



Как сделать лид-форму в Facebook и Instagram.

Собираем заявки в рекламном объявлении.

Практическое руководство с картинками

Лид форма — это форма заявки, которую пользователь может заполнить прямо в социальной сети. Можно не уводить клиента на сайт, чтобы собрать контакты — он заполнит форму не уходя из ленты, а соцсеть ему в этом поможет: заполнит известные ей данные автоматически.

Лид формы для Facebook и Instagram можно настроить в одном интерфейсе Ads Manager, разница лишь в выборе плейсмента. Дальше пошагово разберем, как создать лид форму, запустить рекламное объявление и где искать полученные контакты.

Создаем лид форму для Facebook

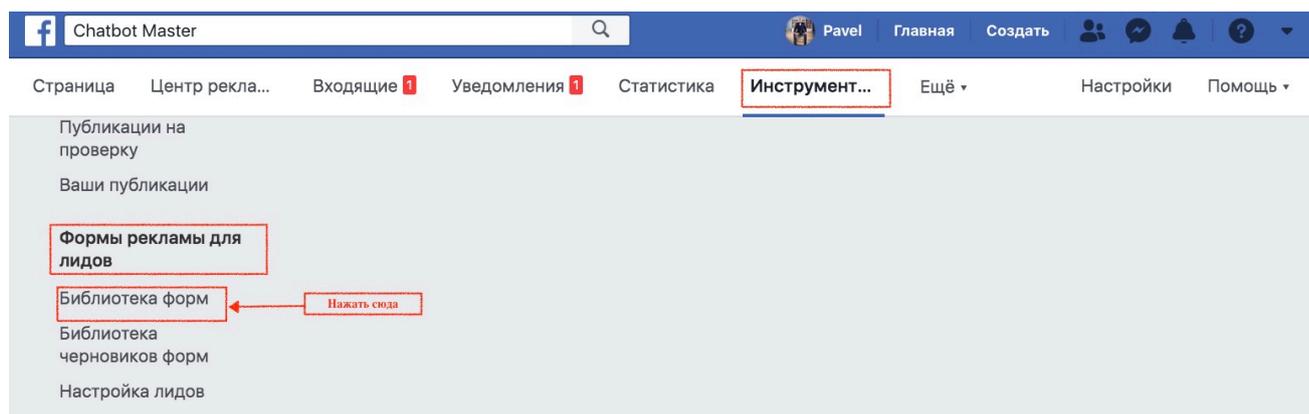
Форму генерации лидов удобнее создать и в интерфейсе Facebook.

Для этого перейдите в «Инструменты для публикации» на бизнес странице, от имени которой хотите собирать лиды.



Если вы настраиваете и запускаете объявления на рекламу через Ads Manager, процесс запуска мы разберем в разделе «Как создать лид форму для Instagram» чуть ниже. Но интерфейс создания формы там такой же.

В меню слева найдите «Формы рекламы для лидов», выберите «Библиотека форм». Все созданные формы будут храниться здесь, а черновики — в разделе «Библиотека черновиков форм». Черновики можно редактировать, заверненные формы нет, но их можно дублировать и внести изменения.



Chatbot Master

Павел Главная Создать

Страница Центр рекла... Входящие 1 Уведомления 1 Статистика Инструмент... Ещё ▾ Настройки Помощь ▾

Публикации

- Размещенные публикации
- Запланированные публикации
- Черновики
- Показ скоро закончится

Видео

- Галерея видео
- Видео, доступные для кросспостинга

Инструменты

Лиды будут доступны для скачивания в течение 90 дней с момента их отправки пользователем. Подключите свою Страницу к CRM, чтобы моментально получать доступ к информации лидов, что ускорит вам процесс связи с потенциальными клиентами. Подключите CRM.

Библиотека форм Нажать, что начать создание лид-формы + Создать

Поиск... Действия ▾ Фильтры

<input type="checkbox"/>	Название	Статус	Дата создания	Количеств...	Перепос...	Лиды	Продвигать
 <p>Рекламу для лидов вы еще не создавали. Подробнее</p>							

Создайте форму для лидов

Новая форма
Создайте новую форму и введите всю новую информацию.

Дублировать имеющуюся форму
Продублируйте одну из имеющихся у вас форм и измените только то, что вам нужно.

Выбрать «Новая форма»

Нажать «Далее» Далее

В открывшейся форме перейдите в настройке и смените язык формы на русский. Иначе вся сервисная информация в форме будет на английском.

Chatbot Master

Павел Главная Создать

Создание формы

Untitled form 05.05.2019 Сохранить Завершить

Контент **Настройки**

Конфигурация формы

Выберите язык формы English (US)

- Português (Portugal)
- Română
- Русский**
- Svenska
- ภาษาไทย
- Tiếng Việt
- 中文(简体)

Перепост **Запрещено** непосредственно Разрешено отправлять

ID полей

Параметры отслеживания

Повышение объема - Предварительный просмотр формы

Предварительный просмотр изображения будет ...

Chatbot Master

Текст заголовка

Sign up by providing your info below.

Email

Укажите, кто может делиться рекламой с вашей формой. Если вы хотите, чтобы люди могли свободно делиться формой с друзьями — разрешите перепост, если нет — запретите. По умолчанию перепост запрещен. Рекомендую разрешить перепост (увеличит органический охват).

Untitled form 05.05.2019

Сохранить Завершить

Контент **Настройки**

Конфигурация формы | ^

Выберите язык формы Русский ▾

Перепост **Запрещен** – Эту форму смогут отправлять только люди, которым была непосредственно показана ваша реклама.

Разрешен – Вашей рекламой можно делиться, и эту форму может отправлять кто угодно.

Всегда выбираю «Перепост «Разрешен». Это позволит вам увеличить охват!

ID полей | v

Параметры отслеживания | v

Повышение объема - Предварительный просмотр формы

Предварительный просмотр изображения будет ...

Chatbot Master

Текст заголовка

Предоставьте свою информацию ниже, чтобы зарегистрироваться.

Эл. адрес

Разделы ID полей и Параметры отслеживания нужны тем, кто передает данные в CRM.

ID полей отвечает за то, как будут называться столбцы в файле с лидами, который вы выгрузите в конце. Иначе говоря, здесь вы можете переименовать столбцы. Вернитесь к этой настройке после того, как создадите все вопросы для формы.

Параметры отслеживания нужны, если вы хотите фиксировать в CRM, с какого рекламного источника пришел лид. Например, здесь можно указать UTM-метку. Для этого пропишите параметр (utm_source, utm_term и т.п.) в поле «Название параметра», а значение (например, Fb) в поле «Значение параметра». При заполнении формы пользователи этого не увидят.

Теперь возвращаемся в раздел «Контент», чтобы заполнить форму.

Тип формы

В разделе «Тип формы» есть два варианта:

- **Повышение объема** — форма состоит из двух экранов: информация + сбор данных и экран с благодарностью.
- **Усиление намерения** — форма состоит из трех экранов: информация + сбор данных, проверка и подтверждение оставленных данных, экран с благодарностью.

Усиление намерения используют, чтобы повысить качество лидов. Подойдет, если вы, например, собираете заявки непосредственно на покупку продукта, и вам важно максимально отсеять ошибочные отправки формы.

The screenshot shows a web interface for creating a form. At the top, there's a title bar 'Создание формы' and a subtitle 'Untitled form 05.05.2019'. There are two buttons: 'Сохранить' and 'Завершить'. Below the title bar, there are two tabs: 'Контент' and 'Настройки'. The 'Контент' tab is active, showing a section titled 'Тип формы'. Underneath, there's a description: 'Индивидуально сконфигурируйте форму, основываясь на цели вашей кампании по генерации лидов. Выбранные вами параметры могут повлиять на объем подаваемых данных и стоимость каждого лида. Подробнее'. There are two radio button options: 'Повышение объема' (selected) and 'Усиление намерения'. The 'Повышение объема' option has a description: 'Используйте форму, которую можно быстро заполнить и отправить с мобильного устройства.' The 'Усиление намерения' option has a description: 'Добавьте этап проверки, на котором у людей будет возможность подтвердить правильность введенных данных.' At the bottom of the options, there's a red-bordered box containing the text: 'По умолчанию оставим «Повышение объема»'. To the right of the form configuration, there's a preview area titled 'Повышение объема - Предварительный просмотр формы'. It shows a placeholder for an image with the text 'Предварительный просмотр изображения будет ...' and a profile picture of 'Chatbot Master' with the text 'Текст заголовка'. Below that, it says 'Предоставьте свою информацию ниже, чтобы зарегистрироваться.'

Краткая информация

Это приветственная информация, которая показывается до сбора контактов. В процессе заполнения вы увидите все изменения на примере формы слева.

Заголовок. Укажите, что именно получит пользователь после заполнения формы.

Изображение. Вы можете выбрать изображение, которое будет использоваться в рекламном объявлении или загрузить для формы отдельное изображение. В этом случае картинка в объявлении и форме будет отличаться.

Макет. Это структура блока описания. Здесь есть два варианта. Параграф — это текст, разделенный на абзацы, выглядит он так:

Тип формы

Краткая информация (Необязательно) ☑

Заголовок: Практическое руководство для автоматизации сбора заявок 5

Изображение: Использовать изображение из вашей рекламы
Изображение из вашей рекламы будет отображаться в вашей контекстной карточке

Использовать загруженное изображение
Рекомендуемый размер изображения: 1200 x 628 пикселей
[Изменить изображение](#)

Макет: **Параграф** ▼

Ниже оставить заявку и получи практическое руководство "Как за два часа создать своего пегого чат-бота" и автоматизировать сбор заявок для своего бизнеса.

