

Meta mutaxassislaridan olgan 3 insaydim – reklamangizni 180° o'zgartiradigan formulalar

Strukturani soddalashtiring

**1 ta kompaniya → 4 tagacha ad set, har birida 5 tagacha kreativ.
reklama va kreativlar soni haddan tashqari ko'p bo'lsa, algoritmi bo'linib ketadi, o'rganishi cho'zilib ketadi, natijada lead qimmatlashadi.**

Auditoriyani haddan tashqari toraytirmang

**Qiziqishlarni ustma-ust qo'shib, auditoriyani juda tor qilib yuborish –
2025 yilda eng katta xato.**

**Meta algoritmi kengroq auditoriyada yaxshiroq ishlaydi. Kengroq
audience = arzonroq lead + tezroq natija.**

Budjetni sekin oshiring

**Budjetni birdaniga 30–50% ko'tarsangiz, Meta kompaniyani “yangi” deb
qabul qiladi va learning bosqichini boshidan boshlaydi.**

**Shuning uchun budjetni kuniga 10% ko'p oshirmang, bosqichma-
bosqich oshiring – algoritmi buzilmaydi, natija esa barqaror o'sadi.**

**Sizga manfaatli bo'lgan bo'lsa sizni o'zimni target kursimga taklif
qilaman malumot uchun**

Kichik bizneslarda SMM nega 2 oydan keyin to'xtab qoladi

Juda ko'p kichik bizneslar ijtimoiy tarmoqlarni yuritadi, ammo natija sust bo'ladi.

Ko'pincha natija "like", "izoh" va "ko'rishlar" bilan o'lchanadi.

Aslida esa kichik biznesni harakatga keltiradigan asosiy yoqilg'i — bu lid (yangi bo'lajak mijoz) va kassa aylanmasi.

Shu sababli ko'plab SMM xizmatlari 2 oydan ortiq davom eta olmaydi: ko'rsatkichlar bor, lekin sotuv yo'q.

Biz jamoamiz bilan qayerga bormaylik, deyarli har doim shunday muammoga duch kelamiz.

Lekin bir narsani aniq ayta olaman: qayerda ish boshlagan bo'lsak, hanuzgacha o'sha loyihalarda uzilishsiz ishlayapmiz. Buning sababi juda oddiy.

Biz "prosmotr", "like" yoki "komment" uchun ishlamaymiz.

Biz "kassaga olib kiradigan lid" uchun ishlaymiz.

Ya'ni reklama natijasi ko'rishlar bilan emas, real murojaatlar va sotuv bilan baholanadi.

Masalan, men target reklamasi orqali brendni tanitishni juda arzon narxda yo'lga qo'ya olaman: 1000 kishiga ko'rinish uchun atigi "\$0.08" (sakkiz sent).

Demak, "\$8" evaziga brendingizni "80 000" odam ko'radi va tanib boradi. Bu jarayon oddiy, lekin to'g'ri tizim bilan ishlaganda juda samarali bo'ladi.

Samarali marketing — bu shunchaki reklama yoqish emas. Bu: to'g'ri strategiya, kuchli kreativ (video va post), aniq maqsad va puxta sozlangan target.

Bizning target kursimiz aynan shu tizimni o'rgatadi. Natijada esa reklama uchun sarflangan har "\$1" uchun "\$82" gacha tushum olib kelgan.

Agar siz ham biznesingizda "ko'rishlar ko'p, lekin mijoz kam" muammosidan chiqmoqchi bo'lsangiz, demak sizga ko'rsatkich emas, "lid va sotuv olib keladigan tizim" kerak.