

F3

Vysoká škola
ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

Retargeting na Facebooku

Jan Mareš

fph.vse.cz



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Co je retargeting

- Technologie založená na *cookies*
- Za účelem anonymně sledovat publikum na internetu
- Když někdo navštíví webové stránky, na jejich počítač se umístí kód (někdy označovaný jako *cookie* nebo *pixel*)
- Když tento návštěvník opustí naše webové stránky, můžeme jim stále nabízet naše reklamy (na Facebooku / Google Ads / atd.)

Proč je retargeting efektivní

- Zaměřujeme svou reklamu na lidi, kteří
 - Jsou již seznámeni s naší značkou
 - Již projevili zájem o náš produkt či webový obsah

- Retargeting znamená vyšší **ROI**

Proč je retargeting efektivní

- Můžeme využít
 - Aktuální organickou návštěvnost, kterou web dostává
 - Aktuální placenou návštěvnost, kterou web dostává
 - Maximalizace budoucí organické návštěvnosti webu
 - Maximalizace budoucí placené návštěvnosti webu

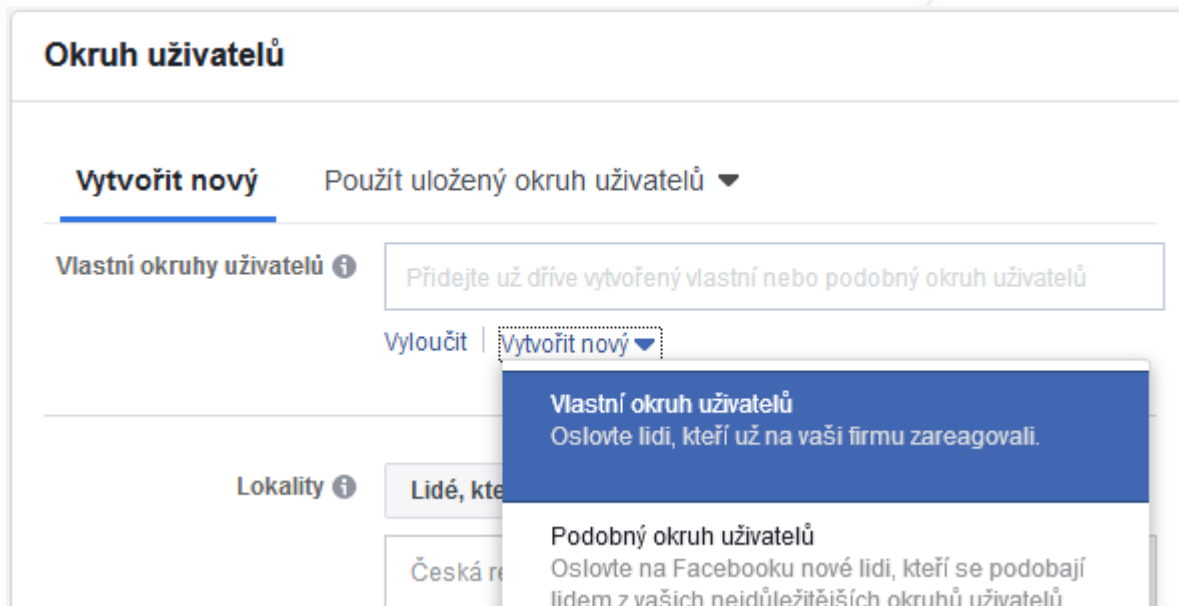
Facebook WCA

- Facebook WCA = Facebook **Website Custom Audiences**
- Jedná se o funkci reklamy na Facebooku, která nám umožňuje zobrazovat reklamy jednotlivcům, kteří již dříve navštívili naše webové stránky
- To lze ještě dále specifikovat na základě:
 - Lidi, kteří navštívili určité podstránky webové stránky
 - Lidé, kteří navštívili určité podstránky s klíčovým slovem v adrese URL
 - Lidi, kteří navštívili nějakou konkrétní stránku webu, ale ne jinou

Vytváříme měřící pixel

- Musíme vytvořit kód, který bude sledovat naše požadované publikum
- Přejděte na Správce reklam -> Kampaň a vyberte možnost Publikum
- Poté klikněte na Vytvořit nový a Vlastní okruh uživatelů

Zdroj: autor



Okruh uživatelů

Vytvořit nový Použít uložený okruh uživatelů ▼

Vlastní okruhy uživatelů ⓘ Přidejte už dříve vytvořený vlastní nebo podobný okruh uživatelů

Vyloučit | **Vytvořit nový** ▼

Vlastní okruh uživatelů
Oslovte lidi, kteří už na vaši firmu zareagovali.

