



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Разбираемся вместе: рекламные инструменты Facebook и Instagram

Вебинар | 25.11.2016



Алексей Ница

event-редактор

вебинары и видеоуроки

nitsa@te-st.ru

fb.com/mrnitsa



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Сайт Теплицы

The screenshot displays the website for 'ТЕПЛИЦА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ'. The navigation bar includes categories: НКО, ТЕХНОЛОГИИ, ОБРАЗОВАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ, МЕРОПРИЯТИЯ, and ТЕПЛИЦА. The main content area features several articles:

- ОТЧЕТЫ**
Современные тренды в дизайне сайтов
24.08.2016
- ОТЧЕТЫ**
«Максикарта»:
как создать популярный картографический проект
24.08.2016
- ОБРАЗОВАНИЕ**
Видеоурок Теплицы: А/В-тестирование заголовков на сайте
23.08.2016
- ИНСТРУМЕНТЫ**
В Нижнем Новгороде
- НКО**
ПРОЕКТ «ПАСЕКА»:
ПОЧЕМУ АГЕНТСТВО «БИЗНЕС-АТЕЛЬЕ» ПОМОГАЕТ НКО И ДЕЛАЕТ ЭТО PRO

The sidebar on the right contains sections for 'ТЕПЛИЦА' and 'МЕРОПРИЯТИЯ'. The 'ТЕПЛИЦА' section includes links for 'О проекте', 'Для НКО', 'Контакты', 'Команда', 'Продукты', and 'Портфолио'. The 'МЕРОПРИЯТИЯ' section lists events such as an online webinar and a masterclass in Moscow.

Канал Теплицы на YouTube

The image shows a screenshot of the YouTube channel page for 'Теплица Социальных Технологий'. At the top, there is a search bar with the text 'Введите запрос' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are buttons for 'Добавить видео' and 'Войти'. Below the search bar is a banner image with a colorful, abstract background and the channel's logo on the left. The channel name 'Теплица Социальных Технологий' is displayed prominently, along with a 'Подписаться' button and a subscriber count of '3 267'. A modal dialog box is overlaid on the page, containing the channel's logo, name, and a 'Подписаться' button. Below the channel name, there are navigation tabs for 'Главная', 'Видео', and 'Плейлист'. The main content area features a section titled 'Онлайн-уроки' with a description: 'Видеоуроки Теплицы социальных технологий, чтобы пользователи могли пользоваться тем или иным...'. Three video thumbnails are visible, each with a 'ВИДЕОУРОК' label and a duration: 'Как добавить субтитры к видео на YouTube и в Facebook' (6:53), 'GPG4WIN – как зашифровать текст и файлы на вашем компьютере' (4:10), and 'KeePass – менеджер паролей для Windows' (4:14). On the right side, there is a 'Похожие каналы' section with several channel recommendations, each with a 'Подписаться' button.

Вебинары Теплицы

Вебинары
Теплица Социальных Технологий • 45 видео • 1 268 просмотров • Обновлено 29 июл. 2016 г.

Записи вебинаров, проводимые Теплицей социальных технологий

▶ Воспроизвести все ◀ Отправить ⚙ Настройки плейлиста ➕ Добавить видео

Ролики в плейлисте автоматически сортируются по дате добавления.

1		Как самостоятельно создать чат-бот с помощью Mapubot. Запись вебинара Теплица Социальных Технологий	1:12:27
2		Запись вебинара. Как создать карту для сбора информации с помощью пользователей Теплица Социальных Технологий	1:19:59
3		Технологии для улучшения окружающей среды Теплица Социальных Технологий	46:49
4		Разбираемся вместе: все, что нужно знать о чат-ботах Теплица Социальных Технологий	1:10:20
5		Мобильные приложения: делать или не делать и что нужно знать Теплица Социальных Технологий	1:21:58

Скринкасты (видеоуроки) Теплицы

Онлайн-уроки

Теплица Социальных Технологий • 111 видео • 31 827 просмотров • Обновлено 5 дней назад

Видеоуроки Теплицы социальных технологий - это небольшие видео, цель которых - показать, как пользоваться тем или иным онлайн-сервисом или программой для повышения эффективности вашей работы ещё

Воспроизвести все | Отправить | Настройки плейлиста | Добавить видео


Ролики в плейлисте автоматически сортируются по дате добавления.

