

AUDIT

REKLAMY NA FACEBOOKU



ZJISTĚTE, KDE
MÁTE SLABÁ
MÍSTA PŘI
POUŽITÍ
REKLAMY NA
FACEBOOKU

Dobrý den auditoři,

dostává se vám do rukou checklist pro odhalení vašich slabých míst při použití reklamy na Facebooku.

Možná máte vše v pořádku a díky tomuto checklistu si jen potvrdíte, že jdete správným směrem. V opačném případě nezoufejte - chybami se člověk učí. Důležité je se z těchto chyb poučit a více je neopakovat.

Díky tomuto checklistu také zjistíte, na co není rozhodně dobré zapomenout před spuštěním reklam na Facebooku. Vše máte přehledně a na jednom místě. Nejde přímo o návod, jak tyto věci řešit, ale díky správným otázkám se můžete dostat ke správným odpovědím.

Vydělávejte díky reklamě na Facebooku



Michal Kolář
Specialista na reklamu
na Facebooku



Základy



Přistupuji k reklamě na Facebooku jako k investici?

Mám aktivní reklamní účet na Facebooku?

Mám u tohoto účtu vyplněny správné fakturační údaje?

Mám aktivní platební způsob pro můj reklamní účet?

Mám na webu zaveden Facebook pixel?

Mám pro měření návštěvnosti a výkonu reklam aktivní další měřicí nástroj mimo samotný Facebook?



Přípravná fáze



Mám jasně definovaný cíl, kterého chci pomocí reklamy na Facebooku dosáhnout?

Znám možnosti reklamy na Facebooku - co se zobrazování a formátu týče?

Mám vybraný přesný účel/typ reklamy pro splnění mého cíle?

Mám připravený obsah, který mohu použít k promování pomocí reklamy?

Mám připraveny vlastní okruhy uživatelů jak z vlastní databáze, tak z návštěvnosti na webu?

Mám určené obecné zájmy pro cílení reklam definující moji cílovou skupinu?





Mám připraven vlastní okruh uživatelů z cílové stránky pro vyloučení?

Mám zavedeny konverze pro vyhodnocení reklamy, a to jak na Facebooku, tak v externím měřicím nástroji?

Určil jsem si mezní hodnoty pro maximální cenu za proklik/získání kontaktu, abych věděl, zda vydělávám?

Stanovil jsem si výši vstupní investice?

Mám připraveny minimálně dvě varianty textů do reklam?

Mám připraveny minimálně dvě varianty kreativ do reklam?





Mám připraveny minimálně dvě cílové skupiny pro testování?

Mám připravenou strategii, kdy a komu zobrazuji jakou reklamu?



Realizační fáze



Spouštím vždy reklamní kampaň, která má minimálně dvě reklamní sady a v každé sadě minimálně 2 reklamy?

Volím u okruhů uživatelů do 5 000 optimalizaci na zobrazení?

Volím u okruhů uživatelů do 50 000 optimalizaci na proklik?

Volím u okruhů uživatelů nad 50 000 optimalizaci na konverze?

Vylučuji okruhy uživatelů, které jsem použil v jiných kampaních, které běží v jednu dobu?





Nastavuji cílení na mobilní zařízení/desktop do zvláštních sad?

Nastavuji různé formáty reklamy?

Používám reklamy s jedním a více obrázky?

Používám v reklamách video?

Používám speciální formáty reklamy jako **canvas** a **leadgen**?

Využívám v reklamách možnost zobrazení **call to action** tlačítka?

Používám v textu reklam otázku pro upoutání pozornosti?





Používám v textu reklam příslib pro nástin obsahu za reklamou?

Používám v kreativách poutavé obrázky, které dokáží přitáhnout pozornost?

Používám kontrastní barvy v kreativě?

Vyvarovávám se barev Facebooku - modré a bílé - pokud v tom nemám vyloženě záměr?

Připravuji si kreativitu do reklam v online nástroji **canva.com**, nebo podobném nástroji?

Používám v obrázcích přiměřené množství textu?



Optimalizační fáze



Sleduji výkon reklam na denní/týdenní bázi?

Vyhodnocuji, která reklamní kampaň/sada/
/reklama má nejlepší výsledky směrem k
mezním hodnotám?

Obměňuji výkonově slabší kampaně/sady/
/reklamy novými?

Přesouvám investici od výkonově slabých
reklamních sad k těm výkonnějším?

Navyšuji budget maximálně o 50 %?



SUMARIZACE

Jakou částku musím investovat pro získání jednoho návštěvníka na web?

Kč

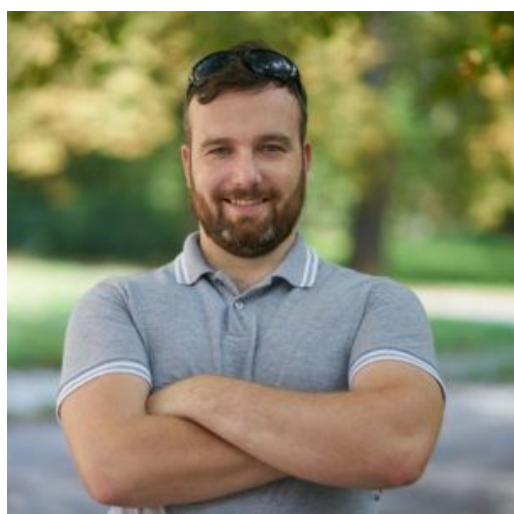
Jakou částku musím investovat pro získání jednoho kontaktu do databáze?

Kč

Jakou částku musím investovat pro získání jedné objednávky?

Kč

Vydělávám díky použití placené reklamy na Facebooku?



Michal Kolář
Specialista na reklamu
na Facebooku