Почему это вам нужно завести своего чат-ботав Messtnger Facebook?

Вопросы



ПОЛУЧИ ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

Chatbot Master

Практическое руководство для автоматизации сбора заявок

Ниже оставить заявку и получи практическое руководство "Как за два часа создать своего пегого чат-бота" и автоматизировать сбор заявок для своего бизнеса.

Почему это вам нужно завести своего чат-ботав Messtnger Facebook?

3, 5 млрд пользователей ежедневно пользуются Messenger.

Открываемость сообщений (Open Rate) в Messenger составляет до 70%. Для сравнения

Отправить

В макете «Списки» описание отображается в виде маркированного списка:

Изображение: Использовать изображение из вашей рекламы
Изображение из вашей рекламы будет отображаться в вашей контекстной карточке

Использовать загруженное изображение
Рекомендуемый размер изображения: 1200 x 628 пикселей
[Изменить изображение](#)

Макет: **Списки** ▼

Более 70% сообщений открываются и читаются	37
Чат-бот отвечает быстро	58
Чат-бот работает 24 часа, 365 дней в году	39
Чат-бот знает ответы на вопросы от часа работы и местоположении	16
Чат-бот консультирует и оформляет заказ	41

Вопросы

Политика конфиденциальности



ПОЛУЧИ ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

Chatbot Master

Практическое руководство для автоматизации сбора заявок

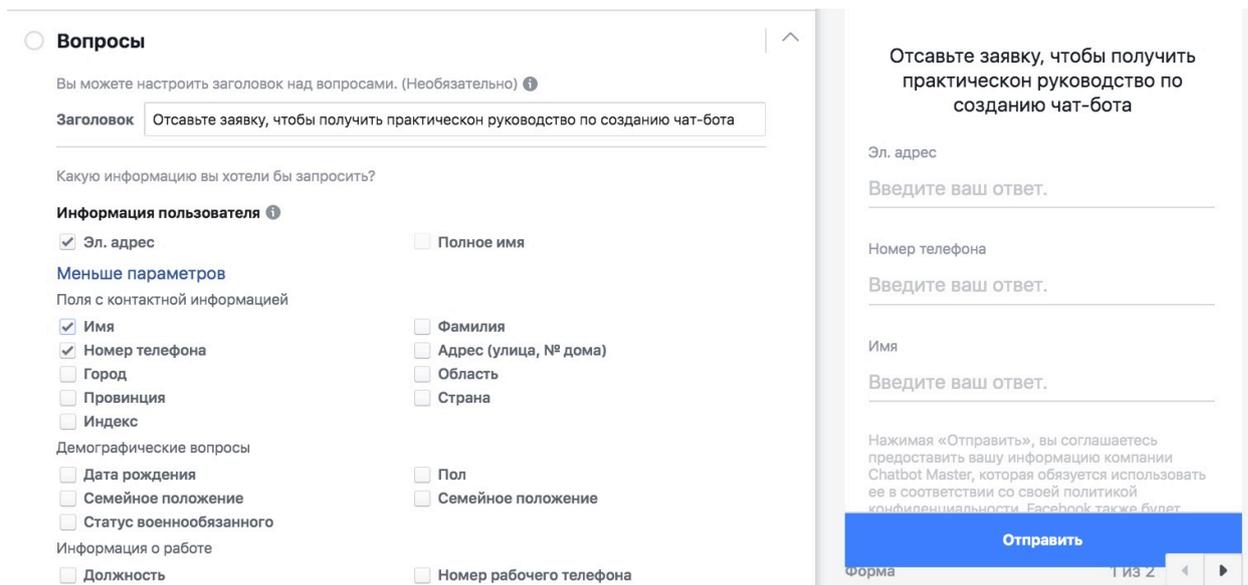
- Более 70% сообщений открываются и читаются
- Чат-бот отвечает быстро
- Чат-бот работает 24 часа, 365 дней в году
- Чат-бот знает ответы на вопросы от часа работы и местоположении
- Чат-бот консультирует и оформляет заказ

Предоставьте свою информацию ниже, чтобы зарегистрироваться.

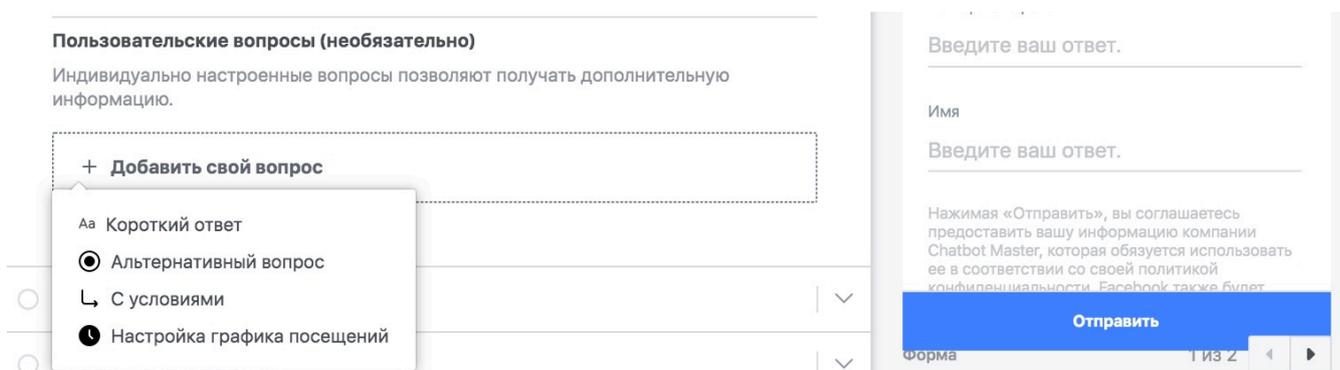
Отправить

Вопросы

Здесь настраиваются поля сбора данных. По умолчанию в форму вставлены поля email и полное имя. Нажмите «Еще параметры», чтобы увидеть другие варианты полей. Все они могут автоматически заполняться системой, если данная информация содержится в профиле пользователя. В своей форме мы разделили блоки Имя и Фамилия, а также добавили Номер телефона:



Если вам нужно запросить какую-то другую информацию, это можно сделать в разделе «Пользовательские вопросы». Вопросы, созданные вручную, автоматически не заполняются. Некоторые предпочитают именно так добавлять поле «Номер телефона», чтобы не терять лиды, у которых из профиля подтянулся неактуальный номер телефона.



- **Короткий ответ.** Это текстовое поле, куда пользователь должен вписать данные.
- **Альтернативный вопрос.** Это вопрос с выбором ответа из выпадающего списка.
- **С условиями.** Позволяет создать цепочку вопросов, в которой предлагаемые ответы меняются в зависимости от того, что пользователь ответил на предыдущий вопрос. Полезно для интернет-магазинов, которые в одной форме предлагают заказать разные товары, но при этом у товаров разные характеристики (футболки есть только желтые, а джинсы — синие и черные). Этот вопрос настраивается через файл CSV, пример можно скачать прямо в форме.
- **Настройка графика посещений.** Можно спросить у пользователя, во сколько его ждать в вашем офисе.

Собирайте только действительно нужную вам информацию. Чем меньше полей в форме, тем охотнее пользователь ее заполнит.

Политика конфиденциальности

Поскольку вы будете собирать персональные данные, нужно указать ссылку на вашу Политику конфиденциальности. Ссылка появится в конце формы после Политики Facebook.

The image shows a configuration interface for a chatbot. On the left, there is a sidebar with several sections: 'Краткая информация (Необязательно)', 'Вопросы', 'Политика конфиденциальности', and 'Экран «Благодарим»'. The 'Политика конфиденциальности' section is expanded, showing a text area for the link text (filled with 'Политичка конфиденциальности Chatbot Master') and a URL field (filled with 'https://pavelkarikoff.ru/soglashenie-ob-obrabotke-personalnyh-dannyh'). Below this is a section for 'Собственная оговорка' with a checkbox for 'Добавьте собственную оговорку'. On the right, a preview of the chatbot form is shown, featuring a blue 'Отправить' button and a list of items including 'Чат-бот консультирует и оформляет заказ'.

Можно добавить собственную оговорку — это дополнительная страница перед экраном с благодарностью, где пользователю нужно подтвердить, что он действительно со всем согласен. Помогает перестраховаться, если вы собираетесь делать с данными «что-то эдакое», например, исследование с открытой публикацией данных. Ведь люди редко читают, с чем они соглашаются в Политике.

Собственная оговорка

Вы можете добавить дополнительные уведомления (например, соглашения на участие в маркетинговых исследованиях и юридические оговорки) в оговорку о конфиденциальности на Facebook по умолчанию.

Добавьте собственную оговорку

Заголовок 16

Текст
Чтобы добавить ссылку, выделите слова, которые вы хотите включить в нее.

Отметка о согласии (необязательно)
Вы можете попросить людей выразить явное согласие с вашей оговоркой или другими дополнительными примечаниями.