Podobný okruh uživatelů
Oslovte na Facebooku nové lidi, kteří se podobají lidem z vašich nejdůležitějších okruhů uživatelů

Lokality ⓘ Lidé, kte

Česká re

Zdroj: autor

Vytváříme měřicí pixel

- Vygenerovaný kód musí být vložen na vaše webové stránky
- Mezi tagy `<head>` a `</head>` na každé stránce webu

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '605229329944639');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

Zdroj: autor

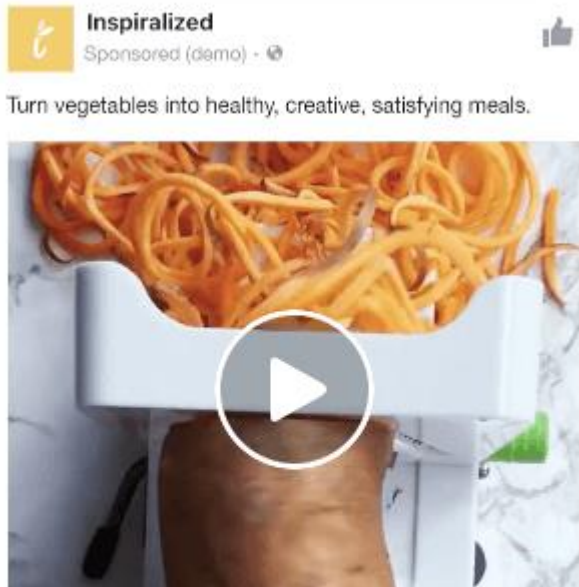
Vytvoření perfektní reklamy

- Hlavní komponenty úspěšné reklamy jsou:
 - Titulek
 - Obrázek
 - Textace reklamy
 - Výzva k akci

Vytvoření perfektní reklamy

- **Titulek** by měl obsahovat vaši značku a / nebo výzvu k akci, aby se zvýšila potenciální míra prokliku (*CTR*).
- V případě retargetingu by to mohlo být „Chybíš nám“ nebo „Získej omezenou nabídku - jen pro tebe“

Zdroj: Hubspot (n.d.)



Zdroj: hubspot.com

Vytvoření perfektní reklamy

- **Obrázek** by měl být vysoce kvalitní a dostatečně velký
- Obraz by měl být zajímavý a nezapomenutelný
- Neměl by však obsahovat mnoho detailů (pro menší rozlišení a mobilní zařízení)

Zdroj: Hubspot (n.d.)



Original Coast Clothing

Stylish new looks straight from the coast. Get ready for summer styles at great prices. Visit our website for more info.

FACEBOOK.COM/ORIGINAL-COAST

Zdroj: hubspot.com

Vytvoření perfektní reklamy

- Zdroje pro stažení fotografií pro komerční využití:
- <https://pixabay.com>
- <https://www.pexels.com>
- <http://deathtothestockphoto.com>
- <http://negativespace.co>
- <http://getrefe.tumblr.com>
- <http://www.gratisography.com>
- <http://www.lifeofpix.com>
- <http://picography.co>
- <http://unsplash.com>
- <http://magdeleine.co>

Vytvoření perfektní reklamy

- **Textace reklamy** by měla používat klíčová slova, která rezonují s cílovým trhem
- Kapitálky mohou být použita pro zvýraznění určitých slov

Infographics Online shared a link.
Just now · 🌐

infogr.am

Infographics. The easy way

100,000
Number of stress average human feel each per day

Create online charts & infographics | infogr.am
Create online charts & infographics | infogr.am
INFOGR.AM

Zdroj: Hubspot (n.d.)

