

ТЕОРИЯ

Тема: Офериране във Facebook Ads

1. Същност на оферирането във Facebook Ads

– Оферирането във Facebook Ads определя начина, по който рекламодателят участва в аукциона за показване на реклами. То влияе върху цената, обхвата и ефективността на кампанията.

- Рекламен аукцион
- Конкуренция между реклами
- Влияние върху резултатите

2. Основни стратегии за офериране

– Платформата предлага различни стратегии за офериране според целите на рекламната кампания.

- Автоматично офериране
- Ръчно офериране
- Оптимизация за резултати
- Контрол на разходите

3. Оптимизация и контрол на оферирането

– Проследяването на резултатите и коригирането на стратегията за офериране водят до по-добра ефективност и по-ниска цена на резултат.

- Анализ на данни
- Корекции на оферти
- Съобразяване с бюджета
- Подобряване на резултатите

Изготвил: Цветелин Борисов

<https://forms.gle/SjUX43F9jPmmHQVv9>