



Facebook မှာကြော်ငြာတစ်ခုကိုစတင်ခြင်း



“Facebook မှာကြော်ငြာတစ်ခုကိုစတင်ခြင်း”

Facebook မှာBoost တယ်ဆိုတာကိုPage တွေကိုစီမံခန့်ခွဲနေတဲ့သူတွေ သိကြပြီးသားဖြစ်မှာပါ။Boost တယ်ဆိုတာကရှင်းရှင်းပြောရရင်Facebook ပေါ်မှာကြော်ငြာတာပါပဲ။ဒီလိုမျိုးကြော်ငြာတဲ့နေရာမှာPage ကနေBoost တာထက်စာရင်Facebook ရဲ့Business Manager ထဲကနေဝင်ပြီးတော့ Boost တာကပိုပြီးတော့ထိရောက်ပါတယ်။ဒီလိုမျိုးလုပ်တဲ့ဟာက အရ အရမ်းကြီးတော့ခက်တဲ့ဟာမျိုးမဟုတ်ပါဘူး။ဒါပေမယ့်မဖြစ်မနေသိထား ရမယ် ရမယ့်အချက်တွေတွေ့ရှိပါတယ်။Facebook ပေါ်မှာကြော်ငြာတဲ့ကြော်ငြာ ကိုဝေါဟာ ကိုဝေါဟာရအသုံးအနှုန်းအရAdvert လို့ခေါ်ပါတယ်။အဲဒီတော့Advert တစ်ခုတည်ဆောက်ဖို့ဘာတွေလိုအပ်မယ်။ဘာတွေသိထားရမယ်ဆိုတာကိုလိုတိုရှင်းကွန့်တော်သိသေ ခ်သိသလောက်နားလည်လွယ်အောင်ရှင်းပြပေးပါမယ်။အချက်သုံးချက်ကိုအခြေခံပြီးရှင်းပြပေးမှာပါ။အဲ ပးမှာပါ။အဲဒါတွေကတော့Advert ကိုစတင်ခြင်း၊Advetတွေကိုဘယ်လိုFacebook မှာဘယ်လိုSetup လုပ်ပြီးစီမံခန့်ခွဲမလဲFacebook မှာAdvert တစ်ခုလုပ်ဖို့ဘာတွေ သိထားရ မလဲတို့ဖြစ်ပါတယ်။

၁. ကိုယ့်ရဲ့ဦးတည်ချက်ကိုရွေးပါ။

Facebook Advert Managerရဲ့Desktop Interface မှာAdvertising Objective တစ်ခုရွေးပါ။ကိုယ်ဘယ်လိုရလဒ်လိုချင်သလဲဆိုတဲ့အပေါ်မူတည်ပြီးရွေးချယ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။Website

ရဲ့အရောင်းတက်ချင် တာလား၊ App ကိုဒေါင်းလုတ်ဆွဲတဲ့သူများချင်တာလား၊ Brand Awareness တိုးချင်တာလားတစ်ခုခုကိုရွေးပေးရပါမယ်။

၂. ကိုယ့်ရဲ့ Audience ကိုရွေးပါ။

ဘယ်လိုလူမျိုးကိုကြော်ငြာချင်တာလဲ။ အသက်အရွယ်၊ နေရာဒေသအပြင် အပြုအမူနဲ့စိတ်ဝင်စားတဲ့အကြောင်းတွေအပေါ်မူတည်ပြီးကြော်ငြာလို့ရပါတယ်။

၃. ကြော်ငြာကိုဘယ်မှာ Run မှာလဲ

Facebook လား၊ Instagram လား၊ Audience Network ထဲမှာပါဝင်တဲ့ Websites တွေ၊ App တွေမှာလား။ ဒါမှမဟုတ်အားလုံးမှာကြော်ငြာမှာလား။ မိုဘိုင်းဖုန်းတွေပေါ်မှာပဲကြော်ငြာမှာလား။

