

prototron

MARKETING IN SOCIAL MEDIA

Marko Saue



Goal
social media marketing

MARKO SAUE

2002 - Advertising and Media Art - Tartu Higher Art School
2010 - MBA Effective Marketing - Estonian Business School
2010 - Founder of social media marketing agency GOAL

23 years of experience in the field of advertising, design and marketing, last 16 in digital marketing and social media

Multiple advertising-, marketing-, digital-, PR- and design award winner

Carried out hundreds of social media marketing courses and workshops and speaker in dozens of major marketing events.



GOAL

Digital marketing agency GOAL was founded in 2010 and it specializes in social media marketing.

We offer full services: strategy, campaigns, desing, content creation, influencers, banners, development, photo and video creation

Channels: Facebook, Instagram, Messenger, Linkedin, Youtube, Pinterest



AGENDA

1. Introduction
2. Strategy
3. Reach
4. Banners
5. Content Creation
6. Q&A

SOCIAL MEDIA MARKETING

Strategy / Content Plan

Content Creation

Building fanbase

Organic Reach and Engagement

Paid solutions - Boost and Banners

Banners - Objectives, Types, Placements

Facebook Pixel / Conversion Optimization

Remarketing / Custom Audiences / Lookalike

Content Crowdsourcing / Repost

Insight / Metrix and Analysis

Takeovers

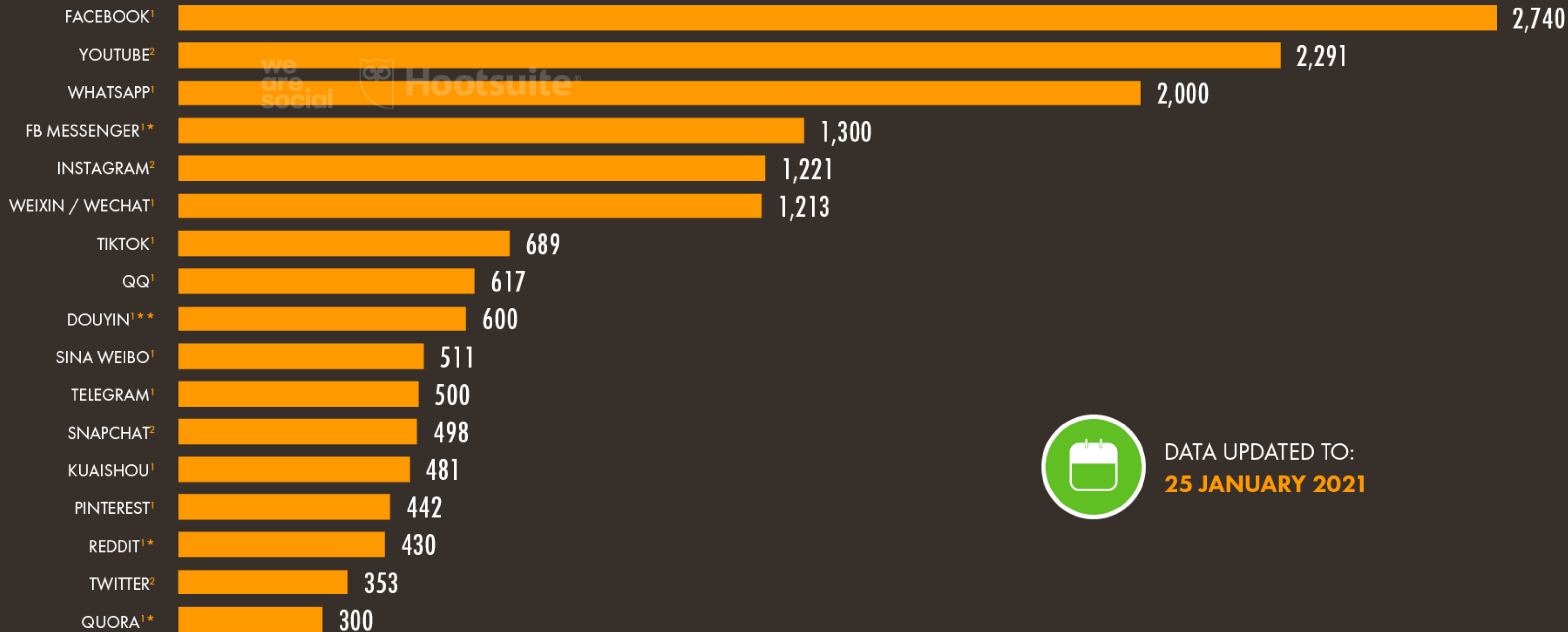
Influencers

Chatbot

JAN
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*

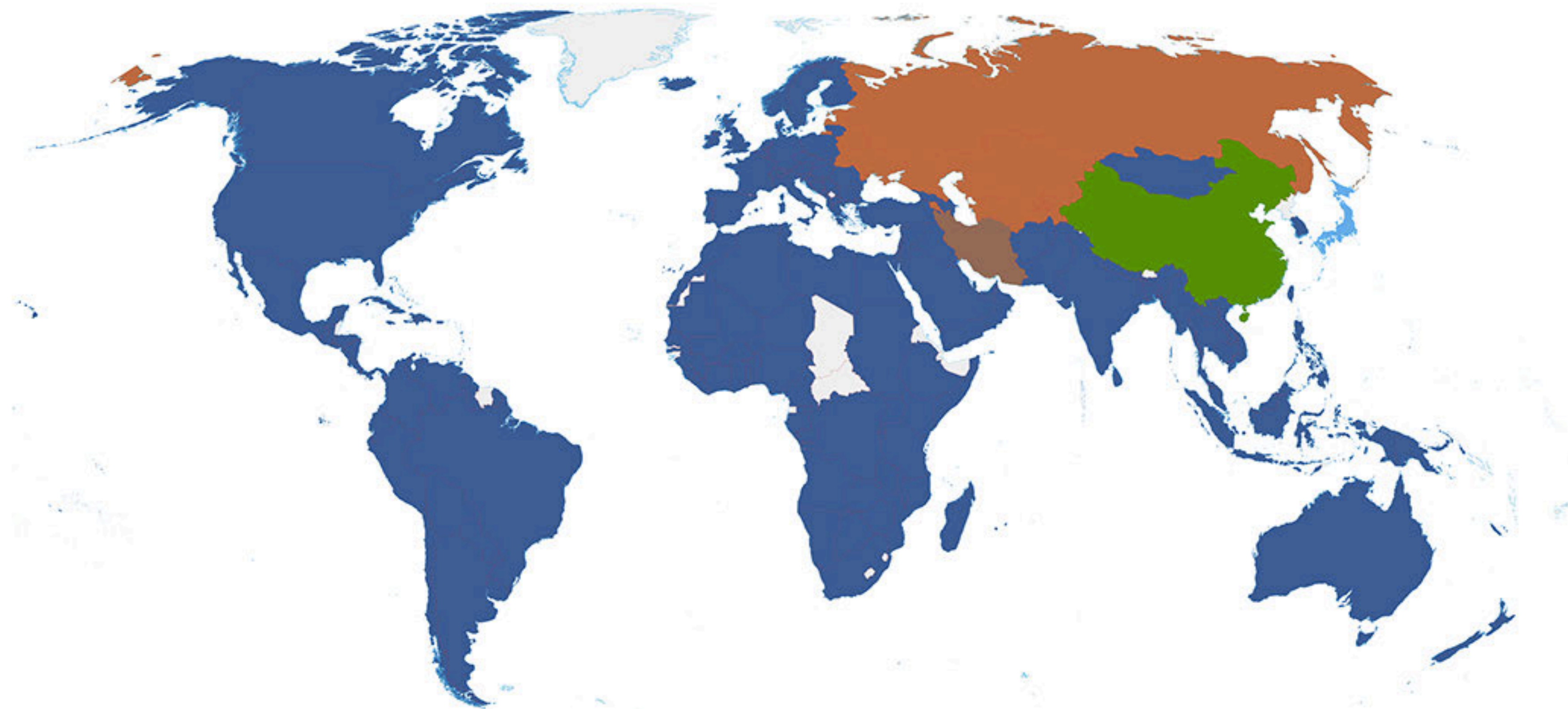


DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2021

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS (JAN 2021), BASED ON DATA PUBLISHED IN: (1) COMPANY STATEMENTS AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE AD TOOLS.
***NOTES:** PLATFORMS IDENTIFIED BY (*) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER NUMBERS IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES WILL BE LESS RELIABLE. (**) FIGURE FOR DOUYIN USES THE REPORTED DAILY ACTIVE USER FIGURE, SO MONTHLY ACTIVE USER FIGURE IS LIKELY HIGHER.

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2021



Facebook
Twitter

WeChat

V Kontakte
Instagram

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

**Approved
Distribution
Networks**



	Largest Professional Network	Largest Social Network on the Planet	Largest Micro-blog, Quickly Shares Info	Photo- and video-sharing app
Audience (Monthly Active)	+300 million , affluent professionals	+2.3 billion , 58% between 25 and 54	+320 million , 65% over 25	+1 billion , 65% between 18 and 34
Purpose	Network and job search	Socialize and build a fan base	Share opinions/news	Share photos and stories based on visual appeal
Why Use?	Join special interest groups, use easy search tools, access preferred site for sales professionals	Access to largest audience of all social media sites and tools for networking; create business page	Send pithy insights that establish you as thought leader; engage in real-time communication	Build influence through striking images and video

Used mainly for:

B2B marketing
Social selling
Networking
Headhunting
Career building
Personal brand

Highly accurate
and also expensive
for advertising

B2C marketing
Awareness
Social Proof
Community
Performance marketing
Image

Very accurate
and powerful
advertising
environment

Discussions
News
Personal brand
Client service

Not very accurate
and preferred
advertising
channel

B2C marketing for
visually attractive
products and
services - design,
architecture, food,
hotels, clothing,
Influencers

Very accurate
and powerful
- FB ad manager

STRATEGY

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Background - similar companies and best practices

Problems - main challenges at the moment

Strengths - competitive advantage what to communicate

Goal - what we want to achieve with social media in marketing and communication: Awareness, Image, Traffic, Leads, Members, Conversions, Purchases ...

Target groups - who we should target and talk to in order to reach our goals.

Channels - what channels we should use find the target group

Value - Why someone should follow, become a fan, what they get from it

Content - Content types and topics, that offer value to the target group and help to achieve the goals.

Administration - Posting, sharing, material gathering etc.

Follower base - What specific actions should we take to increase follower base and engagement in each channel - how to get the right people to follow us?

Boost - what budgets and targeting should be used to support achievement of agreed goals

SAMPLE STRATEGY



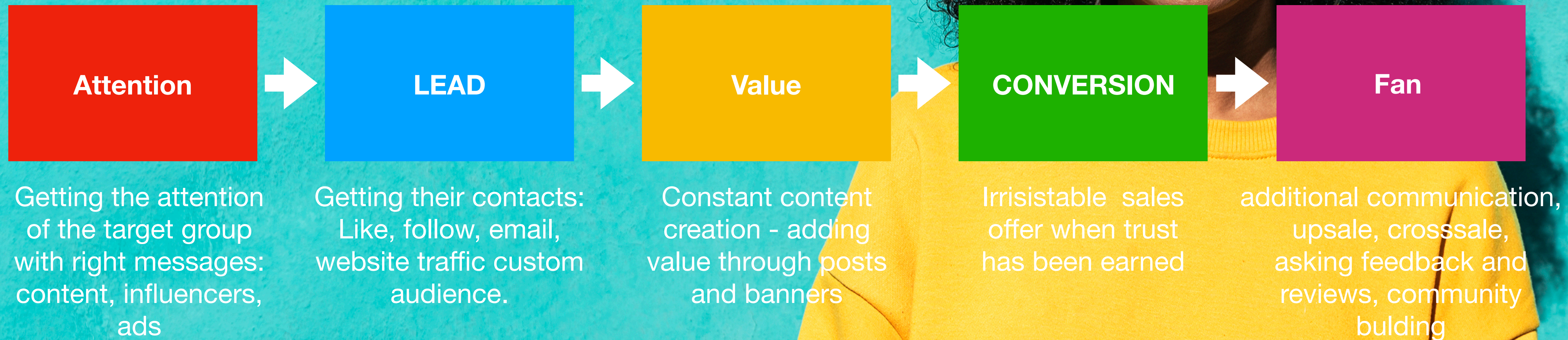
Objective:	awareness, imago
Target audience:	clients, marketing people
Value:	know-how, trust, inspiration
Impression:	market leader, long history, best partner choise
Language:	estonian language
Posts:	12 posts per month
Visual:	original photos and videos, designed visuals, client reposts
Content:	CEO intro, team intro, clients feedback, service intro, products, innovation, seasonal greetings

CONTENT PLAN

- 2 pc - team member + advice or product
- 2 pc - inspiration for presents (set, gallery, caroussel)
- 2 tk - good advice
- 1 tk - CEO opinion, advice (personal branding)
- 1 tk - client story / feedback
- 1 tk - about a service
- 1 tk - sharing a blogpost