Согласие 1 ×

Требуется ли согласие пользователя? Да Нет

+ [Добавить новое согласие](#)



Chatbot Master

Я согласен получить практическое руководство

Согласен

Согласен

Нажимая «Отправить», вы соглашаетесь предоставить вашу информацию компании Chatbot Master, которая обязуется использовать ее в соответствии со своей политикой конфиденциальности. Facebook также будет использовать ее в соответствии с нашей Политикой использования данных, в том числе в целях автоматического заполнения форм для рекламы. [Просмотреть Политику использования](#)

Отправить

Экран «Благодарим»

Подтвердите, что отправка формы прошла успешно и вы получили данные. А также предложите пользователю продолжить с вами коммуникацию.

Есть три варианта кнопок:

- **Сайт.** Вы вставляете ссылку, по клику пользователь переходит на указанную страницу.
- **Скачать.** Укажите ссылку на файл, который можно скачать. Например, на pdf.
- **Позвонить компании.** Укажите номер и пользователь сможет позвонить вам прямо из формы. Это актуально, если вы хотите показывать рекламу с формой только на смартфонах.

Собственная оговорка

Вы можете добавить дополнительные уведомления (например, соглашения на участие в маркетинговых исследованиях и юридические оговорки) в оговорку о конфиденциальности на Facebook по умолчанию.

Добавьте собственную оговорку

Заголовок 16

Текст
Чтобы добавить ссылку, выделите слова, которые вы хотите включить в нее.

Отметка о согласии (необязательно)
Вы можете попросить людей выразить явное согласие с вашей оговоркой или другими дополнительными примечаниями.

Согласие 1 ×

Требуется ли согласие пользователя? Да Нет

+ [Добавить новое согласие](#)



Chatbot Master

Я согласен получить практическое руководство

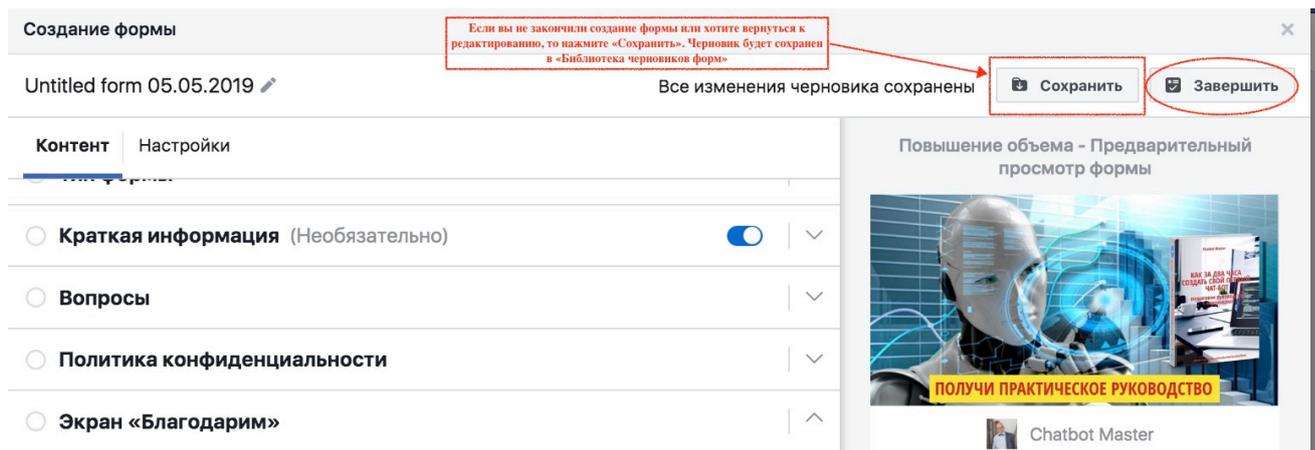
Согласен

Согласен

Нажимая «Отправить», вы соглашаетесь предоставить вашу информацию компании Chatbot Master, которая обязуется использовать ее в соответствии со своей политикой конфиденциальности. Facebook также будет использовать ее в соответствии с нашей Политикой использования данных, в том числе в целях автоматического заполнения форм для рекламы. [Просмотреть Политику использования](#)

Отправить

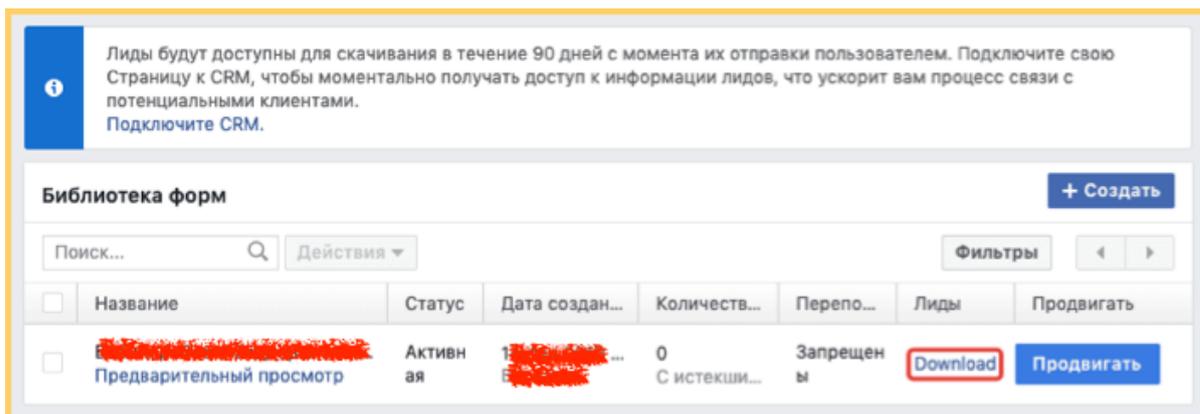
Лид форма готова! Нажмите «Завершить» в правом верхнем углу.



