



# Социални мрежи: Facebook, Instagram, LinkedIn

**Константин Занков**



# Какво е социална мрежа?

Социалната мрежа е онлайн услуга, която се ползва като уебсайт или приложение. Тя фокусирана върху това по-лесно да изгражда социални връзки или социални отношение между хората.

В социалните мрежи хората споделят своите интереси, идеи, възгледи и др.

Социалните мрежи са подходящ инструмент за маркетинг. За бизнеса е важно да имат бизнес профили в социалните мрежи, където се намират техните клиенти.



# Популярни социални мрежи

1. Facebook
2. YouTube
3. WhatsApp
4. Messenger
5. WeChat
6. Instagram
7. Pinterest
8. Tumblr
9. LinkedIn
10. Tik Tok



# Историята на Facebook

Това е най-голямата безплатна онлайн социална мрежа в света. Създадена е през 2004г. от Марк Зукърбърг – студент от Харвард.

Той първоначално е създал сайт с името Facemash, където хаква недостъпна информация от мрежата на Харвард. Марк взема лични снимки на студенти и ги качва в сайта, така си навлича неприятности, бива обвинен в застрашаване на сигурността и нарушаване на личните данни, а сайта, който се радва на голям трафик, бива свален.

В последствие обвиненията са свалени. През 2004г. започва да пише да пише код за нов сайт с името Thefacebook. Членът the отпада през 2005 година.

Историята на Facebook е разказан и в игрален филм със заглавие The Social Network през 2010г.



# Любопитни факти за Facebook

1. При всяка минута във Facebook около 100 хиляди души стават приятели
2. Социалната мрежа е преведена на над 80 езика
3. Facebook е официално забранена в Китай, Сирия и Иран, заради ролята, която изиграва като платформа за организиране на протести
4. Най-активните потребители във Facebook ползват мобилни устройства, вместо настолни компютри
5. Пристрастяването към социалната мрежа е факт,  $\frac{1}{4}$  от подрастващите до 16-годишна възраст прекарват по повече от 12 часа на ден именно там
6. В тази връзка американски психолози въведоха нова диганоза - Facebook зависимост (FAD).



# Тъмни тайни на Facebook

Социалната мрежа знае повече за вас, отколкото най-добрия ви приятел, майка или друг роднина. Фейсбук, често бива критикувана, че следи своите потребители и не защитава техните лични данни, но ние всички сме ги предоставили доброволно...

Какво знае Facebook за нас?

- **Какви интереси имате**, според това какви страници и публикации следвате и харесвате
- **Лични данни**, като име, имейл, години, пол, статус на обвързаност и др.
- **Вашата локация**, дори да сте с изключен телефон
- **Какво и с кого си пишете**
- **Има дори теории, които твърдят, че се проучва и какво и с кого говорите**, не е потвърдено официално

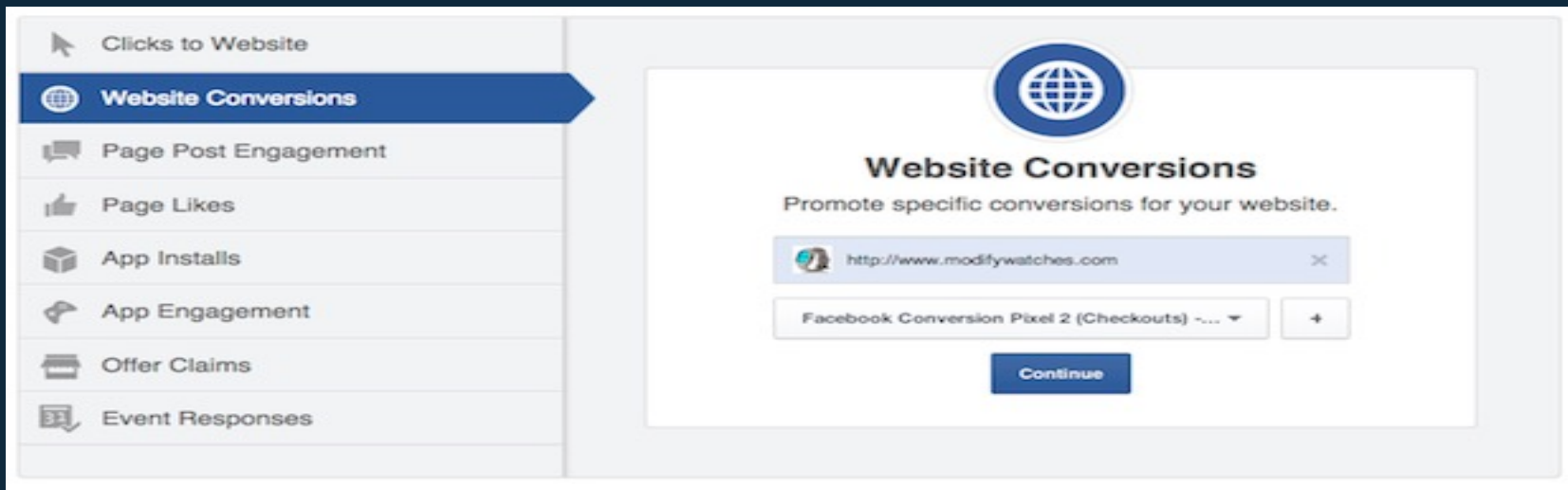


# Бизнес обекти във Facebook



# Цели на бизнес Фейсбук страница

- Целта на фейсбук страницата не е да досажда и разпространява спам
- Целта на фейсбук страницата е да представи бизнес и личността зад него по непринуден и човешки начин
- Целта на фейсбук страницата **НЕ** е единствено продажби
- Целта е да създаде атрактивен бранд, от който хората да искат да купят














