3 greseli pe care trebuie sa le eviti atunci cand creezi campanii de Facebook Ads

BUCURESTI - 14 septembrie 2020 ora 13:36
Comunicat tip General in Media / Publicitate

Facebook este o retea de socializare care reuneste milioane de utilizatori din toata lumea, motiv pentru care este o oportunitate minunata pentru afacerile din mediul online.



Facebook Ads

Atunci cand lansezi campanii Facebook Ads poti sa ajungi la o audienta care in mediul fizic nu iti este accesibila. Poti obtine informatii valoroase pe care daca le exploatezi asa cum trebuie atunci vei avea numai de castigat.
Insa, nu oricine care lanseaza campanii de promovare Facebook Ads se bucura si de succes. Daca te afli aici pentru a afla mai multe despre ce nu trebuie sa faci atunci cand lansezi campanii de promovare atunci trebuie sa stii din start care sunt greselile pe care trebuie sa le eviti.

Nu gandi reclama ca pe o vanzare directa

Oricat de interesati ar fi oamenii sa cumpere un produs tot mai interesati sunt sa vada videoclipuri cu pisici amuzante, poze din vacanta sau sa vada ce mai face vedeta lor preferata. Nimeni nu intra pe Facebook pentru a gasi cea mai buna oferta de produse

si servicii, asadar, reclamele nu trebuie gandite ca pe o vanzare directa. Rostul unei campanii de promovare Facebook Ads este acela de a starni interesul pentru o anumita oferta.
Tocmai de aceea cea mai sanatoasa abordare este aceea de a vinde prin reclama ta un material educational care rezolva principalele nevoi ale clientului tau. De exemplu, daca doresti sa inviti oameni interesati de fotografie la workshop-ul tau, este mai bine sa ii atragi prin intermediul unui articol despre fotografie iar la final pe doritori sa ii inviti la workshop. Retine, oamenii nu sunt pe Facebook pentru ca sa cumpere.

Nu limita audienta prin criterii de targetare excesiva

Facebook pune la dispozitie numeroase criterii de targetare dar nu toate sunt utile. Ingustarea excesiva a audientei este o idee la fel de neinspirata precum lipsa de delimitare a audientei. In primul rand nu va exista suficient reach iar in al doilea rand bugetul campaniei de promovare Facebook Ads va fi irosit pe lead-uri necalificate.
Un alt aspect important este sa eviti criteriile care te pot induce in eroare de tipul informatiilor profesionale. De multe ori oamenii nu isi declara pe Facebook angajatorul real sau profesia pe care o practica motiv pentru care este mai bine sa te axezi pe interese si pe comportamente ca obiective principale ale campaniei.

Nu irosi tot bugetul pentru o singura campanie

Multi antreprenori renunta la a crea campanii de promovare Facebook Ads pentru ca isi consuma tot bugetul pe o singura campanie care se rezuma la una sau doua videoclipuri care nu returneaza rezultate. Secretul este sa nu investesti tot bugetul intr-o singura campanie. Incepe cu pasi mici si testeaza diverse mesaje, targetari, imagini, titluri, etc.
Prima campanie trebuie gandita intotdeauna astfel incat sa includa mai multe subcampanii care constau in mai multe tipuri de reclame care vor fi testate. Abia dupa ce verifici rezultatele fiecarei campanii vei putea aloca bugete mai mari pentru reclame mai performante.

COMUNICATEDEPRESA.RO