facebook

Facebook广告平台及API

朱良晓 & 李宇

2015-04-01

Facebook广告系统

https://www.facebook.com/business/

支持各种营销活动目标

选择营销活动目标	帮助：选择目标
💬 推广帖子	
👍 推广主页	
▶ 吸引更多网站访客	
🌐 增加网站的转化量	
📦 增加应用安装量	
🏷 提高应用使用率	
📍 覆盖业务周边的人群	
🗨 增加活动参与人数	
🏬 吸引用户领取优惠	
🎥 获得视频观看量	

目前支持的广告类型

**Available example ads:**

- Page Likes – Inline Fan Creative
- Page Likes – Inline Fan Creative (Large Format)
- Page Likes – Shared Page Story
- Page Likes – Creative Optional Flag (Uni)
- Page Likes – Creative Optional Flag 2
- Page Likes – Creative Optional Flag 3
- Post Engagement – Status Update Story
- Post Engagement – Photo Post Story
- Post Engagement – Link Post Story
- Post Engagement – Multi-Product Ad Post
- Event Responses – Inline RSVP Creative
- Event Responses – Event Creation Story
- Event Responses – Shared Event Story
- Website Clicks/Conversions – Standard Creative
- Website Clicks/Conversions – Standard Creative (With Page)
- Website Clicks/Conversions – Shared Link Story
- Canvas/Mobile App Installs/Engagement – Shared App Story
- Video Plays – Shared Video Story
- Invalid – Object ID Not App For Platform Context Creative
- Inline Image – Inline Fan Creative Using Image URL

- Inline Image – Inline Fan Creative Using Image Hash
- Type 1 Ad – Image URL
- Adgroup ID Preview – Creative Optional Flag
- Ad ID Preview – Event Creation Story
- Adgroup ID Preview – Event Creation Story
- Creative ID Preview – Event Creation Story
- Website Clicks/Conversions – Standard Creative With Cropping
- Website Clicks/Conversions– Standard (With Page) With Cropping
- Inline Image – Inline Fan Creative Using Image URL – With Crop
- Adgroup ID preview – With cropping
- Creative ID preview – With cropping
- Ad ID preview – With cropping2
- Adgroup ID preview – With cropping2
- Creative ID preview – With cropping2
- Creative image url crops
- Unsupported Creative Type 9 (Ad ID)
- Type 27 with post data
- Product Item ID Preview
- Retailer ID Preview

