

# טעויות נפוצות בפרסום בפייסבוק



## לא בוחרים את מטרת הפרסום המתאימה

מטרות הפרסום מאוד ברורות - אתם מקבלים מה שאתם בוחרים, לעסקים קטנים ובינוניים מומלץ לבחור בשתי מטרות פרסום בתור התחלה כדי לייצר החזר על השקעה, לידים ומכירות.

הנציגים של פייסבוק יציעו לכם מטרות קמפיין כמו תנועה או מעורבות, למטרות הקמפיין האלה יש מקום וזמן אבל אם המטרה הסופית שלכם היא מכירות או לידים ב-100% מהמקרים אתם צריכים לבחור בדיוק במטרת הקמפיין לידים או מכירות בהתאמה למטרה הסופית שלכם.

Create new campaign

New ad set or ad

Buying type

Auction

Choose a campaign objective

☐

Awareness

☐

Traffic

☐

Engagement

☐

Leads

☐

App promotion

☐

Sales

Your campaign objective is the business goal you hope to achieve by running your ads. Hover over each one for more information.

About campaign objectives

Cancel

Continue

## לא שמים לב למה שפייסבוק מנסים "לדחוף" לכם

ממשק נוכחי (למי שכבר יש את הממשק המעודכן ביותר ניתן לגלול קצת למטה להנחיות)

ברגע שתנסו לבנות קמפיין ותבחרו את המטרת הקמפיין פייסבוק בברירת המחדל שלו מקפיץ הודעה שממליצה לכם לבחור ב- "Tailored campaign" תמיד נרצה להתחיל עם האופציה השניה "הידנית" נרצה לשלוט בכל תהליך יצירת הקמפיין.

**חשוב לציין:** אחרי שצברנו מספיק דאטא, במקרה של מכירות אונליין האופציה הראשונה של אדוונטג' קמפיין יכול להיות מצויינת כדי לעשות סקייל לכל הקריאטיבים המנצחים שלנו.

Choose a campaign setup

Create your leads campaign using a tailored and streamlined setup, or manually build your campaign. Suggestions may vary based on your recent ad account activity.

Why am I seeing this suggestion?

This setup is suggested based on your ad account information and activity.

☐

Tailored leads campaign

Create your campaign in fewer steps using the tailored leads campaign. It's preset with built-in best practices to help you get more leads at the best value.

Streamlined Tailored Best practices

☒

Manual leads campaign

Create a leads campaign from scratch for finer control over all settings.

Back

Continue

## לא מנהלים את התקציב בצורה נכונה

### Advantage campaign budget +

Off ☐

Advantage Campaign Budget will distribute your budget across currently delivering ad sets to get more results depending on your performance goal choices and bid strategy. You can control spending on each ad set by using ad set spending limits. [About Advantage campaign budget](#)

## לא עוקבים אחרי המרות בעזרת הפיקסל של פייסבוק

אם אתם מפנים גולשים לאתר שלכם וגם אם לא מומלץ להטמיע את הפיקסל של פייסבוק באתר כדי לנטר את התנועה באתר שלכם, הטמעת הפיקסל היא בגדר חובה כדי לעשות אופטימיזציה לקמפיינים שלכם בנוסף ההטמעה מאפשרת לכם "לצבוע" קהלים.

### Dataset ⓘ

Default Pixel

### Conversion event ⓘ

**טיפ מנצח:** אם יש לכם מספר פיקסלים שימו לב שאתם בוחרים את הפיקסל הנכון ברמת קבוצת המודעות.

## לא עושים אופטימיזציה לאיוונט הנכון

הרבה "גורואים" ימליצו לכם לעשות אופטימיזציה להוספה לעגלה או צ'קאאוט במיוחד בפיקסל חדש, הכל נכון לשנת 2017, בשנת 2025 מדובר באסטרטגיה שעבר זמנה. תמיד תעשו אופטימיזציה לאיוונט שאתם רוצים.

### Conversion event ⓘ

Purchase

אם אתם עושים אופטימיזציה ללידים תבחרו בלידים.

## לא מטרגטים נכון את הקהל שלכם

פייסבוק מפעילה כברירת המחדל קהל Advantage+ רוב המפרסמים בכלל לא שמים לב לזה. אבל מה בעצם הבעיה? קהל אוונטג' פלוס הוא המלצה בלבד, כלומר הוא משתמש בהגדרות שלכם כדי לנסות לכוון את הקהל ולא "מכבד" את ההגדרות שלכם. כדי לקבל יותר שליטה לחצו על הכיתוב בכחול הקטן בפינה התחתונה "switch to original audience" שיחזיר לכם את השליטה בטירגוט.

✔ **Audience controls** ⓘ  
Set criteria for where ads for this campaign can be delivered. [Learn more](#)

① You can set audience controls for this ad account to apply to all campaigns.  
[See audience controls in Advertising settings](#)

Use saved audience ▼

**\* Locations** ⓘ  
Included location:  
• Israel

[Show more options](#) ▼

✔ **Advantage+ audience** ⚡  
Our ad technology automatically finds your audience. If you share an audience suggestion, we'll prioritize audiences matching this profile before searching more widely. [Learn more](#)

⊕ Audience suggestion (optional)

Save audience [Switch to original audience options](#)

אחרי שתלחצו על מעבר "לקהל המקורי" פייסבוק יקפיצו אזהרה, תתעלמו ממנה ותעברו ליצור את הקהל כמו שאתם רוצים.

## מאפשרים לפייסבוק להרחיב את קהלי הקאסטום שלכם

יצרתם קהל ואתם רוצים לטרגט אותו, זו יכולה להיות רשימת לקוחות וזה גם יכול להיות קהל רימרקטינג. הנקודה היא שאתם רוצים לטרגט רק אותו זו מטרת הקמפיין. שימו לב לתיבת הסימון מתחת לקהלים שמאפשרת לפייסבוק להרחיב את הקהל שלכם ולטרגט אנשים נוספים.

במיקרים מסויימים אולי אנחנו יכולים לעשות לזה A/B TEST אבל במקרים שאנחנו רוצים לפנות לרשימה מצומצמת של לקוחות פוטנציאליים או לקוחות עבר אנחנו צריכים להוריד את הסימון מהתיבה.

**Custom audiences** ⓘ [Create new](#) ▼

Website

INCA - הוסיפו לעגלה 90 יום ולא רכשו

🔍 Search existing audiences

Add exclusions

Advantage custom audience ⚡  
☐ Reach people beyond your custom audience when it is likely to improve performance.

## לא מטרגטים מיקום בצורה הנכונה

ברגע שתגדירו מיקום גאוגרפי מתחת למפה תופיע תיבת סימון (לפעמים היא מאפשרת כברירת מחדל) תשימו לב שהיא לא מסומנת, במקרה שהיא מסומנת אתם מאפשרים לפייסבוק לחרוג מהגבולות הגיאוגרפיים שהגדרתם, לא תמיד זה משהו שתמצאו לעשות.

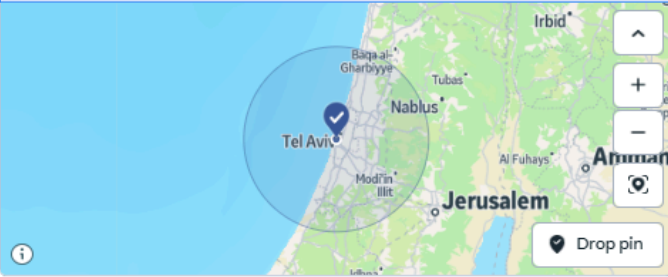
**\* Locations** ⓘ

Reach people living in or recently in this location.

Israel

✓ Tel Aviv, Tel Aviv + 25mi ▼

Include ▼ 🔍 Search locations Browse



Add locations in bulk

☐ Reach more people likely to respond to your ads ⓘ  
We'll also show ads to people interested in your selected cities and regions, in those countries.

💡 **Reach people interested in your selected cities or regions**

We'll also show ads to people interested in your selected cities and regions, for example because they're interested in travelling to these locations or making purchases there. This only includes people in the same country as the city or region you selected. [About reaching people interested in your locations](#)

Potential outcome

6.7% lower cost per result

Based on our experiment ⓘ

Apply

בוחרים במיקומי המודעות הצורה לא נכונה

ברוב המיקרים עדיף להתחיל עם המיקומים האוטומטיים של פייסבוק, הרבה מנהלי קמפייני עדיין עובדים בשיטות מיושנות ומייצרים נפרדים לפייסבוק ולאנסטגרם ב- 2025 אין בזה יותר וזה יוצר יותר נזק מתועלת.

## ✓ Placements

Choose where your ad appears across Meta technologies. [Learn more](#)

