

XPR – MASTER META ADS PARADIGMA PRODUCȚIE

(B2B/B2C producție, decizie rațională, risc financiar, ciclu mai lung)

ROLUL META ADS ÎN FUNNELUL DE PRODUCȚIE

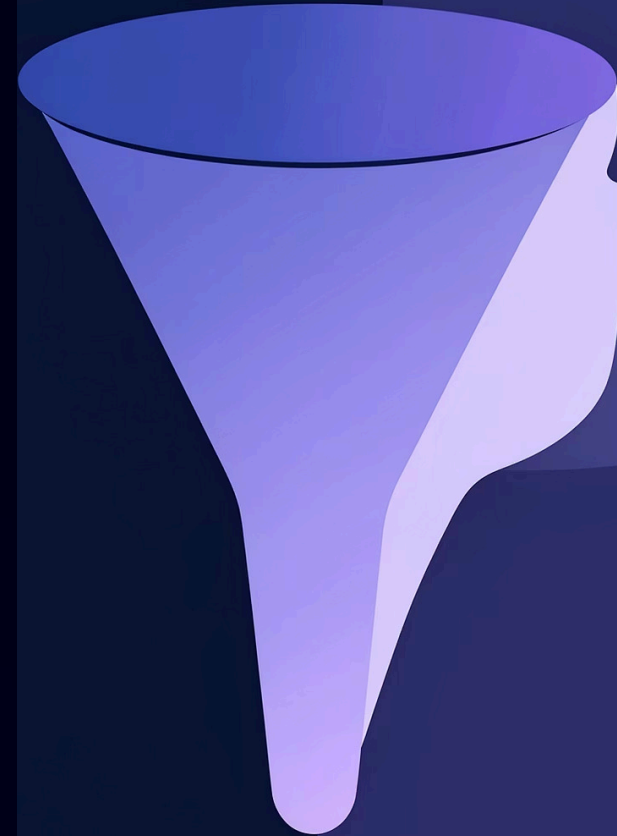
Meta NU este:

- canal de intenție explicită (Search)
- canal de decizie finală
- canal de lead „gata de contract”

Meta ESTE:

- canal de activare a interesului calificat
- canal de pre-calificare
- canal de volum controlat pentru decidenți care NU caută încă activ

📄 👉 **KPI suprem:** Cost per oportunitate asistată, nu CPL brut.



1. META LEAD GENERATION – PRODUȚIE

(Instant Forms – folosit CONTROLAT)

Rol în funnel

Identificarea decidenților interesați de proiecte, NU conversie agresivă.

În producție, Meta Lead Gen:

- NU se scalează agresiv
- NU se optimizează pe volum
- se folosește ca filtru inițial

STRUCTURA RECOMANDATĂ (XPR – PRODUCȚIE)

A. Structura campaniei

- 1 campanie Lead Gen
 - 1 ad set cold + 1 ad set warm (maxim)
 - obiectiv: Leads
- 📌 Mai mult de 2 ad sets = fragmentare + learning slab.

B. AUDIENȚE – REȚETĂ EXACTĂ (PRODUCȚIE)

1. Cold – Interese / Comportamente (STRICT)

Tipuri de interese

- industrie specifică
- funcții decizionale (unde există)
- interese legate de: construcții, arhitectură, proiecte, dezvoltare imobiliară

❌ NU: stacking excesiv, audiențe prea largi

CTR sănătos: 0.8–1.8% (mai mic decât servicii, dar ok)

1. Warm – Retargeting (FOARTE IMPORTANT)

- website visitors 60–180 zile
- engagement Meta 30–90 zile
- video viewers 50%+

CTR sănătos: 1.5–3%

📌 În producție, warm audience bate cold de aproape fiecare dată.

C. FORMULAR META – DIFERENȚA CRITICĂ

În producție: ❌ Formular standard = lead-uri slabe ✓ Formular Higher Intent + calificare = obligatoriu

1

Intro clar, non-vânzare

„Acest formular este pentru proiecte reale, nu solicitări generale.”

2

Întrebări de calificare (OBLIGATORII)

✓ Tip proiect (select)

- proiect rezidențial
- proiect comercial
- altul

✓ Stadiu proiect

- documentare
- ofertare
- execuție

✓ Termen estimativ

- <3 luni
- 3–6 luni
- 6+ luni

✓ Mesaj liber (opțional, dar extrem de valoros)

📌 ❌ Fără minim 2 întrebări de calificare → Lead Gen inutil.

CVR așteptat formular (PRODUCȚIE)

- Cold: 8–15%
- Warm: 15–25%

📌 CVR mai mic NU e problemă dacă lead quality crește.

KPI-URI REALE – META LEAD GEN (PRODUCȚIE)

Indicator	Benchmark sănătos
CTR	0.8–2%
CVR formular	8–25%
CPL	mai mare decât servicii
% lead-uri neeligibile	<40%
Lead quality	mediu–ridicat

2. META – CTA MESAJE (Messenger / WhatsApp)

(MULT mai important decât Lead Forms în producție)

Rol în funnel

Pre-calificare conversațională, fără presiune.

În producție, mesajele sunt adesea mai bune decât formularele.

STRUCTURA CAMPANIEI

- 1 campanie Messages
- 1 ad set cold + 1 warm
- placement: Feed + Stories

CREATIVE – REȚETĂ PRODUCȚIE

- oameni reali
- imagini din proces
- mai puțin „marketing”, mai mult „realitate”

CTR sănătos: 1.2–2.5%

SCRIPT DE CONVERSAȚIE (XPR – PRODUCȚIE)

01

Mesaj 1 – Context

„Salut! Lucrăm cu proiecte unde execuția și termenele sunt critice. Te pot întreba ce tip de proiect ai?”