Как скачать собранные лиды

После этого вы вернетесь в «Библиотеку форм». В строке с созданной формой будет активна кнопка «Продвигать» — можно создать объявление и сразу запустить рекламу с лид формой на Facebook.

Лиды будут храниться здесь же. Когда захотите их скачать, нажмите Download и выгрузите файл в формате CSV. или XLS.



Также Facebook предложит вам подключить свою Страницу к CRM. В этом случае собранные лиды сразу будут передаваться в нее.

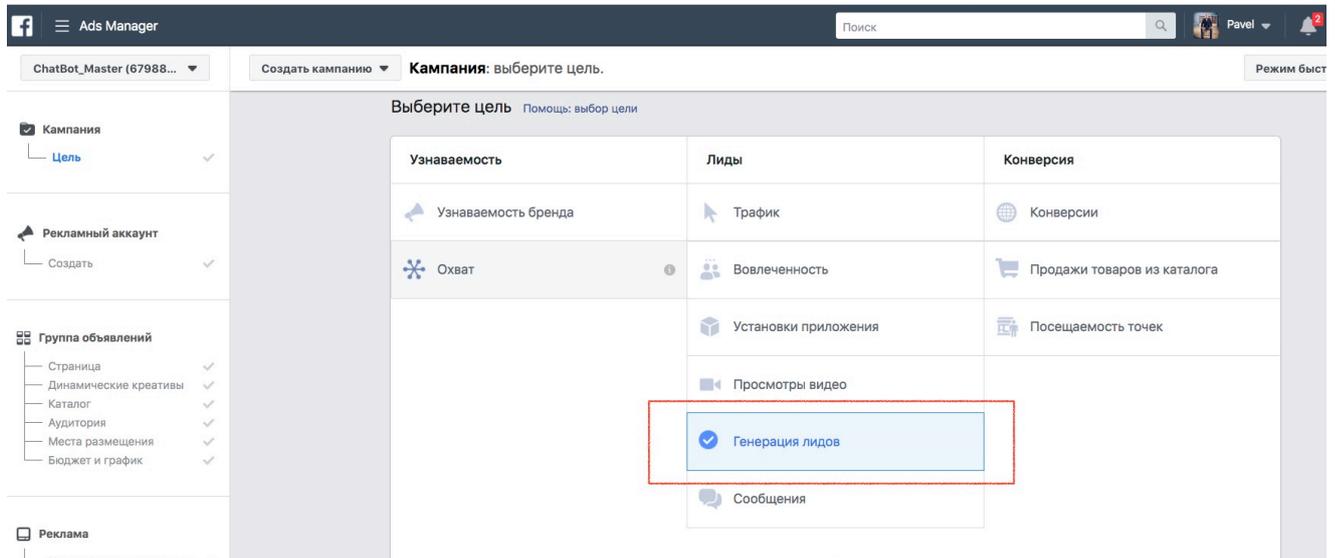
Внимание!

Лиды можно выгрузить из Facebook только в течение 90 дней (с момента, когда пользователь отправил данные). Так что не затягивайте с этим.

Создаем лид форму для Instagram

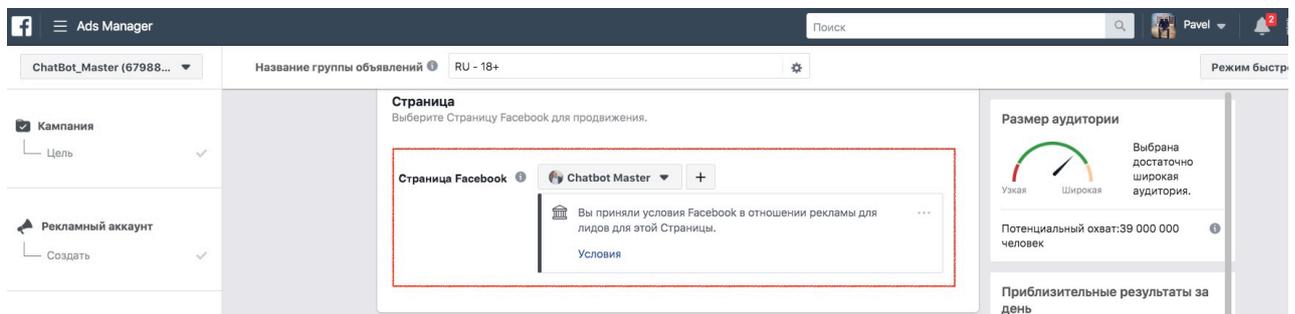
Авторизуйтесь в Facebook Ads Manager и начните создавать новую кампанию.

В «Цель кампании» выберите пункт «Генерация лидов».



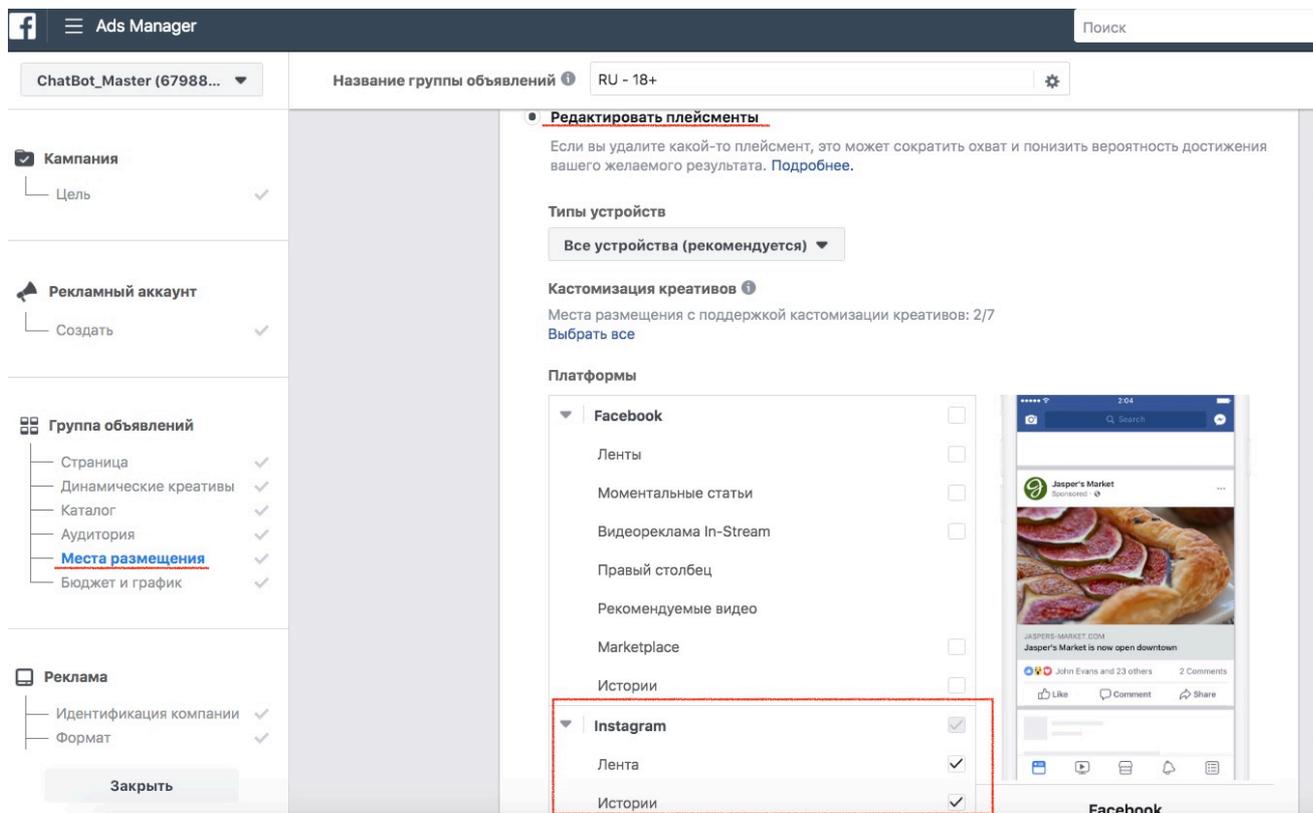
Затем выберите страницу в Facebook, которая привязана к нужному профилю в Instagram.

Примите условия Facebook в отношении рекламы для лидов Страницы, если еще не сделали этого.



