

Просування свого бізнесу за допомогою онлайн-інструментів та реклами



Олена Фігурна

Провідний аналітик компанії Google Ukraine

Кожного дня працюю з великою кількістю різних даних.

Застосовую різні методи аналізу, щоб розібратись, про що свідчать різні цифри.

Про що поговоримо:

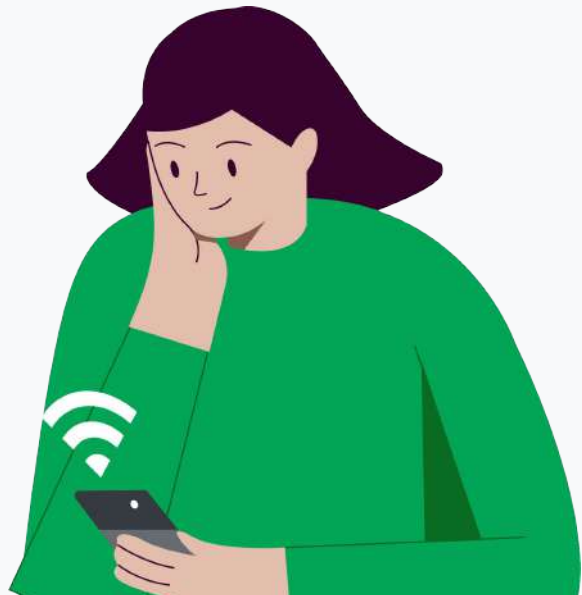
1. Як знайти свою аудиторію онлайн і як її залучати
2. Інструменти Google для офлайн та онлайн бізнесу
3. Інтернет-реклама: огляд інструментів для залучення потенційних клієнтів
4. Знайомство з інструментами аналітики
5. Вчимося на реальних прикладах
6. Домашня робота

Як знайти свою аудиторію онлайн і як її залучати

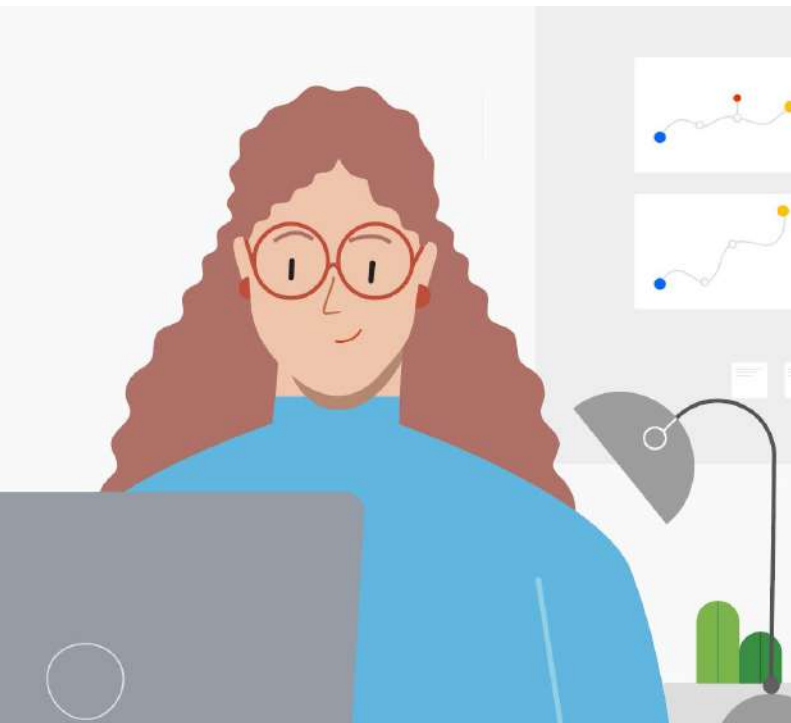
Портрет клієнта - що це таке?

Портрет клієнта (Портрет цільової аудиторії) - це збірний образ, який дозволяє чітко уявити середньостатистичного (типового) споживача Вашої продукції або послуг.

Портрет цільової аудиторії містить характеристики, які допомагають зрозуміти, як клієнти шукають, купують і використовують ваші продукти або послуги



Як скласти портрет цільової аудиторії

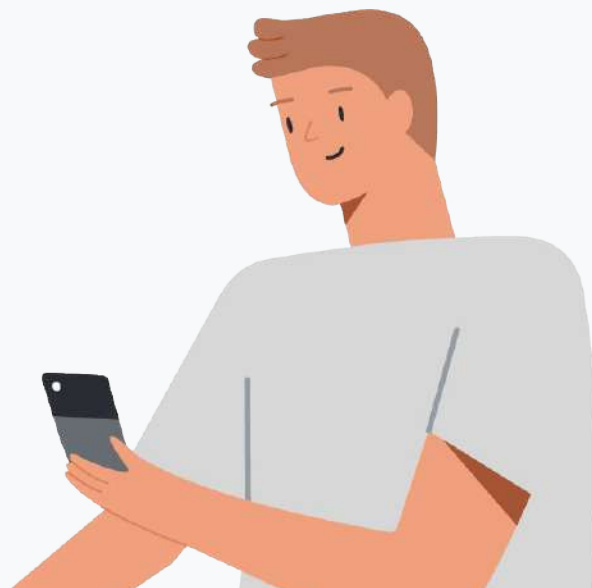


- Які сильні якості мого товару або послуги?
- Хто є покупцем цього продукту або послуги?
- Де знаходиться потенційний клієнт?
- З якими проблемами / питаннями він регулярно стикається?

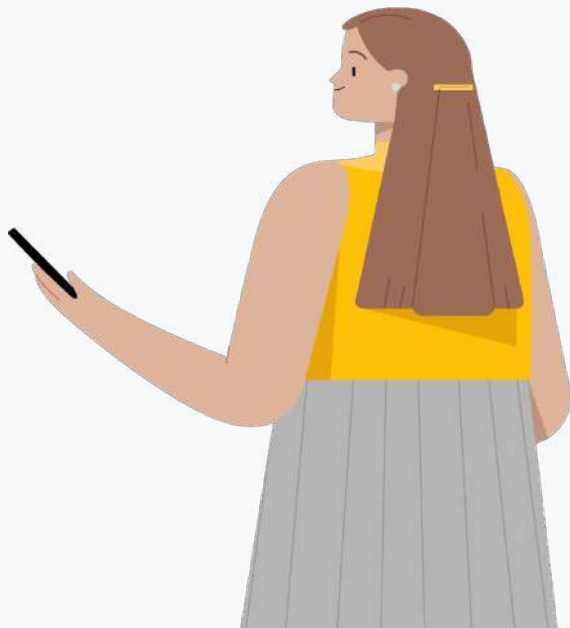
Приклад портрету покупця B2C

Головні характеристики:

- вік;
- місце проживання;
- сімейний статус;
- вид діяльності;
- рівень доходів;
- типові проблеми;
- бажання та мрії;
- хобі;
- де користувач найчастіше проводить час, якими соціальними мережами користується.



Приклад портрету покупця B2C



Профіль клієнта інтернет-магазину дитячих книжок:

це жінки та чоловіки 20-30 років, котрі недавно стали батьками.

Профіль клієнта студії йоги: жінки та чоловіки 25-45 років, яких цікавить здоровий спосіб життя, фітнес, йога

Профіль клієнта магазину домашньої їжі: жінки та чоловіки 25-45 років, які прагнуть зекономити свій час та швидко і зручно готувати здорову їжу.

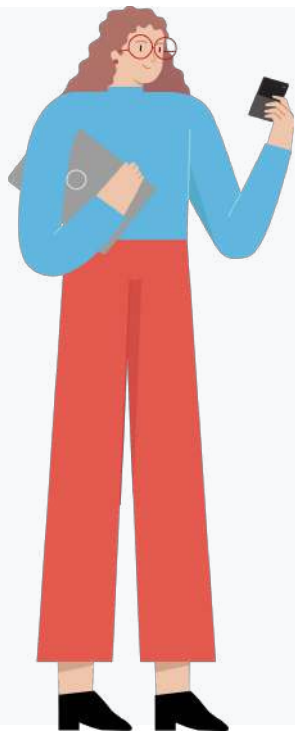
Приклад портрету покупця B2B

Головні характеристики:

- в якому секторі економіки працює ваш клієнт;
- які бізнес-потреби потрібно вирішити;
- яка посадова особа приймає рішення;
- розмір компанії та місцезнаходження;
- з якими постачальниками працює клієнт і т. д.



Приклад портрету покупця B2B



Якщо Ви продаєте канцтовари - можна створити індивідуальну комерційну пропозицію щодо гуртових поставок канцелярських товарів.

Якщо Ви викладач (курси/тренінги) - можна запропонувати знижки для різної кількості відвідувачів.

Якщо у Вас магазин сувенірної продукції - Ви можете запропонувати ІТ-компаніям співробітництво з питань брендингу.

Інструменти Google для офлайн та онлайн бізнесу

Для просування офлайн та онлайн бізнесу в Інтернеті доступні наступні сервіси Google:


Business Profile

Google My Business

Зробіть свій бізнес помітним у Google

[ПОСИЛАННЯ](#)



Think with Google

Розвивайте свій бізнес з Google.
Думайте з Google.

[ПОСИЛАННЯ](#)

 Workspace

Google Workspace

Розвивайтеся та працюйте ефективніше.

[ПОСИЛАННЯ](#)



Google Ads

Розширюйте бізнес із Google Ads.

[ПОСИЛАННЯ](#)



Google Analytics

Вимірюйте ефективність веб-сайтів та додатків.

[ПОСИЛАННЯ](#)

Google Business Profile

це безкоштовний інструмент для офлайн-бізнесу, який дозволяє налаштувати коректне відображення інформації про магазин, ресторан, аптеку, чи будь-який інший вид бізнесу в сервісах Google



MUUV

4.3 ★★★★★ (115)

Sklep odzieżowy

W SKRÓCIE AKTUALNOŚCI ABOUT OPINIE ZD.



ZADZWOŃ



TRASA



ZAPISZ



WITRYNA



Krucza 16/22
00-526 Warszawa



Otwarte · Godzina zamknięcia 19:00 ▾



539 121 999



Think with Google

платформа з корисними маркетинговими дослідженнями, статтями та інфографікою.

Insights. Ideas. Inspiration.

Take your marketing further with Google. Think with Google.

FEATURE OF THE WEEK

Holiday Shopping Insights: Connect early with deliberate shoppers

More and more people are making their gift lists and completing their purchases long before the traditional holiday shopping season kicks off. Learn how Google insights can help you meet these deliberate shoppers where they are.



Інструменти



Find My Audience

Go beyond demographics to find who matters most to your business.

[Open](#)



Google Trends

Gauge consumer search behavior with real-time search trends.

[Open](#)



Grow My Store

Assess your retail website's customer experience—and improve it.

[Open](#)



Market Finder

Get data and insights to identify your next global markets.

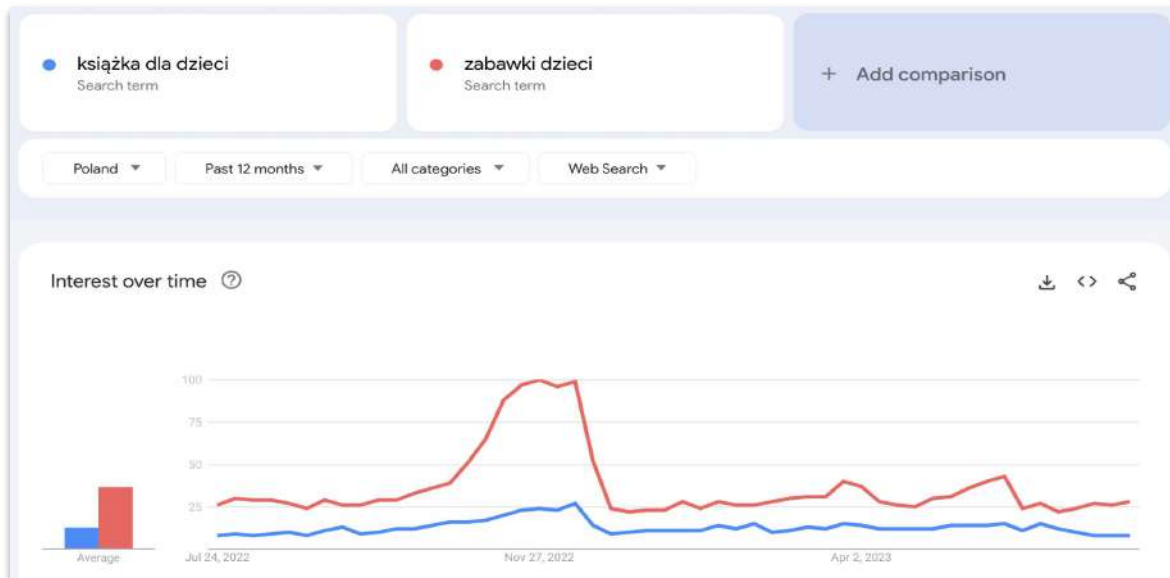
[Open](#)



Google Trends

інструмент, який відстежує популярність пошукових запитів у будь-якій точці світу

[ПОСИЛАННЯ](#)



Related queries (Rising)

Rank	Query	Change
1	rodzina monet	Breakout
2	książki o emocjach dla dzieci	Breakout
3	książki dla dzieci 12-14 lat	Breakout
4	opowieści dla dzieci które chcą wierzyć w ...	Breakout
5	klocki konstrukcyjne	Breakout

Related queries (Rising)

Rank	Query	Change
1	prezent dla 2 latki	+200%
2	pokemon zabawki	+190%
3	zabawki edukacyjne dla rocznego dziecka	+170%
4	długopis 3d	+160%
5	zabawki dla dzieci 9-12 miesięcy	+160%

Google Workspace

набір хмарних сервісів
для продуктивної роботи
бізнесу

Google Workspace includes business versions of



Gmail



Drive



Calendar



Meet



Chat



Docs



Sheets



Slides



Forms



Sites



Keep



Jamboard



Apps Script



Cloud Search

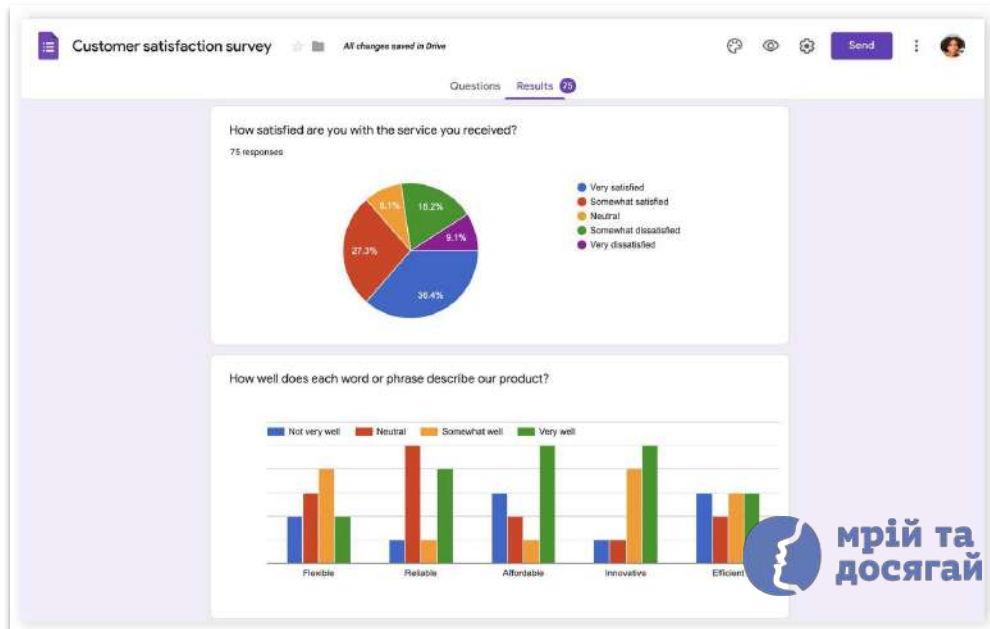
Заявка на наставництво

*заповнення ні до чого не спонукає, але дає можливість пройти навчання по спеціальній ціні

Після заповнення зв'яжусь з вами для консультації, на якій ми зрозуміємо наскільки підходить вам такий формат взаємодії зі мною



онлайн-сервіс для збирання інформації за допомогою опитувань, форм реєстрації для івентів, тестів та отримання зворотного зв'язку.



Фітнес-клуб

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

100% 123 Default... 10 B I A

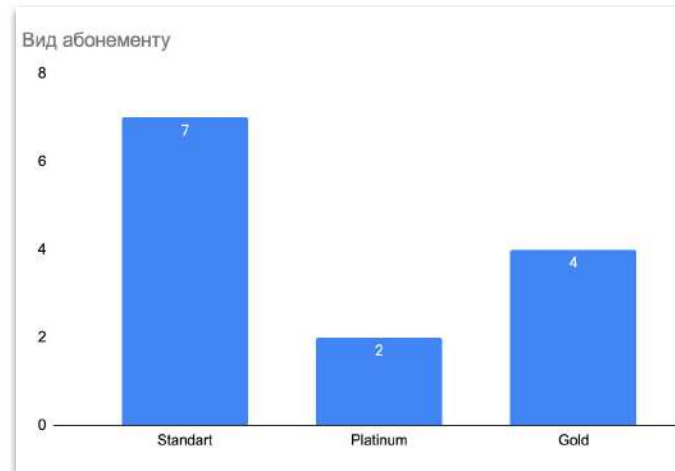
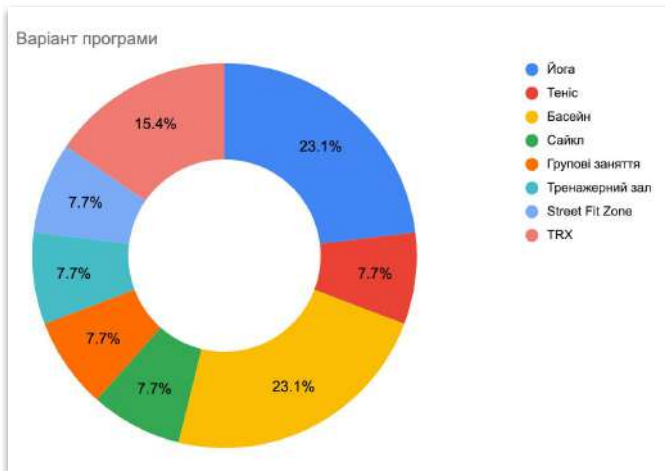
G19

	A	B	C	D	E	F	G
1	Ім'я	Прізвище	Номер підключення	Дата підключення	Варіант програми	Вид абонементу	Кількість придбаних занять
2	Олег	Іваненко	1	10-07-2021	Йога	Standart	8
3	Іван	Шевченко	2	01-08-2021	Теніс	Platinum	12
4	Олександр	Самойленко	3	10-08-2021	Басейн	Gold	120
5	Наталія	Демченко	4	10-09-2021	Сайкл	Standart	16
6	Оксана	Пилипенко	5	08-12-2021	Групові заняття	Standart	14
7	Олена	Бойко	6	10-12-2021	Тренажерний зал	Standart	18
8	Ілля	Ткаченко	7	11-01-2022	Басейн	Standart	20
9	Сергій	Олійник	8	12-01-2022	Йога	Standart	22
10	Марина	Коваль	9	12-02-2022	Street Fit Zone	Standart	14
11	Віктор	Руденко	10	12-03-2022	TRX	Gold	16
12	Тарас	Марченко	11	12-04-2022	Йога	Gold	20
13	Назар	Поліщук	12	12-05-2022	TRX	Gold	20
14	Марія	Іванова	13	12-06-2022	Басейн	Platinum	100
15							
16							



Google Sheets

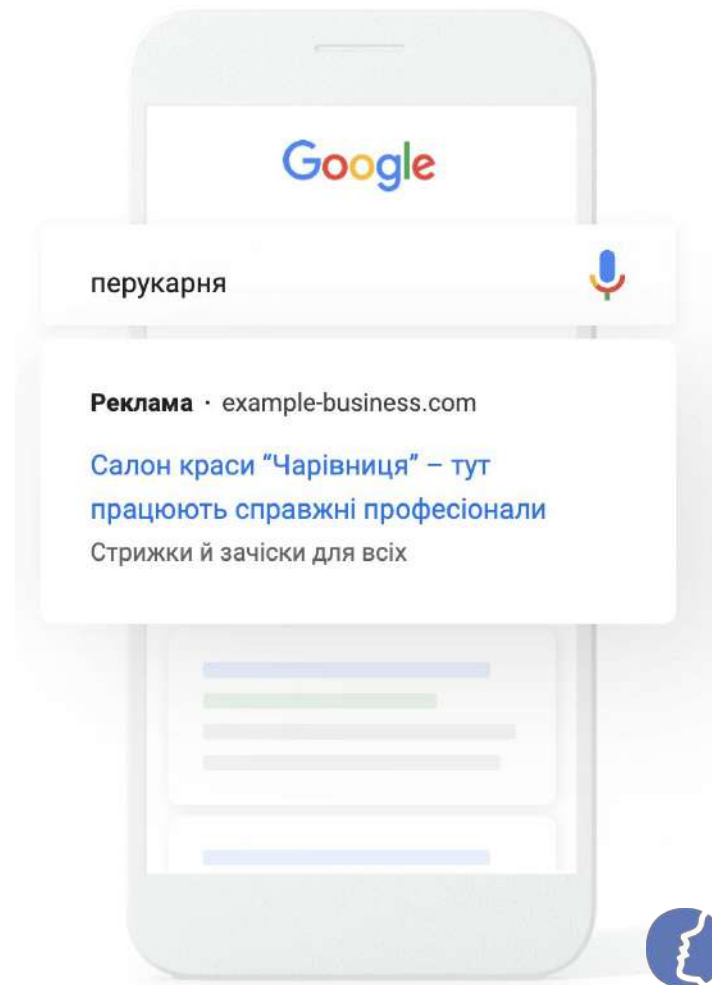
додаток для роботи
з електронними
таблицями





Google Ads

інструмент розміщення онлайн-реклами, за допомогою якого компанії рекламують свої товари й послуги в Пошуку Google, на YouTube та інших сайтах в Інтернеті



Планувальник ключових слів



Інструмент для правильного вибору ключових слів, завдяки яким Ваші оголошення показуватиметься потрібній аудиторії.

Рекомендовані ключові слова

Магазин одягу

Додати

Продавець модного одягу

Додати

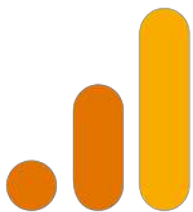
Пошуки за запитом "продавці одягу"



Рекомендована ставка

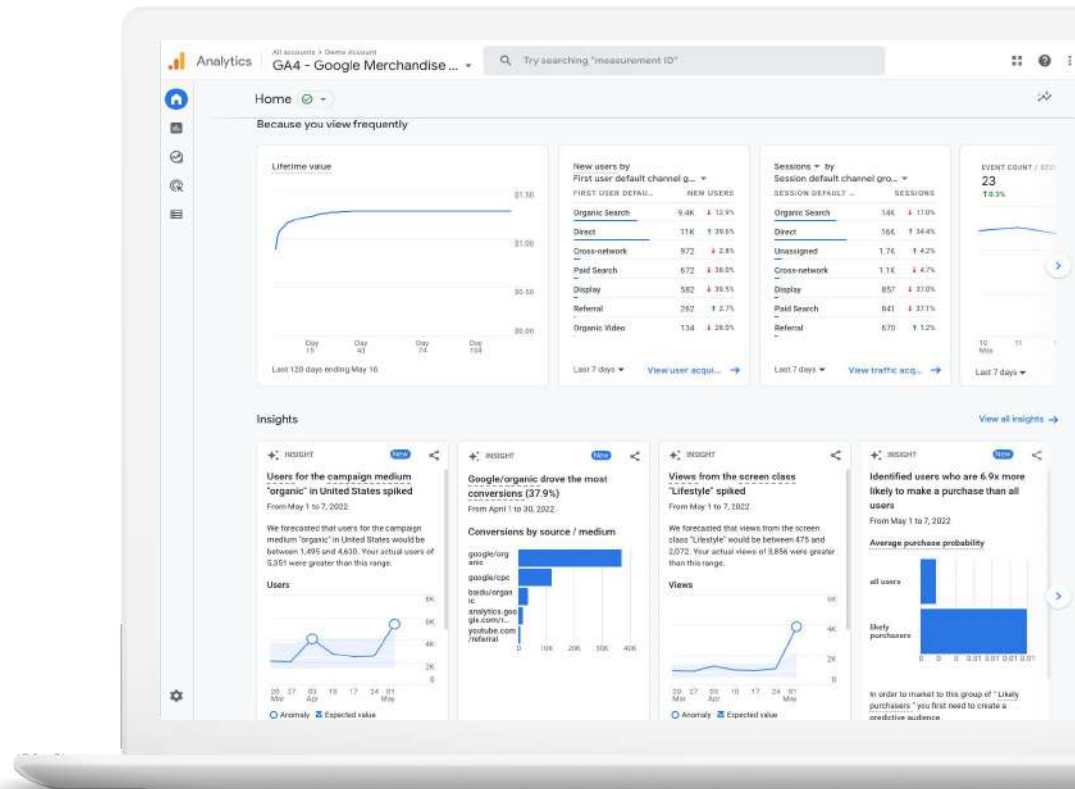
Магазин одягу

45 грн



Google Analytics 4

інструмент веб-аналітики, який дозволяє відстежувати трафік та поведінку користувачів на вашому сайті.



