

META ADS PROFESIONALAMS - 2 DALIS

- Leads kampanija: reikšmė ir panaudojimo galimybės
- Instant Forms kūrimas ir Leads Center
- Landing-page panaudojimas registracijoms ir kontaktų rinkimui
- Custom Conversions: kaip susikurti savo individualią konversiją reklamos efektyvumo matavimui
- Reklamos turinys: tekstas ir vaizdo kokybė

Leads kampanija: reikšmė ir panaudojimo galimybės



Leads kampanija atlieka net kelias funkcijas:

- Renka vartotojų asmens duomenis (dažniausiai el. p.)
- Fiksuoja registracijas (tarkime į renginį)
- Leidžia vartotojams pateikti užklauso formas: testai, pageidavimai, kita informacija.

Du būdai panaudoti Leads kampanija

INSTANT FORMS

Tai pačiame Facebook sukuriama forma

Pliusai:

Lengva greitai sukurti
Nereikia web ar pixelio
Greitai randami duomenys

Minusai:

Ribotas dizainas ir funkcijos
Mažiau patrauklu vartotojui



LANDING-PAGE

Tai išorėje sukurtas mini-puslapis

Pliusai:

Neribotos dizaino galimybės
Daugiau panaudojimo funkcijų

Minusai:

Reikalinga kita platforma (web, mailerlite, t.t...)
Sudėtingiau integruoti į Ads kampaniją



Instant Forms kūrimas ir Leads Center



Langing-page panaudojimas registracijoms ir kontaktų rinkimui

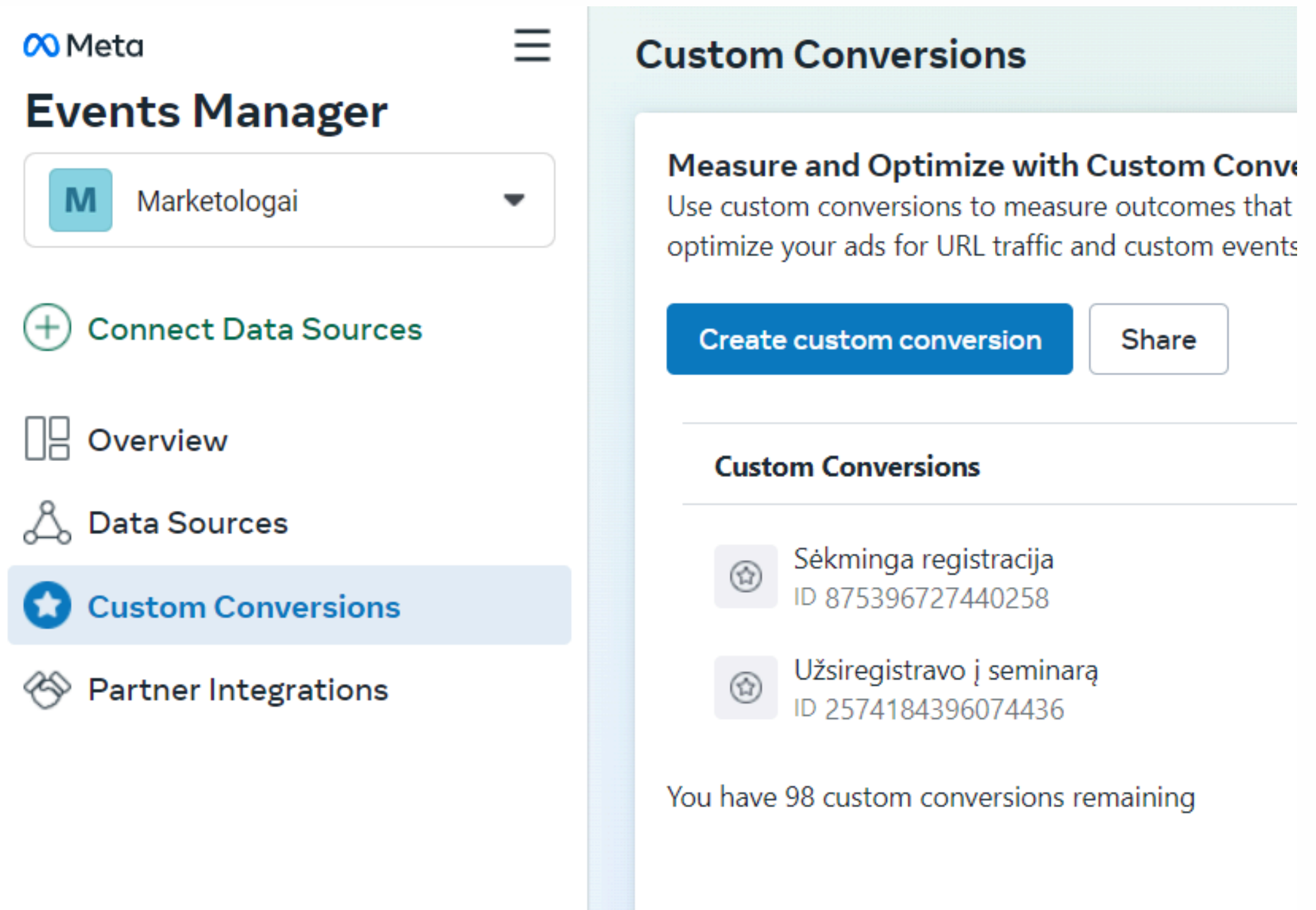
- Galima tiesiog savo web svetainėje sukurti atskirą puslapį, į kurį nukreips reklama
- Būtina, kad tame puslapyje būtų registracijos forma
- Po registracijos vartotojas turi automatiškai patekti į kitą puslapį (success page)
- Success page privalo būti kitur paieškoje nerandamas, kad jį atsidarytų TIK prisiregistravę
- Iš Success page kuriame Custom Conversion Facebook'e, kad galėtume fiksuoti tik sėkmingas registracijas



