



TÚLÉLŐKÖNYV A
FACEBOOK HIRDETÉSEK
TILTÁSA ELLEN

Tartalomjegyzék

Bevezetés	3
Miért tiltották le a Facebook hirdetési fiókot? 5 + 1 lehetséges vörös zónás terület, ami magyarázatul szolgálhat a tiltásra	10
Megelőző lépések annak érdekében, hogy ne tiltson le a Facebook	29
Hogyan szerezd vissza a Facebook fiókot, ha már letiltottak?	80
Hogyan indulj újra a nulláról, ha nem kapod vissza a Facebook fiókot?	107
Köszönetnyilvánítás	124
Hasznos linkek	126
A Facebook hirdetési fiók tiltásával kapcsolatos gyakori kérdések	129

Bevezetés

Ki vagyok én? Bemutatkozom.

**Kedves Vállalkozó,
kedves Cégvezető Társ!**



Szia! Török Ádám vagyok. Közel öt éve tanulom a marketinget, és egyfolytában foglalkozom vele. A marketing egy szerteágazó, elképesztően gyorsan változó és fantasztikus terület. Pontosan ezért szeretem annyira! A napom 80%-a a marketing körül forog. Még jó! - gondolhatod magadban. Ez a munkám, de nem csak a munkám, hanem a hivatásom, és ez az a terület, amiben könnyedén flow állapotba kerülök. Élvezem a folyamatos fejlődés lehetőségét, már-már túlzottan fogyasztom a marketinges anyagokat.

Mielőtt folytatnám a sztorit, azelőtt tisztázzunk egy fontos dolgot! Marketingre minden cégnek szüksége van. Az elmúlt években rengeteget kutattam és dolgoztam a marketing területén, és tisztán látom, hogy mi is határozza meg valójában egy cég eredményességét. Akár tudatosan, akár ösztönösen, de egy biztos: minden sikeres vállalkozás alkalmaz valamilyen jól működő marketingeszközt, marketingstratégiát vagy marketingfogást. Tehát a marketing jelen van minden sikeres és folyamatosan fejlődő cég életében. Tudom, ez közhelyes, és természetes dolognak tűnik sokatok

számára, de sajnos nem gondolja mindenki így, ezért fontosnak tartom hangsúlyozottan kiemelni.

Amikor elkezdtem marketinget tanulni, akkor az volt a célkitűzésem, hogy a marketing minden területén legyen egy erős tudásom, viszont mindenképp specializálódni akartam, ezért lett a fő profilom az online hirdetés menedzsment, azaz Facebook és Google hirdetések kezelése. Az elmúlt évek alatt több millió Ft-ot költöttünk ügyfeleinknél, és több 10 millió Ft bevételt termeltünk számukra. Ez alatt az idő alatt kipróbáltunk számtalan stratégiát, kreatív megoldásokat és szövegeket. Az évek során szerzett tudás, tapasztalat és piacismeret után kidolgoztam a saját, egyedi módszertanomat.

Jó olvasást kívánok neked, na és persze, ami a legfontosabb, sikeres védőfal építést a Facebook-tiltások ellen és eredményes Facebook-hirdetéseket!

„A marketing legyen veled!” - hangozzék a mottóm.

Kinek szól ez az útmutató?

A bemutatkozásom után kijelenthetem, hogy ez a könyv nem rólam szól. Fő témám rámutatni egy komoly problémára, ami a te céged esetében is előfordulhat, vagy akár már elő is fordult. Remélem, jelenleg nem abban a helyzetben vagy, hogy a Facebook “mindentől megfosztott”. Több ügyfelemnél és projektnél futottunk bele abba az akadályba, hogy a Facebook önhibánkon kívül, vagy apró hibákat követően letiltotta a hirdetések, akár az egész hirdetési fiókot. Néha az is előfordult, hogy a vállalkozáskezelőt is letiltotta. A legdurvább pedig az volt, amikor a személyes profilomat tiltotta le, és kvázi “megfosztott” a munkámtól. Igen, sajnos erre akkor még nem voltam kellően felkészülve, de most már igen...

Tehát amint felvázoltam, több módon és több okból kifolyólag is elveszíthetitek a Facebook hirdetési felületéhez való hozzáférést, ezzel egyidejűleg pedig bevételtől eshettek el. Az elmúlt egy-két év során egyre gyakoribb problémává vált, hogy a homályos hirdetési szabályok, körülményes kommunikáció miatt vagy minden különösebb ok nélkül letiltottak valakit.