Zdroj: hubspot.com

Boost Post

Vytvoření perfektní reklamy

- Výzva k akci je typicky zobrazena ve formě tlačítka




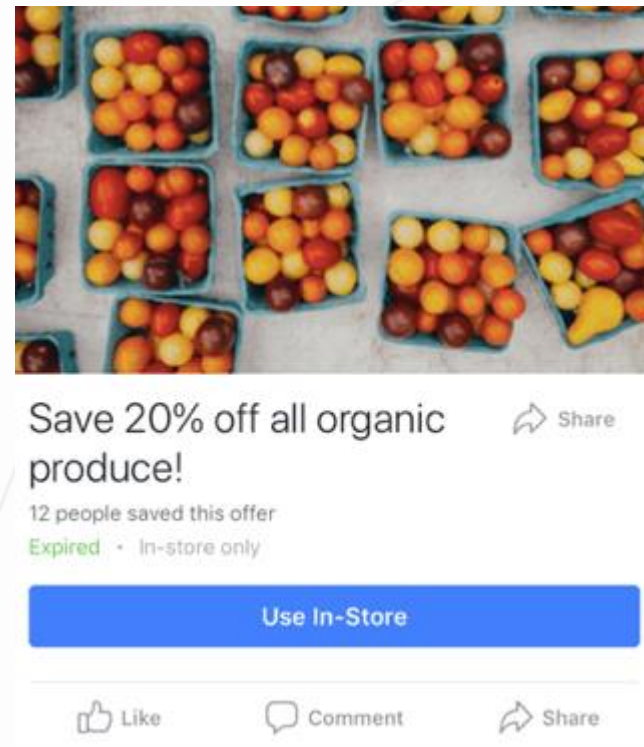
Jasper's Market
Sponsored · 🌐

Come to Jasper's for great organic food at unbeatable prices.



Jasper's Market [Get Directions](#)

Like Comment Share



Save 20% off all organic produce! [Share](#)

12 people saved this offer
Expired · In-store only

[Use In-Store](#)

Like Comment Share

Strategie retargetingu skrze blogové příspěvky

- Každý příspěvek blogu, který má být použit pro retargeting, by měl mít správný název a popis pro sociální sdílení (*meta tagy*)
- Pokud je meta tag příliš dlouhý, Facebook jej neschválí jako reklamu
- Každý blogový příspěvek na webových stránkách uvidí bývalí návštěvníci znovu a znovu
- V příspěvcích proto musíme implementovat prvky CR (konverzní poměr)

Strategie retargetingu skrze blogové příspěvky

- Reklamy na Facebooku nám umožňují cílit na publikum na základě zájmů
- Některé zájmy však bývají příliš drahé na to, aby mohly být využity pro pozitivní návratnost investic (ROI)
- Příklad: internetoví marketéři

Strategie retargetingu skrze blogové příspěvky

- Řešení - vytvoříme obecnou reklamu s širokým zacílením (ve vztahu k internetovému marketingu), které generuje co nejvíce kliknutí
- Dostáváme krátkodobé široké publikum -> později se můžeme zaměřit na dlouhodobě loajální publikum

Obvyklé chyby při retargetingu

- Chyby v nastavení retargetingu mohou způsobit ztrátu peněz
- Typická chyba - umístit sledovací pixel na webové stránky a doufat v dobré výsledky
- To znamená, že jediná informace, kterou dostaneme, je, že návštěvník přistál na našich webových stránkách
- Musíme také sledovat metriku míry odchodů ze služby Google Analytics

Obvyklé chyby při retargetingu

- Pokud je míra odchodů 80%, znamená to, že 80% návštěvníků není zajato tím, co nabízíme
- Nebo se jim nelíbí obsah
- To znamená, že potenciálně 80% reklamního rozpočtu se promrhá a výsledkem je negativní návratnost investic

Obvyklé chyby při retargetingu

- **Řešení:** Nastavte 45 vteřin čekání před označením pixelem / cookie
- To znamená, že jsou označováni pouze zájemci
- Označili jsme 20% návštěvníků, kteří se **zajímají** o náš obsah

Příklady úspěšných reklam



[GIVEAWAY] Autumn's here and we've got your new perfect shoes for your next city trips and getaways! 🍂 We're giving you the chance to win your own pair of the Rio, Balboa or Paxton, to join your autumnal adventures ...and there's not 1 winner, but 5 will be selected!