Інтернет-реклама: огляд інструментів для залучення потенційних клієнтів



Google Ads допомагає світові знайти тебе

Google Ads дає змогу бути поруч з користувачем у важливі моменти на різних платформах із різними рішеннями – [Search](#), [Shopping](#), [Display](#), [Discovery](#), [App](#), and [Video](#) – для того, щоб перетворити онлайн-користувачів на лояльних клієнтів.



Search campaigns

Пошукові
кампанії



Pmax campaigns

Автоматизова
ний тип
кампаній для
максимальної
ефективності



Display campaigns

Медійні
кампанії



App campaigns

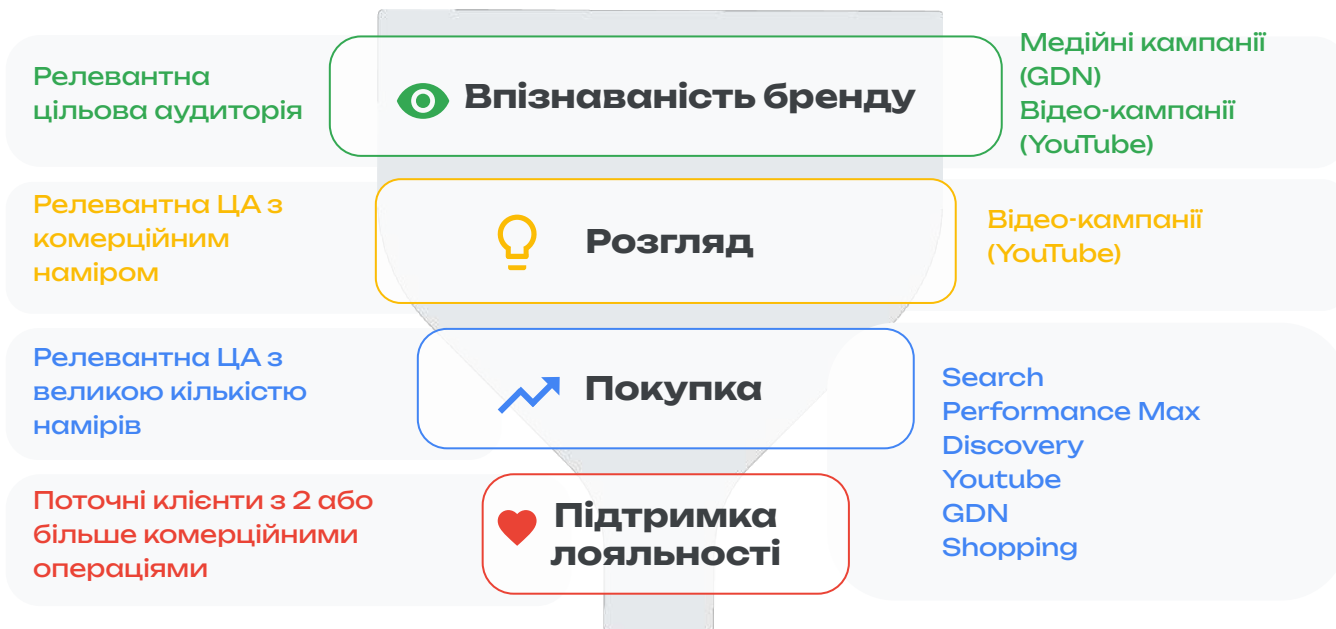
Кампанії для
додатків



Video campaigns

Відеокампанії

Які продукти краще використовувати на кожному з етапів шляху користувача



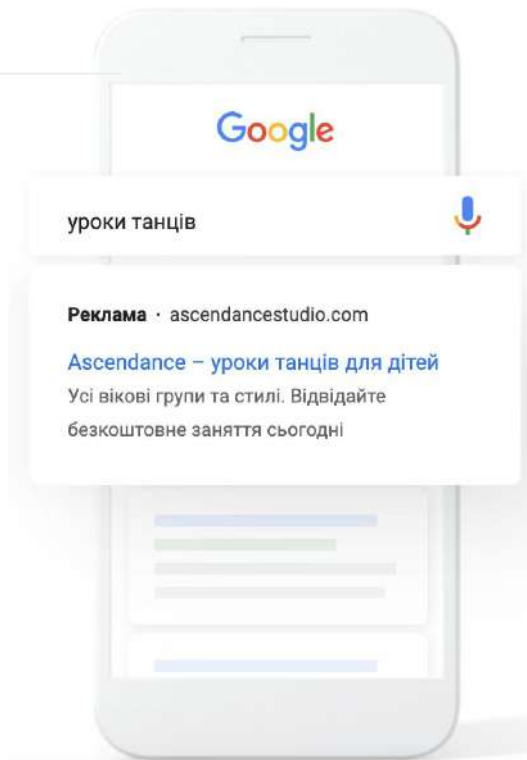


Search

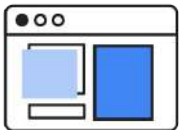
Показуйте рекламу, коли люди шукають те, що Ви пропонуєте

Показуйте оголошення клієнтам, які шукають компанії, подібні до вашої та **платіть** лише за результати.

Пошук залишається ключем до прийняття рішення про купівлю: **86%** людей звертаються до Google за ідеями про те, які продукти купити



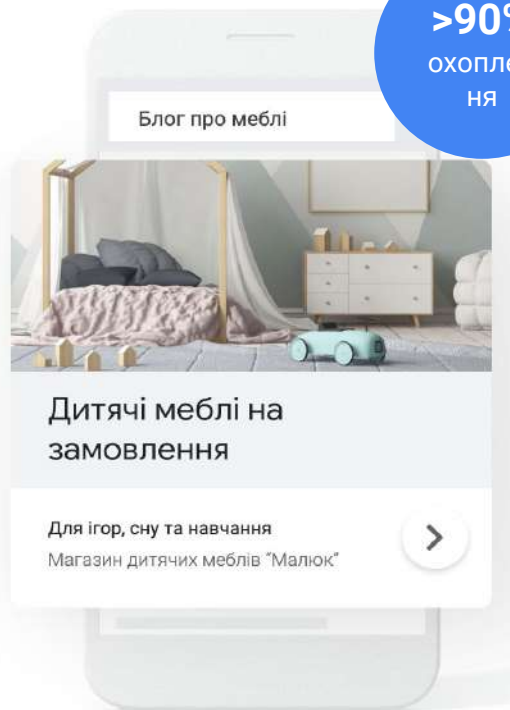
Ваше оголошення може з'явитися в Google саме тоді, коли хтось шукає продукти чи послуги, схожі на ваші.



Display

Привертайте увагу за допомогою банерів та зображень

- ✓ Охоплюйте ширшу аудиторію на більшій кількості сайтів.
- ✓ Охоплюйте потенційних клієнтів на їхніх улюблених сайтах і в додатках.



>90%
охоплен
ня

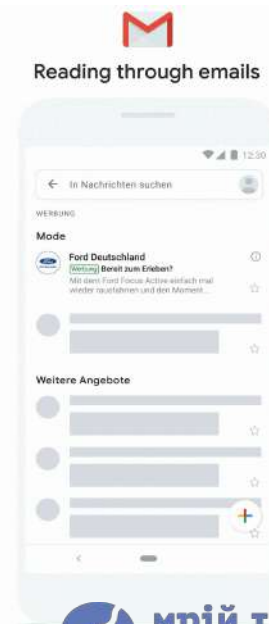
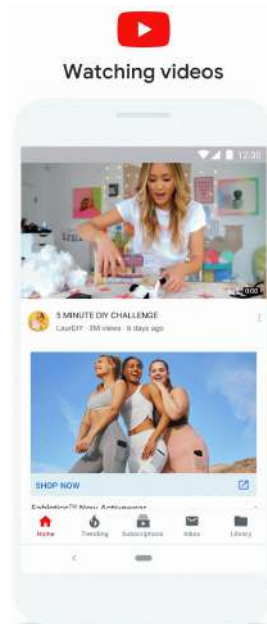


За допомогою **медійних оголошень** ви можете рекламувати свій бізнес, коли користувачі шукають потрібний вміст в Інтернеті, переглядають відео YouTube, перевіряють пошту Gmail або користуються мобільними пристроями та додатками.

Discovery Ads campaigns

Комунікуйте зі своєю аудиторією через їх улюблені канали Google (YouTube, Discover, Gmail)

Discovery campaigns дають змогу охоплювати користувачів на основі того, що вони нещодавно шукали, коли вони переглядають YouTube, Gmail і Discover.





Video

Оживіть свою історію у відео

Поінформованість

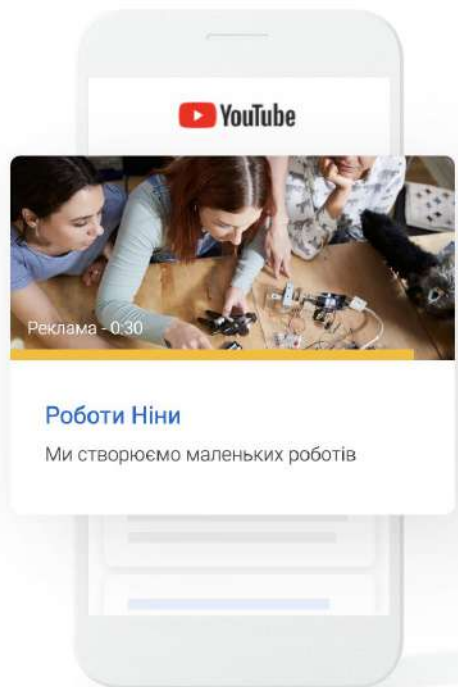
Bid for impressions
(tCPM)

Обмірковування

Bid for views
(CPV)

Дія

Bid for conversions
(tCPA/ max. conversions)



Використовуючи відеорекламу, ви можете визначити, до яких дій потрібно спонукати користувачів, як-от:

- відвідування веб-сайту, щоб користувачі змогли переглянути ваші продукти й ознайомитись із вашим брендом;
- перегляд більшої кількості відео на вашому каналі YouTube, щоб ви змогли збільшити своє охоплення та підвищити рівень поінформованості про свій бренд.