1		A/B-тестирование заголовков на сайте с помощью Optimizely – плагина для WordPress Теплица Социальных Технологий	3:53
2		Запись скринкастов и прямые трансляции YouTube и Facebook Live с Open Broadcaster Software (OBS) Теплица Социальных Технологий	9:02
3		Как установить ГИГЕР на Windows Теплица Социальных Технологий	4:45
4		Гигер - онлайн-конструктор сайтов НКО Теплица Социальных Технологий	5:33
5		iMovie: как использовать эффект «картинка в картинке» Теплица Социальных Технологий	1:39



О чем поговорим сегодня?





Как увеличить охват и привлечь новую аудиторию с помощью инструментов рекламы в Facebook и Instagram



Запись вебинара по ВКонтакте



DIY

сделай это сам



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru







ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Рекламные инструменты

Facebook

Возможность показать вашу рекламу людям, которых, **вероятнее всего**, заинтересует ваша компания.

С помощью рекламы вы можете:

- охватить людей с учетом их местоположения, возраста, пола, интересов и многого другого;
- использовать инструменты, чтобы понять, насколько эффективна реклама, и улучшить ее.

Что нужно знать о таргетинге



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Таргетинг

(от англ. target — цель) — маркетинговый механизм, при помощи которого из всего числа интернет-пользователей можно выделить только ту целевую аудиторию, которая соответствует определенным критериям (географический, социально-демографический и др.), и донести до нее рекламную информацию.

1. Реклама в социальных сетях отличается от рекламы в поисковиках

При поиске у людей уже есть **сформированная потребность**: «найти детский фонд», «купить книгу». Поэтому, главная задача рекламы в поисковиках – удовлетворить эту потребность.

В социальных сетях потребность не сформирована и мы точно не знаем, что именно может заинтересовать человека. Поэтому, очень **важно хорошо знать свою целевую аудиторию.**

2. Основные параметры таргетинга аудитории в Facebook

1. Местонахождение, возраст, пол и язык
2. Интересы
3. Пользовательское поведение и использование устройств
4. Связи с вашими страницами и мероприятиями

3. Не вся информация о пользователе – правда

Два типа данных:

1. **Автоматические** (местоположение пользователя, тип устройства, операционная система, браузер и др.)
2. **Что заполняют сами пользователи** (пол, возраст, должность, увлечения, интересы и др.)

И снова...



Обучающие материалы Facebook на русском языке

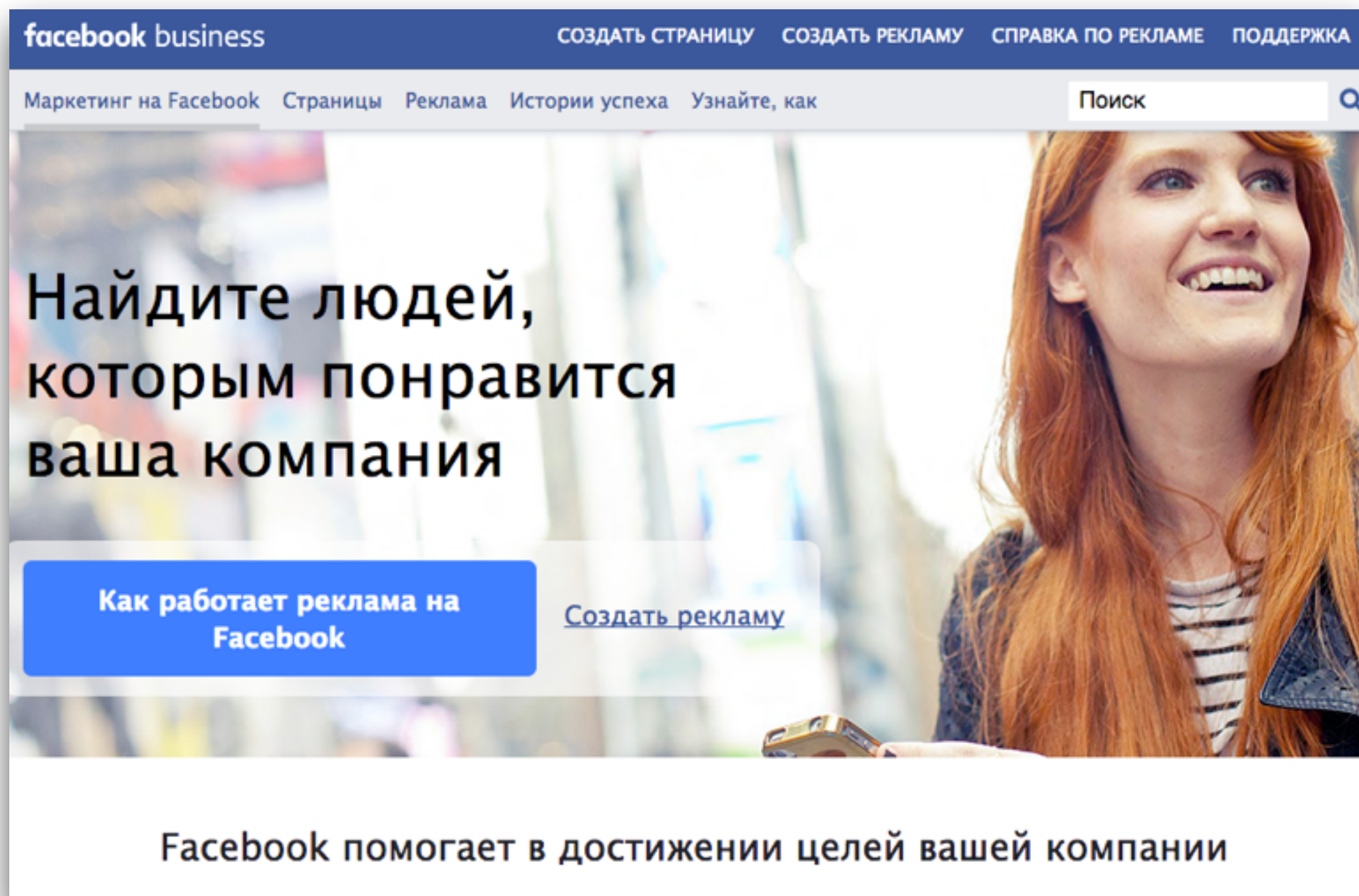


Справочный центр рекламодателя

The screenshot shows the Facebook Business Advertiser Help Center interface. At the top, there is a navigation bar with the following links: СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ, СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ, СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ (highlighted), and ПОДДЕРЖКА. Below this is a secondary navigation bar with links: Маркетинг на Facebook, Страницы, Реклама, Истории успеха, and Узнайте, как. A search bar labeled "Поиск" is located on the right. The main header area features a cartoon owl mascot and the text "Справочный центр рекламодателя". A personalized greeting says "Здравствуйте, Алексей! Чем мы можем". Below the header, there is a breadcrumb trail "Справка по рекламе — ПК" and the language "Русский". The main content area is divided into several sections:

- Left sidebar:** A list of topics with right-pointing chevrons: Основы рекламной деятельности, Создание рекламы, Управление рекламой, Прямой отклик и реклама бренда, Отчетность и результативность рекламы, Выставление счетов и платежи, and Устранение проблем с рекламой.
- Central tiles:** Four large tiles with icons and text:
 - Icon of a smartphone with red arrows: "Попробуйте использовать рекламу с кольцевой галереей"
 - Icon of a code symbol and a gear: "Настройте пиксель Facebook"
 - Icon of a document with a red play button: "Устранение проблем с рекламой"
 - Icon of a video player: "Устранение проблем с рекламой"
- Right sidebar:** Two sections of "Лучшие вопросы" (Best questions) and "Дополнительная помощь" (Additional help).
 - Лучшие вопросы:**
 - Как создать рекламу с кольцевой галереей?
 - Как создать кампанию для генерации лидов?
 - Для чего использовать интеграцию пикселя со сторонними платформами?
 - Руководство по внедрению пикселя Facebook
 - Руководство по внедрению динамической рекламы
 - Дополнительная помощь:**
 - Странице Facebook for Business
 - Правила размещения рекламы
 - Центр поддержки Facebook

С чего начать?



facebook business

СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ ПОДДЕРЖКА

Маркетинг на Facebook Страницы Реклама Истории успеха Узнайте, как

Поиск

Найдите людей, которым понравится ваша компания

Как работает реклама на Facebook

[Создать рекламу](#)

Facebook помогает в достижении целей вашей компании

Материалы на русском


facebook business СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ ПОДДЕРЖКА

Маркетинг на Facebook Страницы Реклама Истории успеха Узнайте, как Поиск

Узнайте, как


Узнайте, как достичь успеха с Facebook

Мы поможем вам максимально эффективно использовать наши инструменты, чтобы вы могли достигать поставленных целей и развивать свою компанию.



Ваша Страница Facebook

Страница — это основа вашего дела на Facebook и отличный способ поддерживать отношения с клиентами. Создать Страницу несложно. Это бесплатно и не займет много времени. А управлять ею можно с настольного компьютера, смартфона или планшета.



Реклама на Facebook: как это работает

Отличие Facebook от других каналов рекламы заключается в том, что Facebook позволяет показать рекламу заинтересованным людям. Вы выбираете аудиторию рекламы и можете охватить ее в любое время и с любого устройства.

Основы рекламы на Facebook

The screenshot shows the Facebook Business help center page. At the top, there is a blue navigation bar with the text 'facebook business' and links for 'СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ', 'СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ', 'СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ', and 'ПОДДЕРЖКА'. Below this is a breadcrumb trail: 'Маркетинг на Facebook > Страницы > Реклама > Истории успеха > Узнайте, как'. A search bar with the text 'Поиск' and a magnifying glass icon is on the right. The main content area has a breadcrumb trail: 'Узнайте, как > Реклама на Facebook: как это работает > Основные сведения о рекламе на Facebook'. On the left, there is a vertical list of links: 'Реклама на Facebook: как это работает', 'Основные сведения о рекламе на Facebook' (highlighted), 'Сколько стоит реклама на Facebook?', 'Биллинг на Facebook', 'Основные сведения об аукционе рекламы на Facebook', 'Выберите аудиторию для рекламы', 'Охватите клиентов, которых вы знаете', and 'Создайте индивидуально настроенную'. The main content area features a large blue video player with the text 'Ad Targeting' and 'OVERVIEW' and a play button icon. Below the video player, it says '(Продолжительность видео: 2:39)'.

Основы создания рекламы на Facebook

The screenshot shows the Facebook Business help center page. At the top, there's a navigation bar with 'facebook business' and links for 'СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ', 'СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ', 'СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ', and 'ПОДДЕРЖКА'. Below that is a breadcrumb trail: 'Маркетинг на Facebook > Страницы > Реклама > Истории успеха > Узнайте, как'. A search bar is on the right. The main content area has a left sidebar with a menu for 'Создание рекламы' and various ad objectives. The main heading is 'Основы создания рекламы на Facebook'. Below the heading is a short introductory paragraph and a call to action. At the bottom, there are three circular icons representing different ad objectives: engagement, likes, and website clicks.

facebook business СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ ПОДДЕРЖКА

Маркетинг на Facebook Страницы Реклама Истории успеха Узнайте, как Поиск

Узнайте, как > Создание рекламы > Основы создания рекламы на Facebook

Создание рекламы

Основы создания рекламы на Facebook

Реклама с целью «Вовлеченность для публикаций Страницы»