👉 KPI: Rată răspuns

02

Mesaj 2 – Calificare

„În ce stadiu e proiectul tău acum?”

03

Mesaj 3 – CTA soft

„Dacă are sens, putem discuta concret opțiunile.”

📄 📌 Fără presiune. Fără ofertă directă.

KPI-URI MESAJE – PRODUCȚIE

Indicator	Benchmark
Rată răspuns	25–50%
Cost / conversație	mediu
Lead quality	ridicat
Scalabilitate	limitată

3. META – AWARENESS / ENGAGEMENT / REMARKETING

(mult mai important în producție decât în servicii)

Rol

Construirea validării înainte de orice lead

STRUCTURĂ RECOMANDATĂ

Awareness (video scurt)

- proces
- capacitate
- oameni
- proiecte reale

CPM: mic – mediu

Engagement

- postări tehnice
- studii de caz
- behind the scenes

Remarketing (CHEIE)

Audiențe:

- website visitors 90–180 zile
- video watchers
- engagement Meta

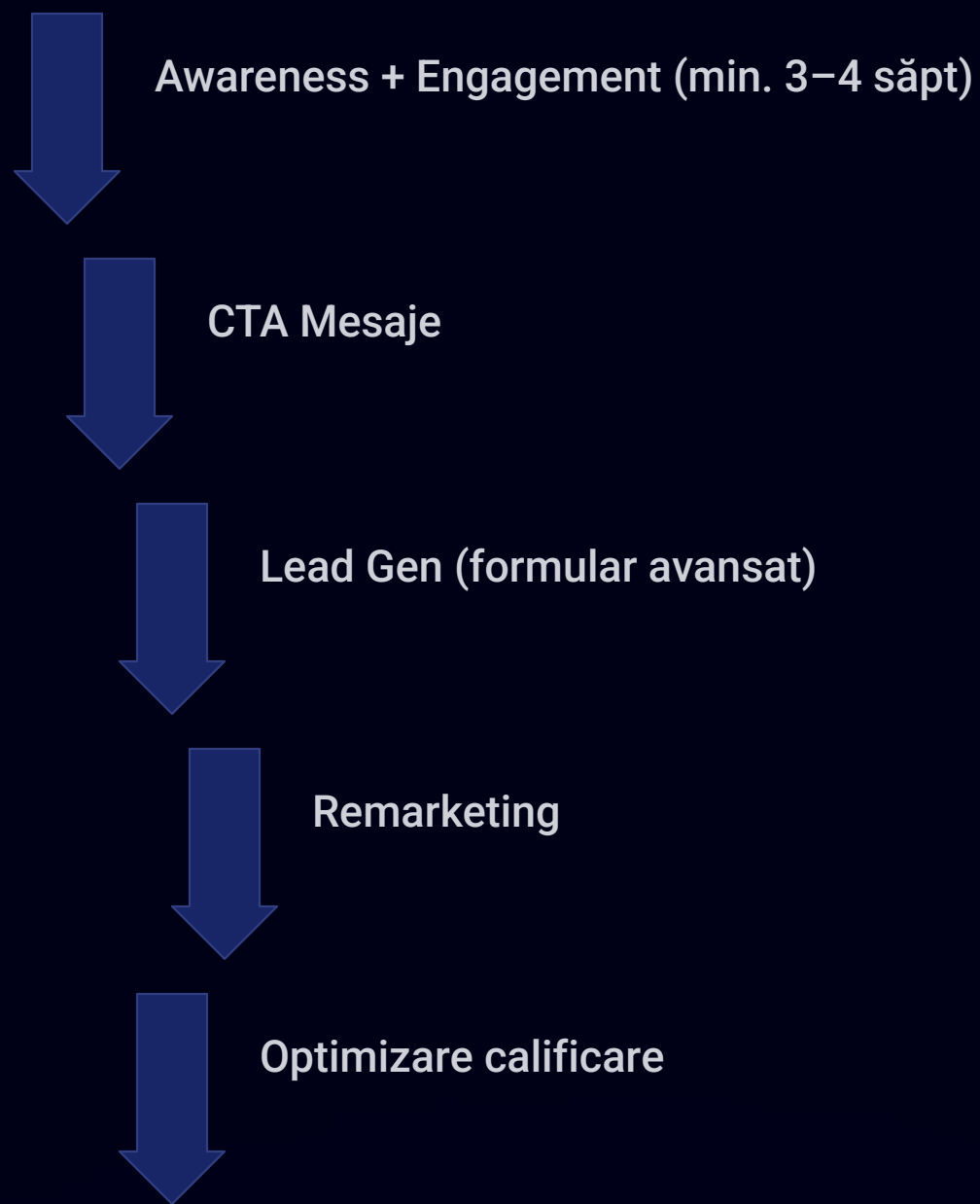
Mesaje:

- „uite cum lucrăm”
- „uite ce evităm”
- „uite ce urmează”

KPI-URI

Tip	KPI	
Awareness	ThruPlay	
Engagement	Cost/engage	
Remarketing	CTR 1–2%	

ORDINEA DE ACTIVARE (XPR – PRODUCȚIE)



📌 📌 Dacă sari direct la Lead Gen → CPL mare, lead-uri slabe.

DIFERENȚĂ-CHEIE FAȚĂ DE SERVICII

Element	Servicii	Producție
Lead Gen Forms	primar	secundar
CTA Mesaje	opțional	critic
Formular	simplu	avansat
CVR	mare	mai mic
KPI	CPL	oportunitate

CONCLUZIE XPR – META PRODUCȚIE

În producție, Meta Ads nu vinde.

Meta Ads identifică, filtrează și pregătește decidenți pentru Search, LinkedIn și Sales.