The image shows a screenshot of the Facebook Business Manager interface. On the left, a sidebar menu lists various goals: Clicks to Website, Website Conversions (highlighted with a blue arrow), Page Post Engagement, Page Likes, App Installs, App Engagement, Offer Claims, and Event Responses. The main content area displays the 'Website Conversions' setup screen. It features a globe icon, the title 'Website Conversions', and the subtitle 'Promote specific conversions for your website.' Below this, there is a search bar containing the URL 'http://www.modifywatches.com'. Underneath the search bar, it shows 'Facebook Conversion Pixel 2 (Checkouts) -...' with a dropdown arrow and a plus sign. A blue 'Continue' button is positioned at the bottom of the setup area.



# Стъпка 1 при рекламирането във Фейсбук

Цел на  
кампанията

What's your marketing objective? [Help: Choosing an objective](#)

Awareness	Consideration	Conversion
 Brand Awareness	 Traffic	 Conversions
 Reach	 Engagement	 Catalogue Sales
	 App Installs	 Store Visits
	 Video Views	
	 Lead Generation	
	 Messages	

# Стъпка 2 при рекламирането във Фейсбук

Таргетиране на  
аудиторията

**Audience**  
Define who you want to see your ads. [Learn more.](#)

[Create new](#) [Use a saved audience ▼](#)

**Custom Audiences** ⓘ

[Exclude](#) | [Create new ▼](#)

**Locations** ⓘ

Bulgaria

Include ▼  [Browse](#)

Add locations in bulk

**Age** ⓘ  -

**Gender** ⓘ  All  Men  Women

**Languages** ⓘ

**Detailed targeting** ⓘ **INCLUDE** people who match at least **ONE** of the following ⓘ

| [Suggestions](#) | [Browse](#)

- ▶ **Demographics** ⓘ
- ▶ **Interests** ⓘ
- ▶ **Behaviours** ⓘ

**Connections** ⓘ

# Стъпка 3 при рекламирането във Фейсбук

Къде да се показва  
рекламата?

The screenshot shows the 'Placements' section of the Facebook Ads manager. It includes several sections: 'Automatic placements (recommended)', 'Edit placements', 'Device types', 'All devices (recommended)', 'Asset customisation', and 'Platforms'. The 'Platforms' section is expanded to show 'Facebook' and 'Instagram' options with checkboxes for various placement types. A preview of a mobile ad is shown on the right, and a note about 'Messenger Sponsored Messages' is visible at the bottom.

**Placements**  
Your ads will be shown to the right people in the right places.

**Automatic placements (recommended)**  
Your ads will automatically be shown to your audience in the places where they're likely to perform best. For this objective, placements may include Facebook, Instagram, Audience Network and Messenger. [Learn more.](#)

**Edit placements**  
Removing placements may reduce the number of people you reach and may make it less likely that you'll meet your goals. [Learn more.](#)

**Device types**  
All devices (recommended)

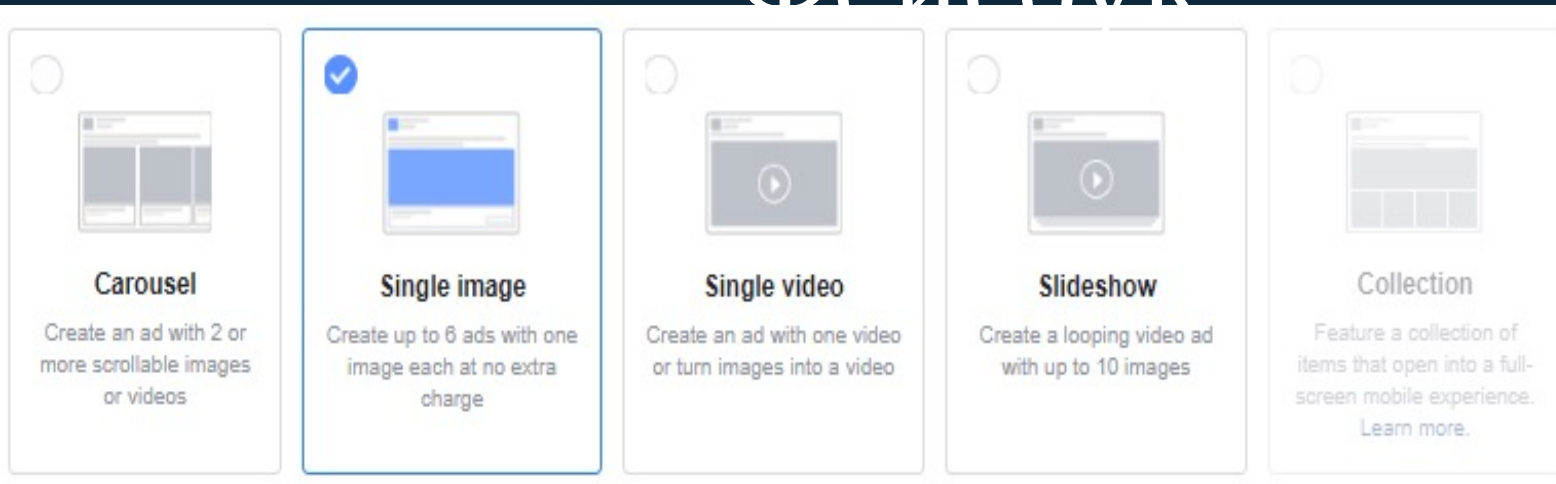
**Asset customisation**  
Select all placements that support asset customisation