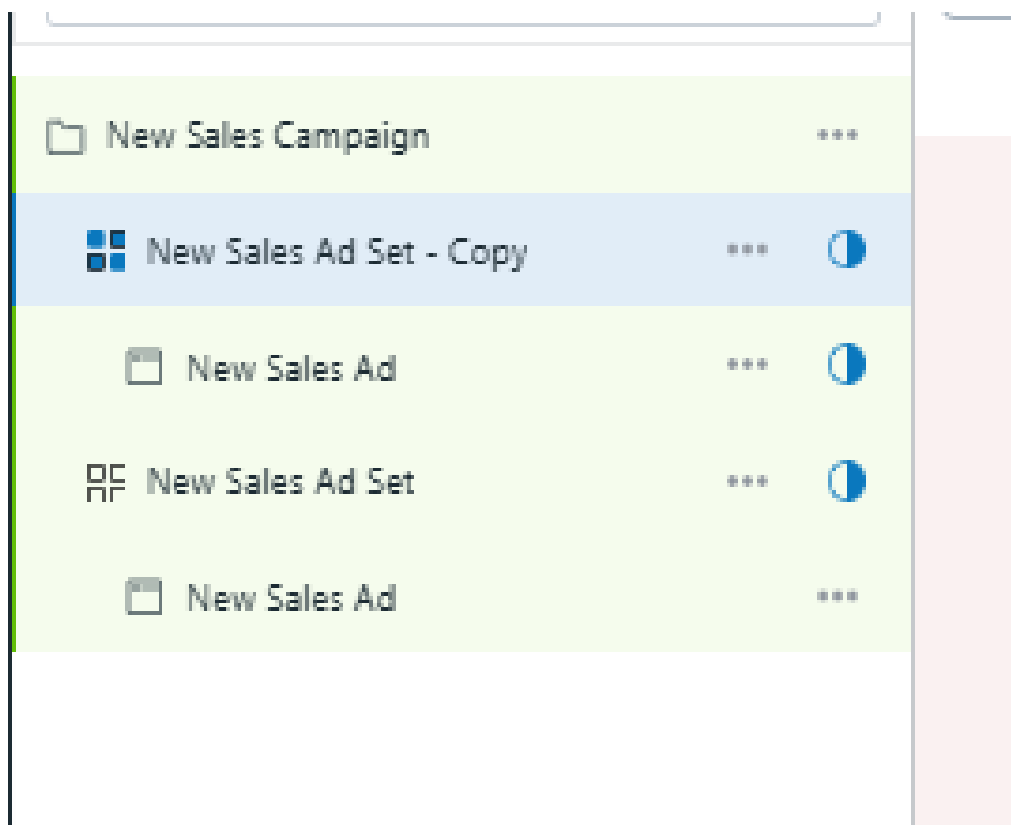
### Advantage+ placements ✳

Your budget will be allocated by Meta's delivery system across multiple placements based on where it's likely to perform best.

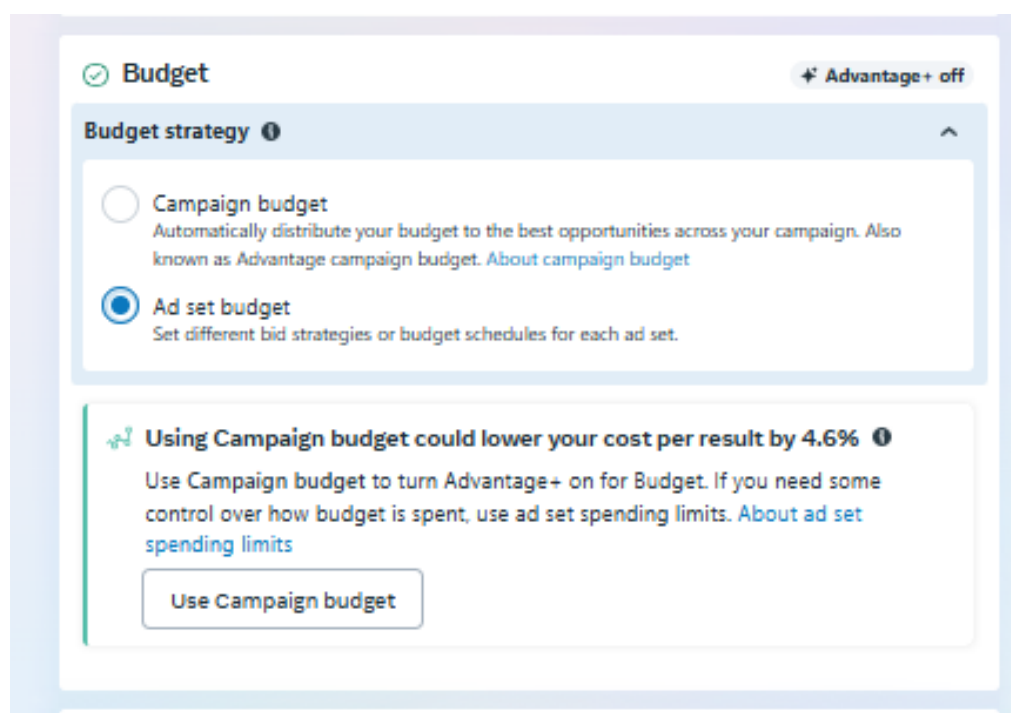
## ממש מעודכן - 2025

בממשק המעודכן פייסבוק כבר יצרו ממשק מאוחד שלא מאפשר בחירה בין האופציות השונות, אבל זה לא אומר שלא ניתן גם במקרה הזה לקחת את השליטה בחזרה פשוט בצורה שונה.





עכשיו האופציה לניהול התקציב ברמת קבוצת המודעות זמינה.