Render Previews

同一素材，跨平台的展示方式
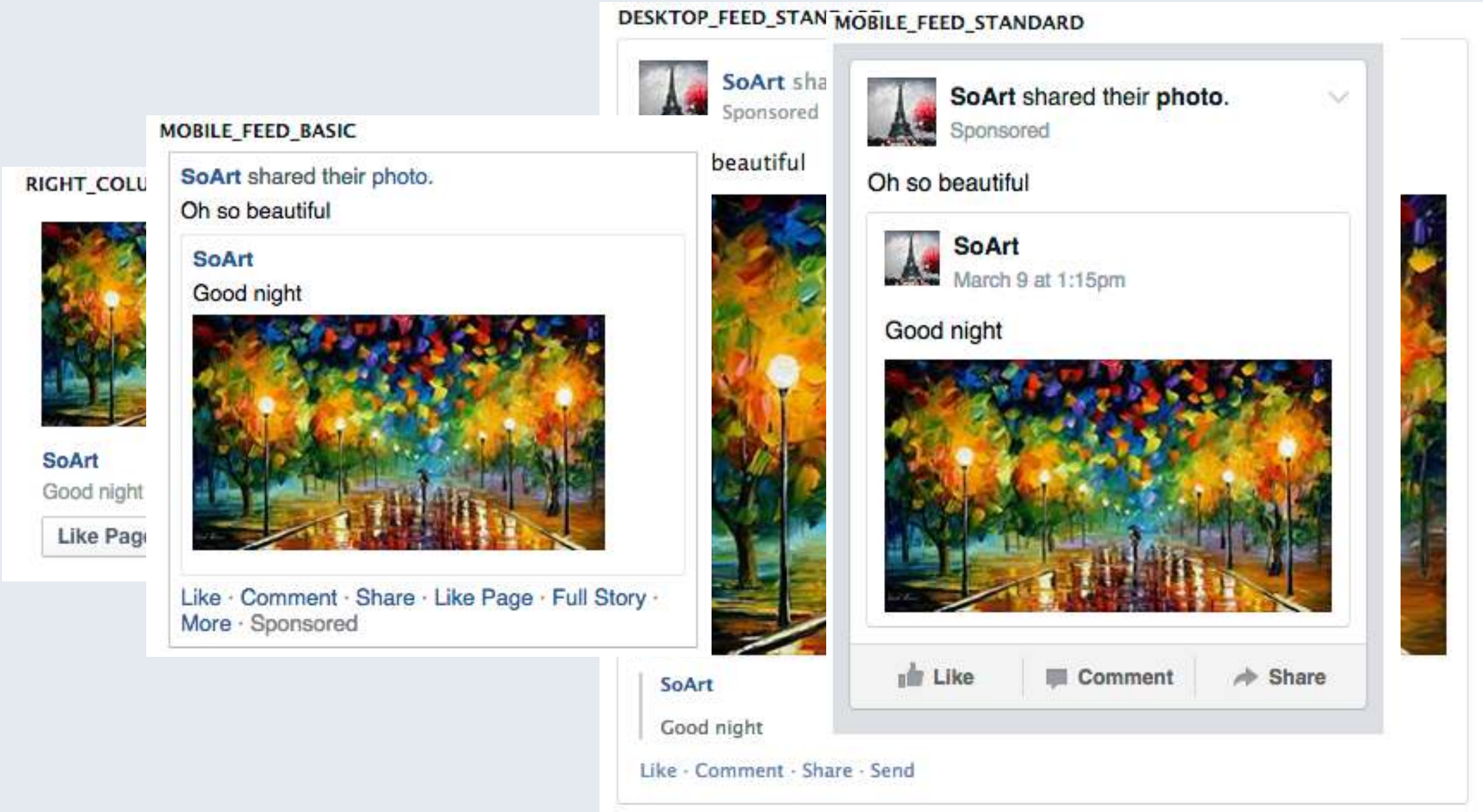
每个广告都可灵活定制

设置广告受众

帮助：选择受众

设置广告预算

帮助：预算与定价

你希望广告如何呈现?