**Platforms**

- Facebook**
  - Feeds
  - Instant Articles
  - In-stream videos
  - Right column
  - Marketplace
  - Stories
- Instagram**
  - Feed
  - Stories
- Audience Network**
  - Native, Banner and Interstitial
  - In-stream videos
  - Playable videos

**Messenger Sponsored Messages**  
This placement isn't available under the traffic objective. To create a sponsored message, select the Messages objective.

# Стъпка 4 при рекламирането във Фейсбук



The screenshot shows five ad format options in a row. The 'Single image' option is selected, indicated by a blue checkmark in a circle at the top left of its card. Each card contains a small icon representing the format, a title, and a brief description. The 'Single image' card is highlighted with a blue border.

- Carousel**  
Create an ad with 2 or more scrollable images or videos
- Single image**  
Create up to 6 ads with one image each at no extra charge
- Single video**  
Create an ad with one video or turn images into a video
- Slideshow**  
Create a looping video ad with up to 10 images
- Collection**  
Feature a collection of items that open into a full-screen mobile experience.  
[Learn more.](#)

Избор на  
формат

- Carousel – представлява последователни изображения или видеа. Могат да бъдат от 2 до 10 на брой.
- Image – единично изображение или графика.
- Video – единично видео
- Slideshow – видео реклама съставена от 10 изображения, към които може да се добави музика.
- Collection – интересен и различен визуален начин за представяне на продукти и услуги. Много лесен за ползване от потребителите. Обикновено включва cover снимка или видео, следвани от няколко продуктови изображения. След като се кликне на рекламата, те отвежда към Canvas - full-screen формат. Форматът е само за мобилни устройства.

# Размери за снимки

Facebook		Instagram	
Вид	Размер	Вид	Размер
Реклама чрез линк / колекция	1200 x 628 px	Квадратна снимка с висока резолюция	2048 x 2048 px
Висока снимка	1200 x 1650 px	Висока снимка	1080 x 1350 px
Квадратна снимка	1200 x 1200 px	Квадратна снимка	1080 x 1080 px
Правоъгълна снимка	940 x 788 px	Правоъгълна снимка	1080 x 566 px
Профилна снимка	800 x 800 px	Профилна снимка	180 x 180 px
Корица	828 x 315 px	Сторита	1080 x 1920 px
Видео корица	820 x 312 px	Въртекежка	1080 x 1080 px
Въртекежка	1080 x 1080 px		

# Размери корица



< Desktop shows 1640 x 662 px

Mobile shows 1640 x 859 px >  
(leave lower area clear for type)

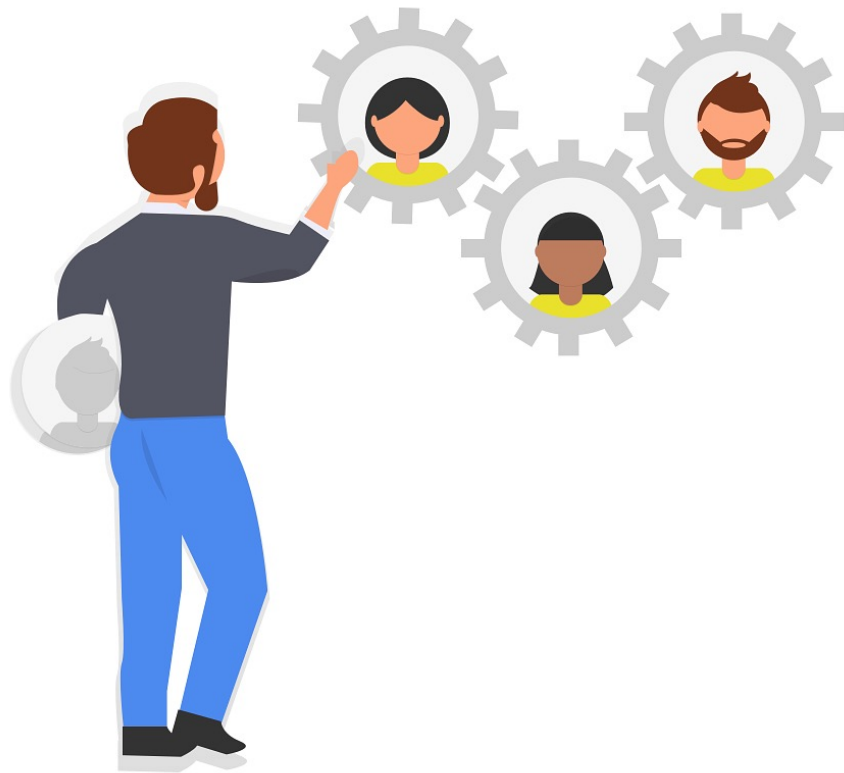
*overall size shown: 1640 x 923 or 16:9*

Group Name Here Mobile

Closed Group • 000 Members ©LouiseM.com

# Алгоритъмът на Facebook

Алгоритъм, който приоритизира всички истории. След което ги показва на потребителите по ред на значимост, спрямо интересите и поведението им.



# Копирайтинг

Създаване на  
текст за  
реклама или  
друг формат  
използван в  
маркетинга, а  
текста се  
нарича COPY



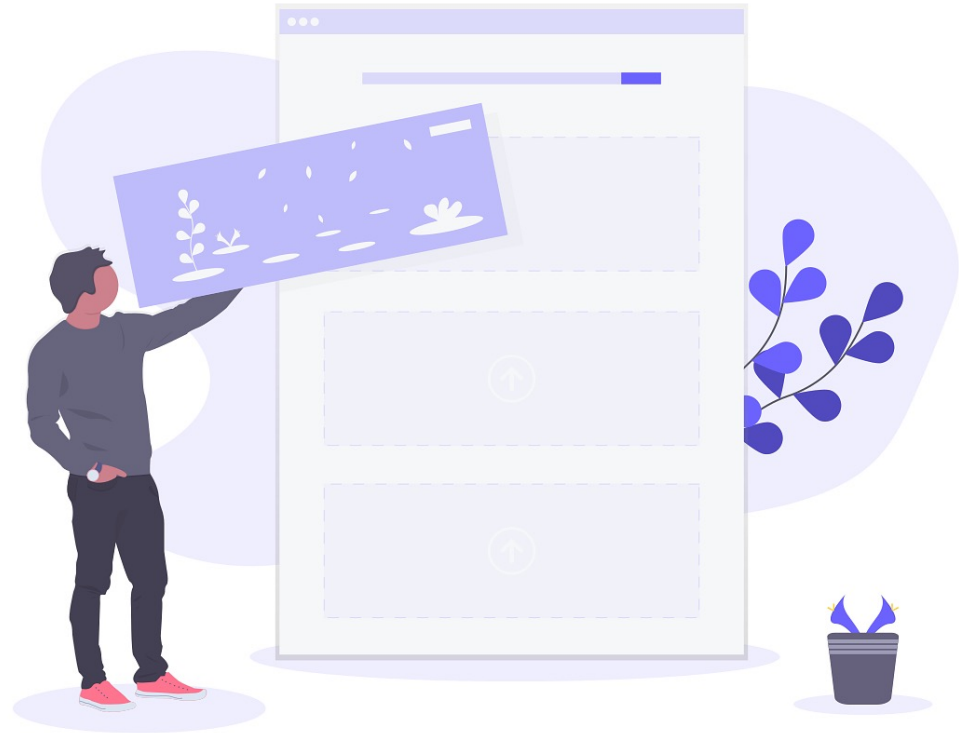


# Откриване на съдържание за Вашата страница

- Достоверно
- Релевантно
- Оригинално
- Разнообразно



# Дизайн



# Можеш да въздействаш на хората с помощта на цветовете!



Сигурност



Спокойствие



Внимание



Креативност



Щастие



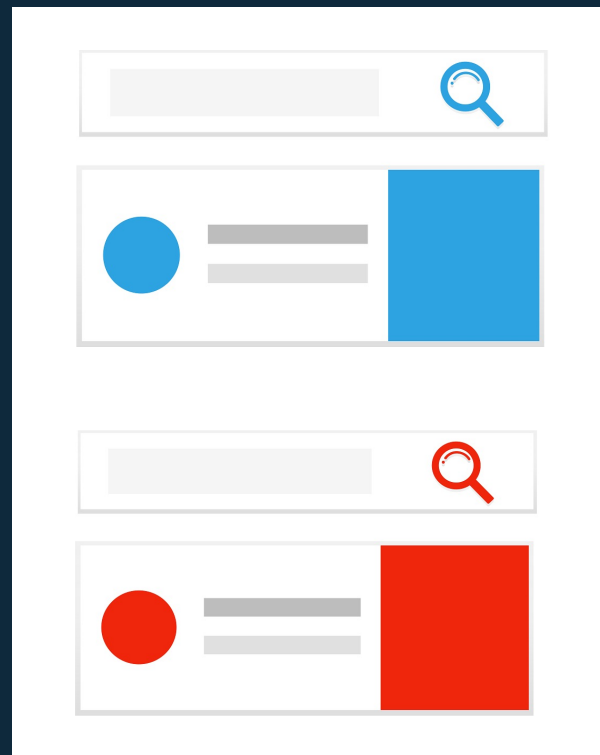
Чистота



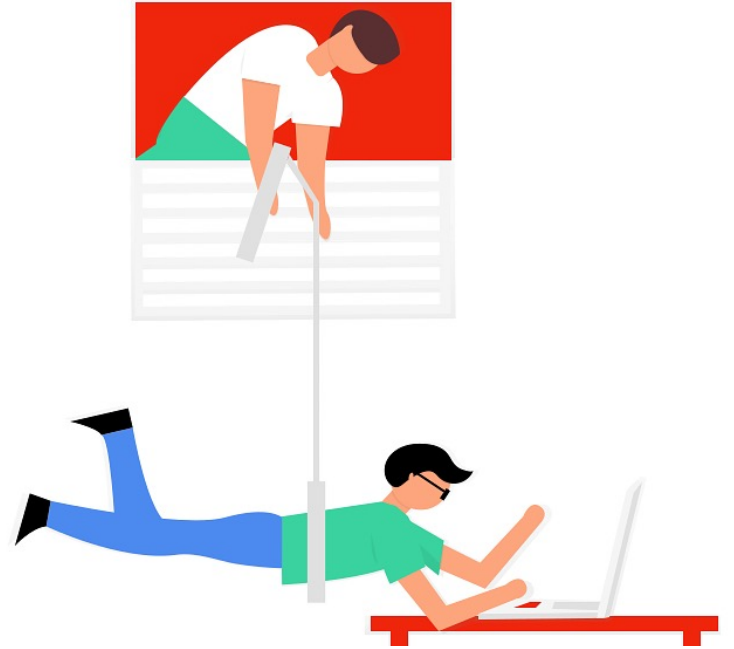
# ИЗТОЧНИЦИ

- ◇ Pixabay.com
- ◇ Unsplash.com
- ◇ Pexels.com
- ◇ Etc.

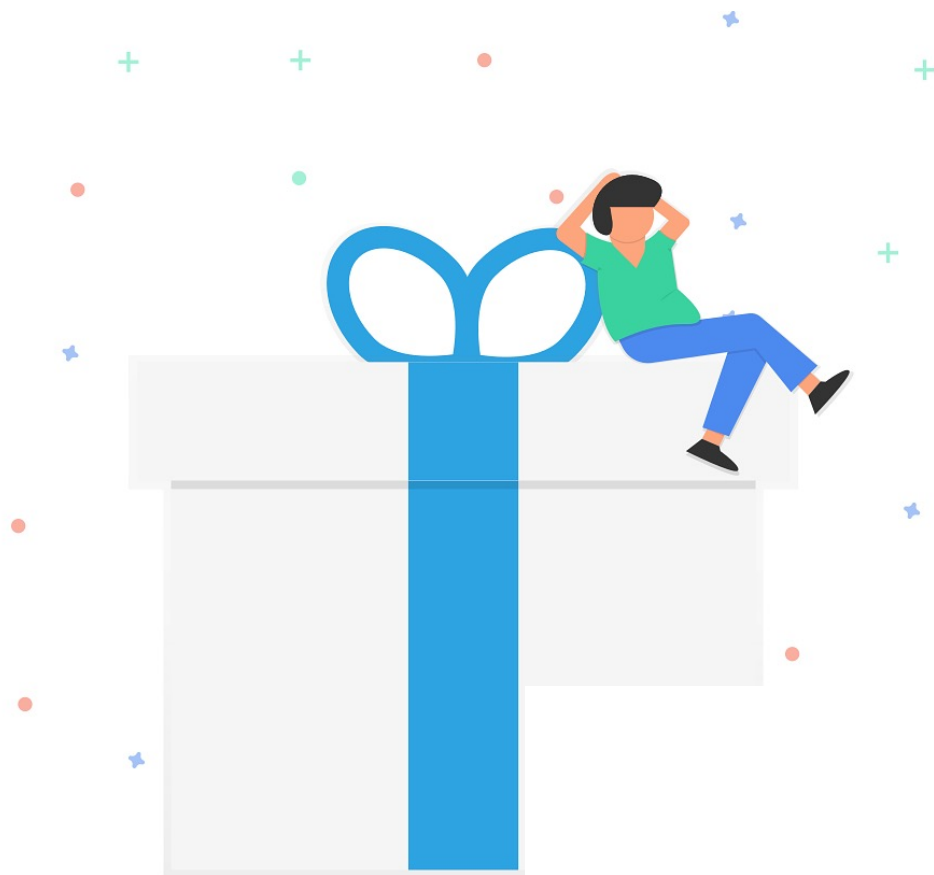
А вие кои бесплатни галерии използвате?



# Настройки

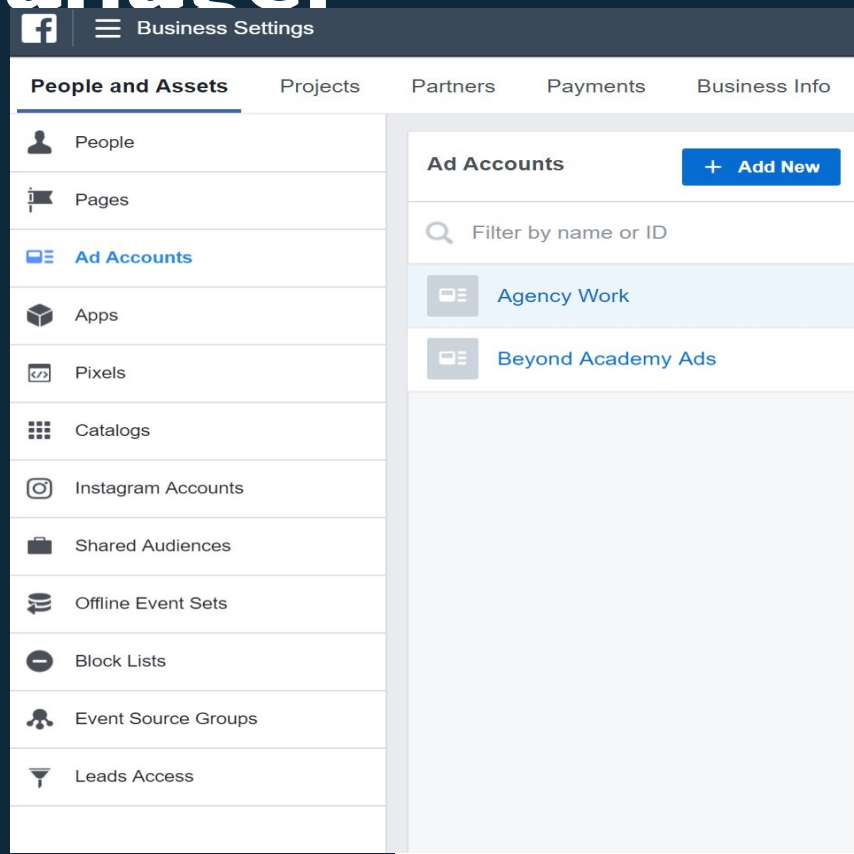


# ВЪЗМОЖНОСТИ

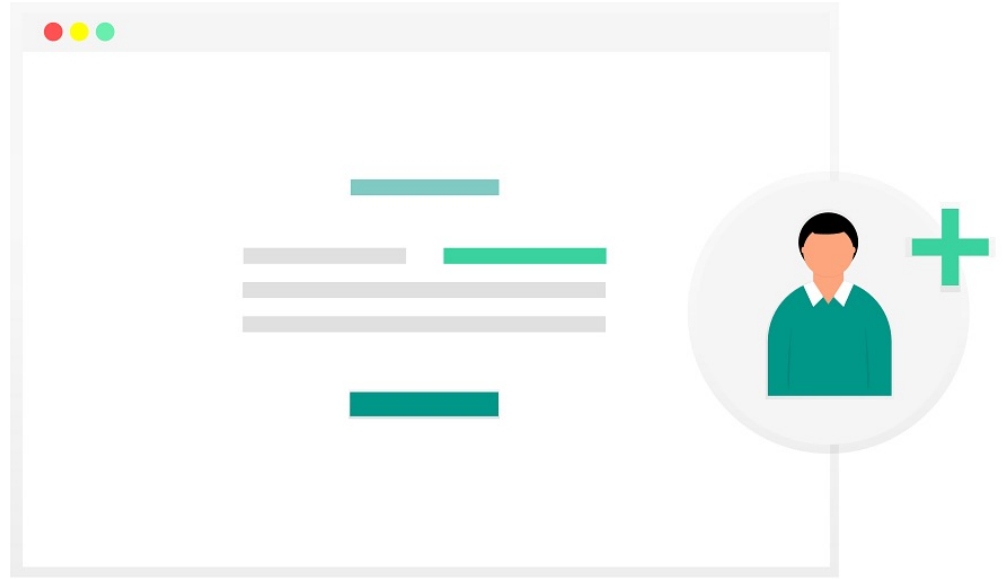


# Рекламен акаунт във Facebook Business Manager

1. Отивате в Business Settings > People & Assets > Ad Accounts
2. Избирате бутона Add New и създавате нов рекламен акаунт
3. Към него давате достъп на всички служители, които вече са включени в частта People и ще отговарят за рекламата

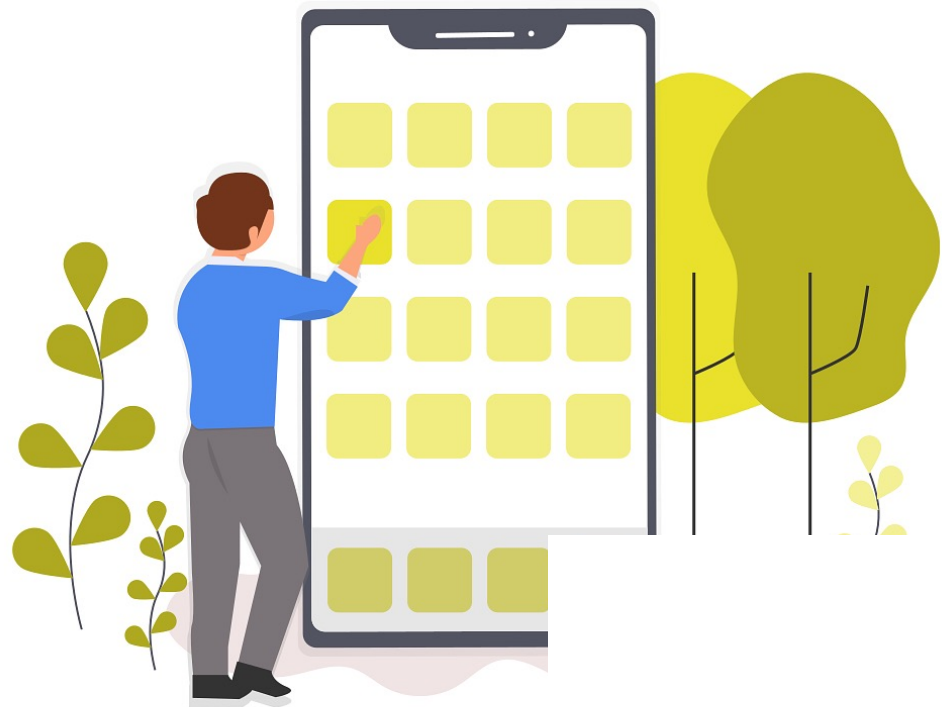


# Facebook Pixel

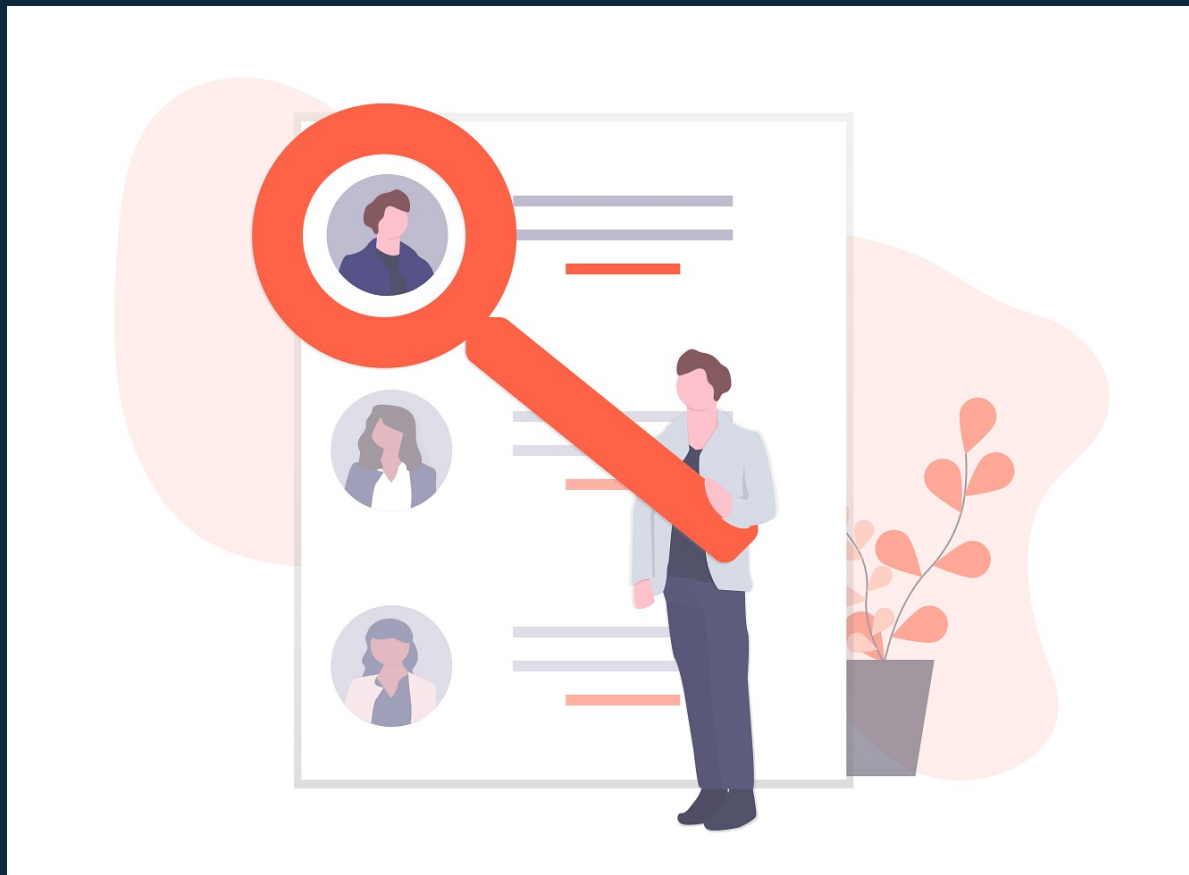




# Продуктов каталог



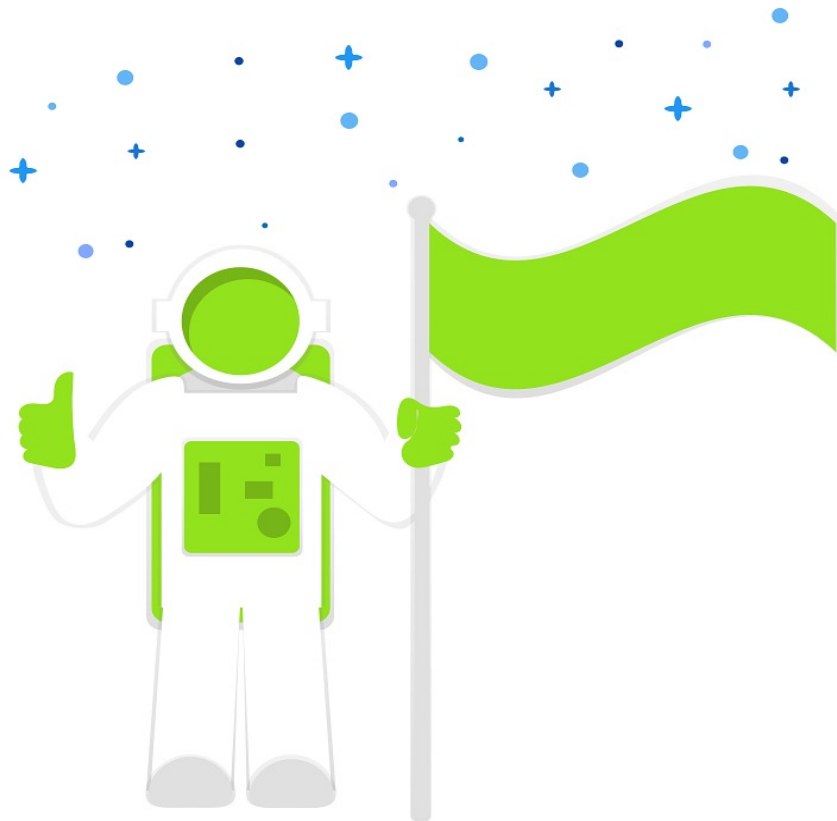
# Специални аудитории във фейсбук



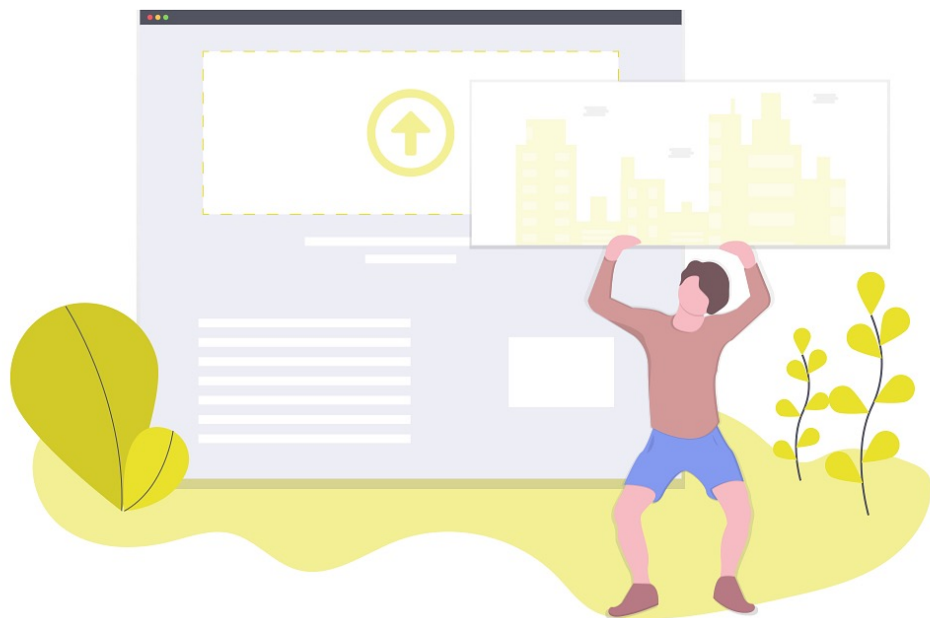
# Структура на фейсбук рекламата



# Рекламни цели



# Ads Manager - използване и настройки на инструмента



# Избор и настройка на места за позициониране на рекламата



# Историята на Instagram

Инстаграм е онлайн мобилна социална мрежа, в която се споделят снимки и видеа.

Нейни създатели са Кевин Систром и Майк Крийгър през 2010 година. Социалната мрежа бързо набира популярност и през 2012г. е използвана от над 100 милиона потребителя.

Възходът на Instagram става още по-голям, когато компанията бива закупена от Facebook за 1 милиард долара през 2015 година.

След тази покупка Instagram расте с 23%, докато Facebook само с 3%.

Аудиторията в тази социална мрежа е съставена главно от млади хора. Около 70% от потребителите са на възраст под 35 години.



# Любопитни факти за Instagram

1. През последната година Кристиано Роналдо спечели повече пари от платени публикации в Instagram, отколкото заплатата му в Ювентус
2. Всеки ден се създават над 400 милиона Instagram Stories, като 1/3 от тях са на бизнеси
3. Пицата е най-популярната храна в Instagram, а след нея са сушието и пържолата.
4. Трите страни, които използват най-много Инстаграм са: САЩ, Китай и Бразилия
5. Видеото в Инстаграм е въведено за първи път през 2013 година и само за 24 часа са качени над 500 милиона видеа
6. 83% от потребителите използват #
7. Филтърът, който получава най-много харесвания в Инстаграм е MAYFAIR





# Instagram Story Ads

Как да сме успешни с този формат:

- Съобщението трябва да е кратко
- Не се страхувайте да експериментирате
- Накарайте хората да скролнат нагоре, по възможно най-креативния начин
- Изберете внимателно позиционирането на текста



# История на LinkedIn

LinkedIn компанията е създадена през 2002 година от Рид Хофман, но официално е пусната през май 2003 година. Това е най-известната социална мрежа за търсене и установяване на делови контакти.

През 2016 година Microsoft придобива компанията за 26.4 милиарда долара.

Ползвателите на LinkedIn могат да използват списъка си от контакти за разни цели:

- да бъдат представени чрез съществуващи контакти и да разширяват връзките си
- да извършват Интернет търсене на компании, хора, групи по интереси
- да публикува професионално резюме за Интернет търсене на работа
- да препоръчват и да бъдат препоръчвани
- да публикуват обяви за ваканции (за персонал)
- да създават групи по интереси



# Любопитни факти за LinkedIn

1. В LinkedIn са регистрирани около 500 милиона потребителя, представлящи бизнеси от над 150 отрасли на бизнеси
2. Сайтът има преведени версии на английски, френски, руски, немски, италиански, португалски, испански, румънски и турски език.
3. 42% от милионерите в света имат профил в LinkedIn
4. Само 13% от профилите в LinkedIn имат профил и във Фейсбук
5. Само 25% от потребителите на LinkedIn ползват мобилното приложение
6. Потребителите в LinkedIn прекарват средно по 17 минути месечно, в социалната мрежа
7. Главната цел на LinkedIn е да достигнат 3 милиарда регистрирани потребители