Social media marketing stages



The Periodic Table of Content Marketing

An overview of the key elements of content marketing

<h1>The Periodic Table of Content Marketing</h1> <p>An overview of the key elements of content marketing</p> <div><div><div>Strategy</div><div>Format</div><div>Content Type</div></div><div><div>Platform</div><div>Metrics</div><div>Goals</div></div><div><div>Sharing Triggers</div><div>Checklist</div></div></div> <div><h2>A seven-step guide to success</h2><ol style="list-style-type: none">1. Take some time to define a strategy.2. Figure out the formats you plan on using.3. Think about the content types that will appeal to your audience. Do your research. Brainstorm ideas. Create.4. Share your content across the key content distribution / social platforms.5. Track the key metrics, and map these to your goals.6. Be aware of the main sharing triggers. Be sure to work the emotions.7. Always double check your work.</div>																		68	Pv	Page views	76	Uv	Unique visitors	84	Nv	New visitors	91	Br	Bounce rate	99	Tf	Traffic																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
2	Ar	Article	10	Sh	Slideshow	69	Nl	New leads	77	Do	Downloads	85	Cl	Cost per lead	92	Kp	Key pages	100	Le	Leads																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
3	V	Video	11	Vi	Visualisation	70	Bm	Brand metrics	78	Rp	Reputation metrics	86	Pm	PR metrics	93	Dg	Demographic metrics	101	Br	Branding																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
4	Im	Image	12	Pr	Press release	18	Ho	'How-to' based	21	Re	Reviews	25	Qu	Question-based	30	Ti	Timesaving	35	Bp	Best practice	40	Co	Compilations	45	Ca	Case study	50	St	Stats	55	De	Debates	59	We	Website	63	Bl	Blogs	71	Of	Offline media	79	Mi	Microsite	87	Am	Acquisition metrics	94	Rm	Retention metrics	102	Sa	Sales																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
5	Ev	Event	13	Wb	Webinar	19	Iv	Interviews	22	As	Ask the experts	26	Rs	Resources	31	Lb	Linkbait	36	Hi	Hivemind-based	41	Ee	Event-based	46	Rc	Research	51	Tr	Trends	56	Cm	Competitions	60	Tw	Twitter	64	Fa	Facebook	72	Li	Linkedin	80	Pi	Pinterest	88	Is	Instagram	95	Sc	Search metrics	103	S	Search																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
6	Gm	Game	14	Ap	App	20	Qz	Quizzes	23	Ex	Experiments	27	Pd	Productivity	32	Fu	Fun	37	Te	Templates	42	Bg	Beginner's guides	47	In	Inspiration	52	Op	Opinion	57	Ch	Checklists	61	Yo	YouTube	65	Vm	Vimeo	73	Gp	Google+	81	Fo	Forums	89	Tu	Tumblr	96	Nm	New members	104	Me	Members																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
7	To	Tool	15	Eb	Ebook				24	De	Definitions	28	Gl	Glossaries	33	Da	Data	38	Pc	Product-based	43	Sv	Surveys	48	An	Analysis	53	Fi	Fiction	58	Gf	Gifs	62	Re	Reddit	66	Ig	Imgur	74	Vn	Vine	82	Sl	Slideshare	90	Fl	Flickr	97	Sm	Social metrics	105	Sh	Shares																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
8	P	Print	16	So	Social							29	Ga	Galleries	34	Mm	Mindmaps	39	Fr	Frameworks	44	Tm	Testimonials	49	Dm	Demos	54	Nj	Newsjacking							67	Hn	Hacker News	75	Ps	Partner sites	83	Ad	Advertising				98	Eg	Engagement metrics	106	En	Engagement																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
9	El	E-learning	17	Em	Email																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																

A seven-step guide to success

1. Take some time to define a **strategy**.
2. Figure out the **formats** you plan on using.
3. Think about the **content types** that will appeal to your audience. Do your research. Brainstorm ideas. Create.
4. Share your content across the key content distribution / social **platforms**.
5. Track the key **metrics**, and map these to your **goals**.
6. Be aware of the main sharing **triggers**. Be sure to work the emotions.
7. Always **double check** your work.

Strategy	Platform	Sharing Triggers
Format	Metrics	Checklist
Content Type	Goals	



Devised & designed by
Chris Lake (@lakey).

You may share it around,
embed it on your website,
print it out or tear it up, with
appropriate credit.

Copyright Econsultancy Ltd.

REACH

REACH

Organic reach is the amount of people who see your post for free.

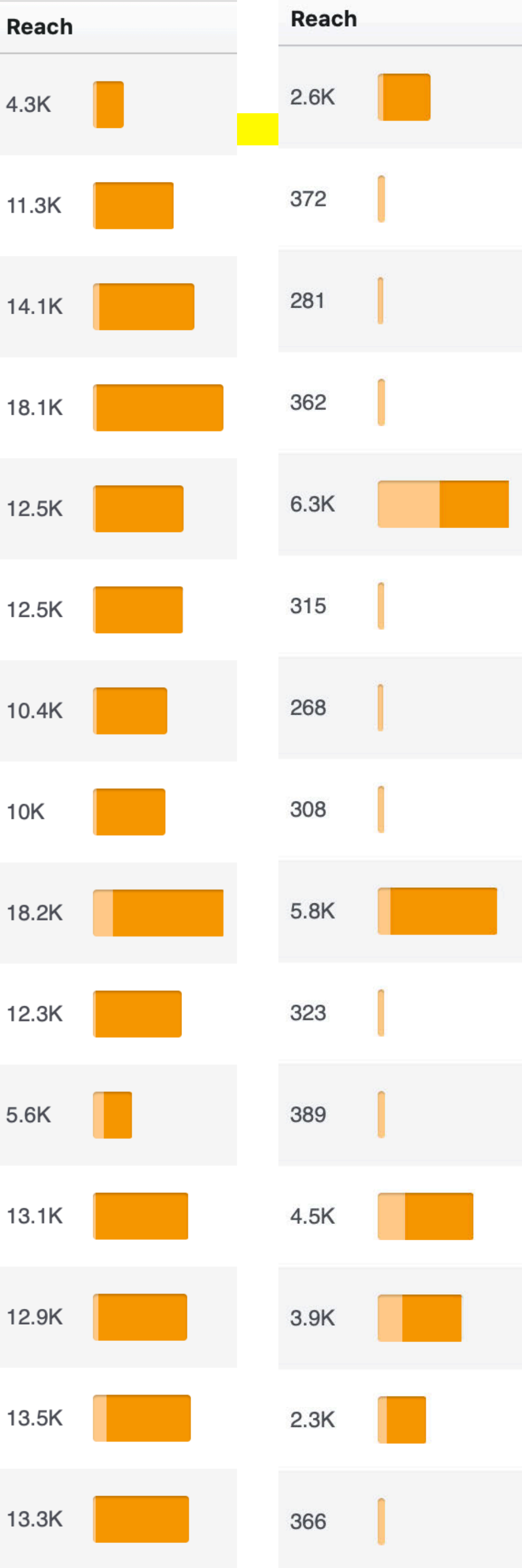
Paid reach is the amount of people who see the post because you paid for it and targeted them.

Organic reach is usually 5% - 20% of your fans. Smaller pages could have more than 50% organic reach. Good content reaches more people organically.

