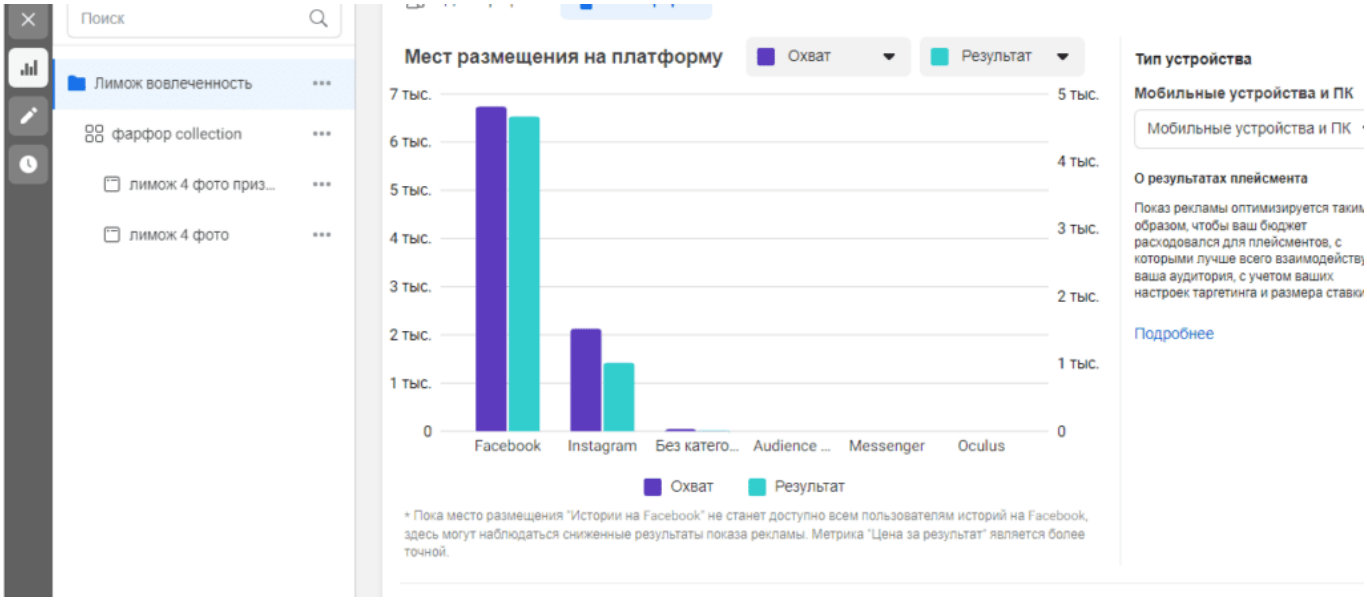


В итоговых диаграммах можно видеть результаты для отдельных возрастных групп и платформы показа объявления. Эту информация пригодится для дальнейшей оптимизации кампании. Можно провести тестирование различных групп, выбрав необходимую цель. Лучше всего -количество продаж. Но, для этого нужно иметь сайт и установленный пиксель Facebook.

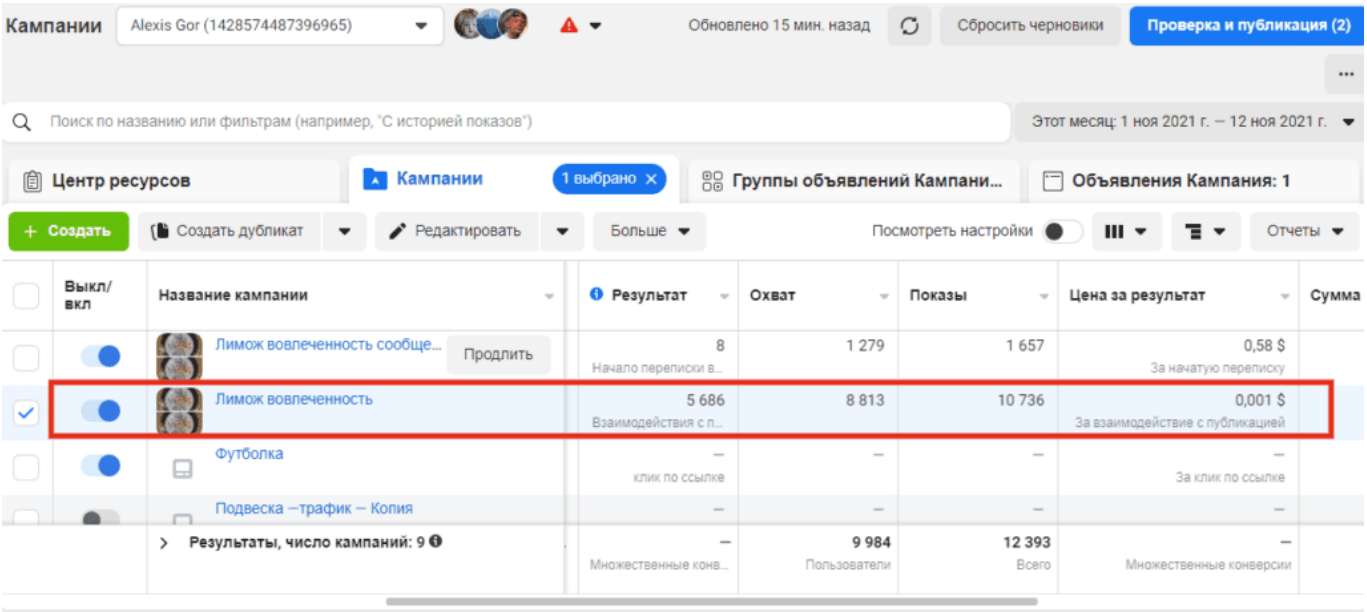
Как видно декоративные тарелки больше привлекают женщин.



Ниже — данные по охвату отдельно по рекламным платформам.



Охват публикации за 4 дня составил 8813 человек при количестве показов 10736 человек. Стоимость одного охвата — 0.0005$. Если сравнить с приведенным выше прогнозом, результаты получены гораздо лучшие.



Результаты показывают, что реклама в фейсбуке остается одним из самых дешевых способов платного продвижения и рекламы.