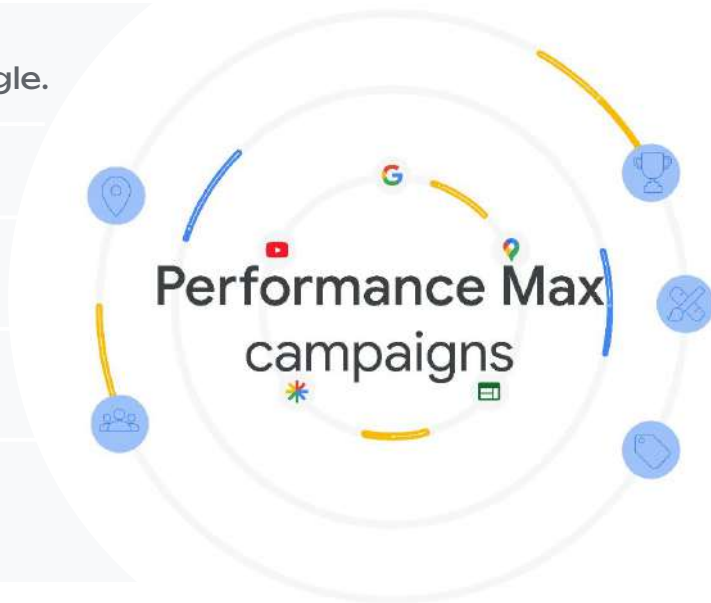
Performance Max (PMax) Campaigns



Performance Max

це новий тип кампанії на основі цілей, який надає рекламодавцям, орієнтованим насамперед на конверсії, доступ до всіх їхніх ресурсів Google Ads у межах однієї кампанії.

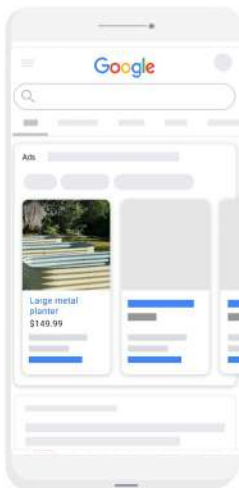
1. Знайдіть нову аудиторію в каналах і мережах Google.
2. Ефективніше досягайте своїх цілей.
3. Отримайте чіткішу статистику.
4. Керуйте автоматизацією за допомогою даних кампанії.
5. Спростіть керування кампаніями та легко оптимізуйте рекламу.



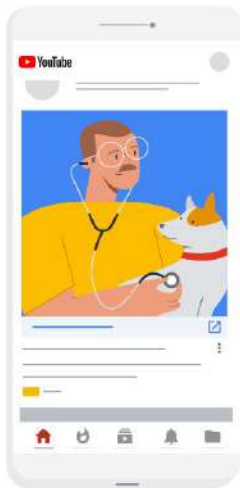
Отримуйте більше конверсій із різних каналів



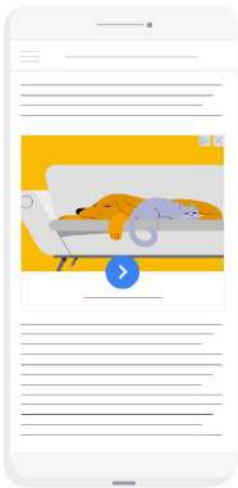
Shopping



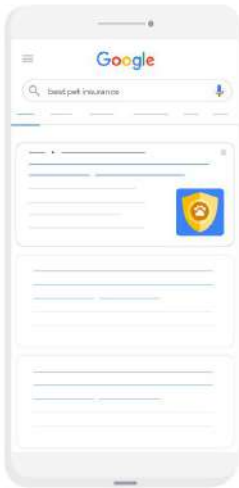
YouTube



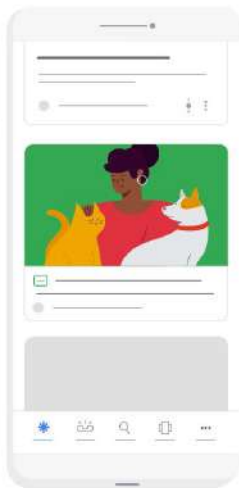
Display



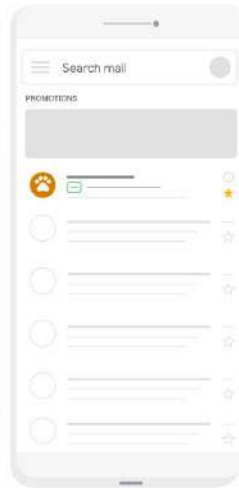
Search



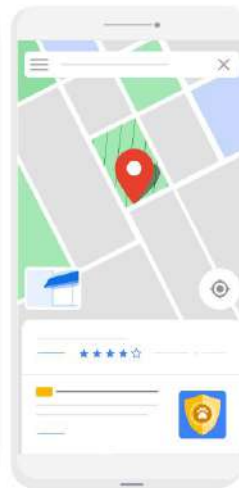
Discover



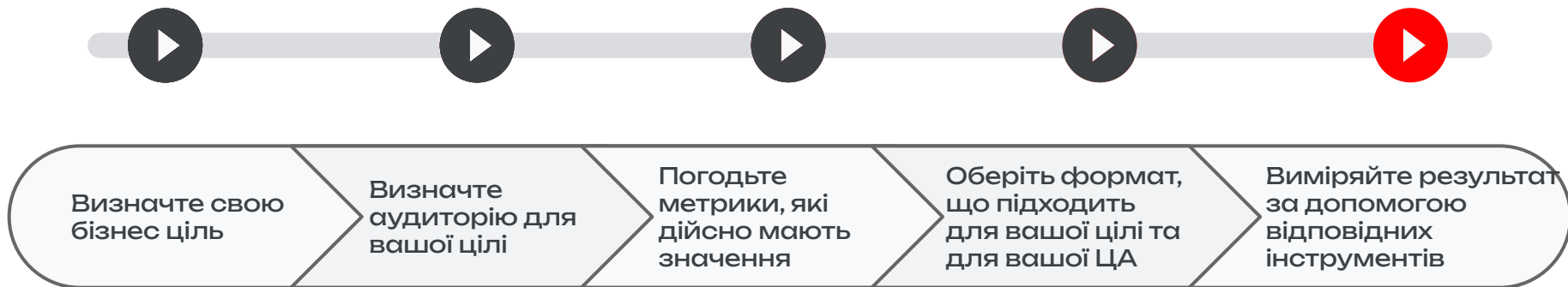
Gmail



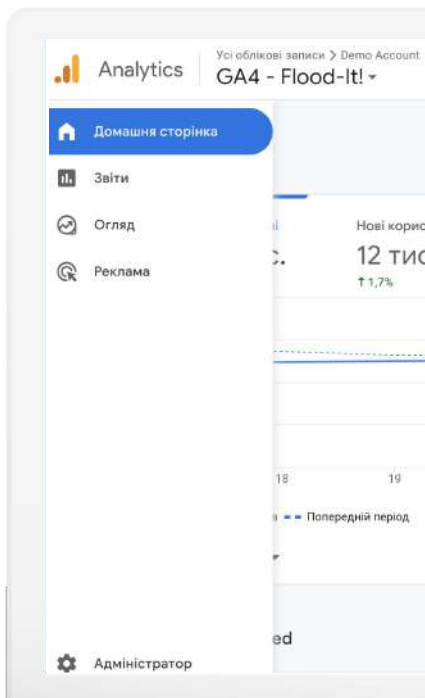
Maps



Знайомство з інструментами аналітики



Керуйте даними й аналізуйте їх за допомогою нового інтерфейсу користувача для звітів у **Google Analytics 4**



Звіти містить показники за замовчуванням і основну колекцію звітів, включаючи звіти в реальному часі



Огляд пропонує гнучкий інтерфейс для дослідження даних, аналізу воронки та аналізу шляхів



Реклама - це новий набір звітів для вимірювання рентабельності інвестицій і оцінки моделей атрибуції



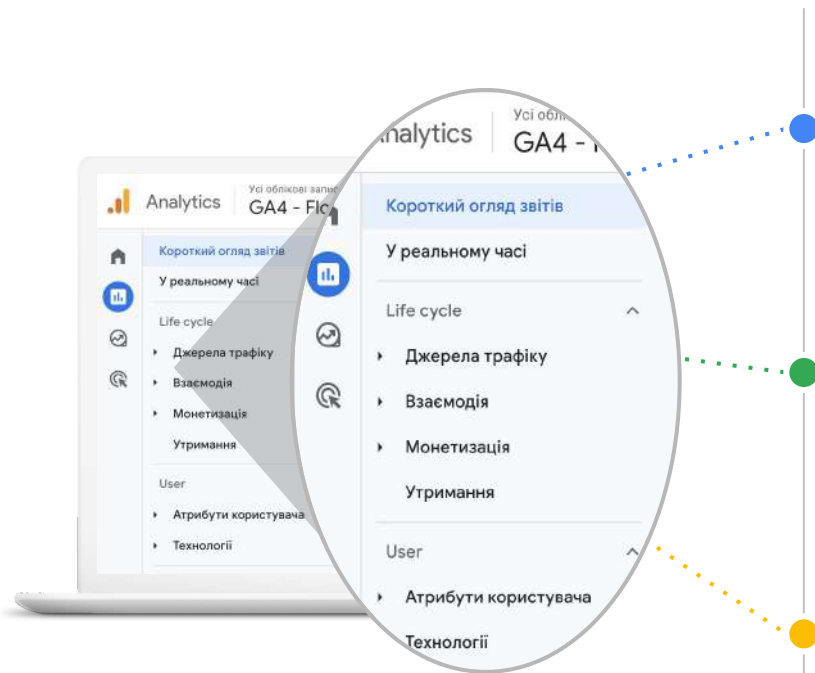
Адміністратор дає вам доступ до налаштувань власності, потоків даних і налаштувань керування даними

Посилання:

[Як здійснити перехід на Google Analytics 4](#)



Аналізуйте дані в реальному часі у Звітах



У реальному часі: Відстежуйте активність у своєму додатку чи на веб-сайті у реальному часі.

Джерела трафіку: Кампанії, за допомогою яких ви залучаєте користувачів.

Взаємодія: Залучення користувачів за допомогою подій, сторінок і екранів.

Монетизація: Кількість покупців, дохід за товарами, акції та купони.

Утримання: Утримання нових користувачів та тих, що повернулися

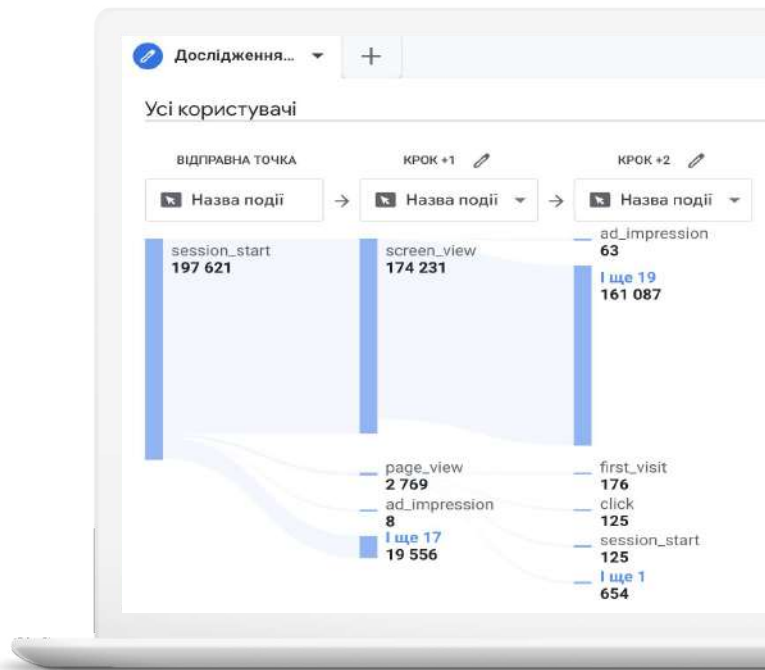
Атрибути користувача: Обсяг користувачів за демографічними показниками

Технології: аналіз трафіку за платформомою, операційною системою, роздільною здатністю екрана, версією додатка тощо

Посилання:

[Вимірювання за допомогою Google Analytics 4](#)

Аналізуйте шлях користувача до конверсії



Визначте у які розділи сайту нові користувачі найчастіше переходять із головної сторінки



Зрозумійте, які дії повторюються кілька разів (це може свідчити, що користувач не розібрався в інтерфейсі чи не знає, що робити далі)