FB algorithm determines the reach of the post. One part of it is **engagement** (clicks, reactions, comments, shares). More engagement > bigger organic reach. Time is also important - Facebook tests the reaction of your audience 10-30 minutes after posting showing it to small portion of your followers and if they don't engage, Facebook will limit the organic reach. If first people who see the post react, comment, like, share, then Facebook sees it as important post and will increase the organic reach for the post.

So - it's extremely important to create content that is relevant to target audience and that gets engagement.

You have to consciously create and ask engagement and use “cheerleaders”.



Neste Eesti

19. 4. 2021, 8:00 · 🌐

Vali oma kütus ja võid võita 50€ väärtuses Neste Eesti kütusekaardi!

Loosis osalemiseks:

Jäta meile vastus reaktsiooniga

Märgi ka sõbrad osalema

Nii lihtne ongi! Kütusekaart läheb loosi kõigi osalejate vahel 23.04.

Neste äpiga võidad kindlalt! Mobiiliga tangid iga kütuseliitri mai lõpuni 7 senti soodsamalt 🖱️ www.neste.ee/app

NESTE

116 153 organic7 758 paid

38 000 fans

Total reach	123 911
Total reach (unique)	117 643
Reactions	4 243
Comments	6 003
Shares	646
Post clicks	7 553
Engagement	18 445
Engaged users	6 423
Engagement rate	5,18%

PZU Kindlustus

1. 4. 2021, 10:05 · 🌐

Nüüd saadaval PZU uusim kindlustusteenus: SUHTEKINDLUSTUS
Kindlusta oma suhe kõikvõimalike probleemide vastu ja kõik saab korda!
Püsi- ja kaugsuhte kindlustamine täna tavahinnast -15% soodsam 🐱🐶

Suhtekindlustus

4 425 organic0 paid

22 000 fans

Total reach	4 425
Total reach (unique)	4 425
Reactions	94
Comments	0
Shares	17
Post clicks	138
Engagement	249
Engaged users	171
Engagement rate	3,86%


BANNERS

FACEBOOK BOOST

Easiest way to promote existing content on Facebook.


1. Click boost post button
2. Choose Audience
3. Choose budget and duration

Done.

**GOAL - Social Media Marketing**
Published by Marko Saue · 9 March

Ciao! Olen Tiaré ja hinges manifesteerisin ägedat agentuurikogemust juba mõnda aega.
[#GOAL](#) accomplished!



✓ Siin ma nüüd olen - uute ideedega projektijuht, kes on valmis sinu sotsiaalmeedia sisu uutesse kõrgustesse tõstma. ... [See more](#)



3,309
People reached


887
Engagements

[Boost post](#)

  28



8 shares




Ad preview

**GOAL - Social Media Marketing**
Sponsored ·

Ciao! Olen Tiaré ja hinges manifesteerisin ägedat agentuurikogemust juba mõnda aega. [...see more](#)



  You, Helle Saue and 26 oth... 8 shares

 Like  Comment  Share

[See All Previews](#)

Estimated daily results

People reached ⓘ	427-1.2K
Post Engagement ⓘ	67-193

Payment summary

Your ad will run for 5 days.

Total budget	€10.00 EUR
--------------	------------

FACEBOOK ADS

Campaign setup:

1. Choose objective
2. Budget & Schedule
3. Audience
4. Placement

Ad setup:

1. Select page
2. Select event
3. Add texts and image

Neste Eesti
Sponsored · 🌐

Oled viimasel aastal tublisti Eestit avastanud?
Testi, kas oled "Eesti ekspert" 👉
www.neste.ee/eestiekspert
Kõigi mängijate vahel loosime premium-klassi
suverehvid Vianorilt ning 500€ eest kvaliteetset
Neste Futura™ kütust.
NB! Aega vastuse valimiseks 5 sekundit!



NESTE

NESTE.EE

Testi teadmisi ja võida 500€

Loosis 500€ kütusekaart ja suve...

LEARN MORE

Neste Eesti
Sponsored · 🌐

Oled viimasel aastal tublisti Eestit avastanud?
Testi, kas oled "Eesti ekspert" 👉
www.neste.ee/eestiekspert
Kõigi mängijate vahel loosime premium-klassi
suverehvid Vianorilt ning 500€ eest kvaliteetset
Neste Futura™ kütust.
NB! Aega vastuse valimiseks 5 sekundit!



NESTE

NESTE.EE

Testi teadmisi ja võida 500€

Loosis 500€ kütusekaart ja suve...

LEARN MORE



Tule äppi, sinu Vespa ootab!



Laadi alla Neste äpp,
tangi sellega ning võid
võita romantilise Vespa!

fw

Fundwise

Sponsored · 🌐

...

Investeeri Eesti mahetoodangu võidukäiku! Loe lähemalt kuidas Otepää mahe kasemahla tootja BirchLagoon enda kasvu planeerib 2 miljardi dollarises puu-vee turusegmen-dis!

BirchLagoon

Avatud uus investeerimisvõimalus



FUNDWISE.ME

Kaasame 120 000€

Minimum investering 200€

LEARN MORE

fw

Fundwise

Sponsored · 🌐

...

BirchLagoon on leidnud kavala meetodi kuidas tootmiseks kasutada looduskaitse all olevat metsa! 🌱👉 Loe lähemalt hea kasvupotentsiaaliga Otepää mahe kasemahlatootja laienemisplaanidest!

BIRCH LAGOON



Hakka Otepää

Kasemahlatootmise omanikuks

FUNDWISE.ME

Investeeri mahetootmisse

Investering alates 200€

LEARN MORE

fw

Fundwise

Sponsored · 🌐

...

Nufnufi naturaalsed loomatooted võluvad kliente juba 15-nes riigis! Auhindu võitnud kodumaine kasvuettevõtte seisab tugeval vundamendil ja jätkab kasvamist. Ühine edulooga! ☀️🐾

NUFNUF



Nufnuf kutsub investeerima

Viime naturaalsed lemmikloomatooted laia maailma

FUNDWISE.ME

Investeeri kasvuettevõttesse

LEARN MORE

fw

Fundwise

Sponsored · 🌐

...

Nufnuf kasvas eelmine aasta 180% ja müüs preemiumklassi lemmikloomatooteid 15 riigis üle maailma! ☀️👉 Loe selle aasta äriplaani ja investeeri ekspordi kasvu!

NUFNUF



Nufnuf kaasab investoreid

Eksportiv Eesti tootja planeerib kiiret kasvu

FUNDWISE.ME

Hakka väikeinvestoriks

Investering alates 200€

LEARN MORE

fw

Fundwise

Sponsored · 🌐

...

Warriors Den on tõeliselt äge uue ajastu treeningkeskus, mis soovib kasvada Euroopa parimaks treeningkeskuste ketiks! Vaata videot ja investeeri juba täna 📢



INVESTEERI UUE AJASTU TRENINGKESKUSESSE



FUNDWISE.ME

Hakka investoriks

Investering alates 200€

LEARN MORE

CONTENT CREATION



Hoolimata meeldetuletuse seadistamisest võib auto parkimine ununeda aktiivseks ning ebameeldiva üllatusena osutub parkimistasu soovitus suuremaks. 😲 Barking äpi kasutajana saad antud olukorda sattudes alati kontakteeruda meie klienditeenindusega. Ent, mida teha, et selliste "ebameeldivate" üllatuste tekkimise võimalust minimeerida? 😞 Kustas jagab teiega üht nippi!



