

**Tisková zpráva**

Praha, 20. srpna 2017

---

## **Optimalizace cílových skupin umožní efektivnější a levnější reklamu na Facebooku**

**Pouštíte se do reklamních kampaní na Facebooku a chcete se ujistit, že minimalizujete náklady? Můžete toho dosáhnout pomocí optimalizace okruhů uživatelů. Jak na to radí Jan Matyáš z digitální fullservisové agentury LCG New Media.**

### **Co je přesah audiencí?**

Přesah audiencí je situace, kdy ve dvou či více okruzích oslovovaných uživatelů (v sadách reklam s jinak definovaným okruhem zájmů, vlastních audiencí atd.) dochází ke shodě. To má za následek několik nežádoucích situací.

### **Proč se vyvarovat přesahu audiencí?**

Pokud s reklamou na Facebooku teprve začínáte, přesah kampaní může mít dopad jak na jejich cenu, tak i na výsledky. Důvod je jednoduchý – ve chvíli, kdy je ve dvou či více sadách reklam shoda (i když jen v určitém procentu), dochází k navýšení ceny, přitom se ale reklama ukazuje totožnému okruhu uživatelů. Pokud nechcete, aby se okruhy ze dvou reklamních sad překrývaly, předpřipravte si potenciální okruhy uživatelů pro vaše kampaně ve Správci reklam. V sekci Položky zvolte Okruhy uživatelů:

(Obrázek 1 - Zdroj: <https://business.facebook.com/>)

Příklad: Vycházejme z předpokladu, že máme vytvořené 3 okruhy uživatelů:

1. Matky s dětmi, rodiče, rodiče s dětmi od 1–2 let v České republice ve věku 20–35 let
2. Ženy se zájmy o nakupování a módu v České republice ve věku 18–35 let
3. Podobný okruh uživatelů – Lookalike naší stránky

### **Jak určit, zda se jednotlivé okruhy navzájem překrývají?**

Zde je postup následující: Business Manager – Knihovna položek – Okruhy uživatelů – zaškrtnout zvolené okruhy – akce – zobrazit přesah uživatelů.

(Obrázek 2)

### **Jak se zbavit přesahu při zachování cílení?**

1. Přesahy u podobných (Lookalike) nebo vlastních okruhů

Pokud dochází k překrývání uložených okruhů uživatelů mezi vlastním uloženým okruhem a lookalike či vlastním okruhem, stačí jít do Power Editoru a nastavit následující v Sadách reklam: Okruhy uživatelů – Vlastní okruhy uživatelů – vyloučit – vyloučit lidi, kteří jsou minimálně v jedné z těchto kategorií.

## 2. Přesahy u uložených okruhů

Zde se jedná o poněkud komplikovanější problematiku, protože Facebook zatím neumožňuje aplikovat výše zmíněný postup na uložené okruhy.

Je nutné ručně vyloučit zájmy, které obsahuje jiný okruh uživatelů. Na našem příkladu to uděláme tak, že zvolíme námi vytvořený okruh (matky a rodiče) a nastavíme následující položky v okruhu uživatelů: Podrobné cílení – Vyloučit uživatele – vyloučit lidi, kteří odpovídají alespoň jedné z uvedených možností – vyloučíme všechny zájmy z druhé sady reklam (mateřství, rodičovství atd.) – aktualizujeme.

Stejný postup platí pro druhou sadu, akorát opačně (vylučujeme zájmy nakupování a móda). Pro kontrolu znovu ověříme přesah. Mělo by se jednat o nulové procento: (Obrázek 3)

S tímto postupem se vyhnete zbytečnému navyšování cen a dosáhnete lepších výsledků.

Více informací naleznete na webu [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/)

### **Kontakt pro média:**

#### **Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

#### **O LCG NEW MEDIA:**

*Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální síť. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držitelé certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---