

INSTRUCȚIUNE

Cum să faci un Boost Post?



CUPRINS

Ce înseamnă
boost post?

1

Detaliile pe care trebuie
să le cunoaștem despre
publicul țintă pentru
a targeta corect

Setăm pas
cu pas

2

3

4

Ce facem dacă
s-au blocat reclamele?

Monitorizarea eficienței -
ce cifre și indicatori urmărim?

5

6

Concluzii
și recomandări

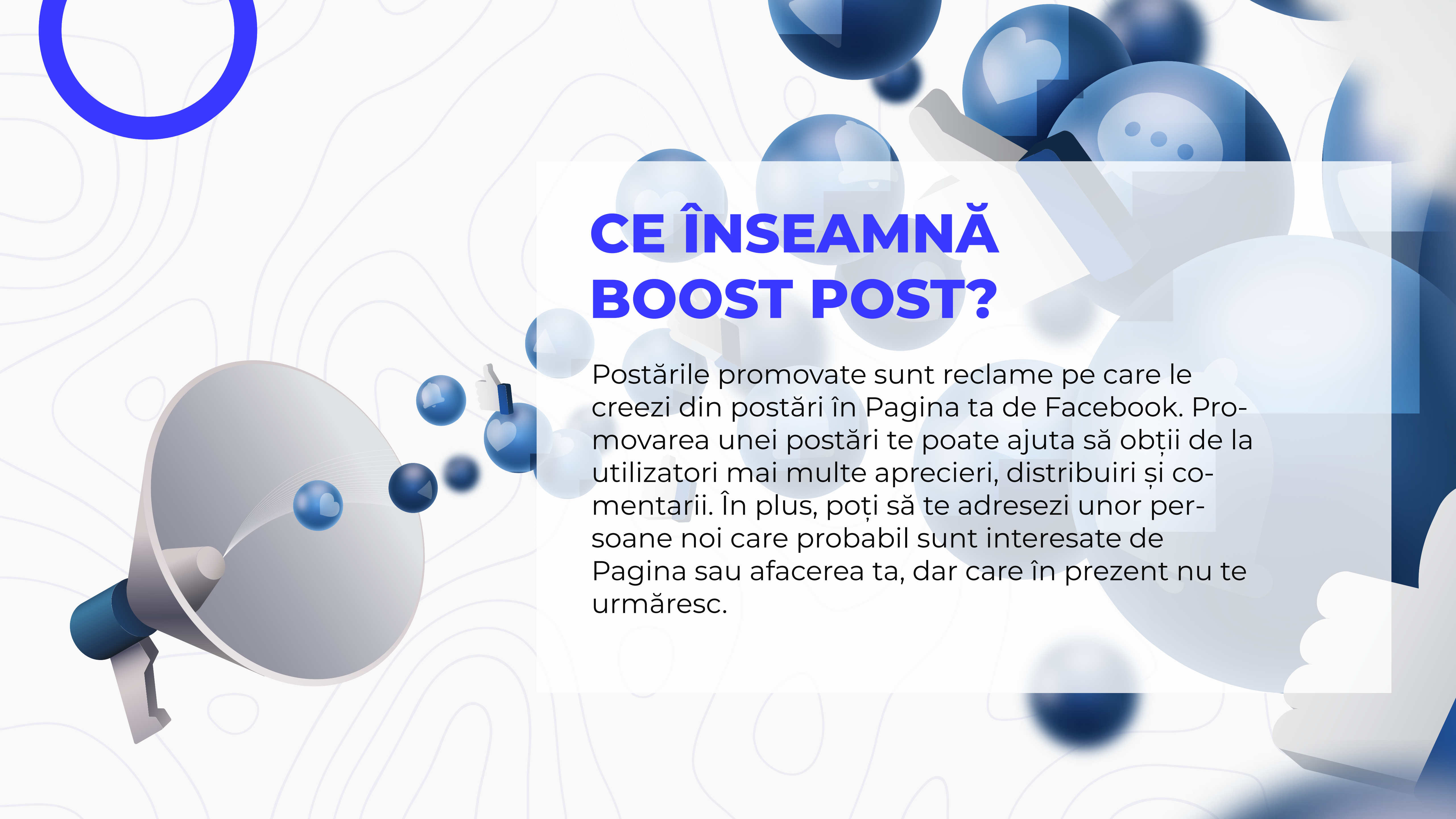


DESPRE NOI

ASAP digital team este echipa care s-a născut din expertiză. Expertiza și cunoștințele acumulate în timpul în care am lucrat alături de clienții noștri și care ne-au direcționat spre patru vectori pe care ne specializăm în momentul actual: Social Media Management, Facebook Ads, Metrici și Audiențe și producție video.

Suntem mai mult decât o agenție. Suntem o echipă inspirată, care transformă produsul într-un brand apreciat. Vrei să ne cunoști mai bine?! Contactează-ne, te vom ajuta să te promovezi așa cum ți-ai dorit mereu.