单个图片和链接

广告一次仅显示一张图片。你可以最多上传 6 张图片进行测试，选出最适合的一张。

一个广告使用多张图片

同时显示 5 张图片，而无需多付任何费用。用户可滚动查看所有图片。详细了解

选择不同图片创建多图片广告

帮助：选择图像

添加最多6张图片。你可以上传新图片、使用图库的图片或从 Shutterstock 搜索免费的专业图片。

创建多个广告

每添加一张图片，便在广告系列中新建一个广告。营销活动开始后，你便可以监测受众对不同图片的反应。

建议的图片尺寸

1200 x 628像素

详细了解广告格式与尺寸，请查看广告产品指南。

110 x 80

广告系统的每日吞吐量

广告对象的创建和查询

- 产生数千万的写操作／天
- 产生上亿的读操作／天

广告统计数据

- 产生数亿的读操作／天

Facebook广告系统
对象模型

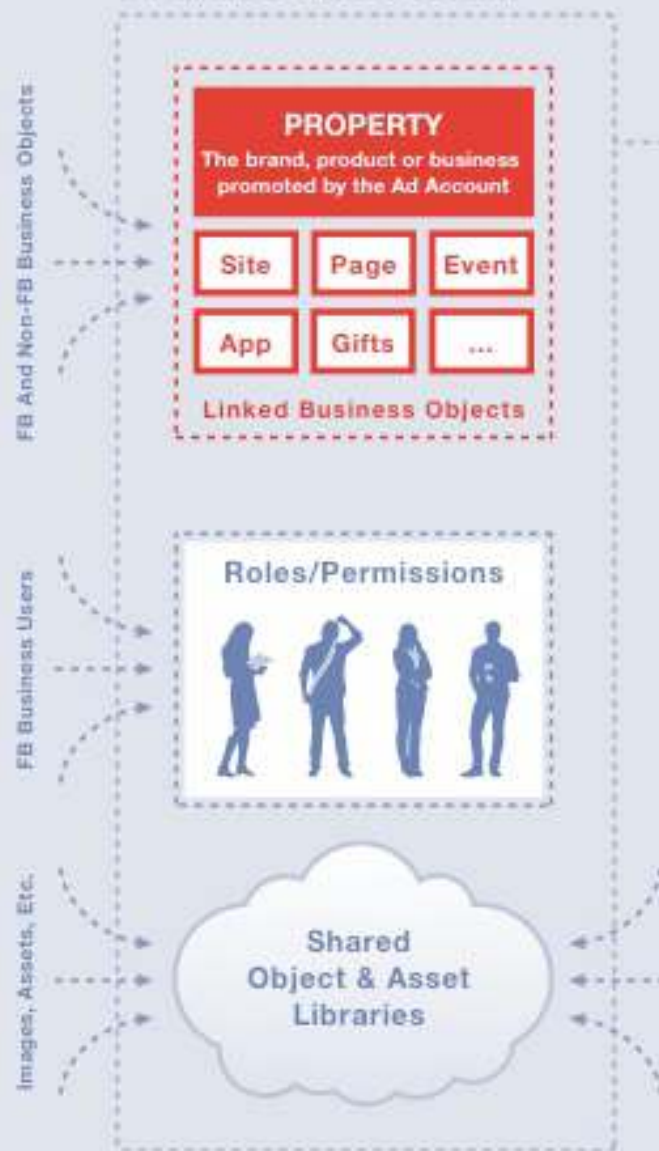# Unified Ads Experience //
Object Model Recommendation V.1.4

LAST MODIFIED: 07/31/13 - 7:55am

概 览

L5 / Business Account
> Owns/Admins Ad Accounts
> Sets Property for Ad Accounts
> Links Bus. Obj. to Ad Accounts
> Has Funding Source(s)
> Sets Roles, Permissions and Users

L4 / Ad Account
> Has ACCOUNT Spending Cap
> Has Property with linked Bus. Obj.
> Has Assigned Roles and Permissions
> Has Account Data & Reports
> Has Shared Libraries

L3 / Campaign
> Links to Business Object
> Has Objective (with single KPI)
> Has CAMPAIGN Spending Cap
> Has Budget Type (Daily or Lifetime)
> Has Campaign Duration

L2 / Ad Set
> Has single Audience
> Has single Schedule
> Can have different Ads
> Has Budget: $ Value, inherits L3 type
> Can be optimized against other Sets

L1 / Ad
> Can have Social Context
> Has Image
> Has Text
> Has URL
> Has Call-To-Action
> Can be in multiple sets
> Uses simplified formats
> Can be optimized against other Ads

ICON KEY

- **P** Property
- **B** Business Object
- **O** Objective
- Reporting
- **$** Budget (L2)
- **A $** Account Spending Cap
- **C $** Campaign Spending Cap
- **31** Campaign Duration
- Ad Set Schedule
- Audience
- Roles & Permissions
- **opt** Optimization

ELEMENTS OF AN AD ACCOUNT

PROPERTY
The brand, product or business promoted by the Ad Account

| Site | Page | Event |
| App | Gifts | ... |

Linked Business Objects

FB And Non-FB Business Objects

FB Business Users

Images, Assets, Etc.