## נותנים לפייסבוק להרחיב לכם את הטרגוט - הגיע הזמן לחפור לעומק

שימו לב שהקהל בבירית המחדל הוא Advantage plus או במילים אחרות קהל מורחב.

Show more settings

Budget & schedule

Budget strategy

Your campaign budget automatically distributes your daily budget of ₪75.00 across ad sets to get the best performance. You can set spending limits for each ad set.

Ad set spending limits

None added

Schedule

Start date

Mar 28, 2025

05:12 PM IDT

End date

☐ Set an end date

Show more settings

Audience

Advantage+ on

We'll automatically reach people most likely to respond.

No advertising settings set

Use saved audience

Controls

Limit who can see your ads.

Locations

Inclusion: Israel

Suggest an audience

Add suggestions (optional)

Further limit the reach of your ads

Placements

Advantage+ on

We'll automatically show ads in the places where people are likely to respond.

Show more settings

Campaign score

100

You're using our recommended setup.

Advantage+ sales campaign

On

Budget

You're using Campaign budget.

Audience

You're either using the recommended setup or your settings are suggestions, in at least one ad set.

Placements

You're including all placements for all ad sets.

No additional recommendations available.

Audience definition

Your audience is broad.

Broad audiences can improve performance and reach more people likely to respond.

Narrow

Broad

Show Estimated Audience Size

יש לכם אמנם אופציות שהיו קיימות בעבר ברמת החשבון שליטה למיקום וגיל מינימלי אבל אנחנו לא נסתפק בזה.

Audience

Advantage+ on

We'll automatically reach people most likely to respond.

No advertising settings set

Use saved audience

Controls

Limit who can see your ads.

Locations

Inclusion: Israel

Hide controls

Minimum age

18

Custom audience exclusion

None

Languages

All languages

Suggest an audience

We'll reach people beyond these settings when it's likely to improve performance.

Custom audience inclusions

None

Age

18

65+

Gender

All genders

Detailed targeting

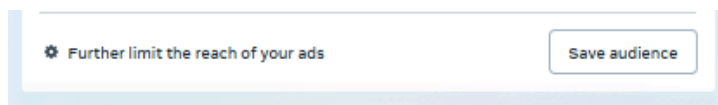
All demographics, interests and behaviors

Further limit the reach of your ads

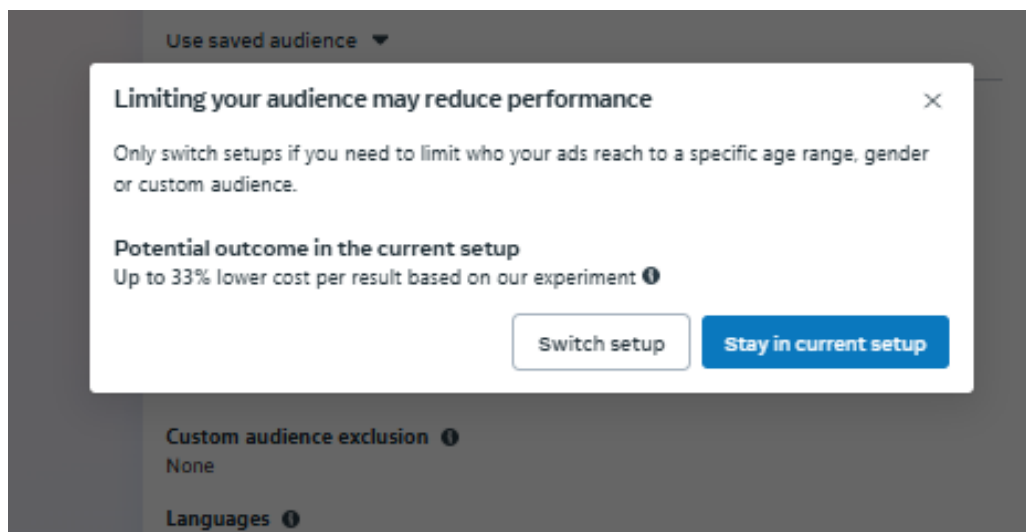
Save audience

לוחצים בתחתית הקהל על האופציה המאוד לא בולטת:



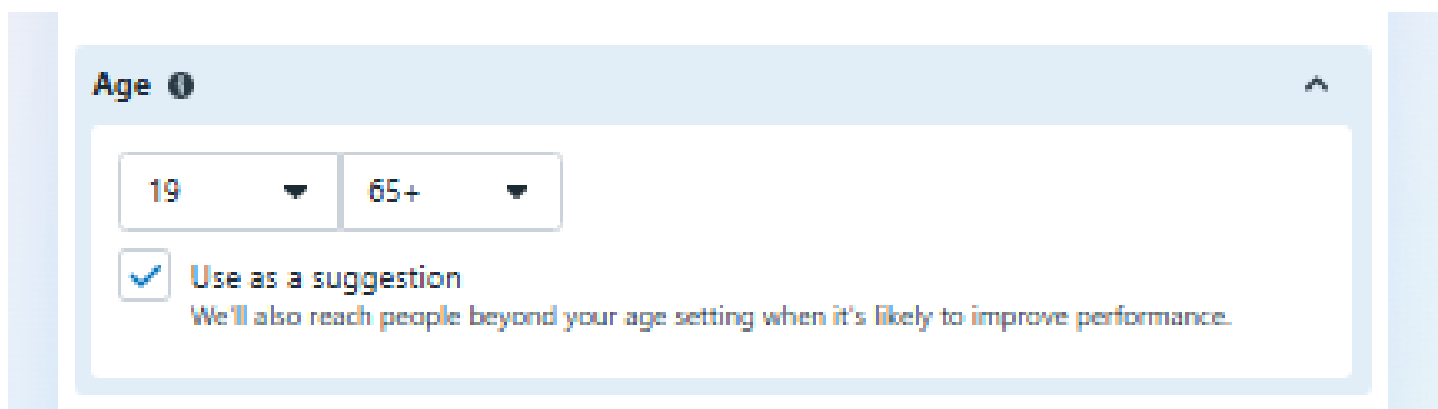


"הגבלת הקהל" - אל תתנו לפייסבוק להפחיד אתכם, אחרי שתלחצו תקבלו עוד הודעה שתנסה לגרום לכם לוותר על ההחלטה שלכם.



תחצו על הכפתור הלבן "switch setup"

בשלב הראשון תוכלו להגדיר גיל - שימו לב להסיר את הסימון מהתיבה מתחת לטווח הגילאים כדי לקבע את הגיל ולא להגדיר אותו כהמלצה בלבד.



בשלב השני תוכלו לבחור גם מגדר ספציפי במקרה הצורך, אלא שני ההאלמנטים עם הגדרה דיפולטיבית להמלצה גם אחרי שעברנו לקהל ידני, ברגע שתסירו את שני הסימונים מההמלצות לטווח הגילאים והמגדר שימו לב בפינה השמאלית שעכשיו עברנו למצב off כלומר ללא הרחבה כלל.

**Audience**
Advantage+ off

We'll automatically reach people most likely to respond. Suggestions can be changed to controls to limit ads to specific audiences. [About audiences](#)

No advertising settings set

**Switching to the recommended audience setup could lower your cost per result by 33%**

The recommended setup helps you get the best performance because most settings are suggestions. You can still limit ads to specific audiences by setting controls. Switching setups will turn Advantage+ on for Audience. [About audiences](#)

Use recommended setup

Use saved audience

**Locations**  
Inclusion: Israel

**Age**  
19 - 65+

**Gender**

☐ All
 ☒ Men
 ☐ Women

☐ Use as a suggestion  
We'll also reach people beyond your gender setting when it's likely to improve performance.

**Custom audiences**  
None

**Detailed targeting**  
All demographics, interests and behaviors

**Languages**  
All languages

[Switch to recommended setup](#)

## מיקומי המודעות

במקרה שאתם מחליטים לא לבחור במטרת קמפיין מכוונת תוצאות כמו ליד או מכירה מומלץ להסיר את ה" Audience network" בכל שאר המקרים לנהל את המיקומים הוא בזבז משאבי זמן מיותר.

#### Placements

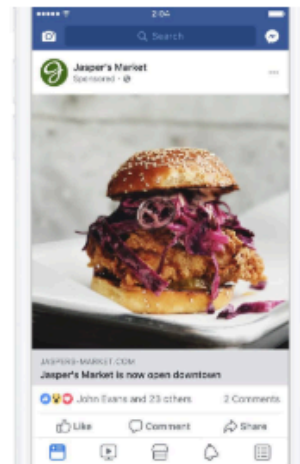
- ☒ Facebook ☒ Instagram  
☐ Audience Network ☒ Messenger

#### Asset customization ⓘ

20 / 21 placements that support asset customization  
Select all

#### Placements

▶ Feeds	<input checked="" type="checkbox"/>
Get high visibility for your business with ads in feeds	
▶ Stories and Reels	<input checked="" type="checkbox"/>
Tell a rich, visual story with immersive, fullscreen vertical ads	
▶ In-stream ads for videos and reels	<input checked="" type="checkbox"/>
Reach people before, during or after they watch a video or reel	
▶ Search results	<input checked="" type="checkbox"/>
Get visibility for your business as people search	
▶ Messages	<input type="checkbox"/>
Send offers or updates to people who are already connected to your business	
▶ Apps and sites	<input type="checkbox"/>
Expand your reach with ads in external apps and websites	



#### Feeds

We recommend square (1:1) images and vertical (4:5) videos.

## שלב יצירת המודעה

אתם מאפשרים לפייסבוק להציג את המודעה שלכם ביחד עם מודעות של המתחרים

אני תמיד ממליץ להסיר את אפשרות ה- "Multi advertiser ads" אין לי שום רצון לחלוק את המיקום שלי עם מתחרים שלי או מפרסמים נוספים.