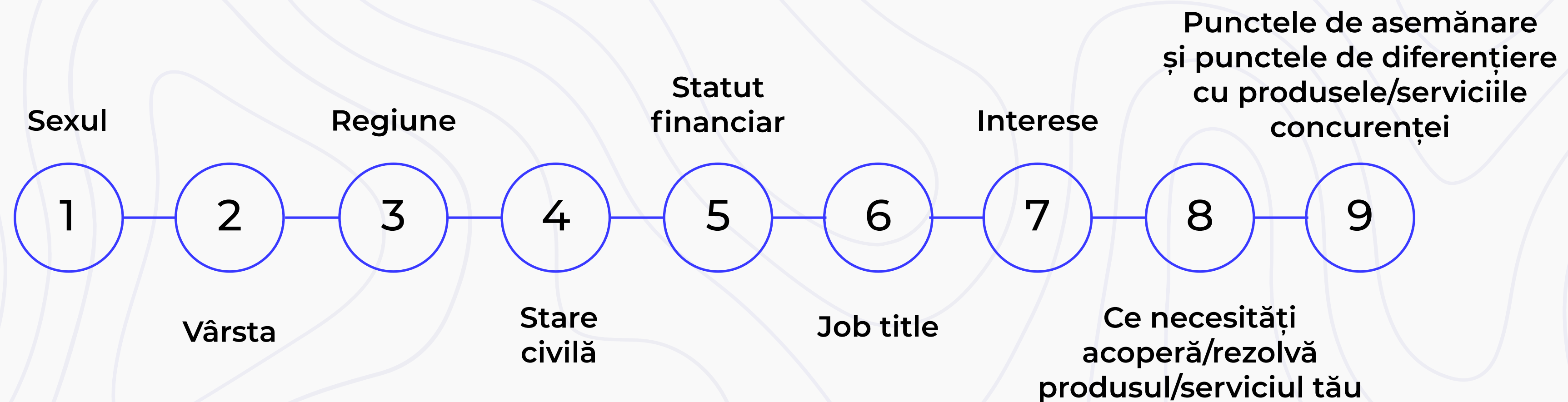




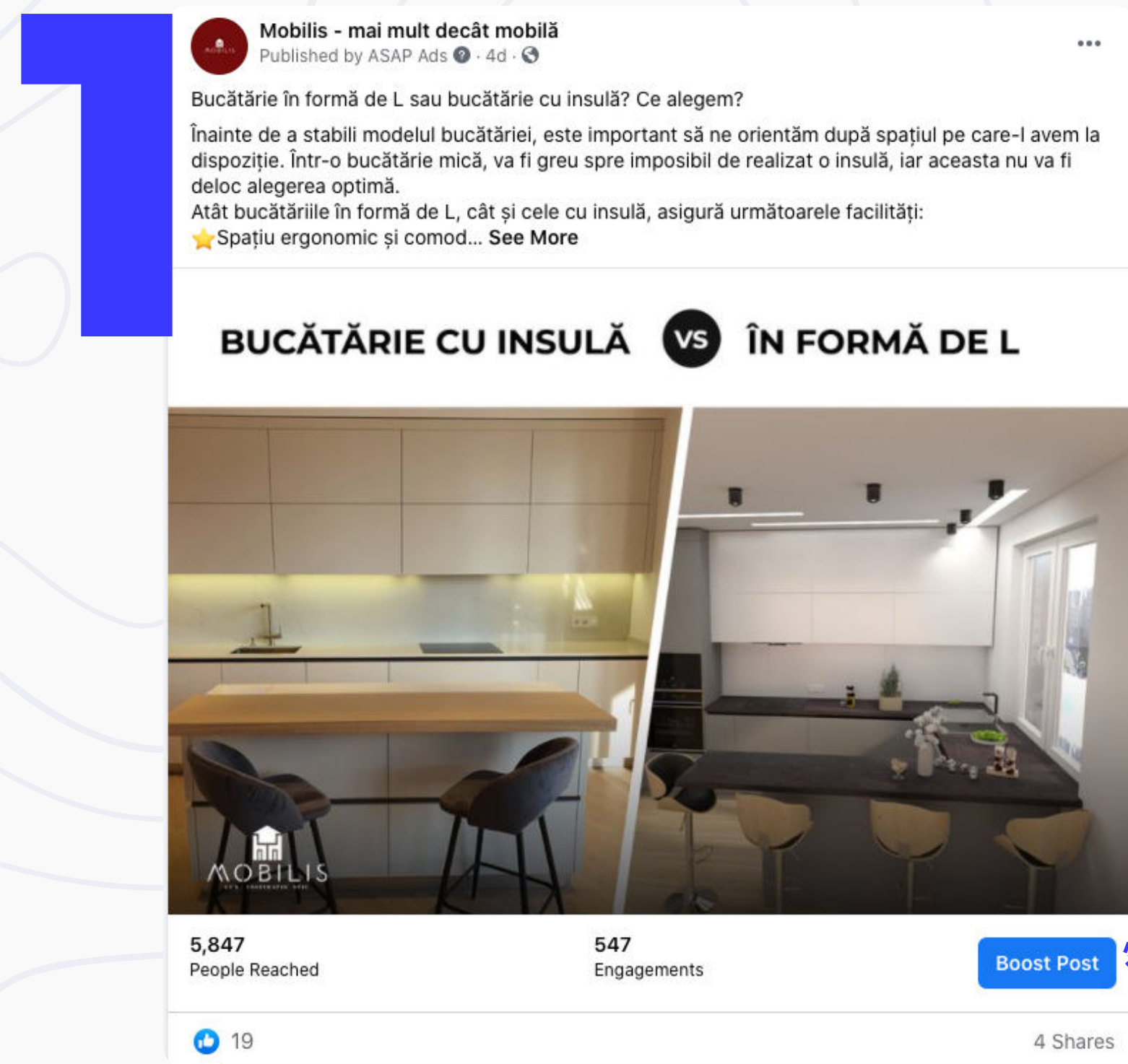
CE ÎNSEAMNĂ BOOST POST?

Postările promovate sunt reclame pe care le creezi din postări în Pagina ta de Facebook. Promovarea unei postări te poate ajuta să obții de la utilizatori mai multe aprecieri, distribuiri și comentarii. În plus, poți să te adresezi unor persoane noi care probabil sunt interesate de Pagina sau afacerea ta, dar care în prezent nu te urmăresc.

