

Tisková zpráva

Praha, 26. února 2020

Facebook odstraňuje skóre relevance u reklam

Od 30. dubna začal Facebook postupně odstraňovat možnost sledování skóre relevance spolu s dalšími 6 ukazateli. Místo toho je nahrazuje 3 novými metrikami. Co to pro firemní profily znamená a jaké novinky bude třeba sledovat zjistila agentura LCG New Media.

Skóre relevance sloužilo marketérům jako hrubý ukazatel výkonnosti jednotlivých kreativ. Bylo to číslo od 1-10, kde na základě oblíbenosti kampaně, feedbacku, prokliků a interakcí Facebook určil, zda se jedná o reklamu, kterou uživatelé vidí rádi, či nikoliv a zda je relevantní vaší cílové skupině. Čím vyšší skóre, tím lepší.

Jednoduše řečeno, Facebook nám pomocí skóre sděloval:

1 – Velký špatný, reklamu bude třeba protlačit na úkor ceny. Nikdo neříká, že vaši ošklivou reklamu s pravděpodobně špatným cílením např. na Portoričany, mluvící Japonsky v regionu Morava nikomu neukáží, ale holt si budete muset připlatit.

10 – Jste marketingový bůh, cena za proklik se může dostat i pod korunu. Reklamy přináší několikanásobnou ROIku a na obloze se objevuje ohňostroj, zatímco se vám přichází klanět samotný Mark Zuckerberg.

Další metriky na výměnu:

- Offers Saved
- Cost Per Offers Saved
- Messaging Replies
- Cost Per Messaging Replies
- Mobile App Purchase ROAS
- Web Purchase ROAS

Tyto metriky stejně nikdo nikdy nepoužil. Pokud ano, tak pouze k velice krátkému zjištění, že cílit na Messages replies nebo dělat reklamu vyloženě na Offers, se prostě příliš nevyplácí a bohatě ji trumfne obyčejná klikačka. Ale pokud se i tak bojíte, nemusíte. Některé z nich budou nahrazeny upravenou formou.

Nové metriky:

Budou sloužit k porovnávání výkonosti ve větším detailu a budou vycházet z konkurenčních kampaní se stejným cílením, jako jsou vaše kampaně.

1. Engagement rate metric

Porovnává engagement (kliky, komentáře, palce, srdíčka...) oproti podobným příspěvkům se stejnou či podobnou audiencí.

2. Quality ranking

Porovnává celkovou kvalitu reklamy oproti podobným příspěvkům se stejnou či podobnou audiencí. Jedná se o staronové skóre relevance.

3. Conversion rate ranking

Hodně vítaná informace především pro eshopy – porovnává hodnotu konverze oproti konkurenci.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.
