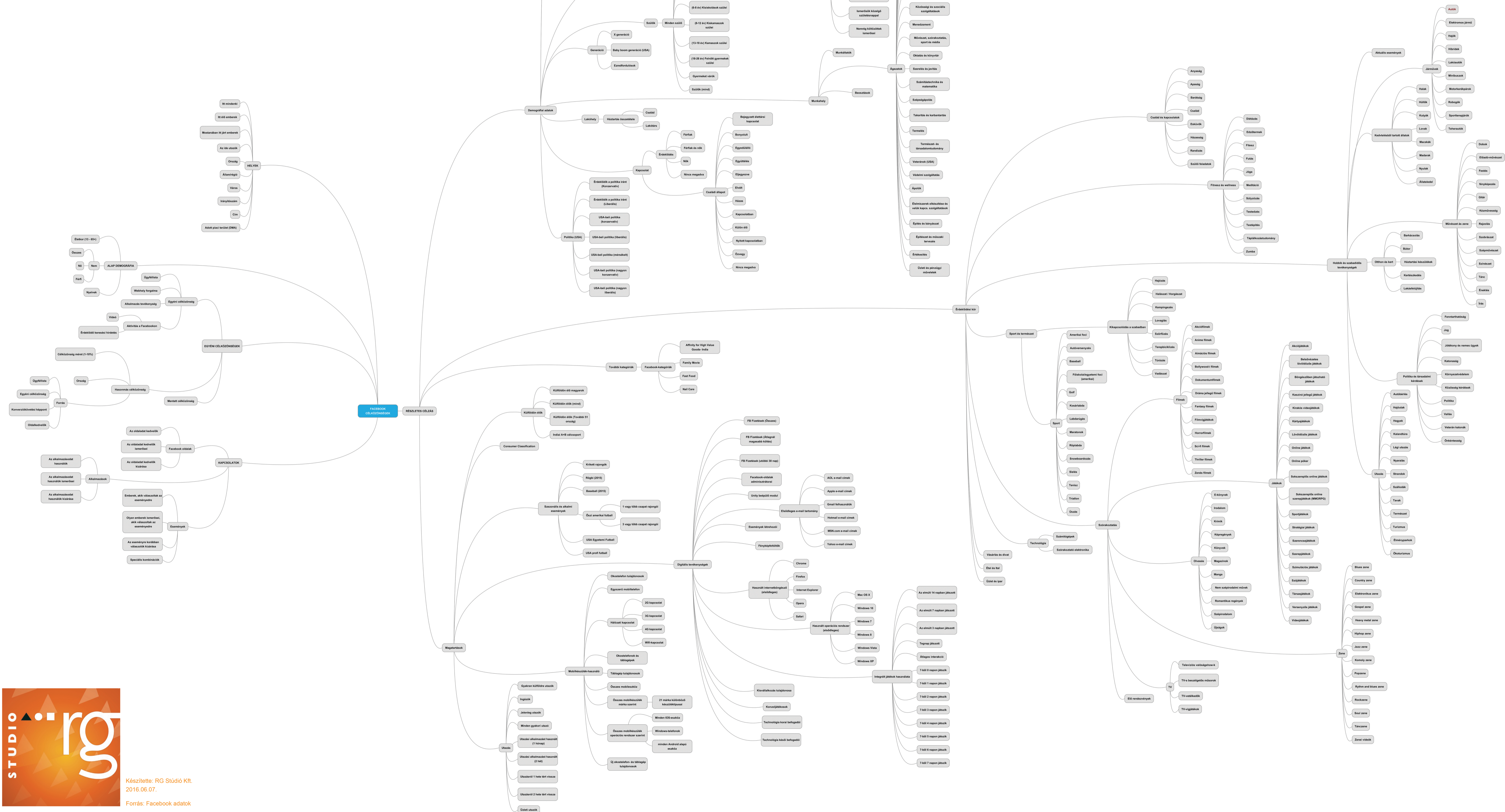


Facebook Célzási Térkép



Mire érdemes figyelned a célzási térkép használatá során?

- **Demográfiai adatok:** a felhasználók által megadott információk. Itt a legfontosabb kérdés: mi motiválja az embereket, hogy ezeket az adatokat megadják? Például sokan nem teszik közzé a munkahelyüket, vagy nem töltik ki az adatlapjukon a „bábat vár” opciót, még akkor sem, ha ténylegesen gyermeket várnak. Ezért jó, ha tudod, hogy nem feltétlenül érsz el mindenkit, akit szeretnél, ha csak ezek alapján az adatok alapján célozol.

- **Magatartások és Érdeklődési kör:** Ezek az adatok a Facebook által gyűjtött, Facebookon belüli és az azon kívüli tevékenységeiből származnak, például különböző webloldal látogatásokból, oldalkedvelésekből, stb. Azonban, itt is érdemes végiggondolni, hogy például 1-1 márká vagy termék iránti érdeklődésnek mi az alapja? Hiszen egy olyan márká, mint mondjuk a Lexus, több millió rajongóval rendelkezik a Facebookon, de ezek a felhasználók nem mind képezik a fizetőképes célcsoportot, vagyis azokat, akik meg is tudják engedni magunknak egy Lexus autó vásárlását.

- **Egényi célközönségek:** a hirdetéket által feltöltött adatok alapján jön létre. Ez többek között lehet az e-maillistád vagy a webloldalad látogatói alapján létrehozott célközönség. Vagyis itt Te vagy a forrás az adatoknak, az általad meghatározott remarketinglisták vagy hasonmás listák kerülnek a hirdetések a célpontjába.

- **További kategóriák:** Teszt jelleggel futtatott célzási lehetőségek, amelyek gyakran csak bizonyos országokban alkalmazhatók.



Készítette: RG Stúdió Kft.
2016.06.07.
Forrás: Facebook adatok