Custom Conversions: kaip susikurti savo individualią konversiją reklamos efektyvumo matavimui

Einame į Event manager - Custom Conversions

Pasirenkame "Create custom conversion"



The screenshot displays the Meta Events Manager interface. At the top left, the Meta logo and "Events Manager" title are visible. A dropdown menu shows "Marketologai" with a blue "M" icon. Below this, there are navigation options: "Connect Data Sources" (with a plus icon), "Overview", "Data Sources", "Custom Conversions" (highlighted with a blue star icon), and "Partner Integrations". On the right side, the "Custom Conversions" panel is shown, featuring a heading, a description, and two buttons: "Create custom conversion" and "Share". Below this, a list of custom conversions is displayed, including "Sėkminga registracija" (ID 875396727440258) and "Užsiregistravo į seminarą" (ID 2574184396074436). At the bottom, it states "You have 98 custom conversions remaining".

Sugalvojame pavadinimą šiai konversijai, tarkime "registracija sėkminga":

Create a custom conversion

Name How you'll identify conversions 0/50 **Pavadinimas**

Description · Optional Give details for context 0/100

Data source Marketologai's pixel

Action Source Website

Event All URL traffic

Čia paliekame All traffic

Įkopiujame puslapio, į kurį patenka užsiregistravę, nuorodą:

Choose a standard event for optimization

Meta selected category

We use information about your business to automatically choose a category for you.

[Select your own category](#)

Rules · Required

This custom conversion must meet all of these rules:

URL contains Success page url nuoroda

Enter a conversion value ⓘ

To comply with our policies and help protect your users' privacy, don't share data that includes or is based on, directly or otherwise, health information, financial information, consumer report information, or other categories of sensitive information when creating Custom Conversions. Visit the [Help Center](#) to learn more about prohibited information.

By continuing, you agree to the [Meta Business Tools Terms](#).