Ebben az útmutatóban részletesen végigvesszük, hogy mit kell tenned abban az esetben, ha te is fennakadtál a Facebook hálóján, és eltiltottak a hirdetési tevékenységektől. Megnézzük mind a három

szintet, ahol tiltást kaphatsz. De ami a legfontosabb, a leírásból te is képes leszel arra, hogy megelőzd a tiltásokat. Végezetül pedig részletes útmutatást nyújtok ahhoz, hogy mit kell tenned, ha elvesztettél mindent a Facebookon és a nulláról kell újraindulnod.

Fontos megjegyzés: Ez az útmutató arra próbál leginkább megtanítani, hogy mi módon készíts szabálykövető, minőségi hirdetések, amit a Facebook és a célközönséged is értékelt. Mindannyiunknak az a célja, hogy hosszú távon használjuk eredményesen a Facebook nyújtotta marketing lehetőségeket. A Facebook a mai napig az egyik legjövedelmezőbb online hirdetési és közösségépítő felület, ezért ne hagyjuk veszni a benne rejlő lehetőségeket. Arról nem is beszélve, hogy adattárolást is lehetővé tesz. Ne hagyjuk, hogy az akár több hónap alatt, vagy több év alatt összegyűjtött fontos és értékes adat csak úgy eltűnjön a semmibe. Természetesen nem ígérhetem 100%-osan, hogy útmutatásaimat követve azonnal visszaállítják a fiókot, viszont ez az útmutatás sokat segíthet abban, hogy miként kerülj el a tiltásokat, és hogyan tegyél meg mindent a hirdetési fiókod visszaszerzése érdekében.

De kinek is szól valójában ez az eBook? Igazából mindenkinek, aki hirdet a Facebookon, akinek a Facebook egy fontos eszköz az online marketingjében, vagy aki bevételének egy részét Facebook-hirdetésekből szerzi. De lássuk konkrétan:

- ▶ Szolgáltatóknak
- ▶ Coachoknak
- ▶ Tanácsadóknak
- ▶ Info termékes vállalkozóknak
- ▶ Szabadúszóknak
- ▶ Marketingeseknek
- ▶ Cégvezetőknek, akiknek van marketing csapata
- ▶ Webshop üzemeltetőknek
- ▶ Helyi üzleteknek
- ▶ Szakembereknek
- ▶ Igazából MINDENKINEK, aki rendszeresen hirdet a Facebook-on

Ui.: Előre is elnézést kérek, de nagy amerikai foci rajongó vagyok, emiatt útmutatásomban több futball kifejezést használok, amelyek megítélésem szerint amúgy pontosan illenek a téma szókészletébe. Íme két példa e szóhasználatra: védőfal, vörös zóna.

Az eBook-ban lévő tippek segíthetnek a Facebook fiókod tiltásának megelőzésében?

Persze. Szokás szerint mindent úgy tettél, ahogy eddig, amikor új kampányt indítottál a Facebook hirdetéskezelőjében, és nem érted, miért tilthatott le a kék óriás. Talán még most alkottad az első hirdetéseidet, és a tiltások hatására el is ment a kedved ettől az egész online hirdetés dologtól? Egy tapasztalatból eredő biztatás, ami “első lépésnek” is megfelel az

Újrainduláshoz: ne add fel, mert mindent lehet, csak akarni kell! Fel a fejjel, simán túllendülhetsz a tiltások okozta “idegeskedésen”, ezért semmiképp se fordulj el az online hirdetésektől, hiszen óriási lehetőségeket tartogat a te céged számára is.

Ebből az oktatóanyagból megtudhatod, hogy miért tilthatta le a Facebook a hirdetéseidet, mit tegyél a tiltások esetén lépésről lépésre, és mit tegyél, ha súlyos a tiltás, ha elvesztettél mindent, azaz hogyan indulj újra a nulláról a közösségi platformon. Egyet garantálhatok, nem fogsz csalódnni a tudásanyagban, ha mégis, akkor csak egy dolgod van, érvényesítsd a “Bullshit mentes” garanciát, és mi felesleges, sallangmentes kérdések nélkül egyből visszautaljuk a könyv árát. Nincs más dolgod, mint 30 napig jelezni felénk e-mailben, az info@funnelproject.hu e-mail címen, hogy szeretnél élni a garancia lehetőségével, és mi azonnal vissza is utaljuk számodra a könyv árát.

Vágjunk is bele! Készen állsz? Én igen, és megmondom őszintén, picit izgatott is vagyok, mert szerintem brutál jól sikerült ennek a tudásanyagnak az összeállítása...

