

Pored opcije Boost post, a koja je bazini tip oglašavanja objava kako je pokazano na treningu/edukaciji imamo i napredno oglašavanje.

Osnovno sučelje za kreiranje Facebook oglasa zove se Ads Manager te mu se može pristupiti putemstranice www.facebook.com/advertising. U gornjem desnom uglu nalazi se ikona „Manage Your Ads“ koja vodi direktno u oglasno sučelje. Druga opcija sa vašeg profila gdje se otvara klikom prikaz:

Your Pages:

4

1

2

See More...

Business Manager:

See More...

Manage Pages

Manage Groups

Manage Ads **██████████**

Activity Log 4

News Feed Preferences

Settings

Log Out

Sučelje za Ads Manager izgleda ovako:

Ads Manager

Account

Campaigns

Pages

Reports

Audience Insights

Settings

Billing

Conversion Tracking

Power Editor

Account History

Audiences

Help Center

Advertiser Support

Search your ads

Home

All Campaigns

Create Ad

Notifications

Daily Spend?

See Billing Activity

You don't have any notifications

You didn't have any spend during the last 5 days

May 23, 2012 - February 10, 2015

Campaigns Ad Sets Ads All Except Deleted Edit Campaigns View Report View History

0 Results

Status ?	Campaign Name ?	Delivery ?	Results ?	Cost ?	Reach ?	Spent Today ?	Total Spent ?	Start Date ?
----------	-----------------	------------	-----------	--------	---------	---------------	---------------	--------------

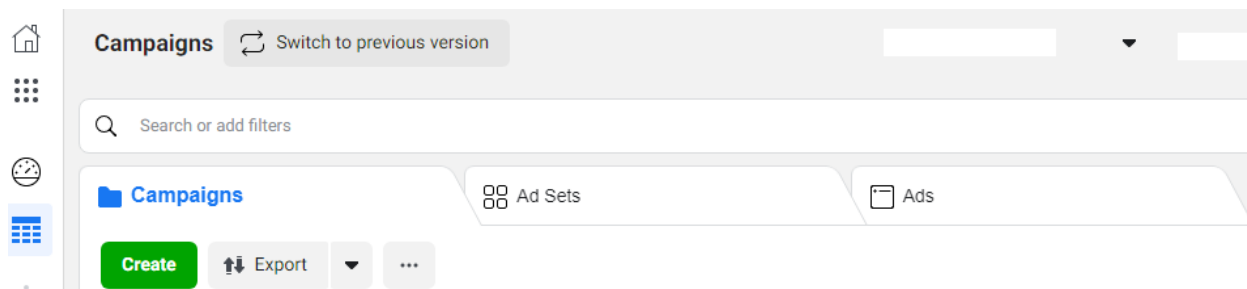
Manage Your Ads

You haven't created any campaigns. When you create a campaign and it is active then you can track its performance from here. If you haven't started advertising, then create an ad from here.