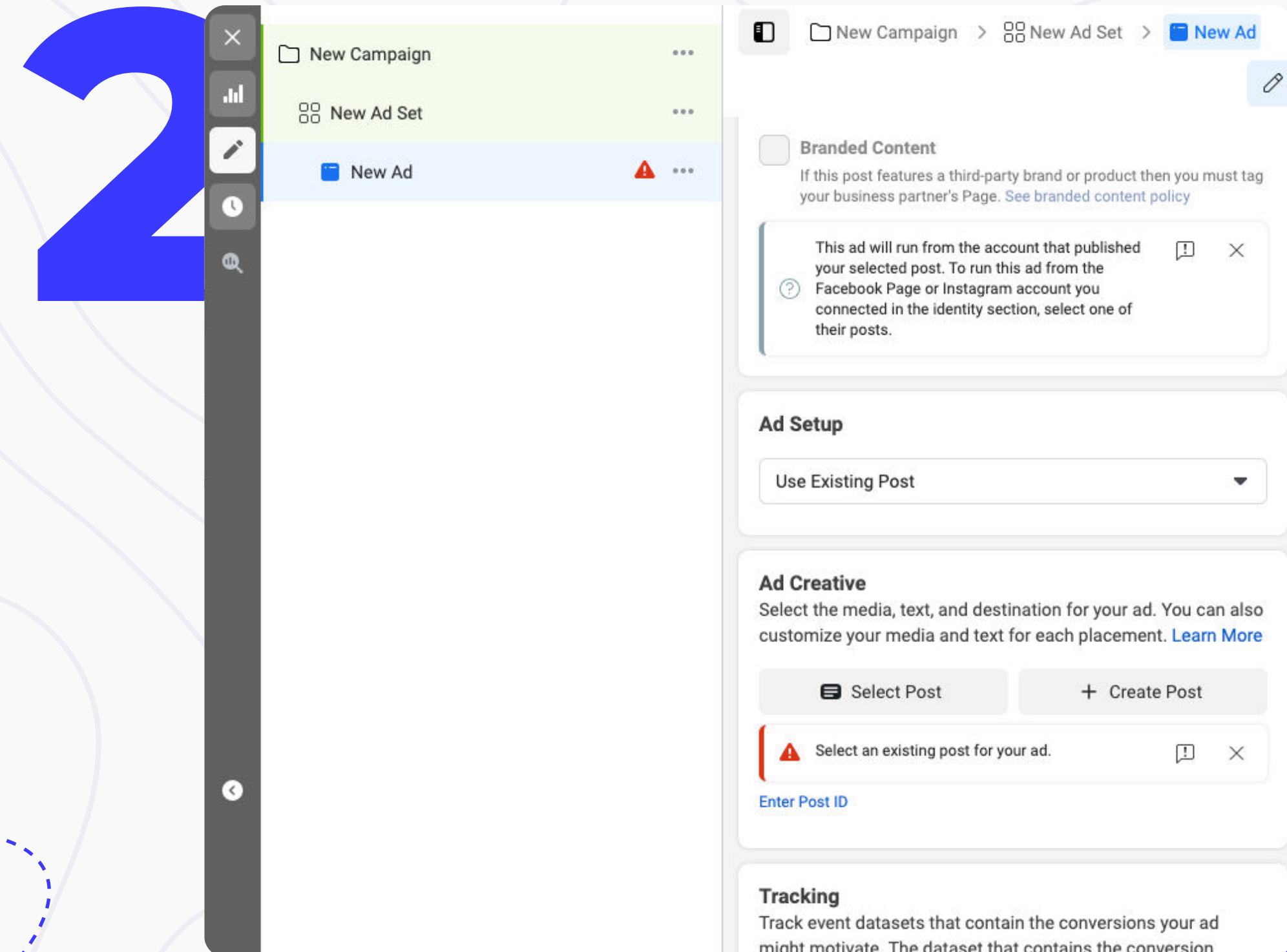
DETAIIILE PE CARE TREBUIE SĂ LE CUNOAȘTEM DESPRE PUBLICUL ȚINTĂ PENTRU A TARGETA CORECT



DE CE NU RECOMANDĂM SĂ FOLOSITI BUTONUL “BOOST POST” DIN PAGINĂ?



Din pagina de facebook - butonul Boost Post



Din Ads Manager



DE CE NU RECOMANDĂM SĂ FOLOSITI BUTONUL “BOOST POST” DIN PAGINĂ?