Roles/Permissions

Shared Object & Asset Libraries

L5 Bus. Account
Acct. Creation/mgmt
Funding Source(s)
Admin & Permissions

L4 Ad Account — P A$ — opt
L4 Ad Account — P A$
L4 Ad Account — P A$

L3 Campaign — B O C $ — 31
L3 Campaign — B O C $ — 31
L3 Campaign — B O C $ — 31

L2 Ad Set — A $ — opt
L2 Ad Set — B $ — opt
L2 Ad Set — C $ — opt

L1 Ad — opt
L1 Ad — opt
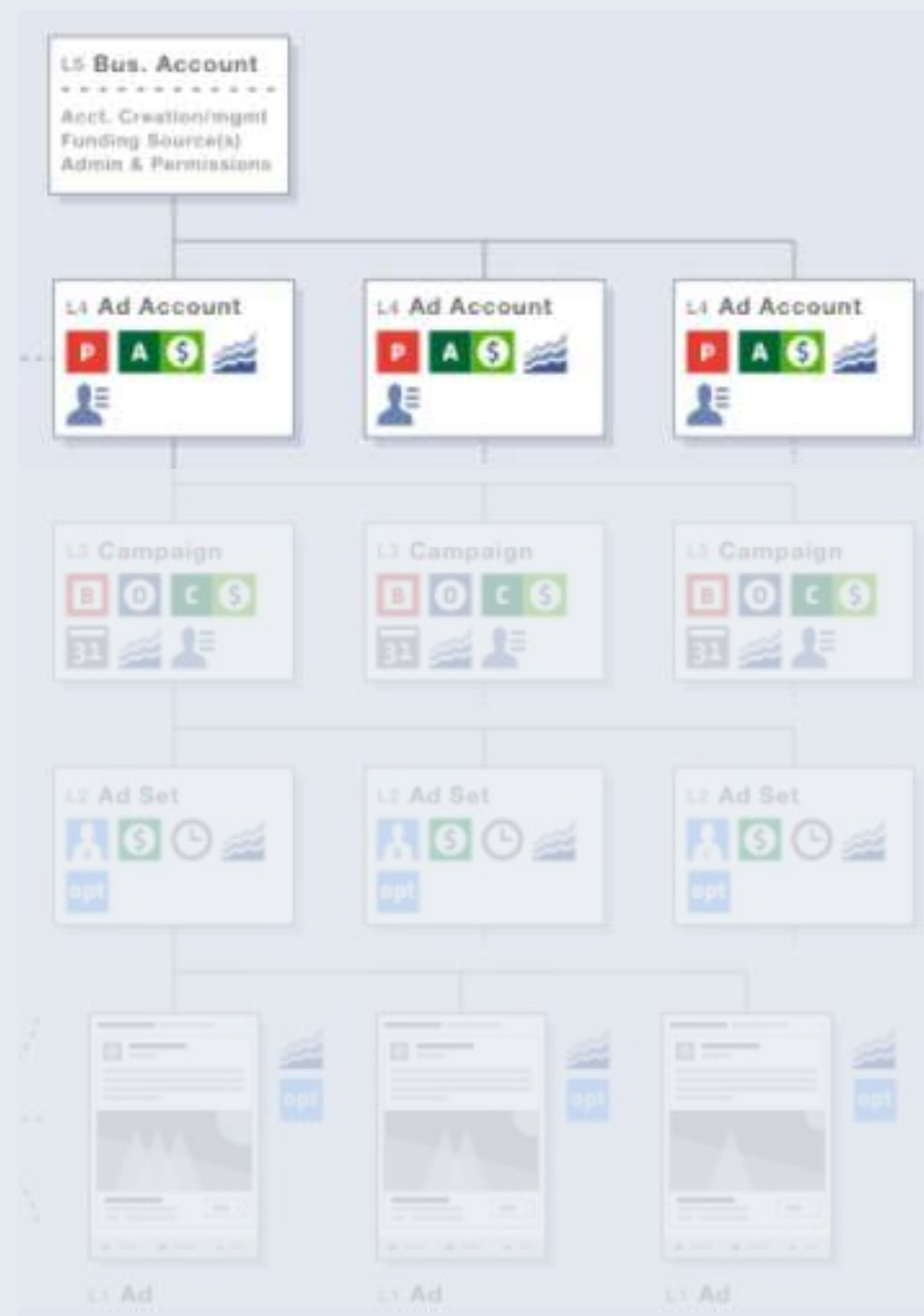**L1 Ad** — opt

商业账户（Business Account)