👍😂 30

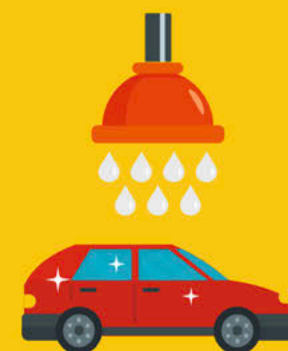
9 shares



TASUTA autopesud ootavad!

Järgnevatel päevadel on üle Eesti temperatuur pluss poolel. 🌡️☀️ Ühtlasi on see hea aeg auto teedelt ja tänavatelt kogunenud mustusest vabastada kasutades SmartWash TASUTA autopesu.

👉 NB! Otsi äpist ka teisi pesulaid, millel silt "Free wash".



ESIMENE PESU TASUTA

SISESTA ÄPIS BOONUSKOOD

SMART1

👍 3

1 share



Möödunud aastal jõudsime rekordilise arvu parklate ja pesulate ning nende kasutajateni. ✅ Käesolev aasta saab olema veel edukam, sest oleme alustamas aktiivset tegevust 🇪🇺 turul.

Vähe on teada fakt, et ka teil, Barking äpi kasutajatel ja fännidel, on võimalik meie edust osa saada. 😊

NB! Aktsiatesse ja osakutesse investeerimisel tuleks oma otsus alati hoolikalt läbi mõelda.

Kes selles veel nii vilunud ei ole, tasub kuulata Äripäeva raadiot, kus jagab oma teadmisi Barkingut juhtinvestor Marko Oolo. Head kuulamist!

<https://www.aripaev.ee/.../investeerimise-eeskujude...>



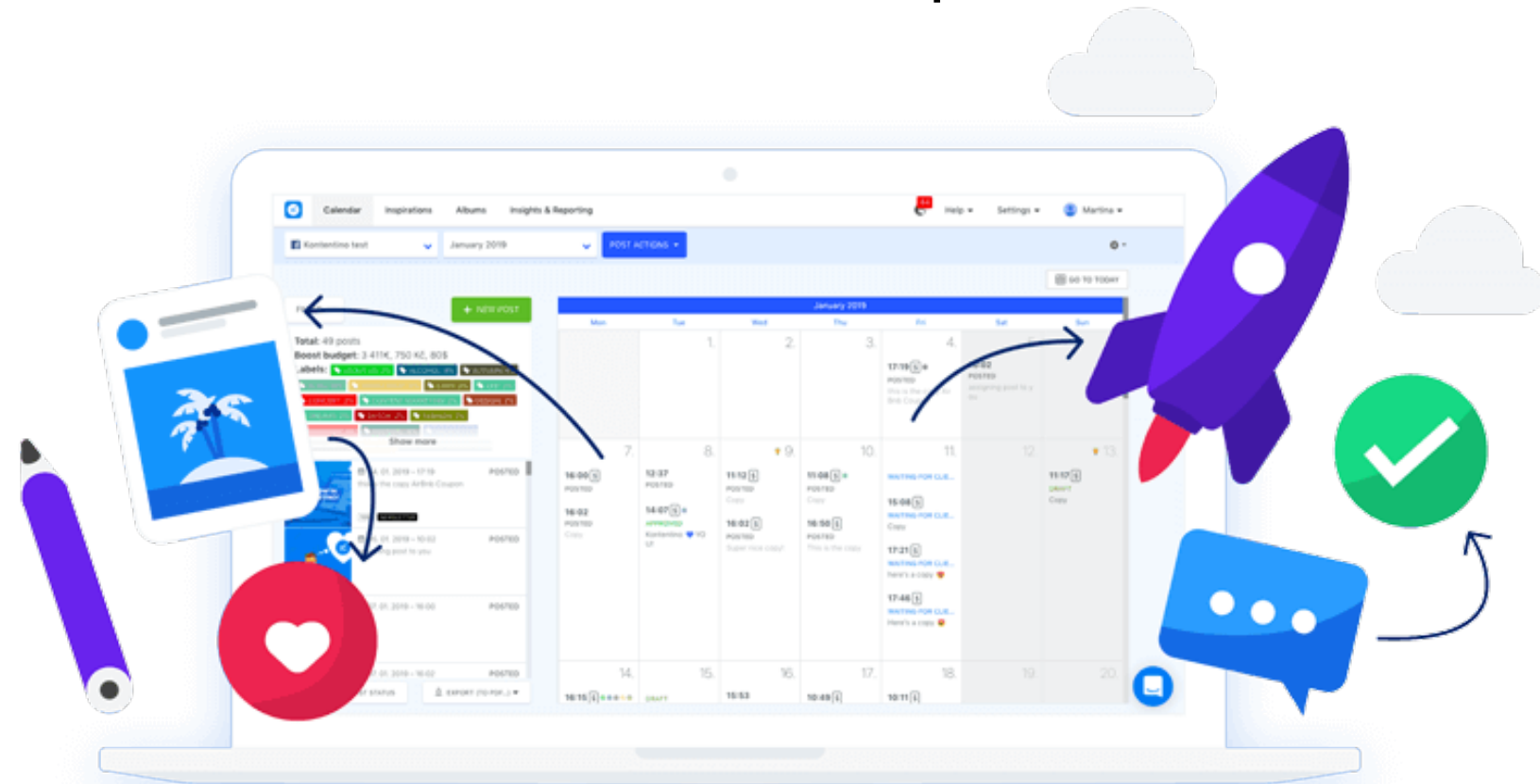
ARIPAEV.EE

Investeerimise eeskujude soovitusel ja ohumärgid ehk kuhu täna raha kasvama panna

👍 Kustas Kõiv and 3 others

SUGGESTIONS

1. Use attractive visual to stand out
2. Keep in mind the 20% text rule while boosting
3. Boost regularly buy only good / important content
4. Use correct format for ads and posts
5. Original photo instead of image bank
6. Quality over quantity - less posts but better
7. Use videos and subtitles for videos
8. Use sharing and engagement triggers
9. Plan posts for long period in advance
10. Use content creation platform - www.kontentino.com



Facebook Ad Size & Specs 2020 Dimensions



**Facebook
ad/post**
1080 x 1080
pixels



**Facebook
story**

1080 x 1920
pixels



Facebook link post
1200 x 628
pixels



   633

65 comments 3.3K shares

FreshGO e-taara



FRESH=GO

Edaspidi viime meie Sinu taara ära!

Tuleme rahus!



FRESH=GO

Me tuleme rahus - teie taara järele!