## ✓ Ad setup

Create ad ▼

### Creative source

Choose how you'd like to provide the media for your ad.

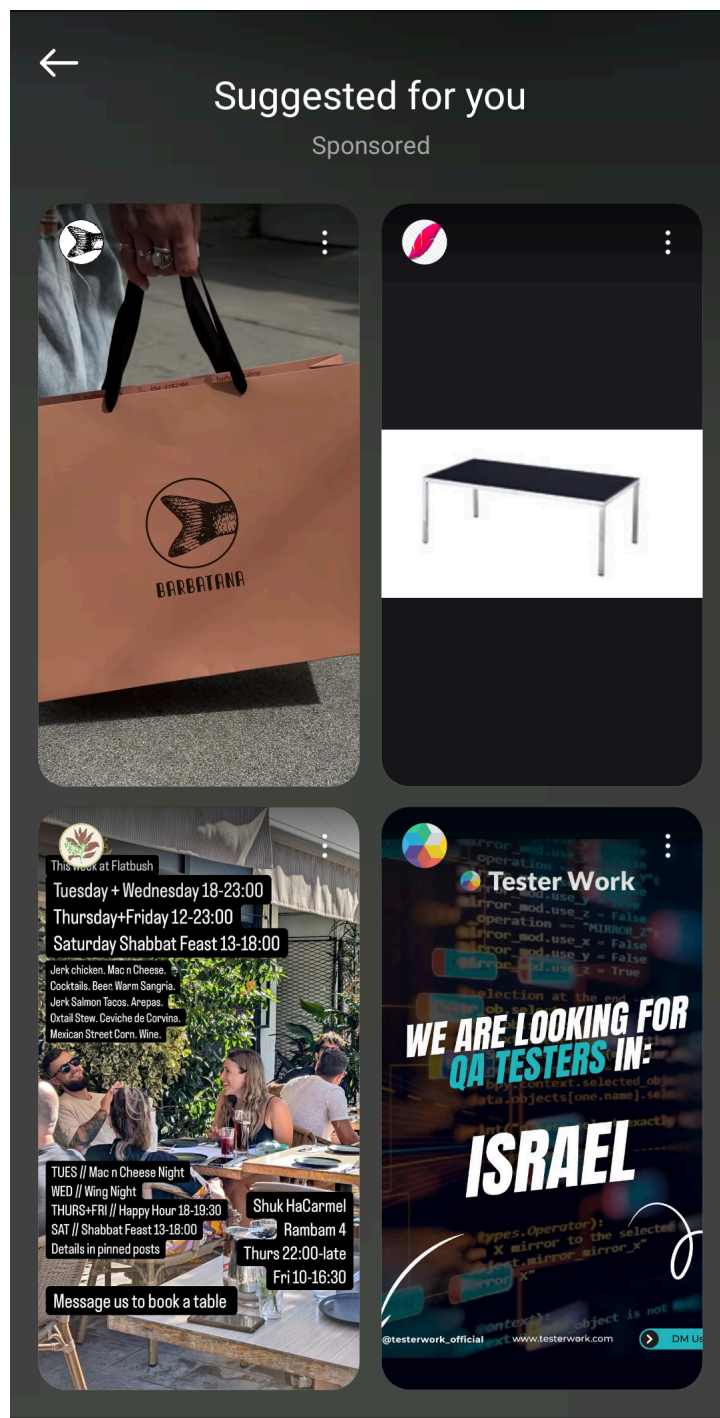
- ☒ **Manual upload**  
Manually upload images or videos.
- ☐ **Advantage+ catalog ads** ✦  
Automatically use media from your catalog. We'll show each person the catalog items they're most likely to engage with. [About Advantage+ catalog ads](#)

### Format

Choose how you'd like to structure your ad.

- ☒ **Single image or video**  
One image or video, or a slideshow with multiple images
  - ☐ **Carousel**  
2 or more scrollable images or videos
  - ☐ **Collection**  
Group of items that opens into a fullscreen mobile experience
- 
- ☒ **Multi-advertiser ads**  
Your ads can appear alongside other ads in the same ad unit to help people discover products and services from businesses that are personalized to them. Your ad creative may be resized or cropped to fit the ad unit. [Learn about multi-advertiser ads](#)