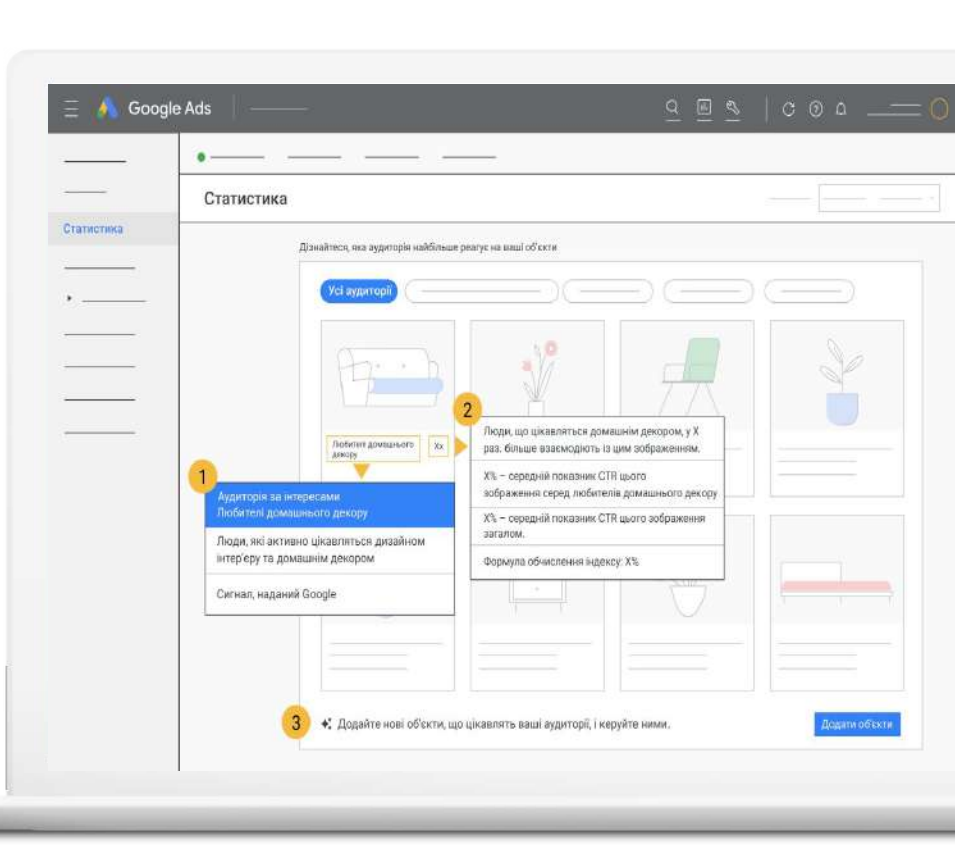


Дізнайтеся, що користувачі зазвичай роблять після непередбачуваної помилки в додатку



Визначте як певна подія впливає на подальші дії користувачів

Статистика аудиторії в Google Ads



Google Ads

Статистика

Дізнайтесь, яка аудиторія найбільше реагує на ваші об'єкти

Усі аудиторії

1 Аудиторія за інтересами
Любителі домашнього декору
Люди, які активно цікавляться дизайном інтер'єру та домашнім декором
Сигнал, наданий Google

2 Любителі домашнього декору
Люди, що цікавляться домашнім декором, у X раз, більше взаємодіють із цим зображенням.
X% – середній показник CTR цього зображення серед любителів домашнього декору
X% – середній показник CTR цього зображення загалом.
Формула обчислення індексу: X%

3 ✦ Додайте нові об'єкти, що цікавлять вашу аудиторію, і керуйте ними.

Додати об'єкти

1. Переглядайте зведені показники

2. Отримуйте докладну інформацію про найефективнішу аудиторію

3. Дізнавайтесь, які сегменти аудиторії цікавляться вашими об'єктами

4. Застосовуйте рекомендації

Вчимось на реальних прикладках

Приклад 1. Сервіс

Чистка взуття

4.4 ★★★★★ (97) · Shoe shining service in Kyiv, Ukraine



23+ Photos



Overview

Reviews

Address:

Hours: Closed · Opens 10 a.m. ▾

Phone:

Suggest an edit · Own this business?

Ціль - лідогенерація (заповнення форми),
перехід в соціальні мережі, дзвінок

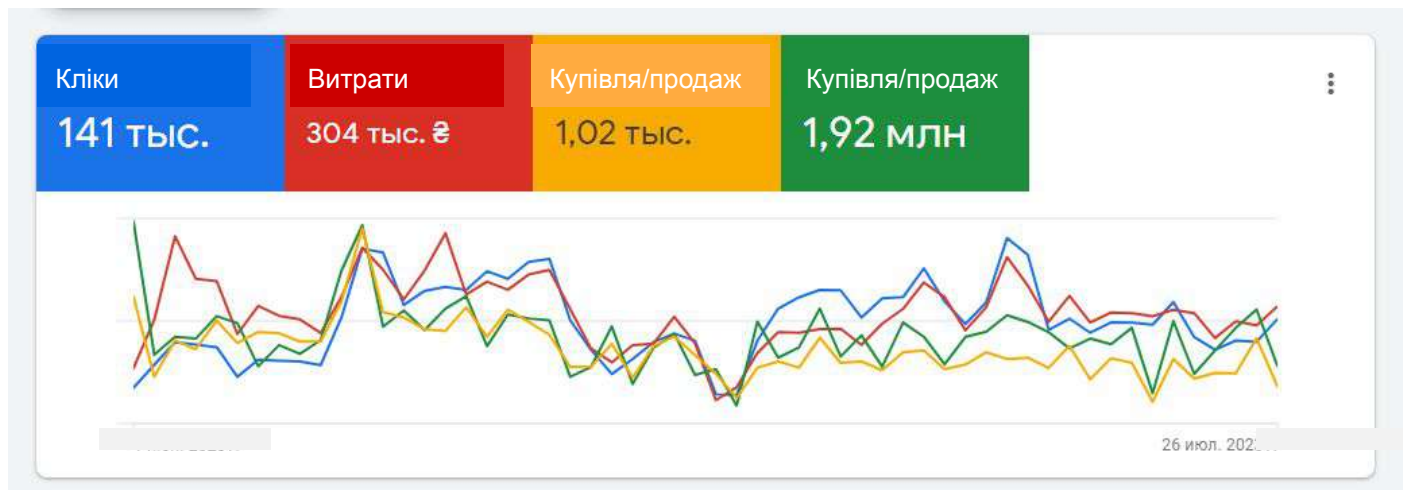
Бізнес використовує: **пошукові кампанії**
та **рекламу на Google Maps.**

Default Channel Grouping	Acquisition			Behavior			Conversions	
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions
	640 <small>% of Total: 100.00% (640)</small>	627 <small>% of Total: 100.00% (627)</small>	800 <small>% of Total: 100.00% (800)</small>	5.75% <small>Avg for View: 5.75% (0.00%)</small>	2.76 <small>Avg for View: 2.76 (0.00%)</small>	00:01:03 <small>Avg for View: 00:01:03 (0.00%)</small>	12.62% <small>Avg for View: 12.62% (0.00%)</small>	101 <small>% of Total: 100.00% (101)</small>
1. Paid Search	297 (46.88%)	291 (46.41%)	351 (43.88%)	7.12%	2.74	00:00:42	13.11%	46 (45.54%)
2. (Other)	166 (25.98%)	165 (26.32%)	178 (22.25%)	2.25%	2.26	00:00:33	2.25%	4 (3.96%)
3. Organic Search	119 (17.98%)	97 (15.47%)	165 (20.62%)	3.64%	3.07	00:01:47	15.76%	26 (25.74%)
4. Direct	47 (7.19%)	44 (7.02%)	66 (8.25%)	16.67%	2.71	00:01:51	22.73%	15 (14.85%)
5. Social	30 (4.53%)	28 (4.47%)	36 (4.50%)	0.00%	4.08	00:02:06	25.00%	9 (8.91%)
6. Referral	3 (0.45%)	2 (0.32%)	4 (0.50%)	0.00%	2.50	00:00:05	25.00%	1 (0.99%)

Приклад 2. Інтернет-магазин

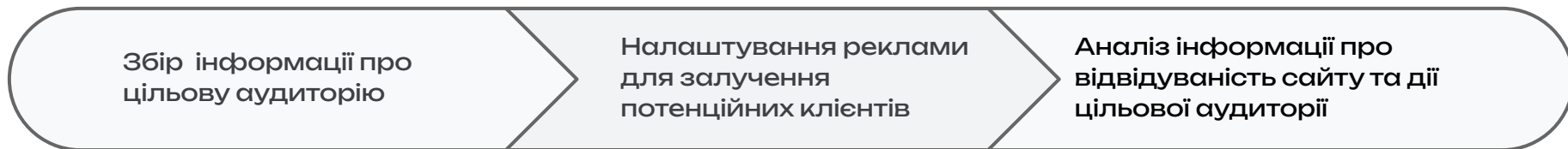
Основна мета інтернет-магазину - **продажі онлайн**, основний показник зростання - **підвищення рівня продажів**, показники, що безпосередньо впливають на показники росту - **конверсія (купівля)**

Бізнес використовує: **Pmax Campaigns** (Кампанії з максимальною ефективністю) та **пошукові кампанії**.



Домашня робота

Визначте, які з перерахованих продуктів Google Ви можете застосувати для кожного етапу створення та просування Вашого бізнесу?



Ваша відповідь:

Інструменти Meta для офлайн та онлайн бізнесу



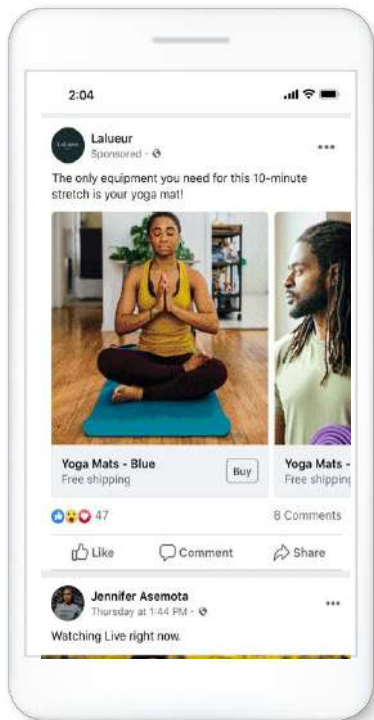
Юлія Колесніченко

Менеджер в компанії META у Центральній та Східній Європі (фокус - рекламні продукти Meta)

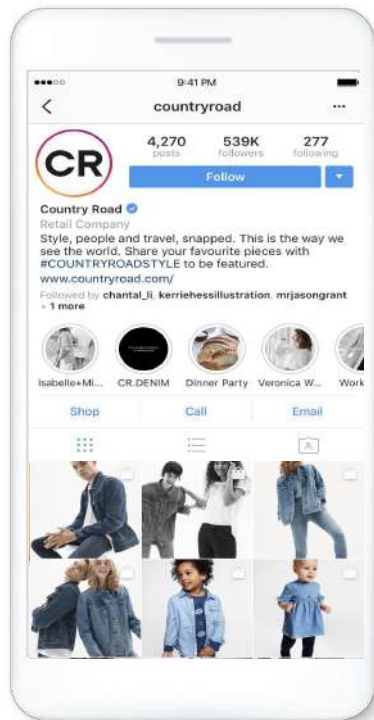
Юлія працює у компанії Meta близько 6 років та впродовж цього часу керувала командою Ecommerce&Retail у Центральній та Східній Європі, працювала з рекламними агенціями та бізнесами різних галузей.

Юлія раніше вже брала участь у проектах Дія Бізнес, а також проектах з жіночого підприємництва. До Meta Юлія працювала у Microsoft, IBM та the United Nations.