Реклама с целью «Получение отметок "Нравится" Страницы»

Реклама с целью «Клики на веб-сайт»

Конверсии на сайте

Реклама с целью «Установки приложения» и «Вовлеченность для приложения»

Реклама с целью «Ответы на приглашение»

Реклама с целью «Использование предложения»

Видеореклама

Основы создания рекламы на Facebook

Реклама на Facebook позволяет привлечь больше покупателей в магазин или на веб-сайт, увеличить количество установок приложения, отметок «Нравится» Страницы и т.д.

Узнайте, чего вы можете достичь с помощью рекламы на Facebook, и нажмите, чтобы получить подробную информацию.

Вовлеченность для публикации Страницы

Отметки «Нравится» Страницы

Клики на веб-сайт
Привлекайте больше



Power Editor

facebook business

СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ ПОДДЕРЖКА


Маркетинг на Facebook Страницы Реклама Истории успеха Узнайте, как

Поиск

Узнайте, как


- Ваша Страница Facebook
- Реклама на Facebook: как это работает
- Измерение результатов
- Создание рекламы
- Business Manager
- Power Editor**
- Советы и рекомендации

Power Editor: основы



Power Editor — это инструмент для рекламодателей, которые работают в большом масштабе и хотят точно контролировать свою рекламу, группы объявлений и кампании.

Начало работы



Основные функции Power Editor

Поиск и фильтры

Power Editor позволяет выполнять поиск рекламных объявлений и быстро просматривать только ту информацию

Истории успеха

facebook business СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ СПРАВКА ПО РЕКЛАМЕ ПОДДЕРЖКА


Маркетинг на Facebook Страницы Реклама **Истории успеха** Узнайте, как Поиск

Истории успеха

Реальные компании. Реальные результаты.


Поиск новостей

По размеру компании ▾ По цели ▾ По индустрии ▾ По продукту ▾ По региону ▾




Nissan Turkey

Эффективная генерация лидов



MONOQI

Дизайн для всей Европы



Volvo Cars


Увеличение продаж при помощи социальных сетей



Истории успеха

Маркетинг на Facebook Страницы Реклама Истории успеха Узнайте, как Поиск

Teach For America



История успеха

Расширение возможностей в сфере образования

Образовательная некоммерческая организация использовала рекламу для лидов на Facebook с индивидуально настроенными и похожими аудиториями, чтобы найти талантливых людей для работы

Как это выглядит



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Менеджер рекламы Facebook

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, 'Ads Manager', a search bar, and user information for 'Алексей'. Below this, the main header shows the user's name 'Алексей Ница (38563333)' and the current step: 'КАМПАНИЯ: выберите цель'. A 'Помощь: выбор цели' link and a 'Использовать существующую кампанию' link are also visible.

The left sidebar contains a navigation menu with the following items:

- Кампания (checked) - Цель
- Группа объявлений
 - Аудитория
 - Виды плейсмента
 - Бюджет и график
- Новое объявление
 - Формат
 - Медиа
 - Текст

The main content area asks 'Какова цель вашего продвижения?' and presents a grid of campaign objectives:

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Местная узнаваемость	Вовлеченность	Продажи по каталогу продуктов
	Установки приложения	Посещения точек
	Просмотры видео	
	Генерация лидов	

A 'Закреть' button is located at the bottom left of the sidebar area.



Поднимать мероприятие

Виртуальная реальность:
ВОЗМОЖНОСТИ ТЕХНОЛОГИИ

НОЯ 28 **Образование и виртуальная реальность: новые возможности**

Доступно всем · Организаторы: Те... **Поднимать мероприятие** ✓ Пойду ▾ ➔ Поделиться ▾ ✎ Редактировать ⋮

🕒 Понедельник в 19:30 - 21:00
На следующей неделе · -10—-1° Снегопады

📍 Impact Hub Moscow
Khokhlovskiy pereulok, 7 str.3, Москва, 101000 [Показать карту](#)

Информация Обсуждение

📝 Публикация | 📷 Фото/видео | 🗣 Создать опрос

СОВЕТЫ ПО МЕРОПРИЯТИЯМ Следующий совет

Отслеживайте результативность мероприятия


🦉 Проанализируйте органическое и рекламное продвижение ваших мероприятий.

