

# 臉書粉絲專頁付費廣告操作實務

竹山高中 吳瑞翔

## 一、前言

Facebook 建立於 2004 年、在 2008 年總用戶數達到 1 億、2012 年有 10 億用戶，而根據臉書官方統計在 2017 年正式破 20 億用戶。這是目前第一個會員正式突破 20 億的線上服務。在台灣，每個月更擁有 1900 萬的活躍用戶數，其中使用手機登入 FB 的比例更高達 95%，顯見手機等行動裝置在台灣的普及性。台灣使用 FB 的年齡層分布以 26~34 歲為最多，約有 510 萬人，其次是 35~44 歲，佔 430 萬人。

而隨著這股社群崛起，產生巨大的影響力，左右你我的生活，當然還包括商業行銷活動。許多的品牌和產品為了達到更好的宣傳效果或其他目的，紛紛成立臉書粉絲專頁。透過粉專的貼文、影片、照片、和其他的連結，吸引消費者的目光，進而佔進購買行為。而在所有粉專的經營過程中，有一項行銷利器，就是臉書的付費廣告，透過善用臉書數據分析功能，提升廣告觸及率，就有機會增日潛在客戶。本篇以透過 FACEBOOK 付費廣告的實際操作使用，並以投放廣告後的基本數據，讓開始使用粉絲專頁廣告的經營者、學習者更了解如何使用並善用廣告。

## 二、開始使用臉書粉絲專頁推廣活動

### (一)如何投放廣告

#### 1、於臉書左側推廣按鈕按下

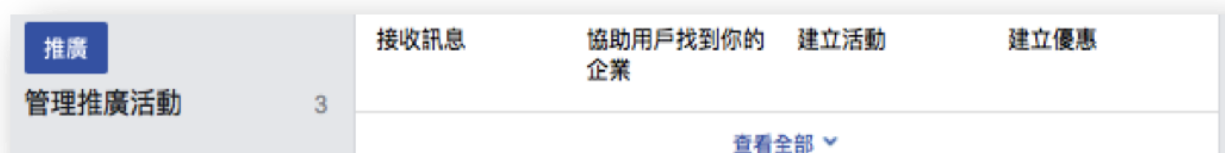


圖 1：推廣按鈕

#### 2、於貼文下方的加強推廣按鈕按下

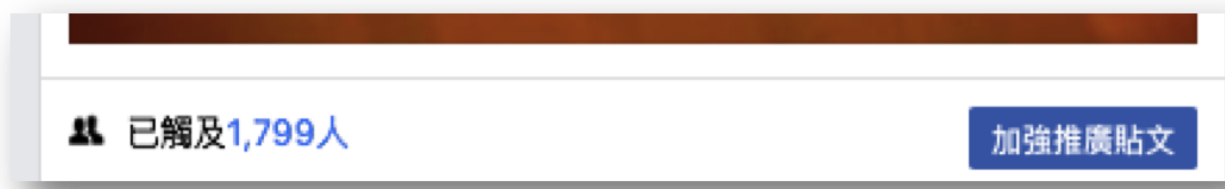


圖 2：貼文下方推廣按鈕

### 3、開始設定廣告受眾內容

(1) 性別、年齡、地區等變數，進行初步的市場區隔：

透過性別、年齡、地區的選擇，有效的將廣告投放到正確的目標市場，這一點如果設定的好，可以減少廣告費用的浪費，增加有效市場的觸及率。以產品的特性為家庭清潔用品為例，針對的是女姓市場為主，年齡層設定為 26~44 歲為主力消費群，地區設定為五都及縣轄市週圍。

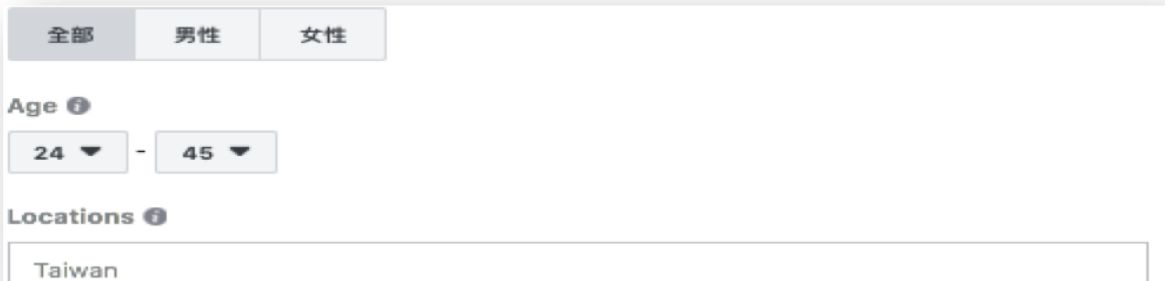


圖 3：設定廣告受眾內容

最後觸及的臉書用戶成位粉絲專頁的粉絲也就是所設定的近以女性市場為主，佔 74%，年紀為 26~44 歲為主力消費群。佔了整體粉絲的近 84%，這也是顯見主力消費群的接觸為接下來廣告的重點工作。

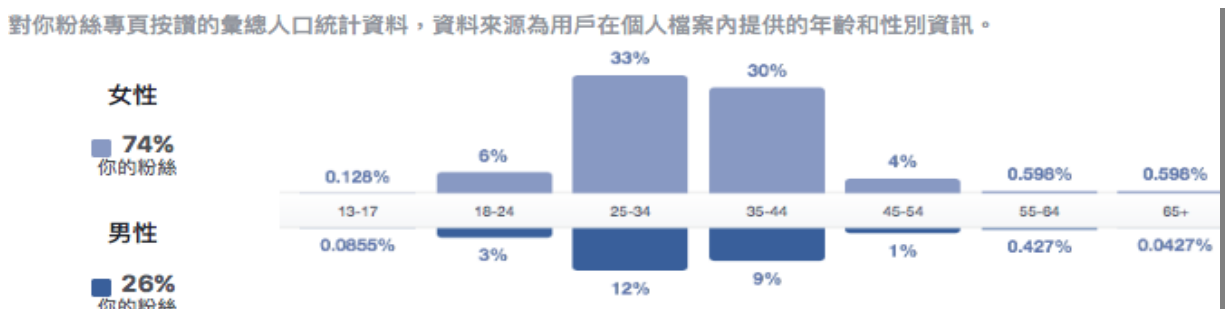


圖 4：按讚粉絲年齡與性別分析

以地區而言，設定的目標客群希望以大都會市區為主的消費群，原因有二，首先就是人口密集度比較高，再者網購比例較二線城市消費群比例高。

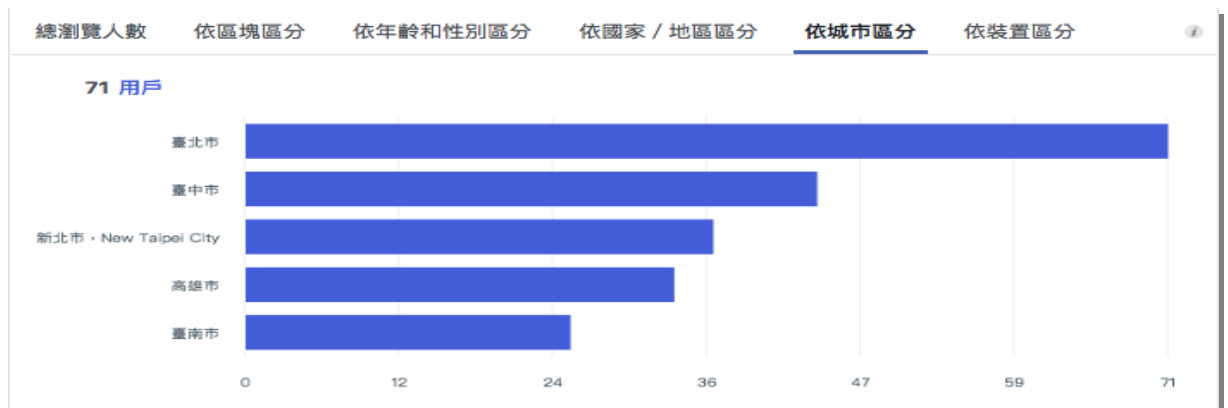


圖 5：設定廣告受眾內容

## (2)根據產品屬性及所欲經營的市場進行廣告受眾條件設定

透過人口統計資料的選擇，可以先期分析主要的客層的背景，或欲增加的市場為何，並且加入興趣的選擇，讓廣告在投放時，可以投其所好，並成功抓到針對的群體，達到有效的推播。依筆者廣告該產品的設定，以中價位的產品，以中產階級及政府員工和專業清潔服務為工作的消費者。另外取與商品同性質的競爭公司為主要的消費者興趣選擇，藉此推播給有相類似產品需求的消費者。



圖 6：設定廣告受眾詳細各項變數設定

### 4、設定預算金額與廣告時間長度後，按下加強推廣鈕就完成了粉絲專頁推廣程序

初期設定的金額建議不要太高，期間也不要太長，主要的目的是測試前項廣告受眾消費群是否正確，或實際觸及到的消費者能否有效的引起購買動機。等廣告產生一定成效時，可以增加金額，或加長廣告的時間。



圖 7：設定預算金額與廣告時間長度

### 三、臉書粉絲專頁投放廣告成效分析

以筆者的投放經驗為例，只要設定好正確的廣告受眾，並且加上良好的產品品質與適當的定價，投放粉絲專頁廣告的確會帶來一些正面的影響，不論是在市場的知名度或消費者實際購買的筆數和成交金額，都有顯著的提升。

#### (一) 臉書粉絲專頁每月摘要分析：

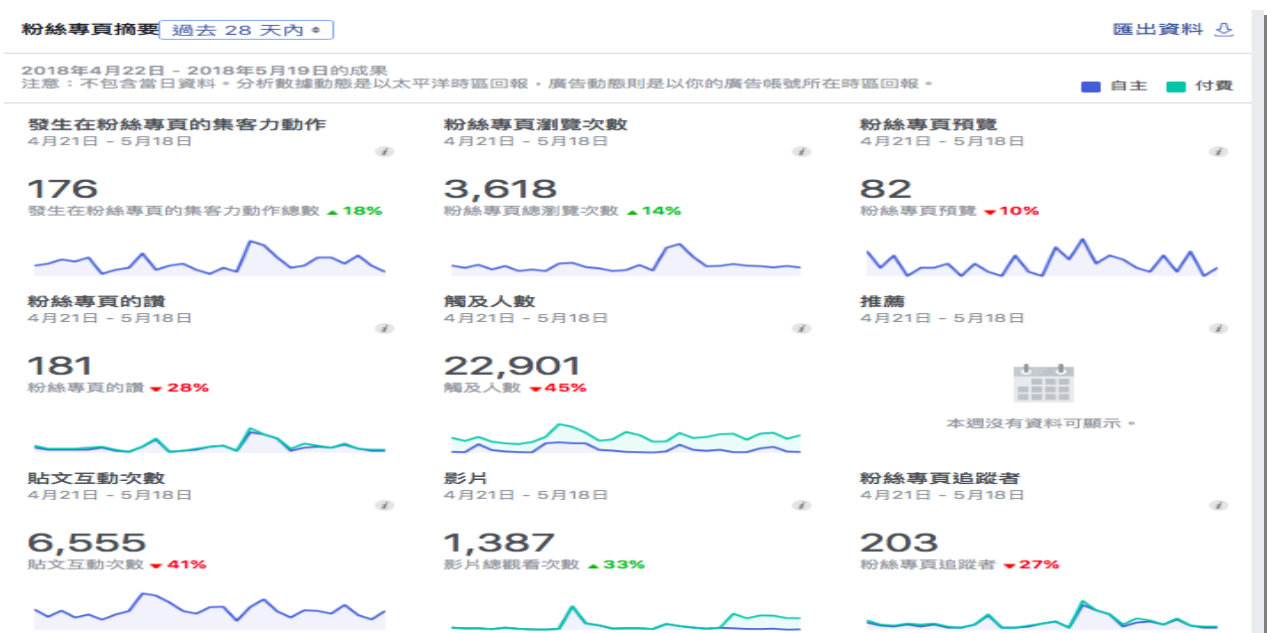


圖 7：設定廣告受眾詳細各項變數設定

不論是從集客力的動作、粉絲專頁瀏覽次數及觸人數的統計，或是貼文互動次數，都可以進行分析，讓使用臉書粉絲專頁經營的業者可以利用數據分析接下來行銷策略如何訂定。

## (二)每月貼文觸及人數觀察

長期觀察貼文觸及人數，可以清楚判斷投放廣告的基本成效，同時可以針對自主觸及多的貼文，進行推廣，這樣可以讓付費廣告的觸及效率更好。

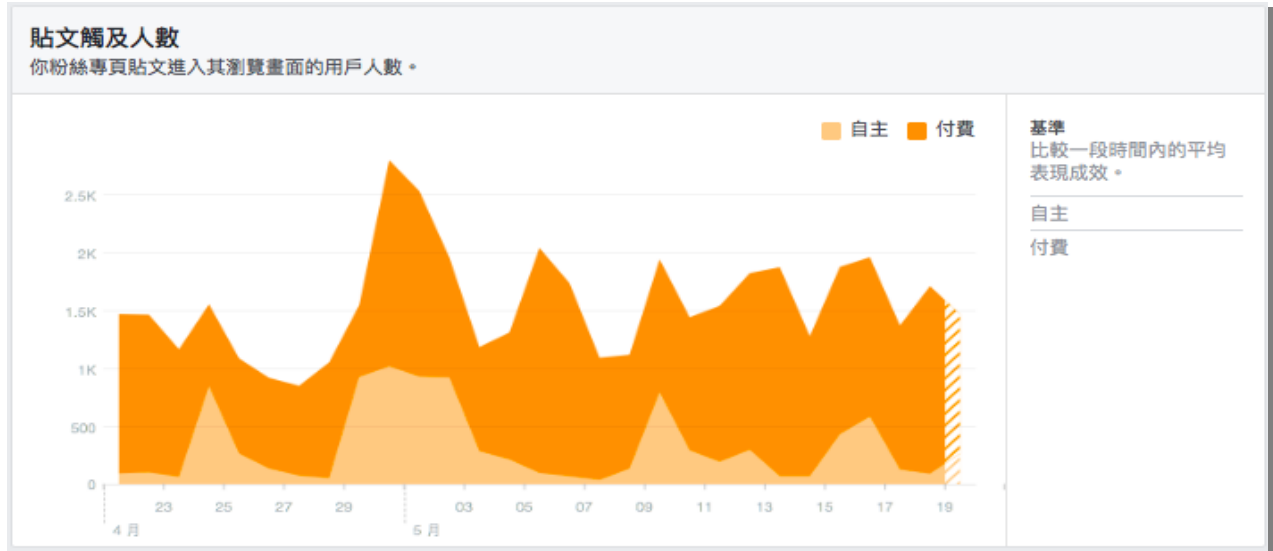


圖 8：每月貼文觸及人數觀察

以下面這一則廣告而言，廣告期間陸續大約買了四個月，總觸及人數近七萬人，按讚數約只有不到六百人，但實際下單購買人數遠超過按讚人數，就算沒有購買的詢問人數也是實際購買人數的二倍之多，分享的次數更達 50 次，顯示也成功的觸及更多的消費者。



圖 9：貼文成效觸數據

### (三)廣告費用的控管

以下圖為例，廣告費的支出，若是沒有效益，則對於中小企業而言也是一筆不小的負擔，因為廣告是以日計價，配合設定的廣告預算，累積下來也是很可觀。所以廣告受眾的選擇、廣告貼文的內容，以及投放廣告後的調整就顯得非常重要。








	<b>加強推廣的貼文</b> #全台CP值最高的平面拖把 #熱銷好評再推... 02/08/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	35,048 觸及人數	3,203 貼文互動人數	NT\$6,000 NT\$6,000的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> #京揚 #超細纖維雙面材質海綿 您還在用傳... 02/02/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	10,167 觸及人數	850 貼文互動人數	NT\$2,000 NT\$2,000的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> #Masterpiece #洗霸 精緻長毛洗車手套 (全... 01/24/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	6,162 觸及人數	530 貼文互動人數	NT\$900 NT\$900的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> 過年的腳步愈來愈近了 每當新春假期時，總... 01/24/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	1,768 觸及人數	37 訊息回覆次數	NT\$600 NT\$600的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> #Masterpiece #洗霸 精緻長毛洗車手套 清... 01/24/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	709 觸及人數	614 影片觀看次數	NT\$200 NT\$200的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> 有多久沒有拿起拖把來用？ 還記得小時候過... 01/19/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	2,146 觸及人數	69 訊息回覆次數	NT\$2,000 NT\$2,000的花費	<a href="#">查看成果</a>
	<b>加強推廣的貼文</b> 台灣的紡織加工業 目前沒有專門的學校培養... 01/14/2018 由吳瑞翔推廣 已結束	309 觸及人數	7 訊息回覆次數	NT\$200 NT\$200的花費	<a href="#">查看成果</a>

圖 8：每則廣告費用的控管

### 四、結論

目前中小企業面對臉書粉絲專頁的行銷活動若能嚐試臉書粉絲專頁廣告的購買，是有機會產生相當的效益。而進行受眾條件嚴格的設定，雖然會因受眾減少而降低互動人數，甚至增加每一個互動粉絲的獲得成本，但這些互動粉絲極可能成為有效的消費者。從下圖貼文觸及人數可以發現，付費廣告執行後，的確比自主觸及的人數高出許多，這也代表，只要觸及的對象是潛在的買家，就有更多交易成交的機會了。

中小企業針對品牌或產品經營粉絲專頁勢必得找到粉絲專頁的定位，許多成功的專頁告訴我們，他們的定位趨近於類似客服官網，透過重視每個進來粉絲團留言和提問的粉絲，讓他們能得到友善和即時的回應，這些遠比按讚數重要。

參考資料：

成立 13 年，Facebook 用戶數正式突破 20 億！取用日期：2018.5.20

網址：<https://www.bnnext.com.tw/article/45104/facebook-maus-surpasses-2-billion>

京揚超細纖維臉書粉絲專頁 取用日期：2018.5.20

網址：<https://zh-tw.facebook.com/jingyang55/>