

## Studiul individual N2

la unitatea de curs ***Promovarea produselor software***

### **Tema: Publicitatea pe rețele de socializare (Facebook)-formă de promovare online**

#### **Obiectivul/obiective vizate:**

- Vei fi capabil să realizezi o promovare pe rețele de socializare a unui produs software/serviciu IT.

**Tipul activității:** Campanie publicitară.

**Sugestii:** elevii vor lucra individual folosind această fișă și calculatorul, surse bibliografice diverse, internetul etc.

#### **Sarcinile de lucru:**

Folosind ca surse bibliografice suportul de curs plasat pe Moodle2, internetul, alte cărți sau publicații privind forme de promovare online, vi se cere să îndepliniți următoarele cerințe (puteți realiza o promovare pe una din rețele de socializare: *Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Odnoklassniki.ru, etc*):

#### **1) Creează contul de reclame / Intră în contul pentru crearea reclamelor**

Primul pas pentru a face publicitate pe Facebook este să intri în contul din care poți crea reclame. Pe profilul personal, în dreapta sus, click pe acea săgeată cu vârful în jos, apoi dă click pe opțiunea *Creează reclame* pentru a intra în secțiunea de *Administrare reclame (Ads Manager)*.

#### **2) Alege scopul reclamei tale**

Următorul pas este să alegem ce vrem să obținem prin reclama noastră. Vrem să creștem numărul de like-uri al paginii, să creștem numărul de vizualizări al unui video, să creăm o reclamă care duce pe un site etc. În secțiunea *Administrare reclame (Ads Manager)*, după ce am dat click pe *Creează reclame*, găsim toate acele obiective. Aici avem de ales între o mulțime de opțiuni. Reclama va arăta diferit în funcție de obiectivul pe care îl alegi, iar Facebook va afișa reclama ta astfel încât să îndeplinească obiectivul.

### 3) Creează contul și alege setările acestuia

După ce ai ales obiectivul, dă-i un nume contului, apoi click pe *Creează un cont de publicitate (Create ad account)*. La următorul pas, poți selecta limba, țara contului, moneda și fusul orar. **FOARTE IMPORTANT!** Mare grijă la alegerea monedei și a fusului orar. Odată ales fusul orar, nu îl poți schimba decât creând alt cont de reclame. Iar dacă rezultatele sunt raportate după ora Pacificului... nu îți vor fi prea utile.

### 4) Alege cui vrei să arăți reclama

Acum urmează partea cea mai frumoasă a publicității pe Facebook: targetarea foarte specifică. În această secțiune alegi cui vrei să fie afișată reclama. Poți alege să arăți doar persoanelor cuprinse între anumite vârste care fac parte dintr-un anumit oraș. Sau chiar mai specific de atât, doar celor care locuiesc într-o anumită zonă din oraș. De asemenea, poți alege oameni în funcție de comportamente și interese. Posibilitățile sunt **nelimitate**.

### 5) Alege bugetul și livrarea

**Bugetul total** înseamnă că suma pe care o introduci va fi împărțită pe toată perioada pe care o alegi mai jos. Dacă alegi opțiunea **buget zilnic**, suma pe care o introduci va fi folosită pe zi. Ca să afli suma totală pe care o plătești pentru campanie, va trebui să înmulțești acea sumă cu numărul de zile pentru care vrei să ruleze reclama. De exemplu, dacă ai ales să cheltui 5 lei pe zi pentru 30 de zile, vei plăti în total 150 de lei pe toată campania. Pentru a merge la ultima parte, apasă *Continuă*.

### 6) Alege imaginea și textul reclamei

Ultimul pas pentru a crea o reclamă pe Facebook este să alegi imaginea/videoclipul și textul. Ai de ales între a arăta o imagine, mai multe imagini, un videoclip sau un montaj (videoclip format din 10 imagini). Apoi, introdu pagina web unde vrei să ducă reclama și textul reclamei.

**Felicitări, ai terminat!** Ai creat prima reclamă pe Facebook. Mai sunt două lucruri foarte importante atunci când începi promovarea prin Facebook ads: instalarea Facebook Pixel și setarea măsurării conversiilor.

### **Întrebări suplimentare:**

- Poți pune un punct pe hartă și să arăți reclama doar oamenilor care se află pe o rază de câțiva km în jurul aceluiași punct?
- Poți arăta o reclamă oamenilor a căror zi de naștere se apropie?
- Poți promova o postare în rândul angajaților unei companii?