Fontos megjegyzés: A könyvben bemutatott módszerek, megelőző lépések, megoldások alkalmazásához mindenképpen számítógép használatát javaslom, ugyanis telefonon nem úgy jelennek meg az egyes lépések és menüpontok, ahogy

azokat az útmutatóban bemutatom. Köszönöm szépen megértésedet!

Ui. 1: Azt gondolom, fontos megjegyezni, hogy a tudásanyagban lévő gomb feliratainak, az űrlap egyes részeinek, vagy bármilyen más leírásnak a pontos megnevezése változhat, vagy nem olyan nyelven jelenik meg nálad, mint nálam, ezért kérek, próbáld asszociálni a megadott elnevezések alapján, és akkor baj nem lehet a dologból. Például: "Chat indítása" gomb, vagy "Küldés" gomb, vagy "Miben segíthetünk?" űrlaprész esetében. Köszönöm szépen a megértésedet, és nézd el nekem ezt az apróságot!

Ui. 2: Ha a könyvben szereplő módszerek egyikével sem sikerült visszaszerezned a fiókodat, esetleg nem tudod, hogyan kezd el a hirdetések ismét a nulláról, vagy csupán a Facebook hirdetések kapcsán szeretnéd kikérni a véleményünket, akkor foglalj nálunk egy díjmentes időpontot, hogy átbeszéljünk részletesen minden kérdéset. Nem kell megijedned, 100%-ban díjmentes a konzultáció, aminek az a legfőbb célja, hogy maximálisan szolgáljon téged és megoldást találjunk a kérdéseidre. Keress minket bizalommal a lenti gombra kattintva!

Lefoglalom az időpontot

Miért tiltották le a Facebook hirdetési fiókot? 5 + 1 lehetséges vörös zónás terület, ami magyarázatul szolgálhat a tiltásra:

A Facebook elhúzza a mézesmadzagot előttünk azért, hogy hirdessünk a felületein, és azt bátran ki is lehet jelenteni, hogy jelenleg a Facebook az egyik legjobb online hirdetési forma. Ha hirdetünk, és jól csináljuk, akkor jönnek is szépen az eredmények. Amennyiben letiltanak, abban az esetben a tiltás egy elég nagy érvágás tud lenni számunkra. Olyan, mint amikor a semmi közepén kifogy a kocsidból az üzemanyag, te pedig tehetetlen vagy.

Amikor érkezik egy e-mail a Facebooktól, hogy elutasították a hirdetésünket, letiltották a hirdetési fiókunkat, a vállalkozáskezelőnket, vagy a személyes profilunkat, akkor először mindig nagyon megijedünk, ami nem baj, hiszen mindenki így reagál rá. Nem vagy magadban ezzel az érzéssel! Ilyenkor nagyon fontos, hogy megnyugodjunk, és megkeressük a tiltás valódi okát. A Facebook értesítési e-mailjében általában mindig benne van az indok, hogy miért is kaptuk valójában a tiltást.

Ha összevissza kapkodszt a lépések között, akkor ezt is gyanús tevékenységnek fogja érzékelni az algoritmus, így véglegesen kitilthat mindenholnan. Ezért nagyon fontos, hogy tervezetten hajtsd végre a lépéseket. Menj végig az egyes pontokon egyenként, és hagj egy kis szünetet, 1-2 napot az egyes módszerek között. A lényeg, hogy tervezetten végezd el egymás után a lépéseket, mindaddig, amíg vissza nem kapod a fiókotat.

Először mindig robotok ellenőrzik a fellebbezésünket. Ha a robotok nem tudnak dönteni, vagy többszöri fellebbezés érkezik, akkor átkerül a folyamat egy emberhez. Ilyenkor, ha átkerülsz egy személyhez, semmiképp sem szabad "mérgezt" levelet írni, ugyanis ha túl csúnyán, ingerült hangnemben fogalmaztál, akkor nagy eséllyel nem kapsz eredményes, pozitív választ a fellebbezésre.

1. Vörös zóna (Red zone): A hirdetések magas negatív visszajelzést generálnak:

Amikor a Facebook-hirdetésed megjelenik a felhasználók előtt, akkor nekik lehetőségük van azonnal visszajelezni arra a bizonyos hirdetésre vagy a jövőbeni hirdetéseidre. Hogyan? Mutatom a négy lehetséges visszajelzési formát:

- ▶ Hirdetés / bejegyzéselrejtés
- ▶ Az összes bejegyzés elrejtése ettől az Facebook oldaltól
- ▶ Mégsem tetszik az oldal
- ▶ A bejegyzés jelentése kéretlen tartalomként

Nos láthatod, hogy egyik kimenetel sem kedvező a te szempontodból, ugyanis mindegyik választás egy “apró” negatív visszajelzés a vállalkozásod irányába, amit a Facebook algoritmus szívesen megjegyez, később pedig majd megbüntet érte. Amikor a vállalkozásod “begyűjt” egy bizonyos mennyiségű negatív visszajelzést, ettől kezdve jönnek a komolyabb problémák.