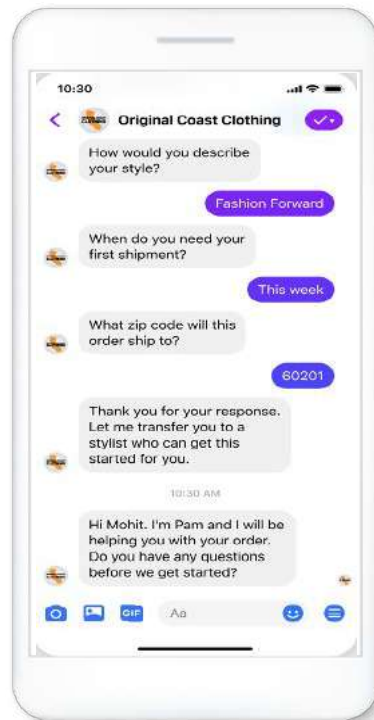
Платформи Meta для вашого бізнесу



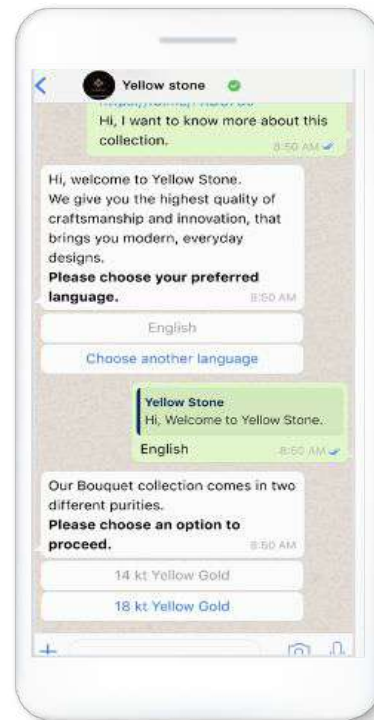
Facebook



Instagram

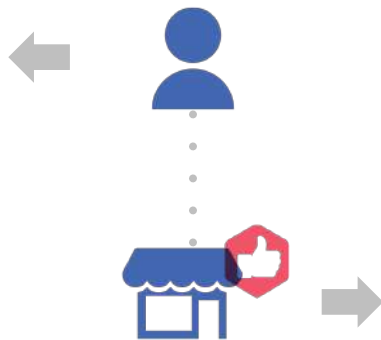
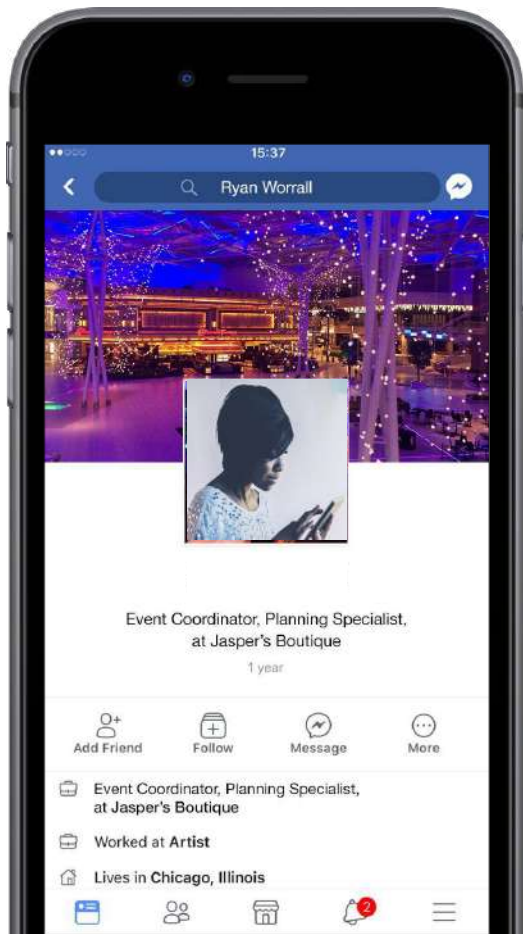


Messenger



WhatsApp

ПЕРСОНАЛЬНИЙ ПРОФІЛЬ



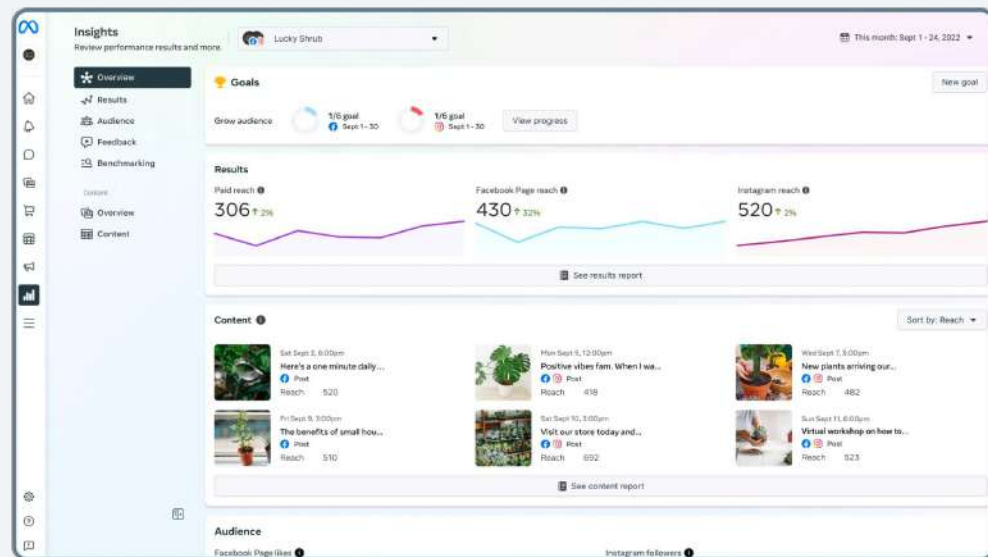
БІЗНЕС-СТОРІНКА



Аналітика для Meta Business Suite

Отримуйте аналітику про свою бізнес-сторінку, публікації, результати на різних платформах Meta.

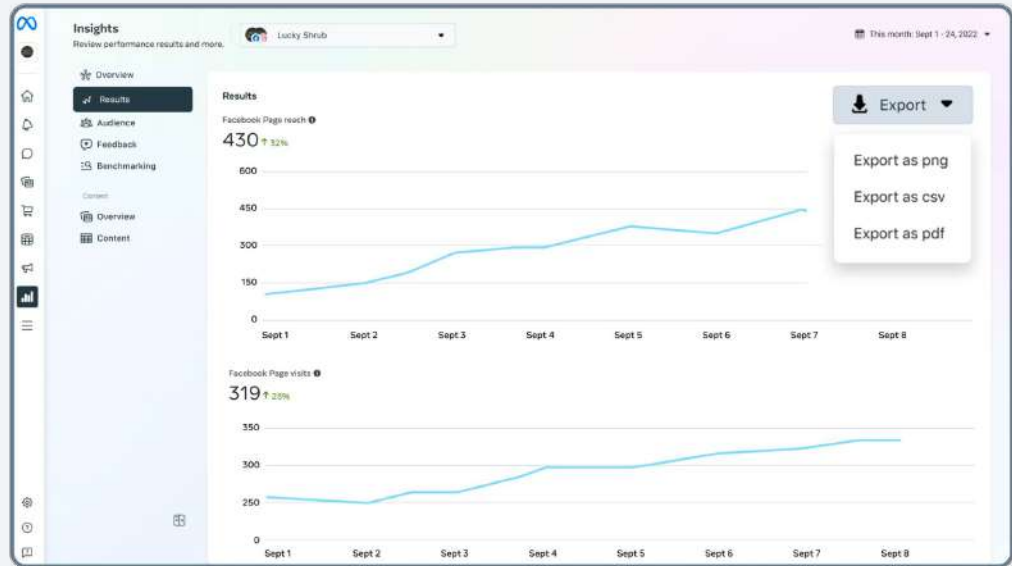
- Ефективність вашої сторінки у Facebook та бізнес-профілю в Instagram (тенденції охоплення, динаміка переглядів)
- Органічне залучення контенту, включаючи лайки та коментарі
- Демографічні та географічні відомості про людей, яким подобається ваша сторінка та стежать за вашим бізнес-профілем в Instagram.



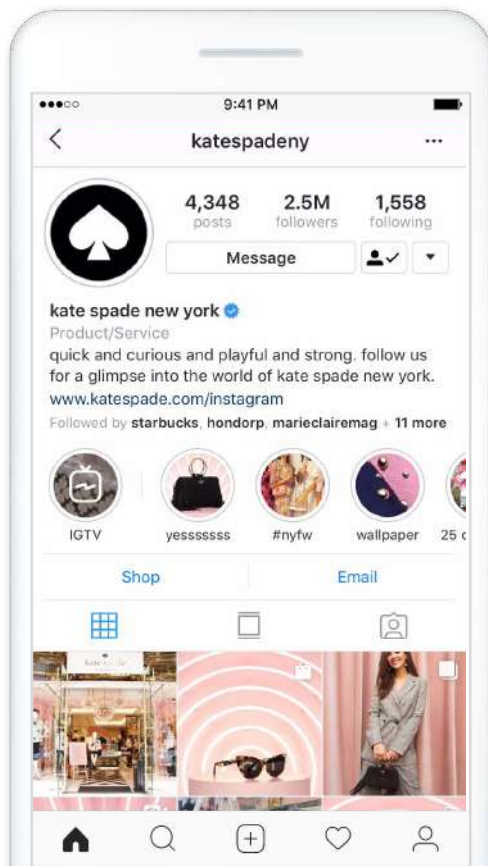
Звіти

Отримуйте звіти про вашу поточну та потенційну аудиторію:

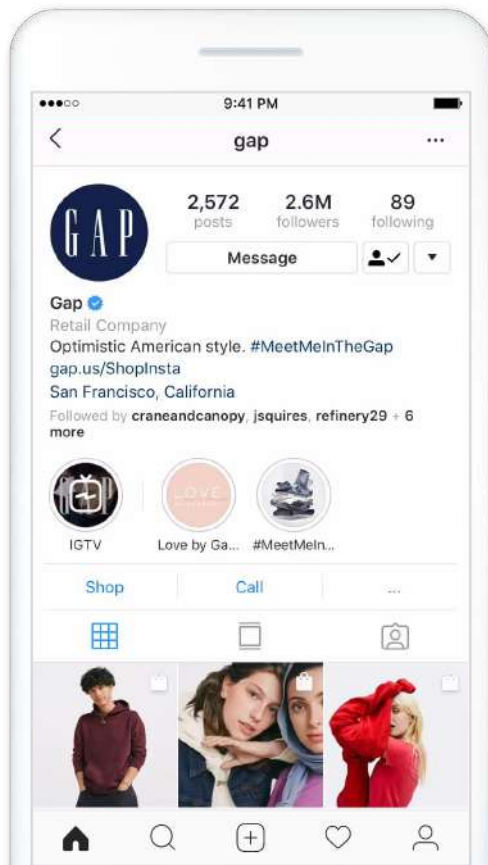
- Кліки за посиланням
- Коментарі
- Лайки та реакції
- Поширення
- Результати
- Ціна за результат
- Охоплення



БУДУЙТЕ ПРОФІЛЬ ТА БУДЬТЕ ПОСЛІДОВНИМИ



БУДУЙТЕ ГАЛЕРЕЮ ПРОФІЛЮ ВАШОГО БРЕНДУ



Використовуйте архів Stories у профілі



Подаруйте своїм Stories
необмежене життя.



Покажіть особистість
вашого бізнесу.
Створіть важливий
контент.



Створюйте Reels



Розповідайте про свій продукт за допомогою Reels.



Покажіть свій продукт чи послугу.