1. Facebook va optimiza campania doar pentru mai multe aprecieri, comentarii și distribuiri.
2. Când folosiți butonul “Boost Post” nu puteți selecta unde doriți să se afișeze reclama. Opțiunea implicită pe care Facebook o va selecta pentru dumneavoastră va fi întotdeauna “Desktop News Feed” și “Mobile News Feed”.
3. Țintire limitată

Orice afacere ați avea audiența și reclamele trebuie create din spatele paginii de Facebook, platforma care se numeste “Ads Manager”.



SETĂM PAS CU PAS

Deschide ADS Manager
și selectează butonul „Creează”

+ Creează

Campanii

+ Creează

Dublură

Editează

...

Seturi de reclame

Reclame

Personalizează

Rapoarte

...

☐	Pornit / Oprit	Nume campanie	Livrare ↑	Strategie de licitare	Buget	Setare de atribuire	Rezultate	Impact	Afișări	Cost per rezultat	Suma cheltuită	Se termină	
☐		05. Campanie - Impact - Mai	● Activă	Cel mai mic cost	100,00 \$ Total	7 zi după clic	157.135 Impact	157.135	307.259	0,54 \$ Per impact asupra a 1.000 de perso...	84,57 \$	31 mai 2021	
☐		05. Boost Post	● Activă	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	7 zi după clic	1.598 Interacțiuni cu o postare	16.476	37.401	0,08 \$ Per interacțiune cu postarea	121,02 \$	30 mai 2021	
☐		02-03-04 Boost Post	● Finalizată	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	Mai multe set...	— Interacțiune cu postarea	43.555	58.596	— Per interacțiune cu postarea	28,88 \$	3 mai 2021	
☐		01 Campanie Boost Post	● Finalizată	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	Mai multe set...	— Interacțiune cu postarea	—	—	— Per interacțiune cu postarea	0,00 \$	31 ian. 2021	
☐		12 Campanie Boost Post	● Finalizată	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	28 zi după cli...	— Interacțiune cu postarea	—	—	— Per interacțiune cu postarea	0,00 \$	4 ian. 2021	
☐		11 Campanie Boost Post	● Finalizată	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	28 zi după cli...	— Interacțiune cu postarea	—	—	— Per interacțiune cu postarea	0,00 \$	22 nov. 2020	
☐		10 Campanie Boost Post	● Finalizată	Folosirea strategiei de licitar...	Se folosește buget...	28 zi după cli...	— Interacțiune cu postarea	—	—	— Per interacțiune cu postarea	0,00 \$	30 oct. 2020	
		> Rezultate din 7 campanii ⓘ				Mai multe set...	—	189.128 Persoane	403.256 Total	—	234,47 \$ Total cheltuit		

SETĂM PAS CU PAS

Selectează caseta „Interacțiuni”, după care verifică mai jos tipul de interacțiuni și anume „Interacțiune cu postările”



Interacțiuni



Interacțiune cu postările

[Creează o campanie nouă](#) Folosește o campanie existentă

Alege un obiectiv pentru campanie
[Află mai multe](#)

Vizibilitate

☐ Vizibilitatea mărcii

☐ Impact

Considerare

☐ Trafic

☒ Interacțiuni

☐ Instalări de aplicație

☐ Vizualizări de clip video

☐ Generare de clienți potențiali

☐ Mesaje

Conversie

☐ Conversii

☐ Vânzări din catalog

☐ Trafic în magazin

Interacțiuni cu o postare
Obține mai multe aprecieri ale Paginii, răspunsuri la evenimente sau reacții, comentarii sau distribuiri ale postărilor.

Tip de interacțiune ⓘ

☒ Interacțiuni cu postările

☐ Aprecieri pentru Pagină

☐ Răspunsuri la un eveniment

Denumeste campania • Opțional

Anulează **Continuă**

Prin selectarea instrumentelor de interacțiune cu postarea vom optimiza promovarea pentru un accent mai mare de Like, Share, Comment.

*Fiecare instrument din lista potențială are o optimizare de livrare personalizată.