Akkor van igazán nagy probléma, amikor sok ember kezdi jelenteni a hirdetésedet, vagy oldaladat. Amennyiben ezek a negatív visszajelzések egyre nagyobb százalékot érnek el, akkor ez egyértelmű jelzés a Facebooknak, hogy a véleményformálóknak kellemetlen a hirdetés, amivel találkoztak. Tehát ha a negatív visszajelzések

százalékos aránya a hirdetés megjelenítések teljes számához viszonyítva növekszik, akkor azonnal tenned kell valamit, különben büntetés lesz a vége. A Facebook pedig kit büntet meg? Naná, hogy téged. Akár végleges letiltás is lehet a vége, úgyhogy érdemes erre kellően figyelni. Soha ne végezz kompromittáló tevékenységet, vagy amivel magadra haragítod a közönséget!

Cselekvési terv, ha ellenőrizni szeretnéd a Facebook bejegyzéseid negatív visszajelzési pontszámát:

1. Lépés: Menj a Facebook oldaladra.
2. Lépés: A bal oldalon található “Oldal kezelése” sávban keresd meg az “Elemzések” menüpontot, majd kattints rá.
3. Lépés: Az “Oldalelemzések” sávban menj a “Bejegyzések” menüpontra.
4. Lépés: Tekerj le a “Minden közzétett bejegyzés” részhez, és kattints rá egyenként a bejegyzésekre.
5. Lépés: Ha rákattintasz egy bejegyzésre, akkor láthatod, hogy bejön egy kis ablak a “Bejegyzés adatai” néven, amiben láthatod az adott bejegyzés pontos adatait.
6. Lépés: Majd görgess le az aljára, ahol láthatod a “NEGATÍV VISSZAJELZÉS” részt.
7. Lépés: Ellenőrizd a negatív visszajelzések %-os arányát. Ezt úgy tudod kiszámolni, hogy mind a 4 negatív visszajelzés típust add össze, majd a kapott számot oszd el a legfelül található “elért ember”

számával. Például: összesen öt negatív visszajelzés / 1530 elért ember = 0,003%.

Noha azt nem tudjuk pontosan, hogy mekkora %-os arány után járnak szankciók, de egy körülbelüli számot tudok javasolni, amire érdemes figyelni. Ha 5.000 elérésenként 0,02%-tól több a negatív visszajelzések aránya, akkor érdemes törölni ezeket a bejegyzéseket vagy hirdetéseket. Extra fontos lépés: ha kiszűrted, hogy melyek azok a bejegyzések, amelyek kiváltották a negatív visszajelzéseket, akkor mindenképp vond le a következtetést azzal kapcsolatban, hogy milyen típusú bejegyzések voltak. Ez alapján ha többé nem teszel közzé ilyen posztokat vagy hirdetéseket, a jövőben el fogod tudni kerülni az esetleges negatív visszajelzéseket.

A Facebook hivatalos álláspontját ezzel kapcsolatosan beillesztettem ide: *"We collect feedback from people who make purchases through ads on Facebook Products, including Instagram and the Audience Network, to understand their purchase experiences. Negative feedback helps us identify ads that lead to low-quality post-click purchase experiences. You should continually monitor customer feedback on your dashboard to ensure that your products are meeting the expectations of customers."*

2. Vörös zóna (Red zone): Megsértetted a Facebook hirdetési szabályzatát:

Ha még nem olvastad a Facebook szabályzatát, akkor azt javaslom, hogy mindenképp tedd ezt meg, hiszen ez a legfőbb alapja a tiltások elleni védekezésnek. Nem tudom eléggé hangsúlyozni, hogy miért olyan lényeges tisztában lenned a hirdetési szabályzattal. Igazából nem olyan vészes az irányelvek elolvasása! A Megelőző lépéseknél részletesebben javasolni fogok egy módszert arra vonatkozóan, hogy miként is rágd át magad rajta. Most elég csak annyi, hogy nem olyan száraz anyag, mint amilyenre első hallásra gondolnál.

