

# სოციალური მედია ედვერთაიზინგი

## ლექტორი

ნათია ზარნაძე

## კურსის დრო

8 შეხვედრა (16 საათი)

## სასწავლო კურსის მიზნები

სასწავლო კურსი განკუთვნილია ადამიანებისთვის, რომელთაც უკვე აქვთ 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:

- რეკლამა სოციალურ მედიაში - ზოგადი მიმოხილვა
- სოც მედია რეკლამის გლობალური ტენდენციები
- სოც მედია რეკლამის თავისებურებები საქართველოში და ეფექტური არხები
- Advertiser, როგორც პროფესია და მისი ფუნქცია / მოვალეობები
- Meta-ს რეკლამის მართვის ხელსაწყოები
- Business Portfolio, Business Suite & Ads Manager
- გაზომვის ძირითადი პარამეტრები: Reach, Impressions, Post Engagement, CPM, CTR და სხვა
- სარეკლამო ანგარიშის შექმნა
- გადახდის მეთოდები, ლიმიტები და ბილინგი
- **დავალება #1**

### ლექცია 2:

- Meta-ს სარეკლამო აუქციონი
- Meta-ს სარეკლამო პოლიტიკა - აკრძალული და შეზღუდული პროდუქტები
- ედს მენეჯერის სტრუქტურა და ინტერფეისი; კამპანიის, ედ სეტისა და ედის დონეები
- Boost Post VS Ads Manager
- კამპანიის მიზნები
- Advantage Campaign Budget VS Ad Set Budget
- Daily & Lifetime Budget

### ლექცია 3:

- სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა, მომხმარებლის პერსონის შექმნა
- Advantage+, Original, Custom & Lookalike Audiences
- Meta Andromeda
- Placements

- Ad Setup - რეკლამის ფორმატები
- Creative image generation AI & Creative enhancements
- კრეატივების ტესტირება
- რეკლამის განხილვის პროცესი - როგორ მოვიქცეთ, თუ რეკლამა დაგვებლოკა
- რეკლამის შექმნა რეალურ დროში
- **ქვიზი #1**
- **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 #2**
- **დავალება #3**

#### ლექცია 5:

- მეტა პიქსელი, მისი შექმნა და იმპლემენტაცია, Conversions API
- ვებსაიტის კონვერსიის ფანელი
- Facebook Events Manager, სტანდარტული ივენტები, Event Setup Tool
- რეტარგეტინგი, Custom აუდიტორიის შექმნა, გავრცელებული პრაქტიკები
- გაყიდვებზე ორიენტირებული რეკლამა - საუკეთესო პრაქტიკები იქომერს ბიზნესებისთვის
- პროდუქტის კატალოგის შექმნა და მისი გამოყენება რეკლამაში
- აპლიკაციის რეკლამა: SDK, Deep Links
- **ქვიზი #3**
- **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 მეთოდები
- **ქვიზი #4**
- **დავალება #5**

#### ლექცია 7:

- Ads Reporting
- რეკლამის ეფექტურობის შეფასება
- რეკლამის ოპტიმიზაცია

- ატრიბუციის პარამეტრები, bidding, value rules
- TikTok Ads
- LinkedIn Campaign Manager
- რეკლამის სხვა ტიპების მოკლე მიმოხილვა - საძიებო სისტემების რეკლამა, დისპლეი რეკლამა და ა.შ.
- **ქვიზი #5**
- **დავალება #6**

## ლექცია 8:

- სარეკლამო სტრატეგიების პრეზენტაცია

## სასწავლო კურსის შედეგები

### კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- რეკლამის მნიშვნელობა სოციალურ მედიაში
- რეკლამის შედეგების გაზომვის ტერმინოლოგია
- Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, TikTok Ads
- Meta-ს სარეკლამო აუქციონის პრინციპების გააზრება
- 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
- A/B ტესტირებისა და scaling მიდგომის გამოყენება რეკლამის ეფექტურობის გასაზრდელად

## სასწავლო კურსის მოთხოვნები

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

## ლექტორის შესახებ

- ნათია ზარნაძე არის სოციალური და ციფრული მედიის მარკეტერი 9 წელზე მეტი გამოცდილებით. ამჟამად ის კრეატიული სააგენტო Windfor's-ის ციფრული რეკლამისა და ანალიტიკის ხელმძღვანელია;
- მისი გამოცდილება მოიცავს ისეთ ბრენდებთან თანამშრომლობას, როგორცაა McDonald's, Elit Electronics, Askaneli, Radisson Hotels, Rooms Hotels, Adjara Group, TKT GE,

Huawei Mobile, Lenovo Georgia & Armenia, Lexus Spain, Terabank, ProCredit Bank, D Block, Ad Black Sea და სხვ;

- 2017-2019 წლებში ნათია იყო მარკეტინგული სააგენტო Gingers-ის სოციალური მედიის ხელმძღვანელი; 2020 წელს კი Meta Agency-ში სოციალური მედიისა და კონტენტის მიმართულების უფროსის პოზიციას იკავებდა.
- ნათიას აქვს კავკასიის ბიზნესის სკოლის ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის ხარისხი მარკეტინგის მიმართულებით. მისი გამოცდილება ასევე მოიცავს სხვადასხვა დროს მარკეტინგული კვლევების, არაციფრული მედიისა და მარკეტინგის სხვადასხვა მიმართულებით მუშაობას.