Cancel

Create

Reklamos turinys: tekstas ir vaizdo kokybė

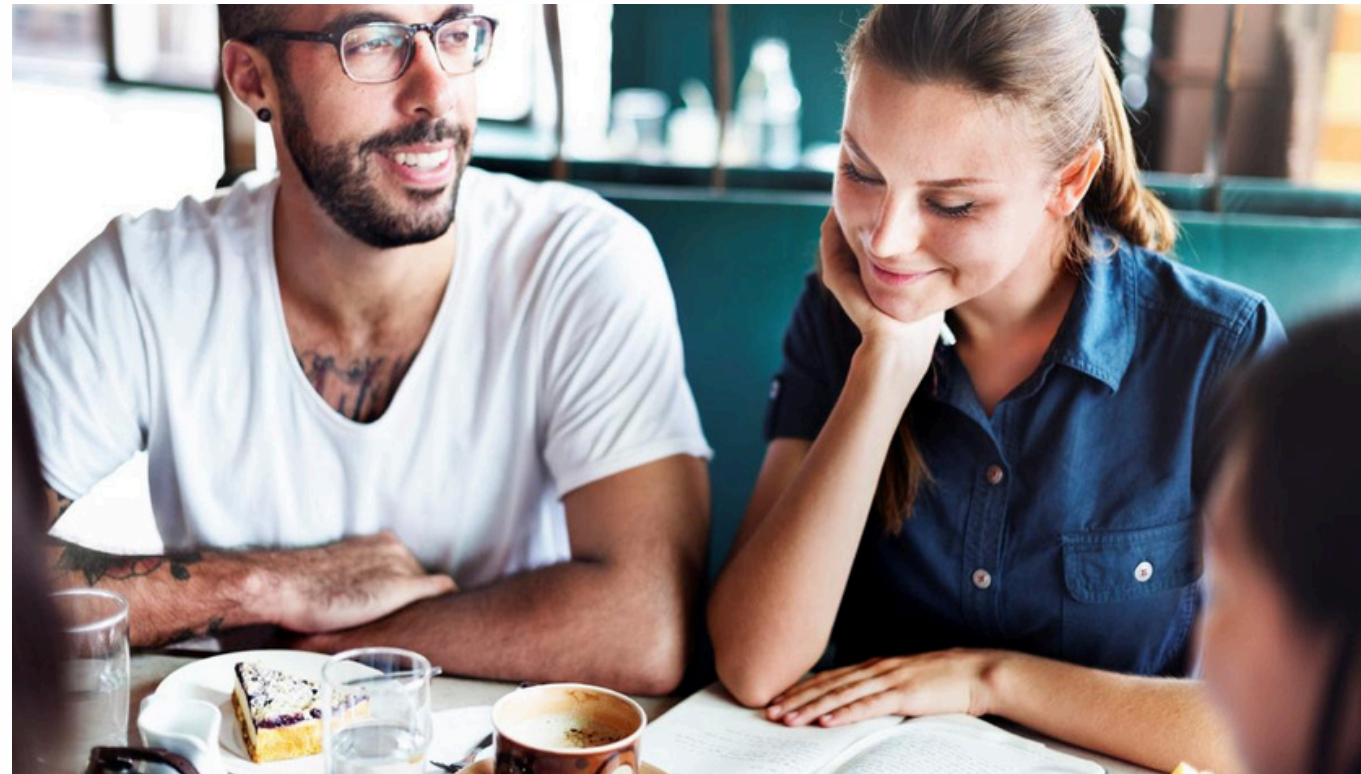
PARDUODANTIS tekstas

- Trumpas ir aiškus
- Problema ir sprendimo vieta
- Call to action

NAUDOS DUODANTIS tekstas

- Gali būti ilgas ir net labai ilgas
- Problemos įvardinimas
- Susitapatinimas
- Problemos detalizavimas
- Kas nutiks jei nespręsite
- Patarimai, problemos sprendimas

Rašykite taip, kaip kalbate



Įsivaizduokite, kad esate kavinėje, mėgaujatės sūrio pyrago gabalėliu ir kalbatės su geru draugu.