A Facebook hivatalos álláspontja a szabályzatot illetően: *“Hirdetési szabályzatunk útmutatást ad a megengedett típusú hirdetési tartalmakról. Amikor a hirdető elküldi a megrendelésüket, minden egyes hirdetést ellenőrizzük, hogy megfelel-e ezeknek a szabályoknak. Ha úgy gondolod, hogy a hirdetésed elutasítása tévedésből történt, a Fiók minősége oldalon kérheted a döntés felülvizsgálatát. Fontos tudni, hogy hirdetési szabályzatunk megsértése esetén szabály érvényesítési intézkedést foganatosíthatunk a profiloddal, a kapcsolódó oldalakkal és/vagy hirdetési fiókoddal szemben.”*

A következő szabálysértési intézkedéseket teheti a kék óriás:

- ▶ A kapcsolódó oldalak letiltása.
- ▶ Meglévő hirdetések kikapcsolása.
- ▶ Új hirdetések megjelenítésére való képesség korlátozása.
- ▶ Oldalak összevonására való képesség korlátozása.
- ▶ Társadalmi kérdésekről, választásokról vagy politikáról szóló hirdetések megjelenítésére vonatkozó engedély visszavonása.

Tehát megállapítható, hogy a Facebook számára kiemelten fontos, hogy megfelelő minőségi és felhasználóbarát hirdetési élményt nyújtsanak a vállalkozások. Lényegében a hirdetésednek is értéket kell adnia, ami nem jelenthet problémát annak, aki eléggé jártas az online hirdetések készítésében és menedzselésében. Szerintem ez neked sem jelenthet gondot. Mi például folyamatosan figyelünk arra, hogy az ügyfeleink kampányaiban mindig végigvezessük a célközönségét egy olyan vásárlói útvonalon, ami kiváló ügyfélélményt biztosít.

Hogyan zajlik a hirdetések ellenőrzése? Bár ez nem teljesen hivatalos álláspont, de a Facebook-hirdetéseket egy eléggé fejlett ellenőrző algoritmus végzi el. A Facebook és Instagram hirdetéseket egyaránt ellenőrzi a közösségi platform algoritmus, hogy azok ténylegesen

megfeleljenek a hirdetési szabályzatnak. Jellemzően maximum 24 órán belül ellenőriznek minden újonnan létrehozott hirdetést, de előfordulhat, hogy néha kitolódik ez az időtartam.

Milyen tényezőket vesz figyelembe leginkább a kék óriás? A hirdetések ellenőrzése során ellenőrzik a szövegeket, képeket, videókat, célzásokat, elhelyezéseket, a hirdetésből hivatkozott linkek alatt lévő landing page-eket (ez lehet maga a weboldal főoldala, termékoldal, vagy a weboldal bármely része). Ezért extra fontos, hogy ezekre a tényezőkre mindig nagyon odafigyelj. Nem tudom eléggé hangsúlyozni, hogy a Facebook az elmúlt időszakban jelentősen feltekerte az algoritmus hirdetések tiltása elleni barométerét. Tehát egyre érzékenyebb lesz, azaz egyre jobban oda kell figyelni minden olyan tényezőre, ami sértheti a szabályzatot vagy az irányelveket.

Link a Facebook szabályzatához:

<https://www.facebook.com/policies/ads/>

A szabályzat két nagy tartalomtípusra fókuszál: a tiltott tartalmakra és a korlátozott tartalmakra. A két csoport tartalomjegyzéke között vannak összefüggések. Nagyon fontos tudnivaló, hogy a Facebook folyamatosan frissíti és új fejezetekkel bővíti ezeket a tartalom részeket. Nézzünk egyenként a két kategóriára néhány példát.

Tiltott tartalmakra néhány példa:

- ▶ Illegális termékek vagy szolgáltatások
- ▶ Dohány és kapcsolódó termékek
- ▶ Kábítószeres vagy kábítószeresekhez kapcsolódó termékek
- ▶ Fegyverek, lőszeres és robbanóanyagok
- ▶ Felnőtteknek szóló termékek vagy szolgáltatások
- ▶ Szenzációhajhász tartalom
- ▶ Személyes tulajdonságok
- ▶ Nem működő érkezési oldal
- ▶ És egyéb...

Tiltott tartalmakhoz közvetlen link:

https://www.facebook.com/policies/ads/prohibited_content/

Korlátozott tartalmakra néhány példa:

- ▶ Alkohol
- ▶ Társkeresés
- ▶ Online szerencsejátékok és játékok
- ▶ Pénzügyi és biztosítási termékek és szolgáltatások
- ▶ Kozmetikai beavatkozások és fogyókúra
- ▶ És egyéb...

Korlátozott tartalmakhoz közvetlen link:

https://www.facebook.com/policies/ads/restricted_content/