- 广告账户的拥有者和管理者

- 有权更改所属广告账户的属性

- 可以将商业产品关联到广告账户

- 拥有一个或多个资金源

- 对广告账户内的用户分配不同的权限和角色
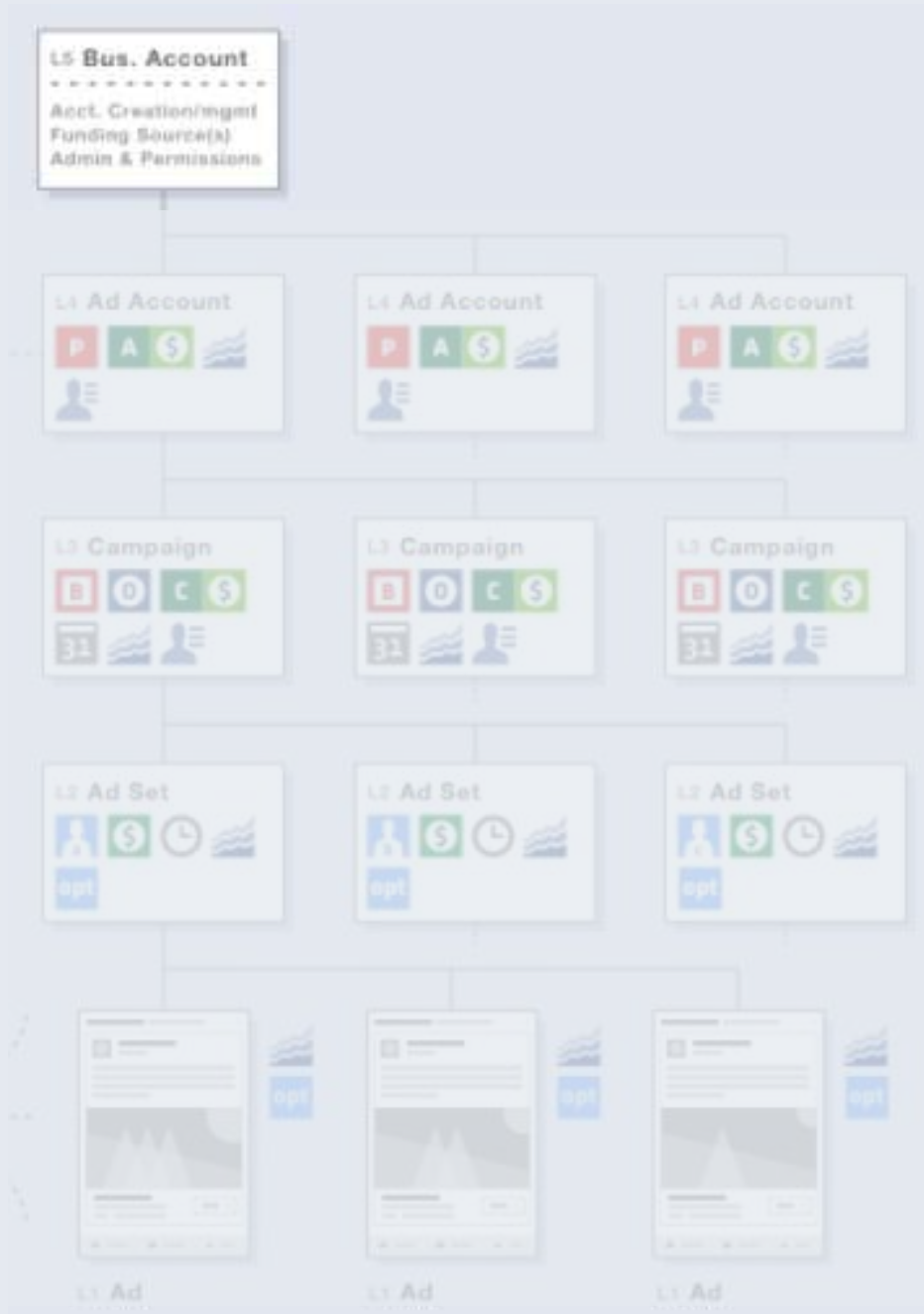
广告账户（Ad Account）

- 账户的花费上限