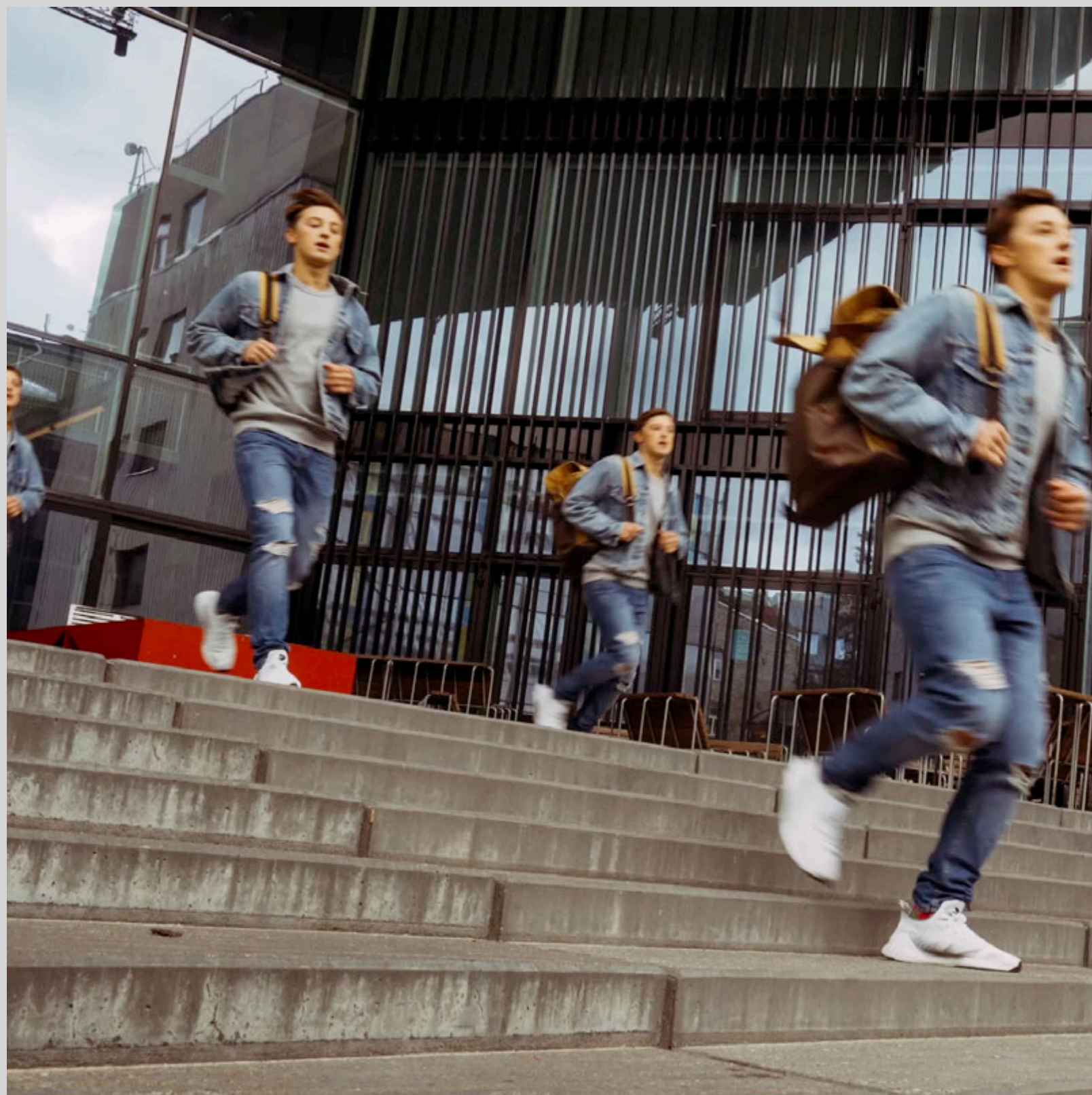
Silent night, holy wheels.

Holidays that truly
move you!



We bring silence everywhere

silen







#55 Tanel Pajuri - Persoonibränd ja ettevõtlus

24 views •
Streamed 3 weeks ago



#54 Herkki Ruubel - Persoonibränd ja kokandus

80 views •
Streamed 4 weeks ago



#53 Kristi Jõeorg - Persoonibränd...

52 views •
Streamed 1 month ago



#52 Hanna Korsar - Persoonibränd ja...

108 views •
Streamed 1 month ago



#51 Gerda Carina - Persoonibränd ja fotograafia

66 views •
Streamed 1 month ago



#50 Epp Kärsin - Persoonibränd ja...

150 views •
Streamed 1 month ago



#49 Kristel Kruustük - Persoonibränd idufirmades

89 views •
Streamed 2 months ago



#48 Alissa Vassilkova - Persoonibränd ja B2B müük

95 views •
Streamed 2 months ago



#47 Getter Jaani - Persoonibränd...

156 views •
Streamed 2 months ago



#46 Tuuli Rand - Mõjuisikute persoonibränd

37 views •
Streamed 2 months ago



#45 Hede Kerstin Luik - Persoonibränding ja...

86 views •
Streamed 3 months ago



#44 Urmas Kamdron - Persoonibränding ja müük

84 views •
Streamed 3 months ago



#43 Kairi Vanem - Personibränding...