၄. ဘတ်ဂျက်သတ်မှတ်ပါ။

Daily ဘတ်ဂျက်လား၊ Lifetime ဘတ်ဂျက်လား။ ကိုယ်ကြော်ငြာ Run မယ့် အချိန်အပိုင်းအခြားနဲ့အတူတစ်ခုခုကိုရွေးပါ။

၅. Format ရွေးချယ်ခြင်း

ပုံတစ်ပုံတည်းနဲ့ကြော်ငြာမှာလား၊ ဗီဒီယိုနဲ့လား၊ ဒါမှမဟုတ်ကြော်ငြာမှာပုံတွေ၊ ဗီဒီယိုတွေအများကြီးသုံးချပြီးကြီးသုံးချင်တာလား။ Slideshow နဲ့ကြော်ငြာမှာလား၊ Canvas နဲ့လား ကိုယ်ကြော်ငြာချင်တဲ့ Format ကိုရွေးပါ။ ဓာတ်ပုံများကို သုံး၍မိုဘိုင်းဖုန်းမှာကြော်ငြာခြင်းတွင်လှပတဲ့ပုံတွေနဲ့အတူကိုယ်ပေးချင်တဲ့ Message ကိုပေးပါ။ Carousel ads

နဲ့အတူမိုဘိုင်းဖုန်းမှာကြော်ငြာခြင်း တွင်ကြော်ငြာတစ်ခုကိုဓာတ်ပုံတွေအများကြီး၊ ဗီဒီယိုတွေအများကြီး တွေအများကြီးဖြင့် ကြော်ငြာကြော်ငြာခြင်း။ ဗီဒီယိုအသုံးပြု၍ကြော်ငြာခြင်းတွင်ကိုယ်ပြောချင်တဲ့ ဇာတ်လမ်းကိုအမြင်ဇာတ်လမ်းကိုအမြင်၊ အသံ၊ လှုပ်ရှားမှုခုလုံးပါဝင်အောင်ကြော်ငြာခြင်းဖြစ်ပါတယ်။ Slideshow အသုံးပြု၍မိုဘိုင်းဖုန်းမှာကြော်ငြာခြင်းမှာပေါ့ပေါ့ပါးပါး ဗီဒီယိုလေးကို ဗီဒီယိုလေးကိုအသုံးပြုပြီးလူတွေနဲ့ဆက်သွယ်မှုကောင်းအောင်ကြော်ငြာ ခြင်းဖြစ်ကာ Canvas ကိုအသုံးပြု၍မိုဘိုင်းဖုန်းမှာကြော်ငြာခြင်းမှာကိုယ့်ရဲ့ဇာတ်လမ်းကိုလှလှပပနဲ့ Loading Speed မြန်မြန်နဲ့ကြော်ငြာတာ ဖြစ်ပါတယ်။

၆. ကိုယ့်ရဲ့ကြော်ငြာကိုဘယ်လိုစီမံခန့်ခွဲပြီးတိုင်းတာမလဲ

ကိုယ့်ရဲ့ကြော်ငြာစတင်တာနဲ့တစ်ပြိုင်နက် Facebook Adverts Manager, Power Editor သို့ Business Manager တို့ကနေ Performance တွေအကုန်လုံးကို Track လုပ်လို့ရသလို Campaign ကိုလည်း Edit လုပ်လို့ရပါတယ်။ ဒီ tools တွေနဲ့ကိုယ်ရဲ့ဘယ် Advert ကပိုပြီးတော့ထိရောက်တယ်။ ဘယ် Advert တွေကထိရောက်ဘူး ဆိုတာကြည့်လို့ရလို့လိုအပ်တဲ့ခွန်ညှိမှုတွေကိုလည်း အချိန်မရွေးလုပ်လို့ရပါတယ် ပါတယ်။