- 货币币种
- 时区
- 被分配的权限和角色
- 对应的资金源

营销活动（Campaign）

- 营销活动目标（Objective）
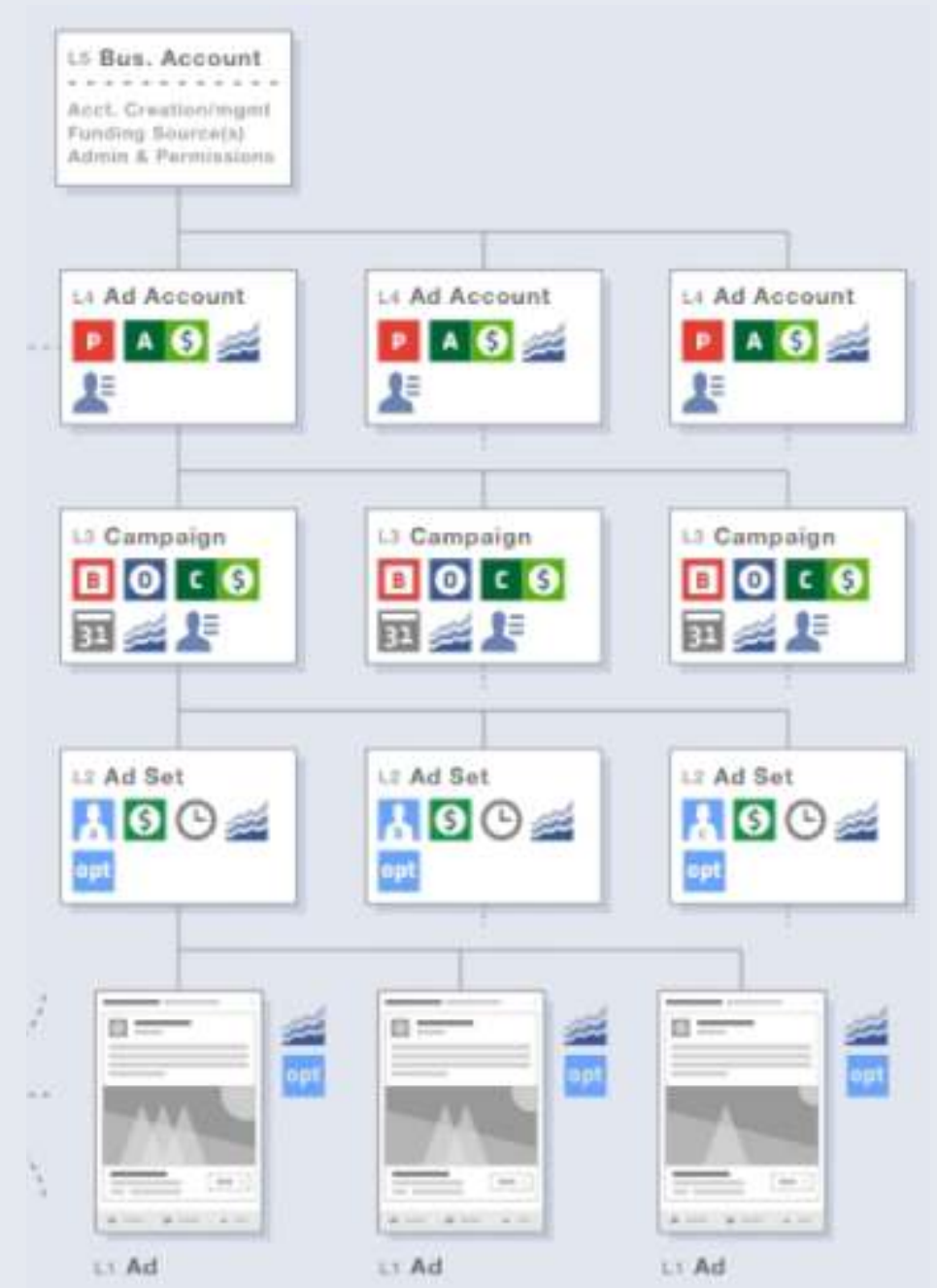- 推广对象（Promoted Object）
- 花费上限
- 购买方式（Buying Type）