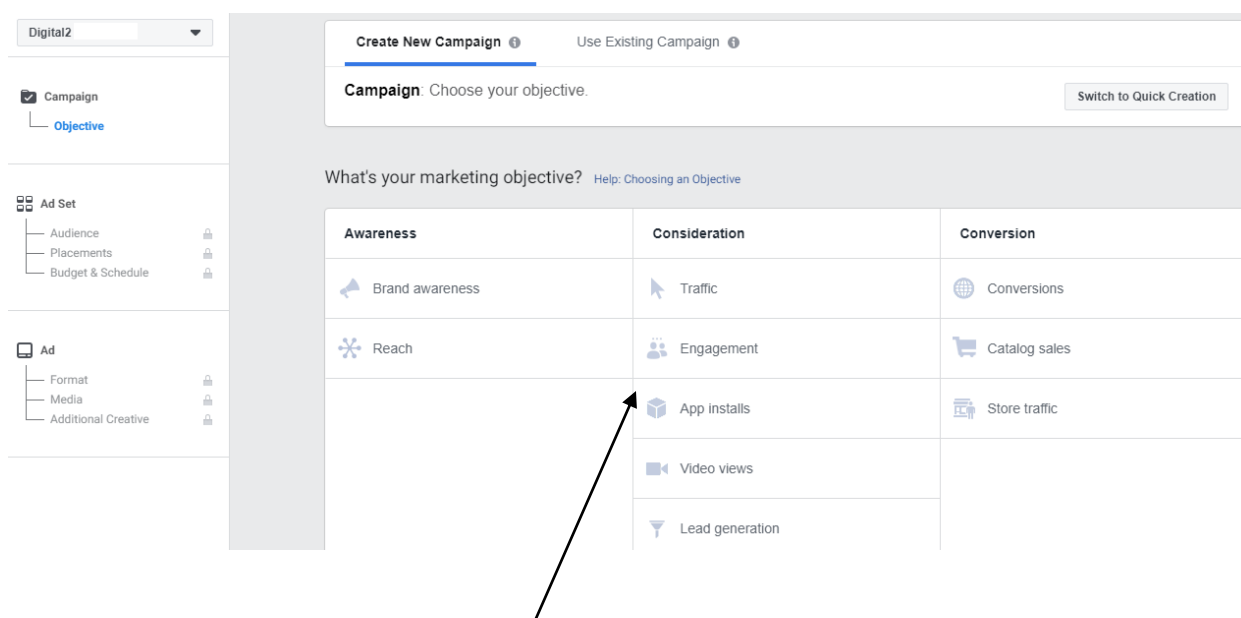
Create Ad

0 Results

Otvora se radna površina za kreiranje oglasa (Create Ad) koja nudi različite opcije. U novoj verziji za oglašavanje imate slijedeću opciju:



Klikom na Create- gdje kreirate kampanju otvara se nova površina za kreiranje oglasa.








Odabirete kampanju prema svojim potrebama.

Važno je poznavati hijerarhiju Facebook oglasa stoga ćemo je prije nastavka kreiranja oglasa objasniti:

1. Campaign – na razini kampanje definira se cilj oglasa (page like, boost post, web site conversion...). Svi oglasi koji budu kreirani u toj kampanji moraju imati isti cilj. Ako želite promovirati i Facebook stranicu i objave s Facebook stranice i web stranicu morat ćete kreirati 3 različite kampanje.
2. Ad Set – na drugoj razini je definirana ciljana skupina, budžet oglasa i pozicioniranje. Ad setovi se smještaju unutar kampanja (odnosno kampanje sadrže ad setove). Svi oglasi koji se kreiraju u jednom Ad setu ciljati će istu skupinu, imat će isti (zajednički) budžet i način plaćanja te će biti pozicionirani na istim mjestima na Facebooku.
3. Ad – svaki Facebook oglas, bez obzira u kojoj se kampanji ili Ad setu nalazio, može imati svoju sliku i tekst.

Dakle, na razini oglasa kreira se kreativni dio oglasa, oni se smještaju u Ad setove na razini kojih definiramo ciljanu skupinu, budžet i pozicioniranje, a ad setovi se nalaze unutar kampanja koje imaju isti cilj. Na primjer: 6 oglasa (s različitim slikama i tekstovima u opisu) za privlačenje fanova na Facebook stranicu nalaze se u Ad setu kojem su ciljana skupina osobe ženskog spola, starosti od 18 do 30 godina, a oglasi se prikazuju samo u Facebook News Feedu. S obzirom na to da je oglašima cilj privlačenje novih fanova na samom početku smo definirali da se radi o Page like kampanji.

Klikom na opciju npr. Engagement otvara se slijedeće

Consideration
 Traffic
<input checked="" type="checkbox"/> Engagement
 App installs
 Video views
 Lead generation
 Messages



Engagement

Get more people to see and engage with your post or Page. Engagement can include comments, shares, likes, event responses and offer claims.

Post engagement

Page likes

Event responses

Campaign Name

[Create Name Template](#)

Engagement

Create Split Test ⁱ

A/B test your creative, placement, audience, and delivery optimization strategies. [Learn More](#)

OFF

Campaign Budget Optimization ⁱ

Optimize your budget across your ad sets.

OFF

[Continue](#)

Možete odabrati promociju objave, generisanje novih lajkova za stranici ili privlačenje osoba na događaj koji organizirate.

Kada odresite kampaju i unesete sve podatke otvara se opcija za oglase.

Odabirom opcije npr. Promote your page kreiraju se klasični Facebook oglasi namijenjeni privlačenju novih fanova na Facebook stranicu. Nakon odabira Facebook stranice na koju će voditi oglasi definira se ciljana skupina i opcije plaćanja oglasa.

