

# Instagram 廣告 投放教學 6 步驟



林杰銘 Jay Lin

步驟1. 點選建立廣告進入廣告管理員後台。



步驟2. 選擇能夠支援 Instagram 廣告的投放類型。  
因應 IG 的設計模式，可能會礙於你的廣告素材而有所限制。於 FB 廣告後台中點選建立 "行銷活動"，此處我以 "流量" 作為操作示範。

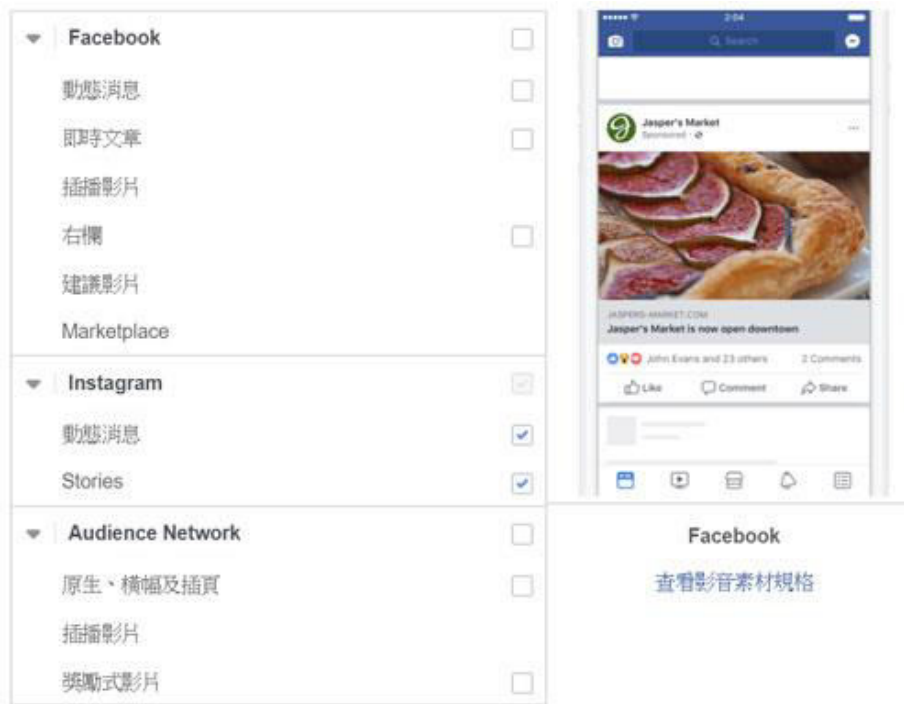


點選 "建立行銷活動" 按鈕，並輸入活動名稱，完成後再點選 "繼續"。



步驟3. 到廣告組合設定相關欄位，並選擇廣告投放版位。假設你投放過 FB 廣告，肯定對這些設置不陌生：預算、排程、廣告受眾，這部分請一一設定好。

在版位設定中你會發現 Instagram，而你當然能同時選擇 Facebook 版位，也能同時投放到 Instagram，或者只是選擇 Instagram，這點就觀看個人投放需求了。



步驟4. 連結你的粉絲專頁或 Instagram 帳號，並且設定好廣告內容。

這部分如果你不想經營 Instagram 帳號，可以選用粉專進行顯示，相對地，如果希望能直接增加 IG 追蹤人數，那麼請連結你的 Instagram 帳號。

### 身分

#### Facebook 粉絲專頁

廣告中會以 Facebook 粉絲專頁或 Instagram 帳號代表貴公司。

創億學堂 ▼

#### Instagram 帳號 ⓘ

選擇一個 Instagram 帳號，用來在 Instagram 廣告中代表貴公司。你可以在企業管理平台管理可用的 Instagram 帳號。

使用所選的 Facebook 粉絲專頁 ▼



imjaylin

✓ 使用所選的 Facebook 粉絲專頁  
你的廣告會使用粉絲專頁名稱及大頭貼照，但不會...

步驟5. 追蹤廣告成效。

如果你有自己的網站並且支援放置像素代碼，就可以善用轉換像素追蹤 Instagram 廣告成效。此外，你可以使用UTM參數來定義流量來源與媒介，當然你的網站必須安裝 Analytics 才有意義。

### 廣告追蹤

網址標籤 (選填)

utm\_source=Instagram&utm\_medium=fb&utm\_campaign=Ebook

廣告轉換追蹤 ⓘ

- 追蹤我自訂廣告受眾像素的所有轉換
- 選擇轉換追蹤像素



你的廣告將由下列進行中的轉換像素進行追蹤。你可以在下方選擇或取消選擇，以新增或移除要追蹤的像素。

使用目前像素

建立像素

成功訂閱 ● 使用中

步驟6. 完成廣告組合和廣告的所有設定後，再點選 " 確認 " 完成廣告投放過程。

投放 ig 廣告並不會自動在你的 Instagram 帳號中發佈任何貼文，這一點跟 fb 廣告是一樣的。記得，廣告是投放給受眾看的，它只會出現在你所投放的版位並給合乎條件的人時才會出現。除非是使用現有貼文投放廣告才會出現於帳號中，因為這是你自己發佈的貼文。

換句話說，廣告投放的設定素材 ( 文字、圖片或影片 ) 是在廣告後台設定，所以不會在粉專或 Instagram 帳號中看到該則廣告內容，如果你想查看廣告樣式，可以在廣告層級進行預覽或獲取廣告素材連結。



## Instagram 廣告投放注意事項

\***圖片**：Instagram不僅在於分享資訊，更關於分享影像，基於這一點，你需要更專注於視覺力並引導人們願意點擊。

\***成本**：計價費用跟 Facebook 相比是有落差的，而且連結到外部網站比較弱勢，因此提高轉換率來得更重要，也需要多加測試用戶喜歡看到什麼樣的內容！

\***版位**：Instagram 廣告只會出現在行動版，並不包含桌面版。因此，如果要引流到你的網站，請確保有手機版網站。

最後，希望你會喜歡這份教學檔，並對你有幫助！