Facebook Ad ရဲ့ရည်ရွယ်ချက်များ

ကိုယ့်ရဲ့ Ads အတွက် Marketing ရည်မှန်းချက်ကိုရွေးပါ။
Facebook Ads တွေဟာစွယ်စုံအသုံးဝင်ပါတယ်။ ဒါပေမယ့်ကိုယ်လိုချင်တဲ့ အရာကို
အရာကိုဦးတည်ချက်ထားပြီးလုပ်မှအောင်မြင်မှာပါ။ ဒါကြောင့်လည်း Ads
တွေဟာရည်ရွယ်ချက်အမျိုးမျိုးရှိပါတယ်။ Ads တစ်ခုချင်းစီအတွက် Marketing
ဦးတည်ချက်တွေထားပြီး Campaign
အမျိုးမျိုးကိုလုပ်ရမှာဖြစ် ပါတယ်။ ရည်မှန်းချက်တွေဟာအမျိုးမျိုးဖြစ်နိုင်ပြီး Awareness တိုးတာ၊
Engagement တိုးတာ၊ Conversion တက်တာတွေဟာအဓိက အရာတွေ ဖြစ်ကြပါတယ်။

၁. လူတွေပိုသိစေဖို့

ကိုယ့်ရဲ့လုပ်ငန်းကိုလူတွေအများကြီးသိချင်တယ်ဆိုရင် Awareness
မြှင့်တဲ့ကြော်ငြာကိုသုံးရပါမယ်။ Brand Awareness, Reach, Video Views တို့ဖြစ်ပါတယ်။

၂. လူတွေကိုပိုပြီး Engage လုပ်စေချင်တယ်ဆိုရင်

လူတွေကကိုယ့်ကိုသိတယ်ဆိုရင်တောင် Customers
တွေတော့ မဖြစ်လာသေးပါဘူး။ သူတို့ကဘယ်လိုလူမျိုးတွေဖြစ်တယ်။ သူတို့ဘယ်လိုလူတွေဖြစ်တယ်ဆို
တယ်ဆိုတာလေ့လာမှုတွေလုပ်ရပါမယ်။ Facebook မှာ Engagement တိုးစေတဲ့ Ads
တွေအများကြီးရှိပါတယ်။ App Installs, Traffic, Lead Generation, Engagement, Video
Views တို့ဖြစ်ပါ တယ်။

၃. လူတွေရဲ့အပြုအမူတစ်ခုခုလိုချင်ရင်

ကိုယ့်ရဲ့လုပ်ငန်းအတွက် Fan တွေရှိလာပါပြီ။ သူတို့ကိုစတင်ရေတွက်ရပါ မယ်။ ဈေးဝယ်ခိုင်းတာ၊ sign-
ups လုပ်ခိုင်းတာစသည်ဖြင့်အမျိုးမျိုးရှိပါ တယ်။ အဲဒါတွေအတွက် Facebook ad objective
တွေရှိပါတယ်။ Online conversions, Store Visits တို့ဖြစ်ပါတယ်။

Audience ကိုရွေးချယ်ခြင်း

ကိုယ့်လုပ်ငန်းကိုနှစ်သက်တဲ့သူတွေနဲ့ဆက်သွယ်ပါ။ သင့်ရဲ့လူတွေကဒီမှာရှိနေနိုင်ပါတယ်။ Facebook
ကိုအသုံးပြုနေတဲ့သူတွေဆိုတာတစ်လ ကိုနှစ်ဘီလီယံနီးပါးရှိပါတယ်။ အစွမ်းထက်တဲ့ Tools
တွေကိုသုံးပြီး ကိုယ့်လုပ်ငန်းနဲ့ကိုက်ညီတဲ့လူတွေကရွေးချယ်နိုင်ပါတယ်။ ကိုယ့် Customer
တွေရဲ့ demographics, interests and behaviours တွေကိုတော့ သိထားဖို့လိုအပ်တယ်။ Facebook
Audience ရွေးချယ်နည်းသုံးနည်း ရှိပါတယ်။ 1. Core Audiences, 2. Custom Audiences, 3.
Lookalike Audiences တို့ဖြစ်ပါတယ်။

CORE AUDIENCES

ကိုယ်ရောက်စေချင်တဲ့လူဆီရောက်ဖို့ရွေးချယ်တာဖြစ်ပါတယ်။ တကယ်လို့ကိုယ်ကကိုယ့်ရဲ့နိုင်ငံအတွင်
ငံအတွင်းမှာရှိတဲ့ Local customers တွေကိုလိုချင်တဲ့ သူ