Slika je ključna za uspjeh oglasa, stoga je za odabir iste potrebno odvojiti vremena. Facebook nudi mogućnost kreiranja do 6 oglasa istovremeno koji će imati isti tekst, a različite slike preporučenih dimenzija 1200 x 444 piksela. Navedene dimenzije su idealne za prikazivanje oglasa u News Feedu, dok će Facebookov algoritam automatski prilagoditi slike za mobilnu platformu i desnu oglasnu traku.

Select the images you want to use

Help: Selecting Images



Add up to 6 images. You can upload new images, use images from your library or search for free, professional images from Shutterstock.



Upload

Browse Library

Search

Reposition

Creating Multiple Ads

Each image you add will create a different ad in your ad set. After your campaign starts, you can monitor how audiences respond to the different images.

Recommended Image Size

1200 x 444 pixels

If you want to learn more about different ad formats and sizes then visit the [Ads Product Guide](#).

Campaign Budget Optimization

Optimize your budget across your ad sets.

OFF

Continue

Close

Kreiranjem više oglasa odjednom skratit ćete sebi posao jer je svakako potrebno da kreirate više oglasa s istim ciljem kako bi Facebook filtrirao najučinkovitije oglase koji će s vremenom, kako se budu prikazivali, postati i najjeftiniji. Kod odabira slike je ključno da ona bude tematski „vezana“ za oglas te vizualno primamljiva kako bi privukla pažnju korisnika. Naslov oglasa sadrži najviše 25 znakova i moguće ga je mijenjati.

What text and links do you want to use?

Help: Editing Ads

Text

42

Hide Advanced Options

Headline

19

Your headline will only show in right column ads

Landing View

Timeline

AD PREVIEW AND PLACEMENTS

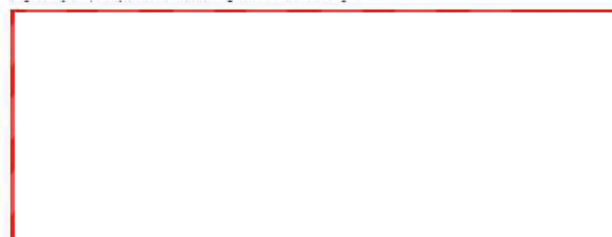
Desktop News Feed

Remove

Suggested Page



Sponsored



Company

people like this.

U opisu –Text dozvoljeno je 90 karaktera.

Destinaciju (landing stranicu) Facebook oglasa moguće je odabrati klikom na Landing View u izborniku Show Advanced Options, koji navodi bilo koji segment (Timeline, Photos, Videos ili posebni Facebook tab) na stranici. Potonji su korisni za oglašavanje jer je moguće napraviti Call to Action tab kako bi se pomoću zanimljivih informacija sažetih na jednom mjestu zadržalo korisnika, odnosno navelo ga na „lajkanje“ stranice.

Kod targetiranja ciljane skupine Facebook nudi sljedeće opcije:

- Custom Audiences – posebne skupine koje ste kreirali pomoću opcije unutar Ads Managera. Skupina se kreira odabirom opcije „Audiences“ u izborniku Ads Managera, a na raspolaganju su Custom Audience – posjetitelji neke web stranice, listu korisnika koji su instalirali određenu aplikaciju i slično, dakle moguće je targetirati korisnike koji su i ranije pokazali interes za određenu ponudu.

- Lookalike Audience kreira novu ciljanu grupu koja će biti parametarski slična nekoj prethodno kreiranoj, dok Saved Target Group kreira ciljanu skupinu prema parametrima definiranim u nastavku, a koja će se kasnije moći po želji primjenjivati na bilo koju kampanju ili oglas.

- Location – definiranje zemlje, a za neke zemlje je omogućeno i preciznije targetiranje po lokacijama ili gradovima.

- Age – definiranje dobi ciljane skupine.

- Gender – definiranje spola ciljane skupine.

- Language – određivanje govornog jezika ciljane skupine.

- Demographic – detaljnije filtriranje ciljane skupine prema statusu veze, obrazovanju, zaposlenju, etnicitetu, generaciji, roditeljstvu i ostalim životnim događajima (živi izvan rodnog grada, od nedavno u vezi/braku, od nedavno na novom poslu i slično).

- Interests – sadrži različite kategorije interesa koje je Facebook registrirao.

- Behavior – nudi opcije targetiranja prema određeni skupinama ponašanja ili aktivnosti korisnika. Na primjer aktivnosti i planovi vezani za putovanje.

- Connections – definiranje prikazivanje oglasa korisnicima ovisno jesu li fanovi stranice koja se promovira. Moguće je odabrati sve, samo fanove stranice, samo korisnike koji nisu fanovi stranice, dok je u naprednim postavkama targetiranja moguće uključiti ili isključiti korisnike koji su fanovi neke stranice, te uključiti korisnike čiji su Facebook prijatelji fanovi određene stranice.

Who do you want your ads to reach? Help: Choose Your Audience

Custom Audiences ⓘ | [Browse](#)

[Create New Custom Audience...](#)

Locations ⓘ

Age ⓘ -

Gender ⓘ All Men Women

Languages ⓘ

Interests ⓘ | [Suggestions](#) | [Browse](#)

Behaviors ⓘ | [Browse](#)

Connections ⓘ

All

Only people connected to

Only people not connected to

Audience Definition

Audience Details:

- Location:
 -
- Connections:
 - Exclude people who like.
- Age:
 - 18 - 65+

Potential Reach: 1,680,000 people

Administrator oglasa mora pratiti šta dobiva za uloženi novac, prateći sve podatke oglasa kao što su: cijena likea na stranicu, cijena klika na oglas, koliko će korisnika potencijalno vidjeti oglas, koliko je korisnika kliknulo na oglas, kolika je prosječna cijena klika na oglas ili likea stranice. Prilikom kreiranja oglasa, ponuđene su opcije određivanja budžeta na razini Ad seta. Budžet se može definirati na dnevnoj bazi (Per day) ili za čitavo vrijeme oglašavanja Ad Seta (Lifetime Budget) gdje je moguće odrediti točan datum i sat početka i završetka oglašavanja uz izračun utrošenih novčanih sredstava. Sve podešene opcije se mogu naknadno izmijeniti.

How much do you want to spend? Help: Budgeting & Pricing

Budget ⓘ

Schedule ⓘ Run my ad set continuously starting today

Set a start and end date

Optimize For ⓘ

Pricing ⓘ Your bid will be optimized to get more Page likes. You'll be charged each time your ad is served.

Get the most likes at the best price - You will be charged for impressions

Set the amount a Page like is worth to you

[Hide Advanced Options](#)

Ad Set Name ⓘ

Estimated Daily Reach

3,900 - 10,000 people

0 of 1,200,000 ⓘ

This is only an estimate. Numbers shown are based on the average performance of ads targeted to your selected audience.

Optimize for nudi opcije optimizacije naplaćivanja oglasa po cilju kampanje (Page Likes, Post Engagements, ...), gdje je režim naplaćivanja po prikazu oglasa korisnicima iz ciljane skupine za koje je

najvjerojatnije da će ispuniti cilj kampanje. Ovo je opcija koju je najčešće preporučljivo odabrati. Druga opcija je naplaćivanje po prikazu (Impressions ili CPM) što podrazumijeva plaćanje za hiljadu prikaza oglasa I treća opcija je plaćanje po kliku (Clicks ili CPC) podrazumijeva plaćanje po kliku korisnika na oglas). Pricing ili naplaćivanje može biti postavljeno na automatsko, kada Facebook automatski optimizira naplaćivanje u okviru zadanog budžeta ili ručno kada korisnik sam zadaje cijenu. Ako je cijena niska, a oglas nije viralan, teško će se početi prikazivati ili će imati veoma mali doseg. Međutim, ako je oglas viralan i ostvaruje dosta klikova, njegova cijena može biti i 0.01\$ po kliku.

Nakon što ste definirali kreativni dio oglasa, pozicioniranje, ciljanu skupinu i budžet, možete kliknuti „Place order“ na dnu sučelja. Ako prvi put kreirate oglas, Facebook će vas tražiti da definirate način naplaćivanja oglasa (Add Payment Method) koji se kreiraju na vašem računu. Kada ste kreirali prvu oglasnu kampanju potrebno je odabrati način plaćanja (Add Payment Method). Za Hrvatsku su ponuđeni načini plaćanja putem odabranih kartica ili putem PayPal računa, ako ga korisnik posjeduje. Facebook naplaćuje oglase kada dođe do određene potrošnje. Važno je da se novac nalazi na računu onog trenutka kada oglasi stignu na naplatu. Ako na računu nema raspoloživog novca, kampanja će biti obustavljena dok se Facebook ne naplati.

Add Payment Method

Add a new payment method to your Facebook Ads account · [Terms Apply](#)

Credit or Debit Card

VISA

MasterCard

Discover

PayPal

PayPal

Facebook Ad Coupon

Cancel

Continue