

# META ADS MANAGER ԳՈՎԱԶԴԴՅԻՆ ԳՈՐԾԻՔԱԿԱԶՄԻ ԵՎ ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԻ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ



ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ-ԲԱՅԻՆԳ ՍՏԱՆԴԱՐՏՆԵՐ

## 1. ԳՈՎԱԶԴԴՅԻՆ ԱՐՇԱՎՆԵՐԻ ՏԵՍԱԿՆԵՐԸ ԸՍՏ ՆՊԱՏԱԿԻ (CAMPAIGN OBJECTIVES)

### Ա. Ճանաչելիության Բարձրացում (Awareness)

- **Նպատակը՝** Ցուցադրել գովազդը առավելագույն քանակի օգտատերերի, ովքեր ամենայն հավանականությամբ կմտապահեն բրենդը:
- **1 ԱՄՆ դոլարի արդյունավետությունը ՀՀ-ում՝** Համակարգի ամենամատչելի արշավի տեսակն է: 1 դոլար ներդրման դիմաց ապահովում է **1000 - 1500 ցուցադրություն** (CPM / 1000 ցուցադրության արժեքը՝ ~ 0.60\$ - 1.00\$):
- **Երբ կիրառել՝** Բրենդի հանրահռչակման, նոր մասնաճյուղի բացման կամ լայնածավալ իմիջային արշավների մեկնարկի ժամանակ:

### Բ. Տրաֆիկ դեպի Կայք (Traffic)

- **Նպատակը՝** Օպտիմալացնել գովազդային արշավը այնպես, որ օգտատերերը սեղմեն հղմանը և անցնեն վեբ-կայք կամ թիրախային էջ (Landing Page):
- **1 ԱՄՆ դոլարի արդյունավետությունը ՀՀ-ում՝** Ապահովում է միջինը **500 - 800 ցուցադրություն**: Մեկ անցման արժեքը (CPC - Cost per Click) Հայաստանում տատանվում է **0.03\$ - 0.12\$** սահմաններում: 1 դոլարով հնարավոր է ստանալ **8 - 25 որակյալ կլիկ (անցում)**:
- **Երբ կիրառել՝** Կայքում տեղադրված ապրանքատեսականիս ցուցադրելու կամ տեղեկատվական հոդվածների ընթերցումներն ավելացնելու համար:

## Գ. Բաժանորդագրությունների Հավաքագրում / Էջի Աճ (Engagement - Followers)

- **Նպատակը՝** Ինստագրամի կամ Ֆեյսբուքի պաշտոնական էջի հետևորդների քանակի ավելացում և ներգրավվածության բարձրացում:
- **1 ԱՄՆ դոլարի արդյունավետությունը ՀՀ-ում՝** Ապահովում է **600 - 900 ցուցադրություն**: Որակյալ բովանդակության դեպքում 1 հետևորդի արժեքը Հայաստանում կազմում է **0.05\$ - 0.20\$** (1 դոլարով՝ **5 - 20 նոր հետևորդ**):
- **Երբ կիրառել՝** Էջի սոցիալական վստահության (Social Proof) բարձրացման և լոյալ լսարանի ձևավորման նպատակով:

## Դ. Լիդերի Հավաքագրում (Lead Generation / Instant Forms)

- **Նպատակը՝** Պոտենցիալ հաճախորդների կոնտակտային տվյալների (անուն, հեռախոսահամար, Էլ. փոստ) հավաքագրում հենց Meta համակարգի ներսում բացվող հատուկ հարցաշարերի միջոցով:
- **1 ԱՄՆ դոլարի արդյունավետությունը ՀՀ-ում՝** Ապահովում է **300 - 500 ցուցադրություն**: B2B սեգմենտում մեկ որակյալ լիդի արժեքը Հայաստանում տատանվում է **1.50\$ - 5.00\$** սահմաններում կախված բիզնեսի ուղղվածությունից և խորությունից (մեկ լիդի գրանցման համար պահանջվում է միջինը 2-3 դոլար):
- **Երբ կիրառել՝** Բարձր արժեք ունեցող ծառայությունների, անշարժ գույքի, ավտոմեքենաների վաճառքի և Ognakan CRM համակարգի ներդրման հայտերի ընդունման համար:

## 2. ԳՈՎԱԶԴԴՅԻՆ ՁԵՎԱԶՎՓԵՐԸ (AD CREATIVES)

### Ա. Պատկերային Գովազդ (Single Image / Carousel)

**Տեխնիկական ստանդարտ՝** 1:1 (1080x1080 px) գլխավոր էջի լենտի (Feed) համար և 4:5 (1080x1350 px) Ինստագրամի հարթակի համար:

**Առանձնահատկություն՝** Գերազանց արդյունք է ապահովում հստակ, կարճ կոմերցիոն առաջարկների (Offer), զեղչային համակարգերի կամ ապրանքների կատալոգների ցուցադրման դեպքում: Ցուցադրության արժեքը պահպանվում է ստանդարտ և կայուն սահմաններում:

## F. Տեսահոլովակներ՝ Ռիլզ և Սթորիզ (Reels & Stories Video)

**Տեխնիկական ստանդարտ՝** 9:16 (1080x1920 px)՝ պարտադիր կենտրոնական անվտանգ գոտու (Safe Zone) պահպանմամբ, որպեսզի հարթակի տեքստային էլեմենտները չծածկեն բովանդակությունը:

**Առանձնահատկություն՝** Ներկայումս Meta տիրույթում ամենաբարձր սեղմելիությունն ու էմոցիոնալ ներգրավվածությունն ապահովող ձևաչափն է: Մասնագիտական բարձր մակարդակով պատրաստված Reels-ի դեպքում ավգորիթմը խրախուսում է էջը, ինչի շնորհիվ ցուցադրության արժեքը նվազում է՝ հասնելով մինչև **0.70\$**-ի: Սա նշանակում է, որ **1 դոլարով հնարավոր է ստանալ մինչև 1400 ցուցադրություն:**

## 3. ՄԱՆՐԱՄԱՍՆ ԳՆԱԳՈՅԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ԳՈՎԱԶԴԴՅԻՆ ՀԱՇՎԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ

- **Ամենօրյա կառավարում (Daily Optimization)**՝ Թարգետնաբազմը պարտավոր է օրական երկու անգամ ստուգել գովազդի ցուցադրության հաճախականությունը (Frequency): Եթե այն գերազանցում է 2.5-ի սահմանը, նշանակում է միևնույն օգտատիրոջը գովազդը ցուցադրվում է արդեն երրորդ անգամ. բյուջեն սկսում է անարդյունավետ ծախսվել, և տեսահոլովակը կամ պատկերը ենթակա է անհապաղ թարմացման:
- **Բյուջեի ավտոմատացված բաշխում (CBO)**՝ Ծավալուն արշավների դեպքում կիրառվում է Advantage+ Campaign Budget (CBO) համակարգը, որտեղ Meta-ի արհեստական բանականությունն ինքնաշխատ եղանակով բյուջեն ուղղում է դեպի առավել մատչելի և որակյալ արդյունք ապահովող լսարանները:
- **Հարկային պարտավորություններ (VAT)**՝ Հայաստանի Հանրապետության տարածքում Meta համակարգը գովազդային բյուջեին ավտոմատ կերպով հավելում է **20% ԱԱՀ**, եթե գովազդային հաշվի կարգավորումներում ներառված չէ կազմակերպության պաշտոնական ՀՎՀՀ-ն: Պրոֆեսիոնալ կարգավորման ժամանակ ՀՎՀՀ-ն պարտադիր կերպով կցվում է Business Manager-ին՝ հարկային դաշտում անդորրություն ապահովելու համար:

### Օգնական Մարկետինգ ՍՊԸ

ԿԱ ԽՆԴԻՐ, ԿԱ ԼՈՒԾՈՒՄ: