Interreg Co-funded by the European Union
Central Baltic Programme
WoDiLab

META REKLĀMU REZULTĀTU IZPRATNE

Uzzini, kā orientēties Meta Ads Manager un saprast, ko Tev var pastāstīt reklāmu rezultāti.

Darbību saraksts

- [ ] **1. solis – Saprotu, kāpēc reklāmas rādītāji ir svarīgi**
  Uzzini, kā rādītāji palīdz pieņemt labākus lēmumus par reklāmām.
- [ ] **2. solis – Izpētu Meta Ads Manager**
  Iepazīsti informācijas paneli un atrodi galvenos reklāmu rādītājus.
- [ ] **3. solis – Izprotu piecus svarīgākos rādītājus iesācējām**
  Uzzini, ko katrs rādītājs mēra un kāpēc tas ir svarīgs.
- [ ] **4. solis – Stratēģiski izvērtēju reklāmas rezultātus**
  Praktizējies saprast, ko reklāmas rezultāti varētu Tev pastāstīt.
- [ ] **5. solis – Veidoju pārliecību darbā ar reklāmu datiem**
  Veido ieradumu vērot, mācīties un uzlabot.

1. solis – Saprotu, kāpēc reklāmas rādītāji ir svarīgi

Daudzas iesācējas jūtas apjukušas, pirmo reizi atverot Meta Ads Manager.

Tur bieži ir daudz skaitļu, pārskatu, grafiku un veiktspējas rādītāju.

Mērķis nav uzreiz saprast pilnīgi visu.

Mērķis ir iemācīties, kuri skaitļi ir svarīgākie un ko tie Tev var pastāstīt. Atceries — Tev nav jāsaprot katrs skaitlis. Pietiek sākt ar dažiem svarīgākajiem rādītājiem, lai pieņemtu labākus lēmumus par reklāmām.

Kāpēc, Tavuprāt, reklāmas rādītāji ir noderīgi??

☐ Tie palīdz man saprast auditorijas uzvedību

☐ Tie palīdz man izmērīt rezultātus

☐ Tie palīdz man uzlabot nākamās reklāmas

☐ Tie palīdz man efektīvāk izmantot budžetu

☐ Tie palīdz man pieņemt labākus biznesa lēmumus

☐ Cits: _____

Kurš no šiem aspektiem Tavam biznesam šobrīd būtu visnoderīgākais? Kāpēc?

_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____

2. solis – Izpētu Meta Ads Manager

Ja Tev ir piekļuve Meta Ads Manager, atver informācijas paneli un izpēti to.

Ja Tev vēl nav savu reklāmu, izmanto WoDiLab piemēru no šīs nodarbības. Mērķis ir iepazīties ar informācijas paneli, nevis iegaumēt katru detaļu.

Vai Tu vari atrast šos rādītājus?

- ☐ Sasniedzamība (Reach)
- ☐ Rādījumi (Impressions)
- ☐ Mērķlapas skatījumi (Landing Page Views)
- ☐ CTR jeb klikšķu caurlaidības rādītājs (Click-Through Rate)
- ☐ Maksa par rezultātu (Cost Per Result)

Kuru rādītāju bija visvieglāk atrast?

_____

Kuru rādītāju bija visgrūtāk atrast?

_____

Ko Tu pamanīji vispirms, atverot Meta Ads Manager?

_____
_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____

3. solis – Izprotu piecus svarīgākos rādītājus iesācējām

Šajā nodarbībā mēs pievērsāmies pieciem iesācējām draudzīgiem rādītājiem.

Pamēģini katru rādītāju izskaidrot saviem vārdiem. Ja vari to izskaidrot vienkārši, Tu jau esi sākusi to saprast.

Sasniedzamība (Reach) man parāda:

_____

_____

Rādījumi (Impressions) man parāda:

_____

_____

Mērķlapas skatījumi (Landing Page Views) man parāda:

_____

_____

CTR jeb klikšķu caurlaidības rādītājs man parāda:

_____

_____

Maksa par rezultātu man parāda:

_____

_____

Kuru rādītāju Tev šķiet visvieglāk saprast?

_____

Par kuru rādītāju Tu vēlētos uzzināt vairāk?

_____

Kurš rādītājs, Tavuprāt, būs visnoderīgākais, izvērtējot Tavas nākamās reklāmas? Kāpēc?

_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____

4. solis – Stratēģiski izvērtēju reklāmas rezultātus

Labi reklāmu veidotāji neskatās uz skaitļiem pa vienam. Viņi izmanto šos skaitļus, lai uzdotu jautājumus un saprastu, kas varētu būt noticis.

Kurš rādītājs palīdzētu atbildēt uz šiem jautājumiem?

Vai pietiekami daudz cilvēku redzēja manu reklāmu?

_____

Vai mana reklāma radīja ziņkāri?

_____

Vai cilvēki turpināja virzīties uz nākamo soli?

_____

Vai mana reklāma bija finansiāli efektīva?

_____

Ko šie skaitļi var Tev palīdzēt uzzināt par Tavu auditoriju?

_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____

5. solis – Veidoju pārliecību darbā ar reklāmu datiem

Reklāmas laika gaitā kļūst labākas. Katra kampaņa dod Tev informāciju, kas palīdz nākotnē pieņemt labākus lēmumus.

Ko Tu visvairāk vēlētos uzzināt no saviem reklāmu rezultātiem?

☐ Kura auditorija reaģē vislabāk

☐ Kurš vēstījums strādā vislabāk

☐ Kurš vizuālais materiāls strādā vislabāk

☐ Kurš aicinājums uz darbību strādā vislabāk

☐ Kurš izvietojums strādā vislabāk

☐ Cits: _____

Kā šie rezultāti varētu palīdzēt Tev uzlabot nākamo reklāmu?

_____
_____
_____

Kas ir viena lieta, ko Tu vēlētos uzlabot kādā no nākamajām reklāmām?

_____
_____
_____
_____

Piezīmes

_____
_____
_____
_____

Cik pārliecināta Tu jūties par Meta reklāmu rezultātu izpratni?

☐ Lielākoties pārliecināta

☐ Daļēji pārliecināta

☐ Man vēl vajadzīga lielāka skaidrība

Kas ir nākamais solis, kas Tev jāizdara?

_____
_____
_____

Tava nākamā darbība

Pirms veido nākamo reklāmu:

☐ Apskati piecus svarīgākos rādītājus iesācējām.

☐ Pajautā sev, ko šie skaitļi Tev stāsta.

☐ Padomā par vienu nelielu uzlabojumu, ko nākamreiz varētu veikt.

Atceries:

Reklāmas uzlabojas, vērojot, testējot un mācoties.

Šīs nodarbības uzdevums

Izmantojot savu Meta Ads Manager kontu vai WoDiLab piemēru, kas parādīts nodarbībā, atrodi:

- Sasniedzamību (Reach)
- Rādījumus (Impressions)
- Mērķlapas skatījumus (Landing Page Views)
- CTR jeb klikšķu caurlaidības rādītāju
- Maksu par rezultātu (Cost Per Result)

Tavi punkti

- **1 XP** – noskaties nodarbību
- **2 XP** – aizpildi darba lapu
- **2 XP** – atrodi piecus svarīgākos rādītājus, izmantojot savu Meta Ads Manager kontu vai nodarbības piemēru

Kopā: 5 XP

✨ Katrs skaitlis stāsta savu stāstu. Jo labāk Tu iemācies saprast datus, jo vieglāk kļūst pieņemt labākus lēmumus par reklāmām un laika gaitā uzlabot rezultātus.