To participate:

- 🍂 Make sure you've liked our page, TTOMS
- 🍂 Take a look at our new autumn styles: <http://spr.ly/6185DC1dT...>
See more

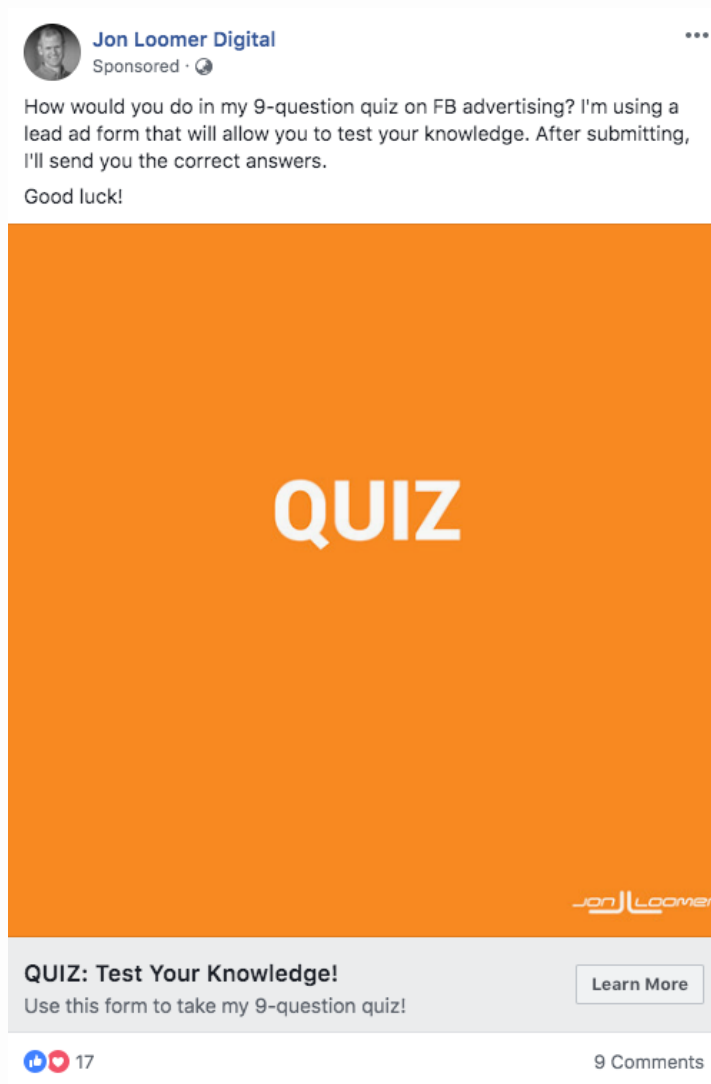


1.2K

1.3K Comments 369 shares

Zdroj: Hubspot (n.d.)

Příklady úspěšných reklam



The image shows a screenshot of a Facebook post from Jon Loomer Digital, a sponsored advertisement. The post features a large orange graphic with the word "QUIZ" in white. Below the graphic, there is a text overlay: "QUIZ: Test Your Knowledge! Use this form to take my 9-question quiz!" and a "Learn More" button. The post also shows engagement metrics: 17 likes and 9 comments.

Jon Loomer Digital
Sponsored · 🌐

How would you do in my 9-question quiz on FB advertising? I'm using a lead ad form that will allow you to test your knowledge. After submitting, I'll send you the correct answers.
Good luck!

QUIZ

QUIZ: Test Your Knowledge!
Use this form to take my 9-question quiz!

[Learn More](#)

👍❤️ 17

9 Comments

Zdroj: Hubspot (n.d.)

Q & A



Zdroje

- Grizzell, N. (2014, September 9). Website custom audiences: How to set up a facebook retargeting campaign. Agorapulse.
<https://www.agorapulse.com/blog/setting-up-website-custom-audiences-facebook-retargeting/>.
- HubSpot. (n.d.). Facebook marketing. The Ultimate Guide.
<https://www.hubspot.com/facebook-marketing>.
- What is retargeting and How does it work? Retargeter. (n.d.).
<https://retargeter.com/what-is-retargeting-and-how-does-it-work/>.
- Whitney , M. (2018). The ridiculously awesome guide to facebook remarketing. WordStream.
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2015/11/16/facebook-remarketing>.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

