

**Програма воркшопу**

**«Таргетована реклама в Facebook і Instagram»**

|  |  |
| --- | --- |
| Номер блоку | Тема |
|  | **День 1 • 15:00-18:00** |
|  | **Таргетована реклама як інструмент комунікації**  Коротке знайомство і організаційні моменти Дані по використанню соцмереж в Україні та світі, а також їх можливості Принципи таргетованої реклами в соціальних мережах На які дані орієнтується система Принципи аукціону в Facebook |
|  | Перерва • 15 хвилин |
|  | **Facebook bussines manager і основні моменти роботи в рекламному кабінеті**  Побудова правильної структурованої архітектури аккаунта Моделі атрибуції Методи і способи оплати Надання доступів в рекламний аккаунт і bussines manager |
|  | **День 2 • 15:00-18:00** |
|  | **Блок з передачі цільових дій користувачів в рекламний аккаунт**  Піксель Facebook - навіщо потрібен і як встановити Google Tag Manager - принципи роботи, установка пікселя і кодів конверсій за допомогою GTM Налаштування індивідуально налаштованих конверсій Налаштування автоматичної передачі подій |
|  | Перерва • 15 хвилин |
| 4. | **Блок по роботі з аудиторіями в рекламному кабінеті**  Що таке аудиторії в Facebook і які вони бувають Налаштування збереженої, індивідуалізованих і схожих аудиторій в Facebook |
|  | **День 3 • 10:00-13:00** |
| 5. | **Практичний блок зі створення та аналізу рекламних кампаній**  Цілі кампаній - що це і навіщо потрібно Яку мету варто вибрати Вибираємо правильні настройки на рівні Групи Оголошень - плейсмент, аудиторії, оптимізація Формати оголошень Як зробити гарне оголошення для таргетованої реклами |
|  | Перерва • 15 хвилин |
|  | Створення оголошень Оптимізація і аналіз рекламних кампаній - метрики, розбивки Підведення підсумків та відповіді на питання |