

**Программа воркшопа**

**«Таргетированная реклама в Facebook и Instagram»**

|  |  |
| --- | --- |
| Номер блока | Тема |
|  | **День 1 • 15:00-18:00** |
|  | **Таргетированная реклама как инструмент коммуникации**  Краткое знакомство и организационные моменты  Данные по использованию соцсетей в Украине и мире, а также их возможности  Принципы таргетированной рекламы в соцсетях  На какие данные ориентируется система  Принципы аукциона в Facebook |
|  | Перерыв • 15 минут |
|  | Facebook bussines manager и основные моменты работы в рекламном кабинете Построение правильной структурированной архитектуры аккаунта  Модели атрибуции  Методы и способы оплаты  Предоставление доступов в рекламный аккаунт и bussines manager |
|  | **День 2 • 15:00-18:00** |
|  | **Блок по передаче целевых действий пользователей в рекламный аккаунт**  Пиксель Facebook - зачем нужен и как установить  Google Tag Manager - принципы работы, установка пикселя и кодов конверсий с помощью GTM  Настройка индивидуально настроенных конверсий  Настройка автоматической передачи событий |
|  | Перерыв • 15 минут |
|  | **Блок по работе с аудиториями в рекламном кабинете**  Что такое аудитории в Facebook и какие они бывают  Настройка сохраненной, индивидуализированных и похожих аудиторий в Facebook |
|  | **День 3 • 10:00-13:00** |
|  | Практический блок по созданию и анализу рекламных кампаний Цели кампаний - что это и зачем нужно  Какую цель стоит выбрать  Выбираем правильные настройки на уровне Группы Объявлений - плейсменты, аудитории, оптимизация  Форматы объявлений  Как сделать хорошее объявление для таргетированной рекламы |
|  | Перерыв • 15 минут |
|  | Создание объявлений  Оптимизация и анализ рекламных кампаний - метрики, разбивки  Подведение итогов и ответы на вопросы |