[Статистика](#)


👤 👤 👤 👤 👤



Поднимать публикацию

 **Теплица социальных технологий**
Опубликовано Buffer [?] · 20 ч · €

19 ноября 2016 года в Москве прошел IV Общероссийский гражданский форум. Теплица социальных технологий провела четыре дискуссионные сессии в рамках мероприятия. На сессии «Гражданские приложения для мобильных устройств в 2016-м году» авторы российских мобильных приложений Насилию.нет, Призывник Онлайн и Красивый мир рассказали, с какими сложностями они столкнулись при запуске проектов и достигнутых результатах.



IV Общероссийский гражданский форум: дискуссия «Гражданские приложения для мобильных устройств в 2016-м году»


TE-ST.RU | АВТОР: АЛЕКСЕЙ НИЦА

Количество охваченных пользователей 336


Поднимать публикацию

Нравится · Комментарий · Поделиться

РЕКЛАМА [Создать рекламу](#)



Национальный Рекламный Форум
advertisingforum.ru
#ТутБудутВсе В связи с всемирной распродажей "Черная пятница", мы делаем сумасшедшую скидк...



Delivery Club
delivery-club.ru
Как превратить обычный выходной в праздник? Просто сделай заказ через Delivery Club!

Русский · English (US) · Українська · Suomi · Español

Конфиденциальность · Условия использования · Реклама · Выбор рекламы · Файлы «cookie» · Еще





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Так в чем же плюсы для НКО?



Плюсы инструментов рекламы Facebook

- минимальная сумма – всего \$1
- анализ своей целевой аудитории
- исследование новой целевой аудитории (например, в другом городе)
- одна рекламная кампания для разных платформ (десктопы, мобильные устройства и Instagram!)

Результаты рекламы

Продвигать мероприятие

Ваша целевая аудитория: люди, которым нравится ваша Страница, и их друзья, в возрасте от 20 до 40, которые проживают в следующих регионах: 1 место.

Показать полную сводку

Срок действия данного продвижения: 2 дней.

Ваш итоговый бюджет для этого продвижения составляет 5,00 \$.

1 621 Охват [?]

58 Пользователи

5,00 \$ Всего потрачено [?]

Действия | Пользователи | Страны


ы на приглашения	33
авится» Страницы	1
ится» публикации	23
Перепосты	2

Нажимая на «Поднимать», вы соглашаетесь с [Условия использования Facebook](#) | [Справочный центр](#)

Заккрыть


ЛЕНТА НОВОСТЕЙ НА ПК

ЛЕНТА НОВОСТЕЙ НА МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ

 **Теплица социальных технологий** поделился(-ась) своим event.

Реклама · €

Как увеличить охват публикаций, привлечь новую аудиторию с помощью рекламных инструментов Facebook и Instagram и повысить эффективность продвижения? Об этом расскажем в формате «Разбираемся вместе». Вебинар для пользователей с начальным и средним уровнем знаний.





Советы

1. поймите **интересы** вашей аудитории
2. используйте **поведение** пользователей
3. к таргетингу **по географии** добавляйте **возраст и пол** пользователей
4. используйте таргетинг по **индустрии** или **трудоустройству**
5. используйте **уровень образования**
6. таргетинг **родителей и поколений**
7. можно найти людей, кто **только вступил в отношения**
8. найти тех, кто **недавно перешел на новую работу**
9. найти **администраторов страниц в Facebook**
10. таргетинг **по используемым устройствам**



Идеального решения НЕТ



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Гипотезы и тестирование



Посмотрим, как это работает



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Вопросы и ответы



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru