

1. Upravitelj oglasov (Ads Manager)

◆ Ikona z grafom

Namen:

To je glavno orodje za **ustvarjanje, urejanje, spremljanje in analiziranje** oglasnih kampanj.

Kaj omogoča:

- Nastavljanje oglasov (kampanje, ad seti, oglasi)
- Ciljanje občinstva
- Proračun in urnik
- Sledenje uspešnosti (CTR, doseg, konverzije itd.)

2. Središče za oglase (Ad Centre)

🔊 Ikona z zvočnikom

Namen:

To je bolj **poenostavljeno orodje**, predvsem za manjša podjetja ali strani, ki upravljajo oglase neposredno s Facebook strani.

Kaj omogoča:

- Hiter vpogled v osnovno statistiko
- Spodbujanje objav
- Urejanje osnovnih oglasov brez naprednih nastavitev

Glavna razlika:

- **Upravitelj oglasov** je napredno, profesionalno orodje.
- **Središče za oglase** je osnovno, poenostavljeno orodje za hitre nastavitve in pregled.

Če potrebuješ napredno ciljanje, A/B teste ali večkanalno kampanjo (npr. Instagram + Facebook), uporabi **Upravitelja oglasov**. Za enostavne promocije objav znotraj strani pa zadostuje **Središče za oglase**.

Gumb "**Promoviraj objavo**" na dnu Facebook objave pomeni, da lahko to objavo pretvoriš v **plačan oglas**, s katerim dosežeš več ljudi, kot bi jih z običajno (neplačano) objavo.

Kaj pomeni "Promoviraj objavo"?

Gre za **poenostavljeno obliko oglaševanja**, kjer izbereš:

- **Ciljno občinstvo** (npr. po interesih, starosti, lokaciji)
- **Proračun** (npr. 5 €, 10 €, 20 € itd.)
- **Trajanje** promocije (npr. 3 dni, 7 dni)
- **Cilj** (npr. več ogledov objave, obisk spletne strani, več sporočil)

Facebook nato tvojo objavo prikaže širšemu občinstvu kot oglas, običajno v novicah (News Feed), zgodbah (Stories) ali celo na Instagramu, če je povezan.

Kdaj je smiselno klikniti "Promoviraj objavo"?

✓ Če:

- Želiš več ljudi doseči s točno to objavo
- Promoviraš dogodek, projekt ali galerijo, kot je zgoraj
- Želiš več klikov na povezavo (npr. MegaLink s fotografijami)

✗ Ni priporočljivo, če:

- Potrebuješ bolj napredne nastavitve (v tem primeru raje uporabi **Upravitelja oglasov**)
-

Če želiš, ti lahko pomagam nastaviti učinkovito promocijo za to objavo – ciljno občinstvo, cilje in proračun.

Odlično vprašanje – tukaj je primerjava med "**Promoviraj objavo**" in "**Središče za oglase**", da bo razlika bolj jasna:

■ Promoviraj objavo (Boost Post)

Gre za **najbolj osnovno** in hitro obliko oglaševanja na Facebooku, ki je dostopna neposredno pod vsako objavo na strani.

✓ **Prednosti:**

- Hitro in enostavno (par klikov)
- Primerno za začetnike
- Usmerjeno v en cilj: več ogledov, klikov, všečkov ipd.

✗ **Omejitve:**

- Zelo omejene možnosti ciljne skupine in nastavitvev
 - Manj nadzora nad proračunom in razporeditvijo
 - Manj napredno sledenje rezultatov
-

■ Središče za oglase (Ad Centre)

Je **spletno središče**, kjer lahko spremljaš in upravljaš **vse promovirane objave in osnovne oglase** iz tvoje strani – vključno z njihovimi rezultati.

✓ Prednosti:

- Boljši pregled nad vsemi kampanjami
- Možnost hitrega urejanja ali ponavljanja že uporabljenih oglasov
- Dodatne osnovne metrike (doseg, angažiranost, CTR)

✗ Omejitve:

- Še vedno ni tako napredno kot Upravitelj oglasov
- Nekatere funkcije manjkajo (npr. testiranje A/B, zapleteni cilji, večkanalna oglaševalska strategija)

Primer:

Če **Promoviraš objavo**, ustvariš oglas iz *ene konkretne objave*.

V **Središču za oglase** lahko to objavo potem **spremljaš**, vidiš statistiko in npr. ponovno promoviraš podobne vsebine.

Če povzamemo:

Funkcija	Namen	Možnosti ciljne skupine	Nadzor nad oglasom	Začetnik prijazen
Promoviraj objavo	Hitra promocija objave	Omejene	Osnovni	✓ Da
Središče za oglase	Pregled in upravljanje oglasov	Srednje	Zmeren	✓ Da
Upravitelj oglasov	Profesionalno oglaševanje	Napredne	Popoln	✗ Bolj zahteven

Če te zanima, katera izbira je bolj smiselna za tvojo objavo (npr. s fotografijami dijakov), mi povej cilj promocije (npr. več ogledov, obisk povezave, več sledilcev) in priporočim najboljši način.