42 views •
Streamed 3 months ago



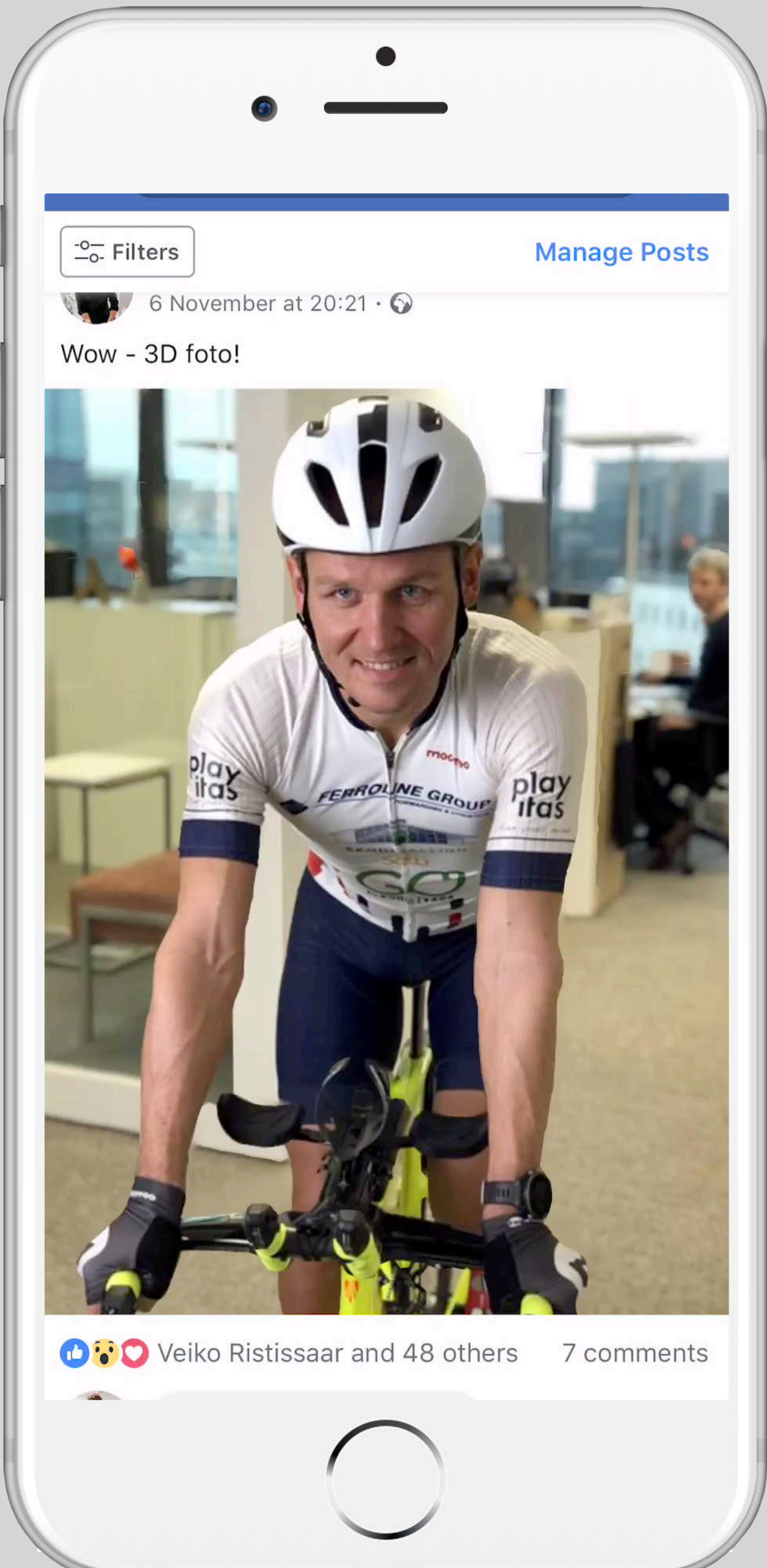
#42 Mariliis Pikkar - Persoonibränding...

39 views •
Streamed 3 months ago



#41 Peep Laja - Persoonibrändinguga...

65 views •
Streamed 3 months ago





Totally unique wooden floors



BOLEFLOOR 

Kuidas kasutada 24/7 fitness äppi?



Neste äpiga tankimine



NESTE





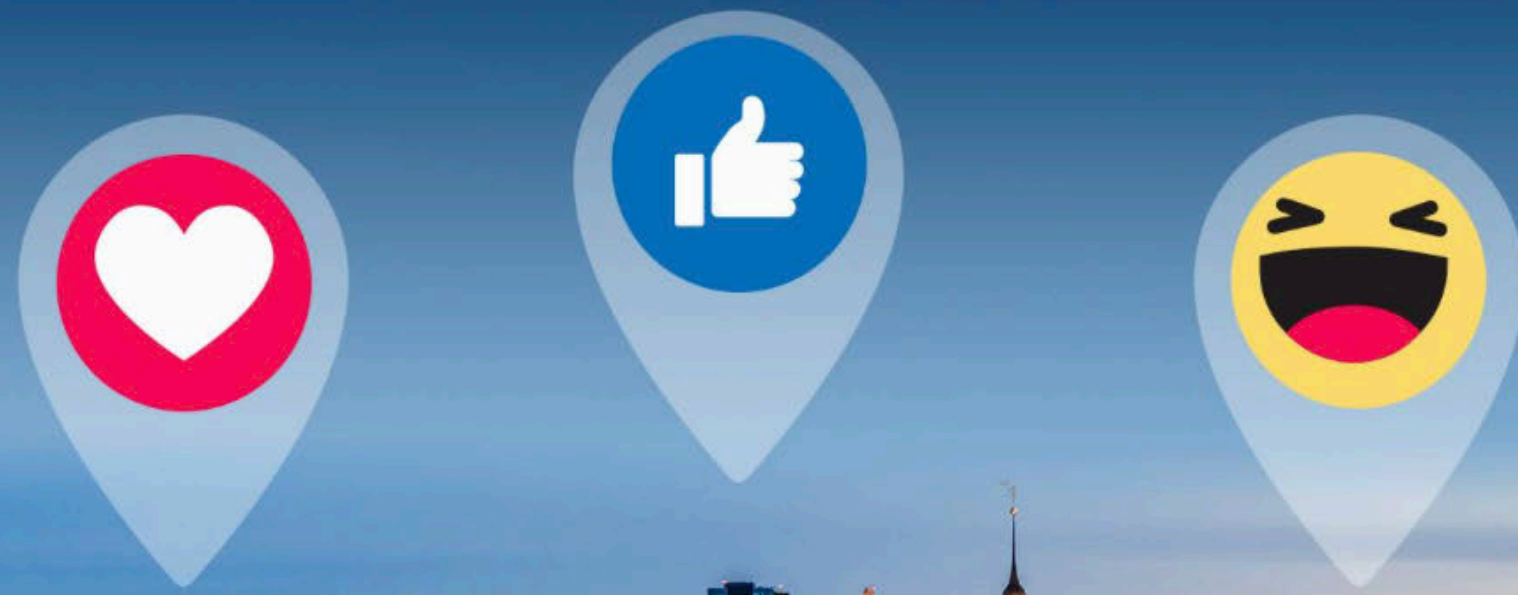
**Ostad endiselt kanistriga
klaasipesuvedelikku?**

 580364 people reached

Boost Post

VOITA YÖ SVIITISSÄ

+ 100 eur shoppailurahaa!



 **VIRU**
ORIGINAL BY SOKOS HOTELS



Original Sokos Hotel Viru

Published by Marko Saue [?]
Page Liked · November 28 · ❄️

🎄 ARVONTA! 🎄

Voita YÖ SVIITISSÄ ja 100 eur shoppailurahaa,
tule JOULUOSTOKSILLE Tallinaan!

- 👍 - Tykkää meidän FB-sivusta. Jaa, jos haluat
- ❤️ - Näytä, missä Viru-hotelli sijaitsee
- 👯 - Tägää kaveri, jonka kanssa tulet Tallinaan joulustoksille!

Varaa heti: http://bit.ly/sokosviru_booking

Palkintona arvomme kaikkien osallistujien kesken:
Hotelliloman, johon sisältyy yö Original Sokos
Hotel Virun sviitissä sekä 100 euron Tallinna
Kaubamaja – ostoskeskuksen lahjakortti.

Palkinto arvotaan 6.12.2017.

Vaata tölget

— with Vesa Kompassi Arttu Mattila.