Створіть послідовний контент-план

Переконайтеся, що
ваша аудиторія
бачить контент,
який їй цікавить

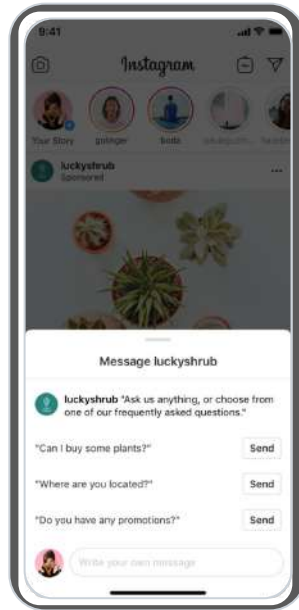


Звертайтеся до
аудиторії регулярно

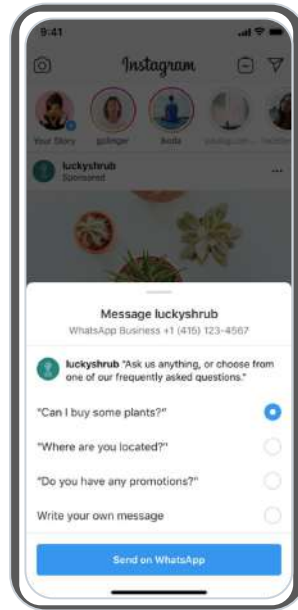
Спілкуйтеся зі споживачами на зручній для них платформі



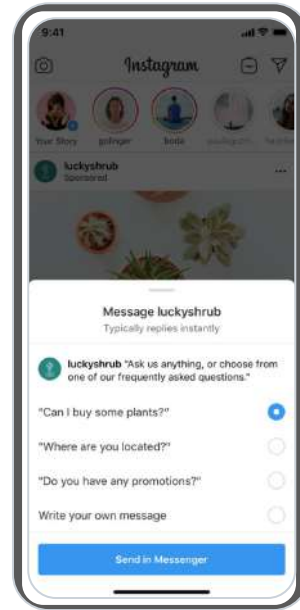
Instagram Direct



WhatsApp









Messenger



Рекламні інструменти Meta

Цілі рекламних кампаній

Choose a campaign objective

-  Продажі
-  Лідогенерація (заявки)
-  Взаємодія з контентом
-  Просування мобільних застосунків
-  Трафік
-  Впізнаваність бренду



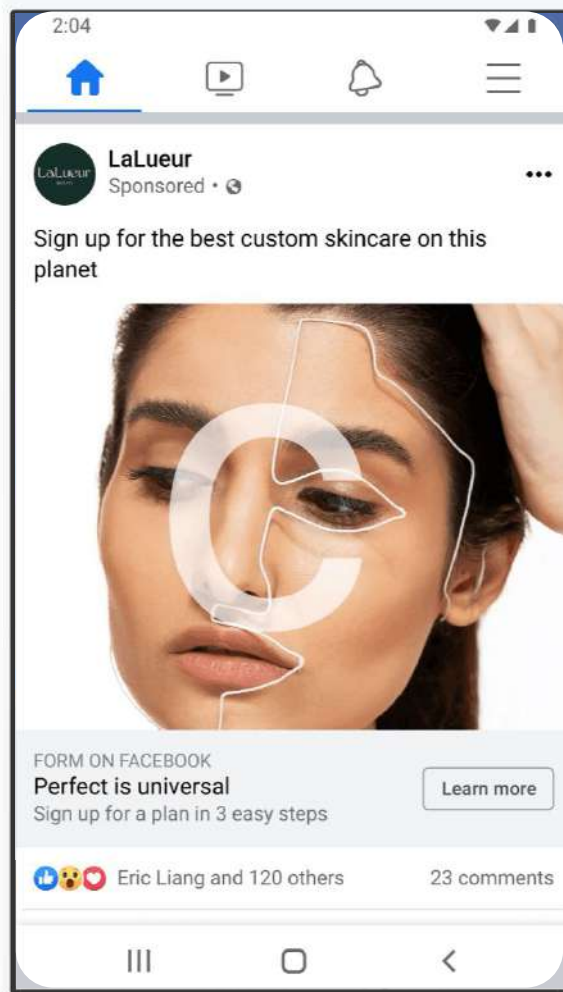


Awareness

Consideration

Conversion

Лідогенерація (отримання заявок)





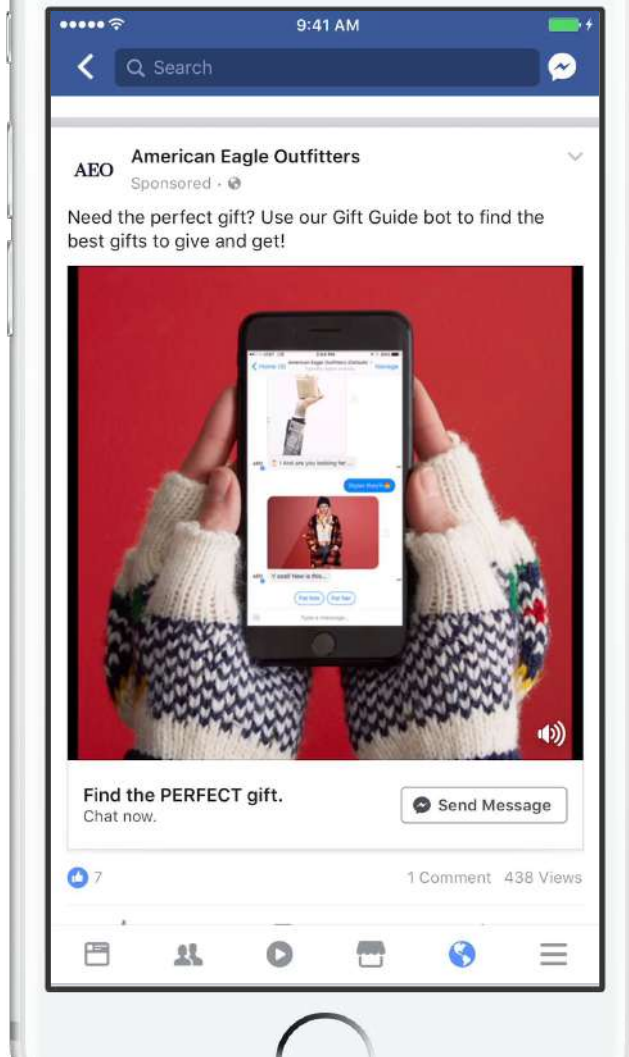
Awareness

Consideration

Conversion

Отримання повідомлень

- Ads that Click to Messenger
- Ads that Click to WhatsApp
- Sponsored Messages





Awareness

Consideration

Conversion

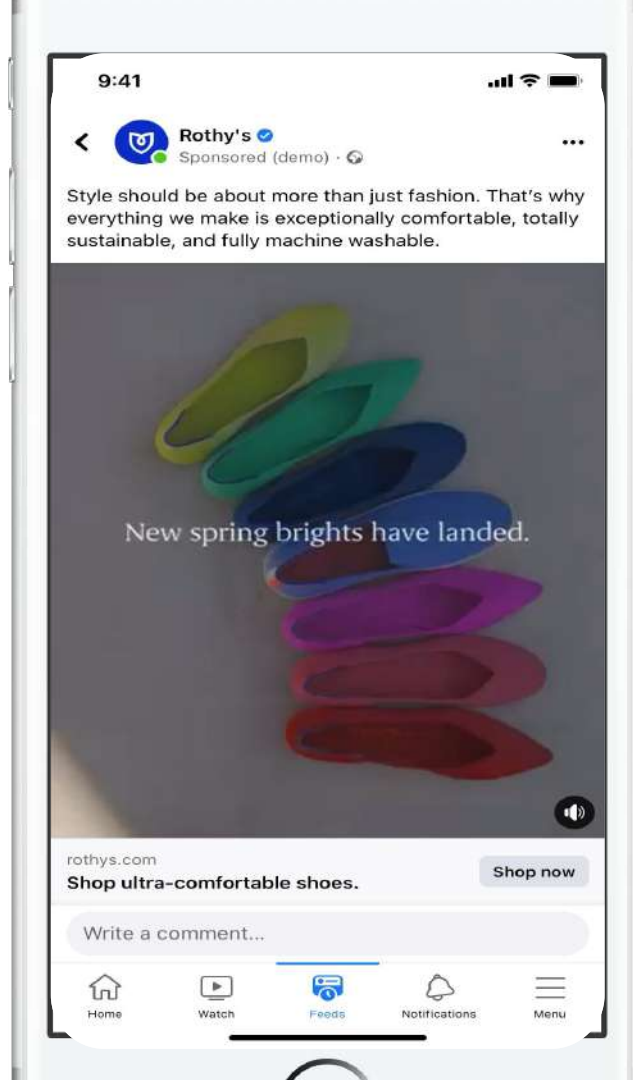
Конверсії / продажі

Продажі на:

1. Сайті
2. Додатку
3. Messenger

Вимоги

- Pixel and Standard Event(s)* (сайт)
- Або Conversions API (сайт)
- Або SDK and App Event(s) (додаток)



Advantage+ shopping campaigns

Створіть єдину кампанію для всіх цілей ефективності, і Meta автоматизує процес — для аудиторії, креативу, бюджету, оптимізації та цільового призначення — щоб ефективно показувати потрібну рекламу потрібній людині.



Кращі результати

За допомогою машинного навчання та штучного інтелекту



Більша ефективність

Оптимізація параметрів та креативів із меншою кількістю правок



Ширше охоплення аудиторій

Використання різних сигналів для пошуку найефективнішої аудиторії

Аудиторії



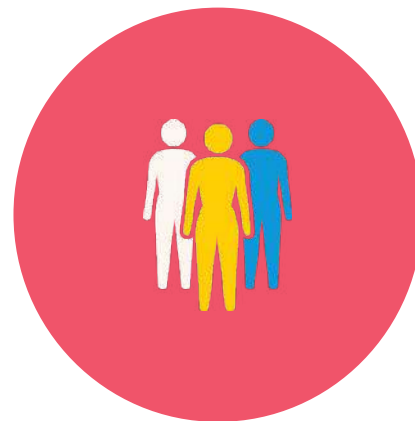
BROAD AUDIENCES

Інтереси, демографія,
поведінка, стать, вік



CUSTOM AUDIENCES

Покажуйте рекламу для
людей, які взаємодіяли з
вашим бізнесом



LOOKALIKE AUDIENCES

Знайдіть більше
покупців, подібних до
ваших поточних
клієнтів

Місця розміщення рекламних кампаній



Feeds

Get high visibility for your business with ads in feeds

 Facebook Feed Instagram feed Instagram profile feed Facebook Marketplace Facebook video feeds Facebook right column Instagram Explore Instagram Explore home Messenger inbox Facebook Business Explore

Stories and Reels

Tell a rich, visual story with immersive, fullscreen vertical ads

 Instagram Stories Facebook Stories Messenger Stories Instagram Reels Facebook Reels