SETĂM PAS CU PAS

Mergi la nivelul III de campanie (creative) și selectează pagina de unde dorești să fie făcut Boost-ul

The screenshot shows the Facebook Ads setup interface. On the left, a sidebar lists the campaign levels: 'Campanie nouă', 'Set de reclame nou', and 'Reclamă nouă'. The 'Reclamă nouă' level is selected. The main area displays the 'Set de reclame nou' configuration page. The breadcrumb trail at the top reads: 'Campanie nouă > Set de reclame nou > Reclamă nouă'. The 'Edita' button is visible in the top right corner. The form includes the following sections:

- Numele reclamei:** A text input field containing 'Reclamă nouă'.
- Identitate:**
 - Pagină Facebook:** A dropdown menu with 'Fruvit' selected.
 - Cont de Instagram:** A dropdown menu with 'fruvit.md' selected.
 - Conținut de marcă:** A checkbox that is currently unchecked, with a note about trademark policy.
 - Informație de conținut:** A text box explaining that the ad will run from the account that published the selected post, with a link to 'Află mai multe'.
- Configurarea reclamelor:** A dropdown menu set to 'Folosește o postare existentă'.
- Componenta creativă a reclamei:**
 - Instructions to select media, text, and destination for the ad.
 - Buttons: 'Selectează o postare' and '+ Creează o postare'.
 - A red warning icon and text: 'Selectează o postare existentă pentru reclamă.' with a link to 'Introdu ID-ul postării'.
- Urmărire:** A section for tracking event data, with a note that the selected conversion event will be tracked implicitly.

SETĂM PAS CU PAS

Apasă butonul „Selectează o postare” și alege din listă, postarea pe care vrei să o promovezi

Configurarea reclamelor

Folosește o postare existentă

Componenta creativă a reclamei

Selectează elementul media, textul și destinația reclamei. Poți personaliza elementul media și textul pentru fiecare poziționare.

[Află mai multe](#)

Selectează o postare

+ Creează o postare

 Selectează o postare existentă pentru reclamă.



[Introdu ID-ul postării](#)

Selectează o postare

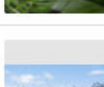
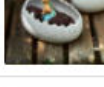
Facebook

Instagram

Conținut de marcă

Filtrează după:
Toate postările

ID-uri ale unor postări, imagini sau clipuri video, sau alte cuvinte cheie

Postare pe Facebook	ID postare	Tip	Data creării
 Cea mai bună metodă de a fi productivi pe parc... 👍 20 💬 14 ➦ 0	1100694033751179	Photo	27 mai 2021
 Noi am creat o altă versiune pentru Cutia Pando... 👍 2 💬 0 ➦ 0	1113540779133171	Video	20 mai 2021
 #HOSPICEBIKETOUR2021 S-A LANSAT! Azi de ... 👍 24 💬 3 ➦ 2	2870462856545905	Album	17 mai 2021
 În acest an, am înlocuit surprizele din ouăle de P... 👍 91 💬 0 ➦ 5	1109708509516398	Photo	14 mai 2021
 Când vine vorba de deserturile Fruvit, nu există li... 👍 4 💬 0 ➦ 1	1107880189699230	Photo	11 mai 2021
 Natura a dat start zilelor cu soare, iar noi dăm st... 👍 7 💬 0 ➦ 2	1104148083405774	Photo	5 mai 2021

Anulează

Continuă

SETĂM PAS CU PAS

Revino la nivelul II (Ads), selectează bugetul, programul, audiența țintă, locația, vârsta, genul și țintirea detaliată (opțional)

The screenshot displays the Google Ads 'Set de reclame nou' (New Ad Set) configuration page. The interface is in Romanian and includes the following sections:

- Campanie nouă** (New Campaign): A sidebar on the left with a search bar and a list of items: 'Set de reclame nou' (selected), 'Reclamă nouă' (New Ad), and 'Campanie nouă' (New Campaign).
- Set de reclame nou** (New Ad Set): The main configuration area with the following fields:
 - Numele setului de reclame** (Ad Set Name): 'Set de reclame nou'.
 - Buget și program** (Budget and Program):
 - Buget zilnic** (Daily Budget): 11,00 \$ USD.
 - Program** (Program): 'Europe/Chisinau'.
 - Data de începere** (Start Date): 27.5.2021.
 - Sfârșit** (End): 'Opțional' (Optional).
 - Audiență** (Audience):
 - Creează o audiență nouă** (Create a new audience) button.
 - Audiențe personalizate** (Custom audiences) section with a search bar and a list of criteria: 'Locații' (Locations), 'Vârstă' (Age), 'Gen' (Gender), and 'Țintire detaliată' (Detailed targeting).
- Definirea audienței** (Audience Definition): A section on the right with a progress bar and a 'Schită' (Sketch) button.
- Numărul zilnic estimat de rezultate** (Estimated daily results): A section on the right showing 'Impact' (6,1K - 18K) and 'Interacțiuni cu postarea' (Interactions with the post) (281 - 813).

SETĂM PAS CU PAS

Verifică și publică Boost-ul

Actualizare chiar acum 

Renunță la schițe

Verifică și publică (3)

Luna aceasta: 1 mai 2021 – 27 mai 2021

1 reclamă selectată 

 Reclame

1 reclamă selectată 

 Personalizează 

Rapoarte 



de	 Rezultate 	Impact 	Afișări 	Cost per rezultat 	Suma cheltuită 	Se termină 
	–	–	–	–	–	În desfășura...
lic	157.135 Impact	157.135	307.259	0,54 \$ Per impact asupra a 1.000 de perso...	84,57 \$	31 mai 2021
lic	1.598 Interacțiuni cu o postare	16.476	37.401	0,08 \$ Per interacțiune cu postarea	121,02 \$	30 mai 2021
set...	– Interacțiune cu postarea	43.555	58.596	– Per interacțiune cu postarea	28,88 \$	3 mai 2021
set...	– Interacțiune cu postarea	–	–	– Per interacțiune cu postarea	0,00 \$	31 ian. 2021

CE FACEM DACĂ S-AU BLOCAT RECLAMELE?

Reclamele nu trebuie să promoveze vânzarea sau folosirea armelor, a muniției sau a explozibililor. Acestea includ reclamele pentru accesorii de modificare a armelor.

- Arme de foc, inclusiv componente ale armelor de foc, muniție, arme pentru paintball și arme cu bile;
- Amortizoare și ascunzătoare de flacără;
- Arme de orice tip, inclusiv spray-uri lacrimogene, cuțite non-culinare/lame/sulițe, pistoale electroșoc, nunceaguri, bastoane de cauciuc sau arme de autoapărare;
- Artifcii și explozibili;
- Reclame care promovează etalarea armelor de foc

În caz contrar Facebook își revendică dreptul și obligațiunea de a deconecta publicitatea.

Mai multe detalii vezi pe <https://bit.ly/2TfXwCS>



CE FACEM DACĂ S-AU BLOCAT RECLAMELE?

Reclamele nu trebuie să promoveze împrumuturi sau avansuri cu plata la salariu, cauțiuni sau alte tipuri de împrumuturi pe termen scurt, menite să acopere cheltuielile unei persoane până la următorul salariu. Împrumuturile pe termen scurt sunt acelea cu termen de restituire mai mic de 90 de zile.

În caz contrar Facebook își revendică dreptul și obligațiunea de a deconecta publicitatea.



Mai multe detalii vezi pe <https://bit.ly/2TpOtj1>

CE FACEM DACĂ S-AU BLOCAT RECLAMELE?

Reclamele prin care se promovează oportunități pentru câștiguri bănești trebuie să descrie în totalitate produsul sau modelul de afaceri asociat și nu trebuie să promoveze modele de afaceri care oferă câștiguri rapide în schimbul unor investiții minime, inclusiv oportunități de multilevel marketing.

În caz contrar Facebook își revendică dreptul și obligațiunea de a deconecta publicitatea.



Mai multe detalii vezi pe <https://bit.ly/2RVpgMK>

CE FACEM DACĂ S-AU BLOCAT RECLAMELE?

