

**Ona:** Mám ráda nekompromisní muže  
**On:** Plánuji jen nepřeskočitelné reklamy



**MUNI**  
**ARTS**

# **Facebook Business manager a reklama**

## **14.4.2020**

Bára Kheler

# O čem to dnes bude

- Facebook Business Manager
- reklamní účet
- SEE | THINK | DO | CARE
- co je to účel a kdy jaký vybrat
- nejčastější příklady základní propagace
- cílové skupiny a Facebook pixel
- propagace příspěvku
- úkol

# Facebook Business Manager

- administrační nástroj
- využívá se i pro Instagram
- každý jeho člen pracuje na různých úrovních
- je vždy pouze jeden pro jeden byznys | sdílí se mezi těmi, kdo mají na projektu pracovat
- pro připojení do Business manageru stačí jakýkoliv e-mail
- správci by měli být vždy dva
- Business manager a vše v něm vždy patří klientovi | jako agentura si pouze žádáte o přístup případně se stanete partnery

# 7 důležitých věcí v Business Manageru

- okruhy uživatelů
- facebook pixel
- přehledy pro okruhy uživatelů
- fakturace
- platby, karty a limity účtu
- stránky
- reklamní účty

# Reklamní účet

- nastavujeme přes něj všechny propagace | **zapomeňte na tlačítko Boost your post**
- vč. Instagramu!
- před tím, než nasadíme reklamu musíme mít alespoň základní strategii co jdeme a proč to jdeme dělat, co nám to má přinést | [nebo-li KPI](#)

# SEE | THINK | DO | CARE

- reklamní účet má sestavené optimalizace kampaní na základě [frameworku Avinash Kaushika](#)

The screenshot shows the Google Ads campaign creation interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Kampaň' (Campaign) with a sub-option 'Účel' (Goal), 'Účet pro reklamu' (Billing account) with a sub-option 'Vytvořit nový' (Create new), 'Sada reklam' (Ad set) with sub-options 'Návštěvnost' (Reach), 'Dynamický obsah' (Dynamic content), 'Nabídka' (Offer), 'Okruh uživatelů' (Audience), 'Umístění' (Placement), and 'Rozpočet a plán' (Budget and schedule); and 'Reklama' (Ad) with sub-options 'Identita' (Identity), 'Formát' (Format), 'Multimédia' (Multimedia), 'Text a odkazy' (Text and links), 'Jazyky' (Languages), and 'Sledování' (Tracking).

The main content area is titled 'Kampaň: Vyberte účel.' (Campaign: Select a goal.) and includes a button 'Přepnout na rychlé vytvoření' (Switch to quick creation). Below this, a question asks 'Jaký je váš marketingový účel?' (What is your marketing goal?) with a hint 'Nápověda: Vyběr účelu' (Help: Goal selection). A table of goal categories is displayed:

Povědomí	Zvažování	Konverze
Povědomí o značce	<input checked="" type="checkbox"/> Návštěvnost	Konverze
Dosah	Projevený zájem	Prodeje z katalogu
	Instalace aplikace	Návštěvnost obchodu ⚠️
	Zhlédnutí videa	
	Generování potenciálních zákazníků	
	Zprávy	

# Kdy mám co vybrat?

- každý účel vybírá jiné lidi, kterým reklamu bude doručovat
- kombinovat účely se vyplácí
- přemýšlejte než něco jen tak nasadíte
- vždy vyberte tu optimalizaci, která splní vaše očekávání | získáte svá KPI
- na základě zvoleného účelu budete vyhodnocovat výsledky



# Nejčastější případy základní propagace

- propagace příspěvků | FB i IG
- návštěvy webu ( + jednoduchý remarketing )
- zhlédnutí videa
- propagace událostí

# Cílové skupiny

- pro jeden obsah vždy zvolte více cílových skupin | tzv. A/B testování
- nemíchejte cílové skupiny do jedné reklamní sady
- vyhodnocujte v čase úspěšnost jednotlivých cílových skupin
- využívejte Lookalike publika | facebook pixel
- vylučujte ty, které už váš obsah viděli, reagovali na něj nebo navštívili cílovou stránku | šetříte tím peníze klienta a nervy uživatele

# Facebook pixel

- měřicí kód v html, který se nasazuje do hlavičky webu
- funguje na principu párování s user ID uživatele facebooku a Instagramu
- využívá se pro:
  - čtení z dat
  - remarketing
  - tvorbu nových publik

# Propagace příspěvku

- vzhůru do procesu propagace příspěvků
- ukážeme si vše přímo v reklamním účtu

# Úkol

- vyberte příspěvek z facebooku a instagramu
- vyberte optimalizaci, kterou byste zvolili pro propagaci
- vyberte 3 různé cílové skupiny
- nasadte vše do systému reklamního účtu
- udělejte printscreeny nastavení a nahrajte je do odevzdávárny
- pokud budete mít otázku, ptejte se

# Děkuji za pozornost.

Kdo má otázku, sem s ní!