

სოციალური მედია ედვერთაიზინგი

ლექტორი

ნათია მუსერიძე

კურსის დრო

8 შეხვედრა (16 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

სასწავლო კურსი განკუთვნილია ადამიანებისთვის, რომელთაც უკვე რაღაც სახის შეხება აქვთ სოციალურ მედიასთან და სურთ რეკლამის მიმართულებით ცოდნის გაღრმავება. კურსის მიზანია მოამზადოს ედვერთაიზერი, რომელიც დაგეგმავს სარეკლამო სტრატეგიას სოციალური მედიისთვის, შექმნის სხვადასხვა ტიპის რეკლამას წამყვან სოციალურ არხებში და გააანალიზებს და გააუმჯობესებს შედეგებს.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1:

- ციფრული მარკეტინგის ეკოსისტემა
- სოციალური მედია მარკეტინგი
- სოციალური მედია პლატფორმების მიმოხილვა
- Meta (Facebook and Instagram) პლატფორმა
- Meta Business Suite and Business manager მიმოხილვა
- Business manager-ისა და Ads manager-ის შექმნა
- **დავალება #1**

ლექცია 2:

- როგორ მუშაობს Meta-ს ალგორითმი
- ძირითადი მეტრიკები
- Ads manager-ის სტრუქტურა და ინტერფეისი
- კამპანიის მიზნები
- Advantage Campaign Budget VS Ad Set Budget
- Daily & Lifetime Budget
- **ქვიზი #1**

ლექცია 3:

- სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა, მომხმარებლის პერსონის შექმნა
- Saved, Custom & Lookalike Audiences
- Placements
- Ad Setup - რეკლამის ფორმატები
- დინამიური კრეატივები
- რეკლამის განხილვის პროცესი - როგორ მოვიქცეთ, თუ რეკლამა დაგვებლოკა
- რეკლამის შექმნა რეალურ დროში
- **ქვიზი #2**

- **დავალება #2**

ლექცია 4:

- ცნობადობაზე ორიენტირებული რეკლამა
- მესიჯებსა და ლიდ გენერაციაზე ორიენტირებული რეკლამა
- ლიდ ფორმების შექმნა, ლიდ ცენტრი
- საუკეთესო პრაქტიკები ლიდების გენერაციისთვის
- რეკლამის შექმნა რეალურ დროში
- **ქვიზი #3**
- **დავალება #3**

ლექცია 5:

- მეტა პიქსელი, მისი შექმნა და იმპლემენტაცია
- ვებსაიტის კონვერსიის ფანელი
- Facebook Events Manager, სტანდარტული ივენტები, Event Setup Tool
- რეთარგეტინგი, Custom აუდიტორიის შექმნა, გავრცელებული პრაქტიკები
- გაყიდვებზე ორიენტირებული რეკლამა - საუკეთესო პრაქტიკები იქომერს ბიზნესებისთვის
- პროდუქტის კატალოგის შექმნა და მისი გამოყენება რეკლამაში
- Conversions API
- აპლიკაციის რეკლამა: SDK, Deep Links
- **ქვიზი #4**
- **დავალება #4**

ლექცია 6:

- სარეკლამო სტრატეგია და შემადგენელი კომპონენტები
- Meta Ad Library
- მარკეტინგული ფანელი
- რეკლამის მიზნების და შესაბამისი KPI-ების ჩამოყალიბება
- საპროგნოზო KPI-ების განსაზღვრა
- მედია გეგმის შედგენა
- A/B ტესტირება და მისი მნიშვნელობა
- **ქვიზი #5**
- **დავალება #5**

ლექცია 7:

- Ads Reporting
- რეკლამის ეფექტურობის შეფასება
- რეკლამის ოპტიმიზაცია
- ატრიბუციის პარამეტრები
- LinkedIn Campaign Manager
- რეკლამის სხვა ტიპების მოკლე მიმოხილვა - საძიებო სისტემების რეკლამა, დისპლეი რეკლამა და ა.შ.
- **ქვიზი #6**

- დავალება #6

ლექცია 8:

- სარეკლამო სტრატეგიების პრეზენტაცია

სასწავლო კურსის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- რეკლამის მნიშვნელობა სოციალურ მედიაში
- რეკლამის გაზომვის ტერმინოლოგია
- Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager
- Meta Pixel, ვებსაიტის კონვერსიის ფანელი და სტანდარტული ივენტები
- საუკეთესო პრაქტიკები სხვადასხვა ტიპის რეკლამისთვის
- Ads Reporting
- სარეკლამო სტრატეგიის შემუშავება სოციალური მედიისთვის
- სარეკლამო კამპანიების აწყობა დასახული მიზნების შესაბამისად
- ეფექტური სარეკლამო კამპანიების წარმოება
- შედეგების გაზომვა და რეკლამის ოპტიმიზაცია

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

სოციალური მედია მარკეტინგის საბაზისო დონეზე ცოდნა, ინგლისურის ცოდნა, ლეპტოპი და ინტერნეტთან წვდომა.

ლექტორის შესახებ

- ნათია მუსერიძე არის ციფრული მარკეტერი 5+ წლიანი გამოცდილებით;
- ამჟამად მუშაობს კრეატიულ სააგენტო Windfors-ში Senior Advertiser-ის პოზიციაზე;
- მანამდე მუშაობდა ტექნოლოგიურ სააგენტო ნოქსტონში;
- ნათიას უმუშავია ისეთ ბრენდებთან, როგორებიცაა: Crosty, Adjara Group, Tsiskvili Group, Europroduct, Ad Black Sea და სხვა;
- ნათიას დამთავრებული აქვს შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტი მარკეტინგის მიმართულებით.