သူသို့အွန်လိုင်းပေါ်မှာလက်လီအရောင်းဆိုင်ဖွင့်ထားပြီးကိုယ့်ရဲ့ထုတ်ကုန်ကိုလူသိများအောင်လုပ်ချင်တဲ့ ငြိတဲ့သူဆိုရင်Core Audiences targeting options ကိုAdverts Manager နဲ့Power Editor တို့ကနေသုံးလို့ရပါတယ်။ဒီTools တွေမှာဆိုရင်ကိုယ်ကြော်ငြာချင်တဲ့သူကိုdemographics, location, interests and behaviours တို့အပေါ်မှာအခြေခံပြီးကြော်ငြာ လို့ရပါတယ်။

Facebook Advert Targeting Core Audiences Options

Demographics

လူတွေကိုအသက်၊လိင်၊အချစ်ရေး၊ပညာရေး၊အလုပ်ခွင်၊ရာထူး၊စတာတွေအပေါ်မူတည်ပြီးရွေးချယ်လို့ရ လို့ရပါတယ်။

Location

ကိုယ့်ရဲ့အနီးပတ်ဝန်းကျင်မှာRadius တစ်ခုထားပြီးတော့ ကြော်ငြာခြင်းဖြစ် ပါတယ်။

Interests

လူတွေရဲ့ဝါသနာနဲ့နှစ်သက်တဲ့အရာတွေအပေါ်အခြေခံပြီး ကြော်ငြာတာပါ။

Behaviours

ဒါကတော့လူတွေရဲ့အပြုအမူ၊သုံးစွဲခြင်းနဲ့ဝယ်ယူခြင်းစတဲ့အရာတွေအပေါ်အခြေခံပြီးကြော်ငြာတာပါ။

CUSTOM AUDIENCES

ကိုယ့်လုပ်ငန်းနဲ့သိကျွမ်းပြီးသားလူတွေကိုကြော်ငြာတာပါ။

Custom Audiences ကတော့Facebook ပေါ်မှာကိုယ့်လုပ်ငန်း ထိတွေ့ပြီးသား လူတွေကို ကြော်ငြာ ကြော်ငြာတဲ့နေရာမှာအသုံးဝင်ပါတယ်။ ကိုယ်နဲ့ထိတွေ့ပြီးသားလူတွေဖြစ်တာကြောင့်ဆက်ဆံရေးပို ဆက်ဆံရေးပိုကောင်းအောင်လုပ်တာ၊အရောင်းတက်အောင်လုပ်တာတွေမှာအသုံးဝင်ပါတယ်။ အော င်ပါတယ်။ အောက်ကအချက်သုံးချက်ထဲကတစ်ချက်ကိုသုံးပြီးတော့Custom Audience တွေတည်ဆောက်လို့ရပါတယ်။

Loyal and potential customers: Your current customers and prospects

Website visitors: People who visit your website

Mobile users: People who use your mobile app

LOOK A LIKE AUDIENCES

ကိုယ့်မှာရှိတဲ့Audience နဲ့ဆင်တူတဲ့Audience တွေတည်ဆောက်တာပါ။ Look a like Audiences ကလက်ရှိကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ဖော

ဖောက်သည်နဲ့ ဆင်တူတဲ့သူတွေကိုရှာဖွေတဲ့နေရာမှာကူညီပေးပါလိမ့်မယ်။ဒါကFacebook Marketing အတွက်ရောကိုယ့်လုပ်ငန်းကိုလူသိများအောင် လုပ်တဲ့နေရာ မှာရော တော်တော်အသုံးဝင်ပါတယ်။

Facebook Ads တွေကိုအသုံးပြုပြီးကိုယ့်ရဲ့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဖွံ့ဖြိုး တိုးတက်အောင်
တိုးတက်အောင်လုပ်ဆောင်နိုင်ကြပါစေလို့ဆုတောင်းပေးလိုက်ပါတယ်။