Jūs bandote jam papasakoti, ką daro Jūsų naujas kompanijos produktas. Ar sakytumėte jam taip:

“Mūsų naujoje svetainių kūrimo platformoje naudojama integruota el. prekybos platforma ir adaptuotos temos, leidžiančios vartotojams realizuoti optimalų sprendimą be jokių techninių žinių.”

Rimtai, niekas taip nekalba! Tavo draugas praras norą bendrauti!

Tai kodėl tiek daug žmonių taip RAŠO?

Perrašykite taip: Naudodamas šią svetainių kūrimo platformą, per kelias minutes gali sukurti gražias interaktyvias svetaines ir internetines parduotuves. Nereikalingos jokios programavimo žinios. **Juk skamba daug geriau?**

5 triukai, kaip įtraukti skaitytoją

1. Visada rašykite vienam asmeniui

Norite, kad skaitytojas jaustųsi taip, lyg kreipiatės į jį asmeniškai. Tada ir rašykite asmeniškai

Taigi užuot rašę: Dėkoju Jums, kad buvote įsitraukę ir atlikote testą.
Panašu, kad kalbi su minia.

Rašykite: Dėkoju Jums, kad buvote įsitraukęs ir atlikote testą.
Jaučiate skirtumą?



2. Naudokite paprastą kalbą

Jei žmonės turi iššifruoti tai, ką jūs sakote, jie neįsisavina to, ką jūs sakote

Taigi nesistenkite būti protingi, su ilgais, sudėtingais žodžiais. Ir nemanysite, kad daugiau žodžių yra geriau.

Trumpai tariant: būkite paslaugūs ir vartokite paprastus žodžius.

3. Užduokite klausimus

Klausimų pateikimas padeda skaitytojui intensyviau apdoroti tai, ką sakote. Dėl to jūsų rašymas automatiškai tampa įtikinamesnis.

VIETOJ:

„Esate kviečiami į mūsų įmonės pristatymą šeštadienį.“

BANDYTI:

„Ar šeštadienį neturite planų? Mėgstate skanius valgius ir smagią kompaniją? Prisijunkite prie mūsų įmonės pristatymo.“



4: Naudokite trumpus sakinius ir pastraipas

- Ir taip, sakinius galite pradėti žodžiais: Ir, Bet arba Nes.
- Pašalinkite dvejones ir įtaigą su tokiais žodžiais: galbūt, beveik, tikrai, labai .
- Ilgus sakinius išskaidykite į kelis.

5. Nenaudokite žodžio “SIŪLAU”

Nors visas pardavimas jau savaime yra siūlymas, tačiau skaitytojo galvoje jis sukelia atmetimo reakciją.

Keiskite šį žodį tokiais kaip:

- **rekomenduoju**
- **patariu**
- **išbandykite**
- **įsitikinkite**
- **išmėginkite**



Video prieš maketą: kas laimi reklamoje?



Taip, didžiąją dalimi video įtraukia dažniau. Kad tai įvyktų reikia:

- kalba turi prasidėti be įžangos
- geriausia iki 45 sek. ilgio
- veiksmas, greitas perspektyvos kaitaliojimas arba labai naudinga informacija



Kartais maketas veikia geriau. Tai nutinka tada, kai:

- pateikiame labai naudingą informaciją, kurią verta išsisaugoti
- duodama labai didelė nuolaida, akcija, kažkas wow ir tai aiškiai ištransliuojama

Namų darbai:

- Sukurkite Leads kampaniją: pasirinktinai Instant Forms arba Landing-Page
- Sukurkite tinkamą tekstą ir maketą arba video savo reklamai



Instagram: @virginija_mark

www.marketiste.lt

Ačiū už dėmesį!

Linkiu Jums efektyvių PARDAVIMŲ ir maksimalaus Meta Ads reklamų panaudojimo savo verslo tikslų siekimui!