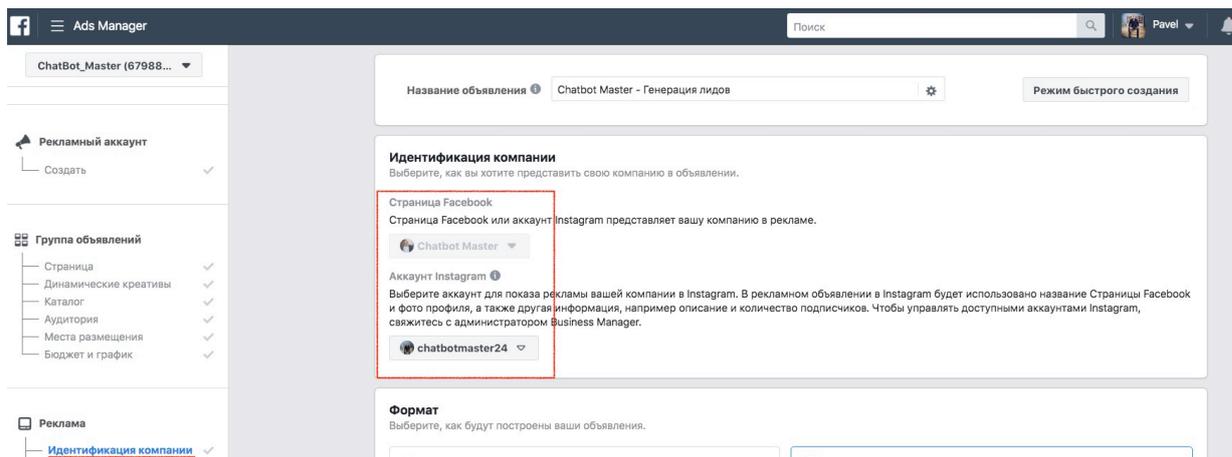
Перейдите в раздел «Группа объявлений» в меню слева, настройте аудиторию, график показа и другие условия рекламной кампании.

В разделе «Виды плейсмента» переключитесь на «**Редактировать плейсмента**» и уберите галочки везде, кроме Instagram.



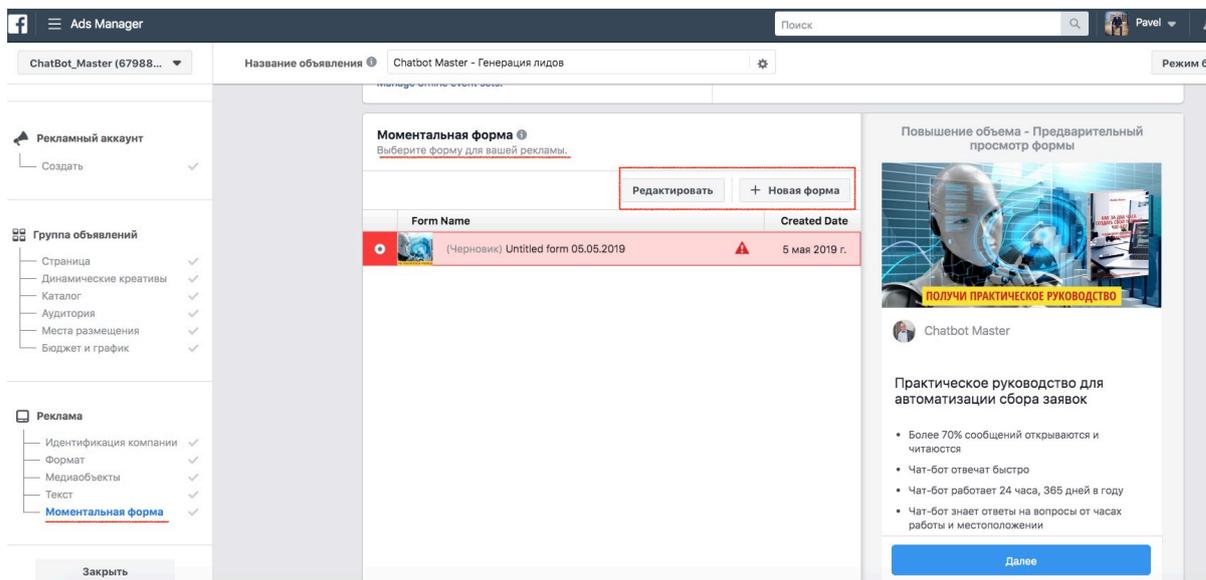
Перейдите в раздел «Реклама» в меню слева.

В идентификационных данных выберите нужный профиль Instagram в выпадающем списке.



Затем выберите формат, загрузите фото или видео, добавьте текст объявления.

Последним пунктом Facebook предложит создать форму или выбрать существующую:



Настройка формы происходит так же, как в Facebook (мы разбирали это в первом разделе).

Скачать собранные лиды можно здесь же, в разделе с результатами кампании.

Данные доступны 90 дней с момента, когда пользователь заполнил форму.

Теперь вы можете собирать заявки клиентов прямо в соцсетях!

Интерфейс рекламного кабинета постоянно меняется!

Если у вас возникнут вопросы или сложности с настройкой лид-формы напишите мне в Messenger

<https://m.me/pavelkoffdigital>