广告集合（Ad Set）

- 目标受众（Targeting）
- 推广对象（Promoted Object）
- 竞拍价格（Bidding Amount）
- 竞拍方式（Bidding Type）
- 每日预算或者总预算 （Daily or Lifetime budget）
- 排程（Scheduling）

广告（Ad）

- 素材（Creative）
  - 社交背景（Social Context）
  - 图像，文字和标题
  - 行动号召（Call to action）
  - 格式（Format）
- 转化（Conversion）
- 追踪（Tracking）

广告API
Facebook Marketing API

Facebook Marketing API的意义

- Facebook的产品原则：mobile first，API first
  - 新产品会最先在API发布
  - 其次为Power Editor，最次为ads manager

Facebook Marketing APIs 现在对所有的广告开发者开放

| 默认级别	基本级别	高级别
Development Access	**Basic Access**	**Standard Access**
• 所有开发者 • 最多能同时管理5个账号，并且开发者至少是这些账号的advertiser • 每分钟对API的调用次数有很大限制	• 花费超过250美金 • 已超过1,000次API 调用 • 通过API调用的质量调查 • 最多能同时管理25个账号 • 每分钟对API的调用次数有一定限制	• 通过商业背景调查 • 对管理账号数没有限制 • 每分钟对API的调用次数基本没有限制

怎样开始使用Facebook Marketing API

- 您需要拥有
  - 广告账户（ad account）
  - Facebook APP
  - Facebook的个人账号
    - 此账号需要至少是广告账户的Advertiser角色，以及Facebook APP的Developer角色
- 从这里开始，
  https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/using-the-api
  - Facebook Marketing API是Graph API的一部分，是HTTP RESTFUL形式的API
  - Facebook目前提供PHP以及Python编程语言的API封装