Reclamele nu trebuie să cuprindă imagini de tip „înainte și după” sau imagini care prezintă rezultate neașteptate sau improbabile. Conținutul reclamelor nu trebuie să sugereze sau să încerce să genereze o percepție de sine negativă în vederea promovării dietelor, pierderii în greutate sau altor produse de sănătate.

În caz contrar Facebook își revendică dreptul și obligațiunea de a deconecta publicitatea.



Mai multe detalii vezi pe <https://bit.ly/3yHOTBn>

EDITAREA RECLAMEI

Dacă reclama nu este aprobată pentru că nu respectă în întregime politicile noastre, o poți edita și o poți trimite din nou spre analiză. Pentru a edita reclama:

- Verifică adresa de e-mail asociată contului tău de publicitate. Dacă reclama nu este aprobată, îți vom trimite un e-mail în care îți vom explica detaliat motivul.
- Folosind informațiile din e-mailul de respingere, poți edita reclama pentru a crea o reclamă care să respecte politicile. Pentru a vedea care sunt pașii pentru editare, consultă această pagină.
- Salvează modificările. După ce salvezi modificările, reclama va fi trimisă din nou spre analiză.

CONTESTĂ DECIZIA

Dacă nu poți edita reclama sau consideri că a fost respinsă în mod eronat, poți solicita analizarea deciziei accesând secțiunea Calitatea contului.

MONITORIZAREA EFICIENȚEI

CE CIFRE ȘI INDICATORI URMĂRIM?

IMPACT - Numărul de persoane care au văzut reclamele tale cel puțin o dată. Impactul este diferit de numărul de afișări, care poate include mai multe vizualizări ale reclamelor tale de către aceleași persoane.

IMPACTUL îți indică numărul de utilizatori care au fost expuși la mesajul tău în timpul unei campanii publicitare. Este posibil ca utilizatorii să nu apese întotdeauna pe reclamele tale, dar probabilitatea ca ei să interacționeze cu afacerea ta când îți văd mesajul poate fi mai mare.

CPM (Cost per 1.000 de afișări) - CPM înseamnă suma totală cheltuită pe o campanie publicitară împărțită la numărul de afișări și apoi înmulțită cu 1.000.

FRECVENȚA - contribuie la generarea vizibilității și potențialului de reamintire afișând mesajul tău de mai multe ori celor din audiența ta țintă. Valoarea medie a frecvenței poate fi de 1 sau 2 per set de reclame ori mult mai mare, dacă bugetul, dimensiunea audienței și programul tău sunt pe măsură.

CPR - Costul per rezultat indică eficiența cu care ți-ai atins obiectivele pe care l-ai stabilit în campania ta de publicitate. Poți folosi acest indicator pentru a compara performanțele diferitelor campanii și pentru a identifica oportunități. Acest indicator te poate ajuta să-ți stabilești sumele de licitat pentru următoarele seturi de reclame.

NOTĂ INFORMATIVĂ

Urmând toți pașii de mai sus și promovând periodic postările existente în pagină noi vom asigura o vizibilitate mai mare conținutului creat. Modalitatea de promovare Boost POST poate fi calibrată ca un nivel pentru etapa de început, atunci când nu ai experiență cu promovările sau pentru a oferi un impact mai mare postărilor create. În cazul când afacerea își propune să facă vânzări, să educe piața sau să crească vizibilitatea brandului, strategia de promovare Boost Post poate fi poziționată ca una inefficientă. Soluția pentru strategia de creștere a brandului, generare de leaduri și vânzare de produse / servicii, sunt campaniile setate din contul de publicitate și anume:

La nivelul 3 de campanie (creativ) - nu selectăm - postare existentă, dar creăm anunțuri în interiorul contului de publicitate. Pot fi create până la 50 de anunțuri care să corespundă aceluiași buget. Astfel vom obține un A/B testing în miniatură pentru materiale media. Sau putem face mai multe dubluri la nivelul 2 de campanie (seturi) și vom obține un A/B testing la nivel de variabile (audiență, poziționare, interese, locație).