 Tag Photo  Add Location  Edit

 Like  Comment  Share 

   20K

Top Comments ▾

801 Shares


17K Comments



Original Sokos Hotel Viru Paljon onnea Mervi
Kovalainen! 📍

Olet voittanut yön Original Sokos Hotel Virun
sviitissä sekä 100 eur shoppailurahaa!

[See Translation](#)

Like · Reply ·  3 · Commented on by Marko Saue
[?] · 22 hrs



Mervi Kovalainen Olispa kiva päästä shoppaileen



Write a comment...



Goal
social media marketing



Teooria.ee
Published by Marko Saue [?]
Like This Page · April 23 · Edited ·

VÕIDA JUHILOA!
www.teooria.ee veebis saad läbida teooriatunnid ja valida auhinnaks endale sobivaima autokooli! 🏍️

- 👍 - Hakka Teooria.ee fänniks
- 🚦 - Vali, kas soovid tsikli 🏍️ või autojuhilube ❤️
- 👏 - Täägi sõber, kellel veel juhilube ei ole
- 👉 - Jaga postitust enda seinal

Vali üle 100 autokooli hulgast:
www.teooria.ee

Võitja loosime 30.04.2018.
Tähelepanu, valmis olla, LOAD! — with Siim Kook, Kristjan Väljako, Casper Rosenthal and Silvia Jaius.

Tag Photo Add Location Edit

Like Comment Share

3.9K Most Relevant

4,925 Shares 5.4K Comments

Teooria.ee Ahhoi! Seniks kuni loosirattad ragisevad saate www.teooria.ee lehel ka 0.- € paketi regada ja õppematerjalidega tutvuma hakata 😊 Head loosiõnne! ☀️

Avaleht | Teooria.ee - vali õige autokool
TEOORIA.EE

Like · Reply · Remove Preview · Commented on by Karl Kukner [?] · 4d

25 Replies

Write a comment...

	Organic	Paid
310,885 peo	306,747	30,337

Teooria.ee Kallid tulevased liiklejad! Teid on uskumatult palju! 🤖

Meil on siiralt hea meel, et loos oli niivõrd populaarne! Kuna võitjaid on ainult üks, siis lohutuseks teistele saame anda vaid sooja soovitus - kiireim tee lubadeni: www.teooria.ee. Palju materjale, palju teste, 3D videod ristmikest ja täpne info kõikide autokoolide kohta. Edu kõigile headeks liiklejateks saamisel! 🏆 Ja nüüd see kõige tähtsam - meie kulude ja kirjadega võib endale load teha @Mari-Liis Ripats. Palju-palju õnne ja kohe suhtleme chatis edasi! ☀️☀️☀️

Avaleht | Teooria.ee - vali õige autokool
TEOORIA.EE

Like · Reply · Remove Preview · Commented on by Karl Kukner [?] · 4d

245,104 people reached

Boost post

VÕIDA GÜROLIIKUR!

Või osta kohe tavahinnast 30€ soodsamalt sooduskoodiga: FB30EUR



Güroliikurid, transporterid, e-tõukerattad

Published by Mart Prööm [?]

Like This Page · 7 December 2016 · Edited ·

PARIM JÕULUKINK!

Loosime oma sõprade vahel välja ühe vinge ja võimsa güroliikuri!

Vaata kõiki mudeleid siit <http://g-pad.eu/guroliikurid>

- Hakka Güroliikurid, transporterid, e-tõukerattad fänniks
- Kirjuta kommentaari mudeli nimi, millist soovid võita
- Jaga mängu ja sooduskoodi FB30EUR ka sõpradega

Kui loosiõnnele ei taha lootma jääda, siis osta kohe 30€ soodsamalt sooduskoodiga FB30EUR

Güroliikur on ideaalne jõulukingitus, mida ihaldavad sajad ja tuhanded lapsed, noored ja ka täiskasvanud! 😊

Võitja loosime 16. detsembril.

PS! Sooduskood FB30EUR kehtib 22. detsembrini või kuni kaupa jätkub!

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

2.3k

Chronological

4,063 shares

4.2k comments

View previous comments

6 of 4.244

Write a comment...



267158 people reached



Võida korralikud talverehvid!



PZU Kindlustus

Published by Helen Sivonen [?]
Page Liked · October 25 ·

VÕIDA UUED TALVEREHVID!

- Vali, kas - naastrehv või - lamell
- Hakka PZU Kindlustus fänniks
- Kirjuta kommentaaridesse, mille järgi otsustad, et vanad talverehvid tuleb välja vahetada?
- Jaga postitust oma sõpradega

Soeta rohkete lisadega PZU Kasko Pluss meie veebipoest alati soodsalt <http://bit.ly/PZUKasko>

02.11.2017 kuulutame välja ühe õnneliku, kes võidab endale tippklassi talverehvid Nokian Hakkapeliitta 9 (naastrehvid) või R2 (lamellrehvid).

Pilt on illustratiivne, veljed ja lendlev meesterahvas ei kuulu auhinna juurde. Kampania tingimused leiad siit <http://bit.ly/KampaniaTingimused>

Head loosiõnne!
#AUHINNAMÄNG

Tag Photo Add Location Edit

Like Comment Share

4.4K

Top Comments

3,498 Shares

3.9K Comments

PZU Kindlustus Palju õnne, Mallvio Männik - uued talverehvid on sinu! Kirjuta meile palun postkasti ja lepime kokku, kuidas auhinna kätte saad. Aitäh kõigile, kes auhinamängus osalesid!

Like · Reply · 90 · Commented on by Helen Sivonen [?] · November 2 at 5:33pm

13 Replies



Mallvio Männik Eelistan nael rehve need maksavad rohkem aga on ennekõike turvalisemad! Rehvi elastsuse, mustrisügavuse ja naastude järgi järgi. Kui naelu on ikka vähe ja rehvi isik ei tule vahetada Kindlasti



Write a comment...



Barking

5 April ·

Kuidas oleks veeta üks meeleolukas nädalalõpp Tesla Model 3'ga?!

Just sellist elamust pakub sulle Barking koostöös Beast autorendiga.

"Võida Tesla Model 3 terveks nädalalõpuks, reedest-pühapäevani, sulle sobivatel kuupäevadel"

Kuidas? 🤔👉

✓ Loe läbi mängu juhend ja tingimused

✓ Ava Barking äpp

Kui sul Barking äppi veel ei ole, siis saad selle laadida siit:

<https://app.barking.city/Ae7ye6zb1eb>

✓ Alusta mängu!

Jaga infot ka sõpradega. 📢

Tingimused ja juhend: <https://www.notion.so/.../V-ida-n-dalavahetuseks-Tesla...>



Barking



VÕIDA NÄDALAVAHETUS TESLAGA



130

25 comments 13 shares

Q&A

prototron



THANK YOU!

GOAL.EE

MARKO@GOAL.EE

+372 552 5757