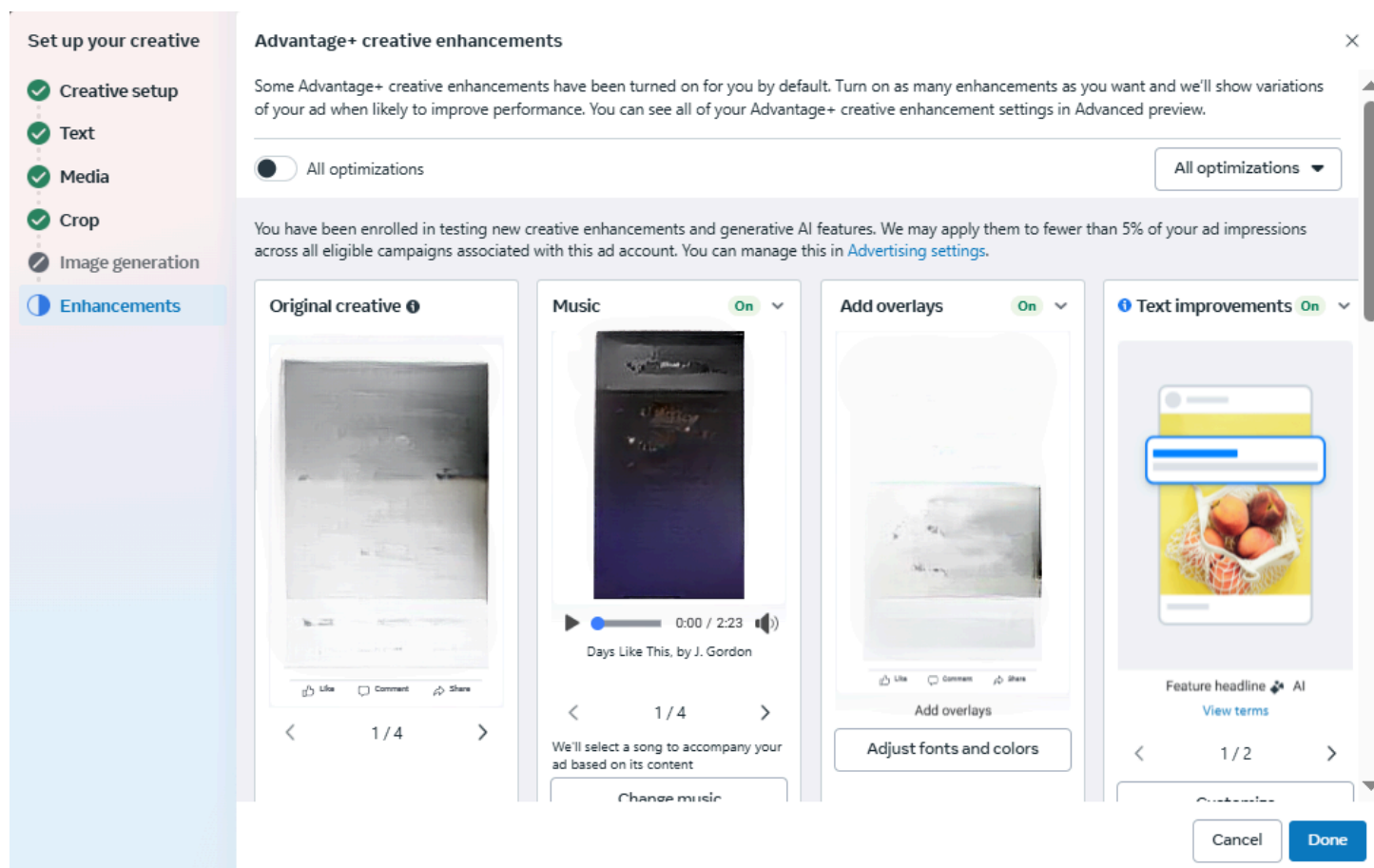
דוגמא למודעה עם 4 מתחרים:



## שיפורים אוטומטיים

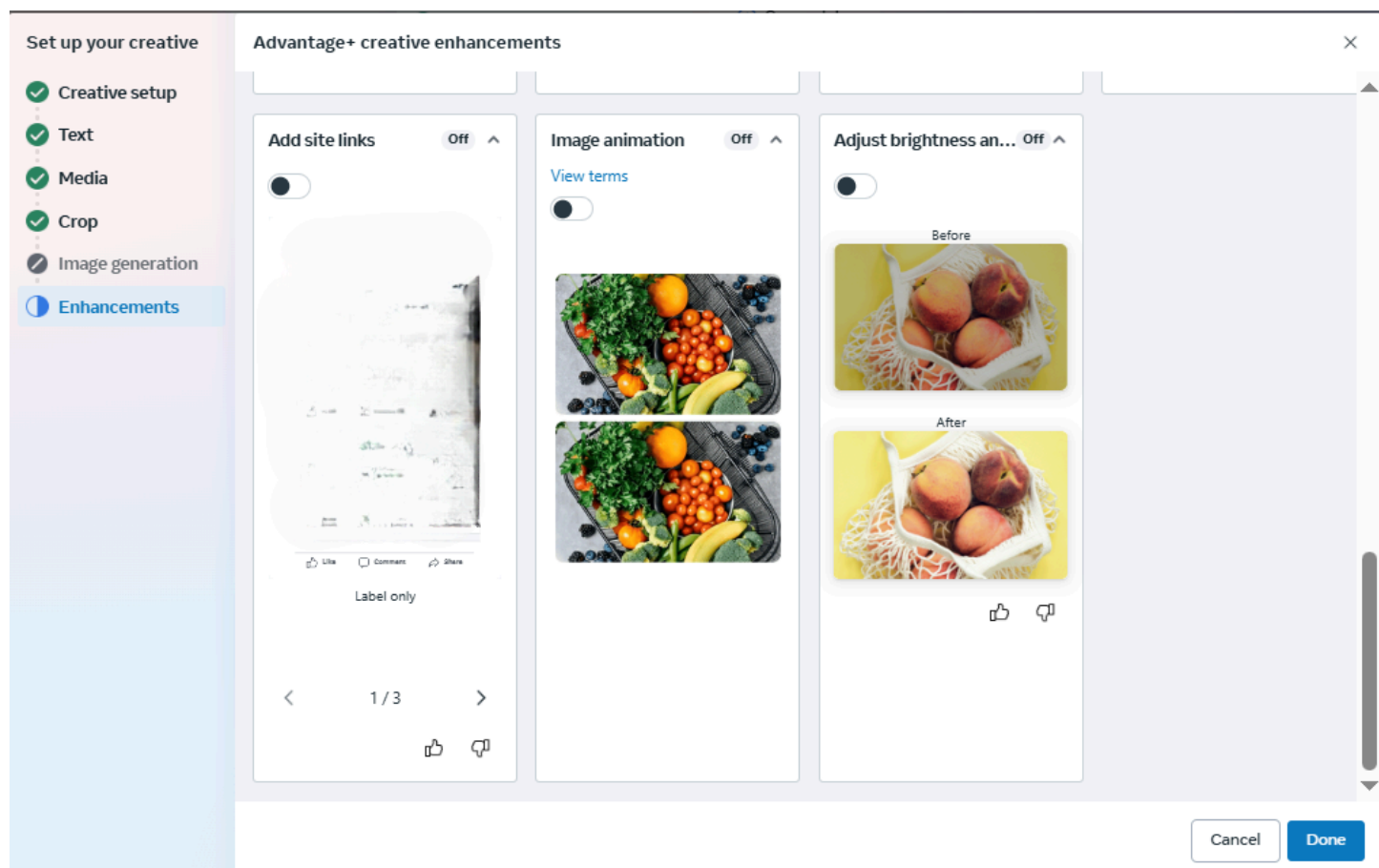
פלקסיבל מדיה - אם אתם רוצים להתאים את המודעה למיקומים תוכלו לעשות את זה באופן ידני ע"י לחיצה על כפתור "replace" מתחת לכל סוג מיקום. ודאו כי האופציה לא מאופשרת.





סייטלינקס גם ניתן להסיר מהמודעה בעמודה זאת במידה ויש לכם את האופציה קיימת.

שאר האופציות לא מזיקות ולא מועילות במיוחד.



**שימו לב במיוחד** - אם יש לכם מספר לקוחות האופציה לקטלוגים יכול להיות מאפשרת, חשוב מאוד לשים לב שמדובר בקטלוג המוצרים של הלקוח ולא בקטלוג ששייך ללקוח אחר - טעות מאוד נפוצה!

שימו לב לפרומו קוד - בדקו שאם האופציה מסומנת שהפרומו קוד אכן מעודכן ועדיין זמין באתר.

### Highlight your promotions

Meta will highlight promo codes on your ad to encourage conversions. [About highlighting your promotions](#)



Promo codes

Choose between automatically sourcing or manually adding promo codes. [Manage promo codes](#)

## תוכנית הליווי



אני רוצה להתחיל תוכנית ליווי לבעלי עסקים ומנהלי קמפיינים, כל מי שרוצה לנהל בעצמו את הקמפיינים ומרגיש קצת "תקוע" או בעלי עסקים שעובדים עם סוכנות דיגיטל ורוצים לבדוק את איכות העבודה שלהם. במסגרת התוכנית תוכלו לתאם שיחות ייעוץ 1:1 בזום שיכללו מעבר ואופטימיזציה לחשבונות הפרסום שלכם, ייעוץ, הדרכה, אסטרטגיה ומסקנות להמשך הפעילות הדיגיטלית שלכם.

תוכנית הליווי עדיין לא זמינה והיא בשלבים האחרונים של גיבוש הרעיון, אבל אם אתם חושבים שזה משהו שיוכל להתאים לכם תוכלו להירשם לרשימת ההמתנה ותקבלו התראה ברגע שהתוכנית זמינה. חשוב לציין ההרשמה ללא התחייבות!

**להרשמה המוקדמת עברו לקישור הבא**

[/https://barzilayppc.com/zoomlp](https://barzilayppc.com/zoomlp)