



# BERGGIDS

Targeting met Facebook



# TARGETING MET FACEBOOK

## Drie tactieken én een gouden tip

Twee miljard mensen maken maandelijks gebruik van Facebook, waardoor dit een onmisbaar kanaal is geworden in iedere succesvolle marketingstrategie. Een advertentie met een overtuigende boodschap is belangrijk, maar voordat je hieraan begint moet je eerst de volgende vraag kunnen beantwoorden: 'Wat en (voornamelijk) wie wil je bereiken met de advertentie?'

Doordat er niet alleen gebruikt kan worden gemaakt van browser-cookies, maar ook van alle gegevens die men zelf heeft gerapporteerd aan Facebook, kan de targeting veel nauwkeuriger worden ingesteld.

### ER ZIJN DRIE MANIEREN VAN TARGETING

**#1. Kern doelgroepen:** gebruik Facebook data. Wat je hier allemaal uit kan halen, wordt verder uitgelegd in de volgende opsomming (demografie, locatie, interesses...). Hier kun je bijvoorbeeld mensen targeten die bepaalde pagina's leuk vinden;

**#2. Aangepaste doelgroepen:** gebruik gegevens uit je CMS systeem, website, mobiele app of andere bronnen om mensen die je al kent te targeten met Facebook advertenties. Ofwel re-marketing op basis van gegevens die je zelf hebt verzameld;

**#3. Vergelijkbare doelgroepen:** bereik nieuwe doelgroepen door aangepaste doelgroepen te combineren. Een voorbeeld hiervan kan zijn om een vergelijkbare doelgroep te maken van mensen die in de afgelopen 30 dagen hebben geconverteerd op jouw website.

### BELANGRIJKE SUBSPECIFICATIES

**Demografie:** target op gegevens die men zelf heeft ingevuld zoals leeftijd, geslacht en relatiestatus;

**Locatie:** target op postcode, regio of land;

**Interesses:** target op lifestyle categorieën zoals hobby's;

**Gedrag:** target publiek op basis van consumentengedrag, zoals apparaat gebruik;

**Connecties:** target publiek op basis van hun betrokkenheid op jouw Facebook-pagina, Facebook-evenementen of app.

### EN DE GOUDEN TIP: DYNAMISCHE REMARKETING

Hierbij hoef je geen afzonderlijke advertentie te maken voor ieder product, maar kun je een advertentiesjabloon maken waarmee afbeeldingen en informatie uit je gegevensoverzicht automatisch worden gebruikt van producten die je wilt promoten. Door gebruik te maken van de Facebook-pxel of SDK, worden de advertenties getoond aan mensen die al eerder interesse hebben getoond in je bedrijf. Ideaal!

Door de targeting dus op de juiste manier in te stellen en hierbij ook de juiste mensen uit te sluiten, kun je heel specifiek bepalen bij wat voor personen jouw advertentie te zien is. Ben je bijvoorbeeld van plan een prospecting campagne op te zetten en verzend je alleen in Nederland? Target dan vergelijkbare (succesvolle) doelgroepen, zet locatie op Nederland en sluit connecties (reeds bekenden van jouw merk) uit.

Als je dit eenmaal goed hebt ingesteld, heb je alleen nog een mooie visual nodig en een overtuigende boodschap. Hierna ben je ready to go!