In-stream ads for videos and reels

Reach people before, during or after they watch a video or reel

 Facebook in-stream videos Ads on Facebook Reels

Search results

Get visibility for your business as people search

 Facebook search results Instagram search results

Messages

Send offers or updates to **people** who are already connected to your business

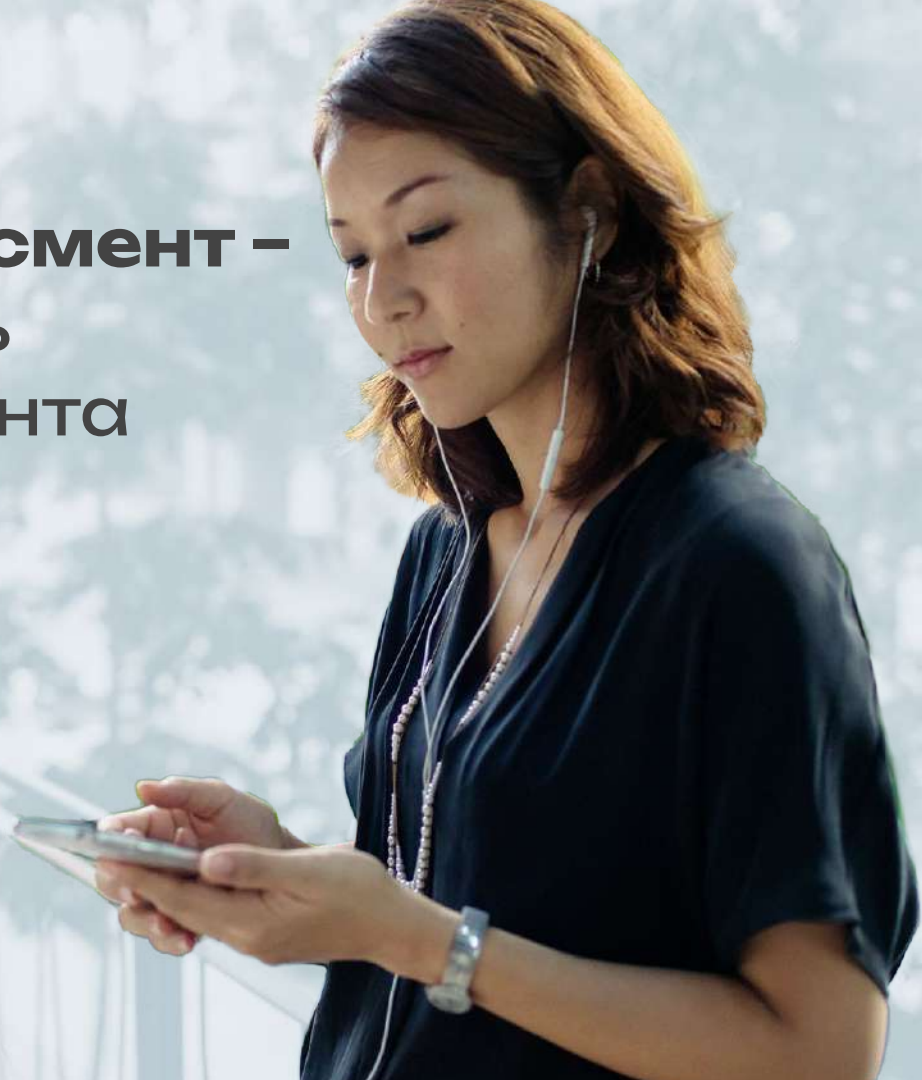
 Messenger sponsored messages

Apps and sites

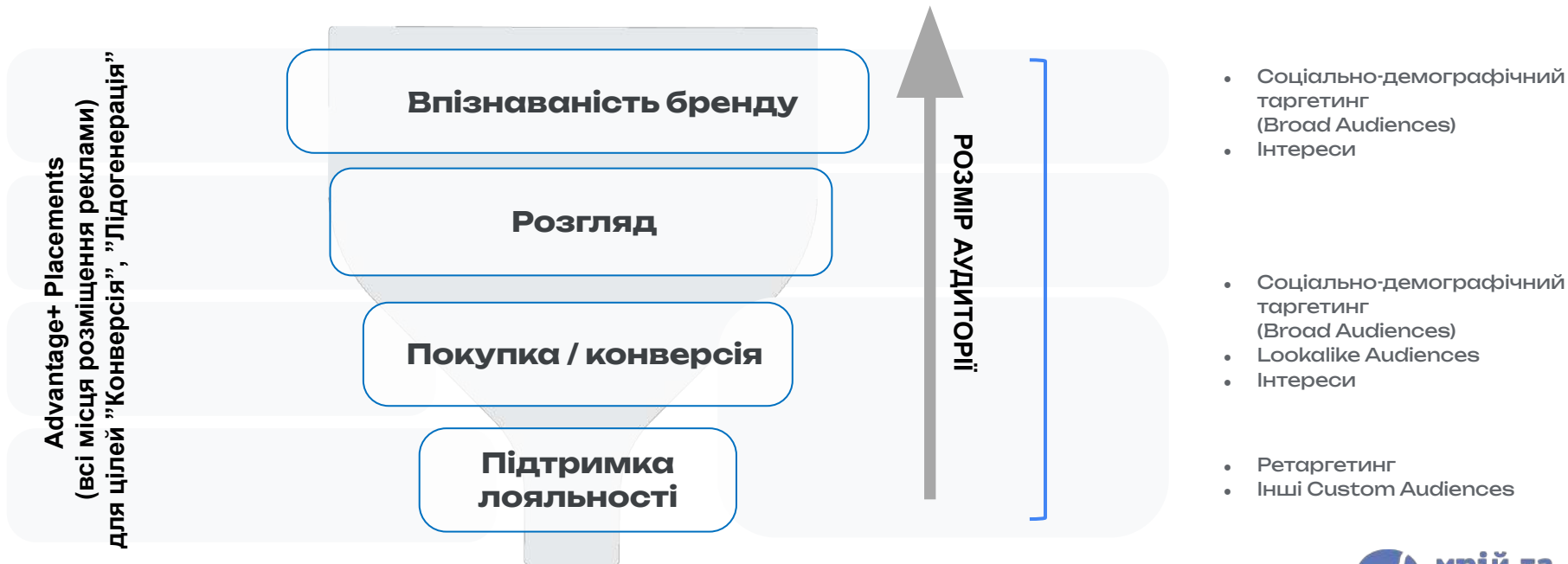
Expand your reach with ads in external apps and websites

 Audience Network native, banner and interstitial Audience Network rewarded videos

**Кожний плейсмент –
це можливість
отримати клієнта**

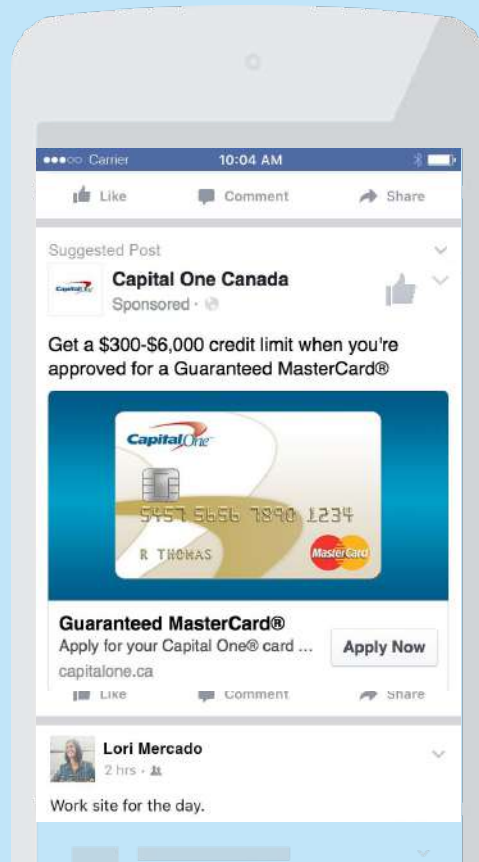
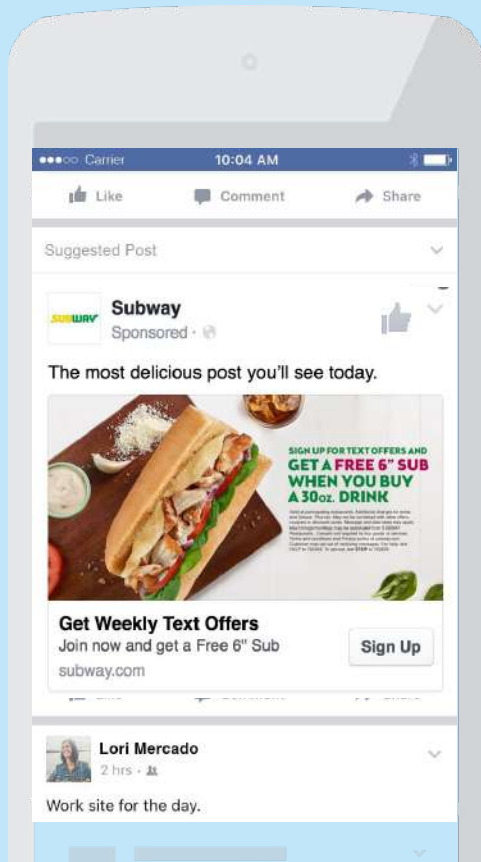


Які рекламні продукти Meta краще використовувати на кожному з етапів шляху користувача

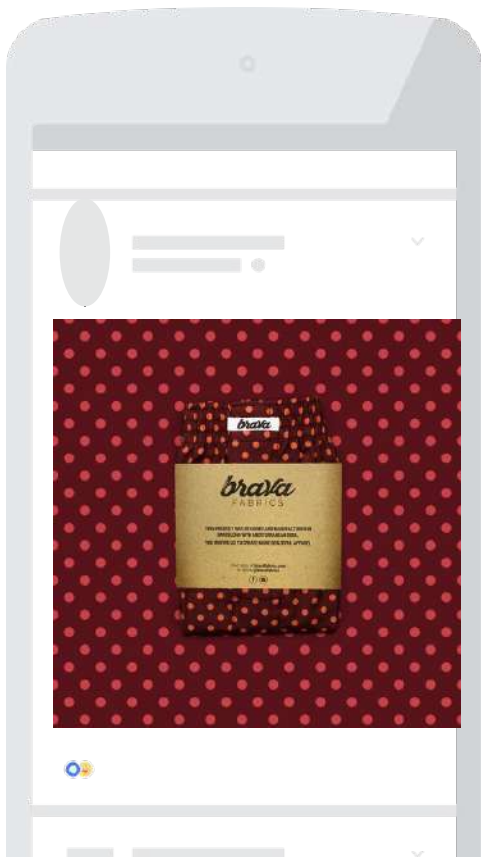
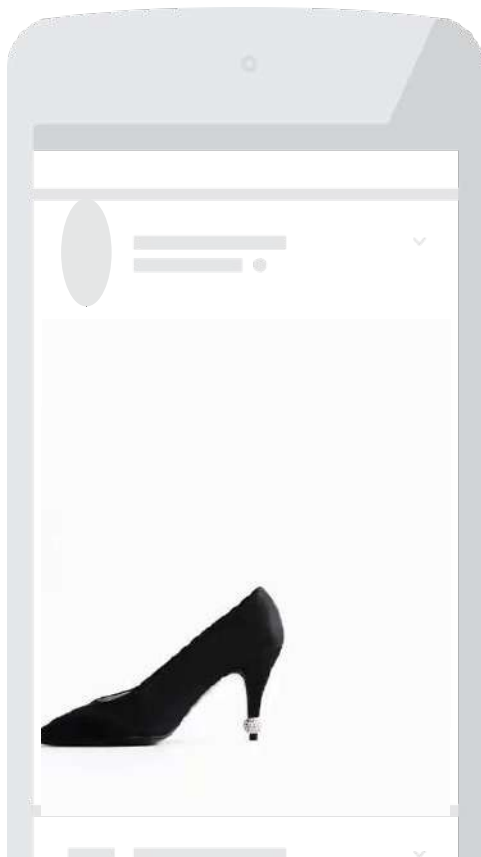


Як створювати ефективні креативи?

Приклад неефективного креативу



Приклади ефективних креативів



Основні принципи створення ефективних креативів для платформ Meta



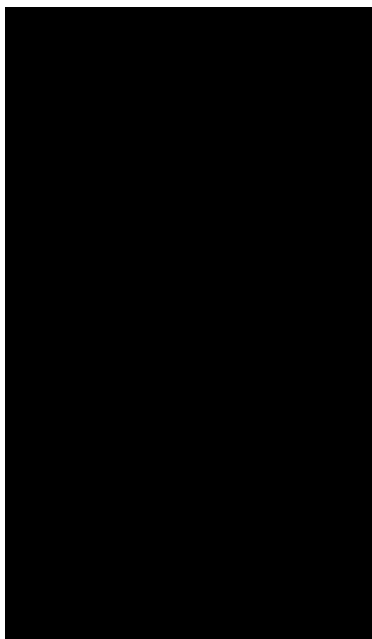
1. Додайте елементи бренду.



2. Оптимізуйте креатив під вертикальний та квадратний формати.



3. Якщо відео – то до 10-15 секунд максимум.



Вчимось на реальних прикладках

Приклад

Інтернет-магазин жіночого одягу в Україні, що має сайт, профіль в Instagram та бізнес-сторінку у Facebook, хоче збільшити продажі. З чого почати?

- Контент-план для профіля та бізнес-сторінки
- Встановлення Pixel на сайт для відслідковування покупок, додавань у кошик та переглядів товарів
- Створення реклами за допомогою Ads Manager із такими налаштуваннями:

Кампанія 1:

Ціль – покупки (конверсії)

Аудиторія – широка аудиторія (соц-дем, інтереси), ретаргетинг (ті, хто раніше купував або додавав у кошик)







Місця розміщення – Advantage+ Placements (всі)

Кампанія 2:

Advantage+ Shopping Campaign на покупку із додаванням 10+ різних креативів

Домашня робота

1. Визначте, які з перерахованих рекламних цілей підійдуть для вашого бізнесу на етапі запуску і на подальших етапах

-  Продажі
-  Лідогенерація (заявки)
-  Взаємодія з контентом
-  Просування мобільних застосунків
-  Трафік
-  Впізнаваність бренду

2. Створіть декілька візуальних рекламних креативів для Facebook, Instagram за допомогою одного з інструментів



Дякуємо за увагу!

Бажаємо успіхів 🧡

Курси Meta та Дія.Бізнес

<https://www.facebook.com/business/small-business/boost/ukraine>