



Reklamdan sonrakı mərhələ

Kontent strategiyası

Sales Funnel

Meta ADS



Facebook pixel

Rəqəmsal metrikler

Instagram Boost



Handex

handex.edu.az

contact@handex.edu.az



Təlim proqramı

Dərs 1 – Rəqəmsal Marketingə və SMM-ə Giriş

Marketing nədir? Ənənəvi və Rəqəmsal marketing

- Digital Marketing nədir və niyə bu qədər vacibdir?
- Digital marketing sahələri
- Rəqəmsal Analizlər (4P, SWOT, STP)
- SMM-in rəqəmsal marketingdəki yeri və rolu
- Sosial media platformalarının qarşılaşdırılması (Facebook, Instagram, LinkedIn və s.)
- Brendlər niyə sosial mediada olmalıdır?
- SMM üzrə ümumi bacarıq və məsuliyyətlər

Dərs 2 – Brend Strategiyası və Satış Qıfı

- Brend nədir?
- Brend anlayışı və fərqləndirilməsi
- Brend elementi və emosional bağ
- Brendin mövqelənməsi (Positioning)
- Kateqoriya və fərqləndirici cəhətlər
- Mövqelənmə cümləsi (Positioning statement)
- Kommunikasiya tonu (Tone of Voice)
- Ton növləri (rəsmi, dostyana, motivasiyaedici və s.)
- Doğru tonun seçilməsi və brend imicinə təsiri
- Satış qıfı (Sales Funnel) nədir?
- AIDA modeli: Awareness → Interest → Desire → Action
- Funnel düşüncəsinin sosial mediada tətbiqi
- Funnel mərhələlərinə uyğun kontent və reklam nümunələri
- Mərhələyə uyğun kontent növləri
- Reklam məqsədlərinin uyğunlaşdırılması
- Brend üçün ilkin strategiya necə qurulmalıdır?
- Məqsəd, auditoriya və platforma seçimi
- Sadə strategiya xəritəsi

Dərs 3 – Meta Business Suite və Reklamın Strukturu

- Meta Business Suite nədir?
- Business Manager anlayışı
- Niyə şəxsi hesabdan reklam vermək olmaz?
- Business Manager hesabı necə yaradılır?
- Facebook səhifəsi, Instagram hesabı, reklam hesabı
- Meta Business strukturu necə işləyir?
- Business hesabı
- Ad account
- Business Suite və Ads Manager
- Hərəsinin məqsədi nədir?
- Reklamın strukturu: Kampaniya → Ad set → Reklam
- Kampaniya: Məqsəd seçimi
- Ad Set: Auditoriya, zamanlama, büdcə
- Ad: Vizual və məzmun
- Reklam hesabı təhlükəsizliyi və texniki qaydalar

Dərs 4 – Meta Ads-də Reklam Məqsədləri və Doğru Seçimlər

- Meta reklam strukturuna ümumi baxış
- Reklam məqsədi nədir?
- Meta Ads-də əsas kampaniya məqsədləri
- Məqsəd seçimi zamanı nəzərə alınacaq suallar
- Məqsədlərə uyğun real nümunələr
- Uğursuz kampaniya nümunələri

Dərs 5 – Reklam Formatları və Kontent Növləri

- Reklam formatlarına ümumi baxış
- Şəkil reklamları (Image Ads)
- Video reklamlar (Video Ads)
- Karusel reklamlar
- Story və Reel reklamları
- Məhsul kataloqu reklamları (Product Catalog)

Dərs 6 – Büdcə Planlaması və A/B Testlər

- Reklam büdcəsi nədir və necə təyin olunur?
- Günlük və ümumi büdcə fərqi
- Bidding strategiyaları (Manual, Advantage+)
- Kampaniya büdcəsi vs Ad Set büdcəsi
- A/B test nədir və nə zaman istifadə olunur?
- Kreativ test vs auditoriya testi
- Büdcənin düzgün paylanması üçün nümunələr
- Yüksək nəticə verən reklamların identifikasiyası
- Ads Manager-də test kampaniyası yaradılması

Dərs 7 – Reklam Metrikləri və Performans Analizi

- Reklam metriklərinə ümumi baxış
- CPM, CPC, CTR, Reach, Impressions
- ROAS (Return on Ad Spend)
- Engagement metrikləri
- Metriklərin oxunması və düzgün təhlil
- Reklam məqsədinə uyğun metrik seçimi
- Reklam nəticələrinin şərh olunması
- Ads Manager-də statistikaların analizi
- Uğurlu və zəif reklam nümunələrinin təhlili

Dərs 8 – Reklamdan Sonrakı Mərhələ və Retargeting

- Reklam sonrası mərhələnin önəmi
- Retargeting nədir?
- Facebook pixel nədir?
- Custom Audience ilə təkrar hədəfləmə
- Lookalike ilə təkrar hədəfləmə
- Pixel ilə davranışa əsaslanan remarketing
- Təkrar əlaqə: mesaj, e-mail, call to action
- Satış sonrası kommunikasiya
- Retargeting üçün kontent nümunələri
- Strateji plan: ilk reklam → retargeting → satış

Təlimçi haqqında



Elton Qurbanov

Marketing direktoru - Handex

Marketing Expert

Bakalavr təhsilini Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetində "Marketing", magistr təhsilini isə elə həmin universitetdə "Elektron kommertiya" ixtisası üzrə almışdır.

Peşəkar karyerasına marketing meneceri kimi başlasa da daha sonra uzun müddət Digital Health Agency şirkərində "Art Direktor" vəzifəsində çalışaraq bir sıra iri yerli və xarici layihələrin vizual kommunikasiya və branding istiqamətində rəhbərliyini həyata keçirmişdir.

Hal-hazırda Handex tədris mərkəzində Marketing komandasının rəhbəri vəzifəsində çalışır. Bu vəzifədə onun əsas məsuliyyətləri arasında brand strategiyasının formalaşdırılması, rəqəmsal marketing kampaniyalarının idarə olunması, hədəf auditoriyanın dəqiq müəyyənləşdirilməsi və nəticəyönümlü yanaşmaların tətbiqi yer alır.