立即尝试广告API

- https://developers.facebook.com/tools/explorer/
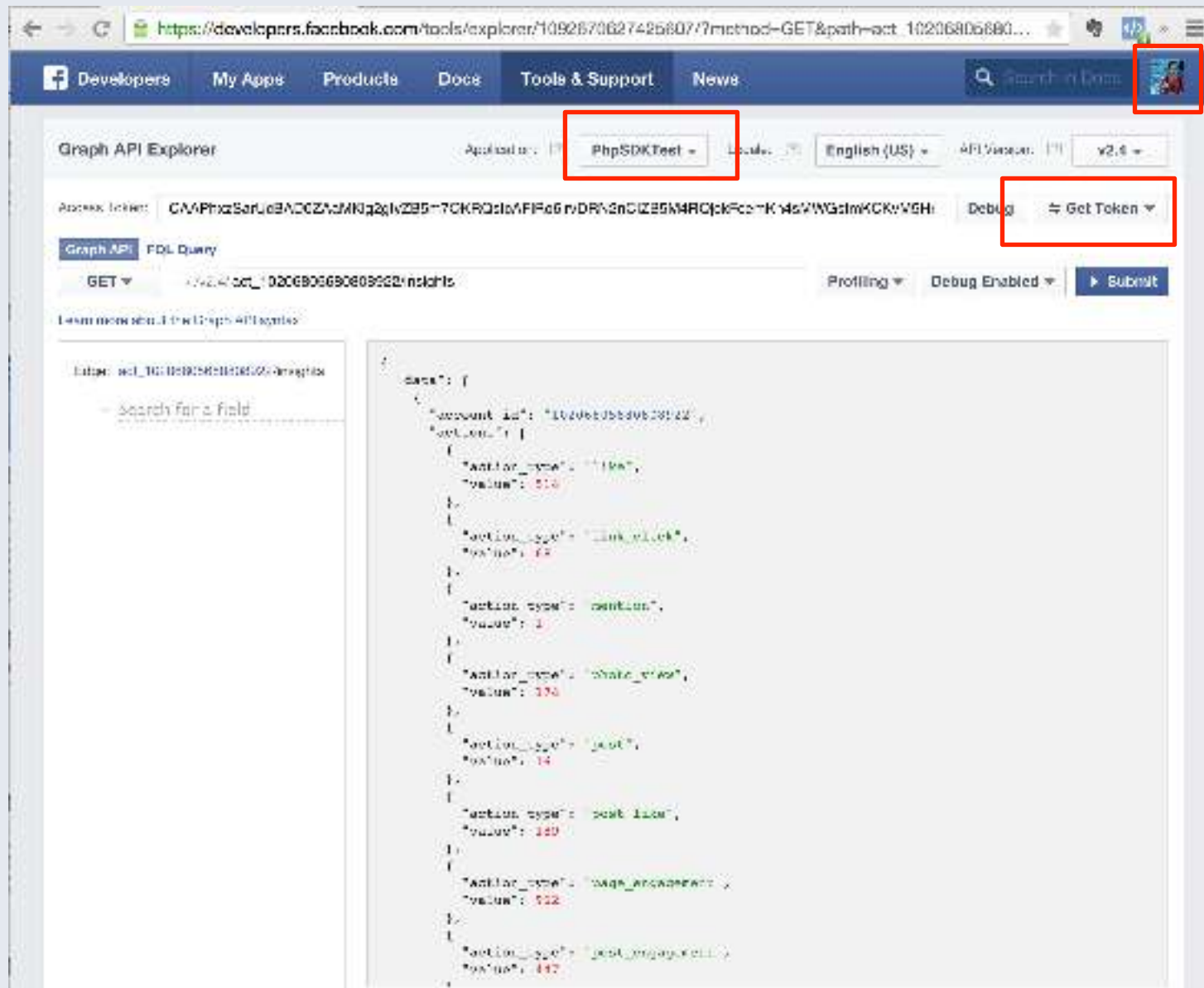
- 注意使用正确的FB账户

- 注意选择您的FB APP

- 注意Get Token时获取Ads Manage 和Ads Read权限

Facebook API的更新周期

- https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/versions

- API半年更新（4月与10月）

- 新版本发布90天后，旧版本将不在支持

- 日常更新（不变更版本）

  - 绝大部分的更新都在太平洋时间的每周二下午发布

  - 错误补丁将首先发布在 beta.graph.facebook.com. 所以在遇到问题时，可于beta上的调用端点（endpoint）相比较来监视错误

使用Facebook广告API，获得成功

- <u>为什么他们这么成功?</u>

  - 吸引人的广告和产品 (非常低的价格)

  - 低花费的广告人群

  - 充分的运用API

- <u>如何复制他们的成功?</u>

  - 充分利用自身的商业数据来做决定

    - 热门产品，搜索关键词，地域，相关产品，他们非常不同的产品类别进行排列组合

  - 自动化

    - 尽可能使用脚本完成所有广告的创建和管理。不需要人工交互和图形界面。

  - 数据驱动的广告优化

    - 根据用户现有的数据决定花费和预算

  - 采用最好的方式解决问题

    - 更好的应用app events来捕捉用户动向，oCPM bidding, 快速测试新产品

参考资源

Marketing API
- https://developers.facebook.com/docs/marketing-apis

Ads management API
- https://developers.facebook.com/docs/marketing-apis/buying-api

Ads insights API
- https://developers.facebook.com/docs/marketing-apis/insights-api

Marketing developer 群
- https://www.facebook.com/groups/pmdcommunity/

Facebook bug 报告工具
- https://developers.facebook.com/bugs

facebook