

Facebook med

KALIBRERT



Kursbeskrivelse

Del 1

Muligheter i Business Manager

- Bli kjent med Facebooks grensesnitt for annonsering.
- Bli kjent med Facebooks innsiktsverktøy for å lære mer om din målgruppe
- Kunnskap om algoritmene
- Gjennomgang av ulike annonseformater i ***Facebook, Instagram & Snapchat.***

Målstyring - tips & triks

- Valg av målsetting, oppsett av annonser, og estimering av «rett» budsjett.
- Sammenhengen mellom kampanjer, annonsesett og annonser



Kursbeskrivelse

Del 2

Oppsett og gjennomføring av kampanjer

- Triks for optimalisering av løpende kampanjer.
- Hvordan inkludere og ekskludere i målrettingen din

Rapportering og evaluering av kampanjer

- Nøkkeltall og oppsett av rapporteringsfiltre.
- Hvordan vet jeg om kampanjen min er suksessfull?



Business Manager





Vanlige spørsmål



- Business Manager er et gratis Facebook-verktøy som lar deg organisere og administrere bedriften din.
- Når du begynner å bruke Business Manager, kan ikke kollegaene dine se den personlige Facebook-profilen din med mindre du har godtatt venneforespørselen deres.
- Kollegaene dine ser bare navnet ditt, jobb-e-postadressen du brukte da du logget inn på Business Manager første gang, og listen over sider og annonsekontanter du har tilgang til.
- Business Manager-kontoer opprettes med den personlige Facebook-profilen din for å bekrefte identiteten din, så du må ha et personlig brukernavn og passord på Facebook for å logge deg inn på Business Manager.
- Dette kan sammenlignes med å logge seg inn med Facebook for å få tilgang til andre apper eller tjenester.



Hvorfor bør jeg bruke Business Manager

Hvis du er en Facebook-annonsør som deler tilgang til flere sider og annonsekontoer med andre, anbefaler vi at du oppgraderer til **Business Manager**.

- Business Manager er en *sikrere* måte å administrere sidene og annonsekontoene dine på.
- Du kan se hvem som jobber med hva, og hva de har tilgang til å se og jobbe med.
- Du kan også holde bedriften atskilt fra den personlige Facebook-profilen din.



<https://business.facebook.com/>

LOGG INN

OPPRETT KONTO

Business Manager

Manage ad accounts, Pages, and the people who work on them — all in one place. It's free.



KALIBRETT



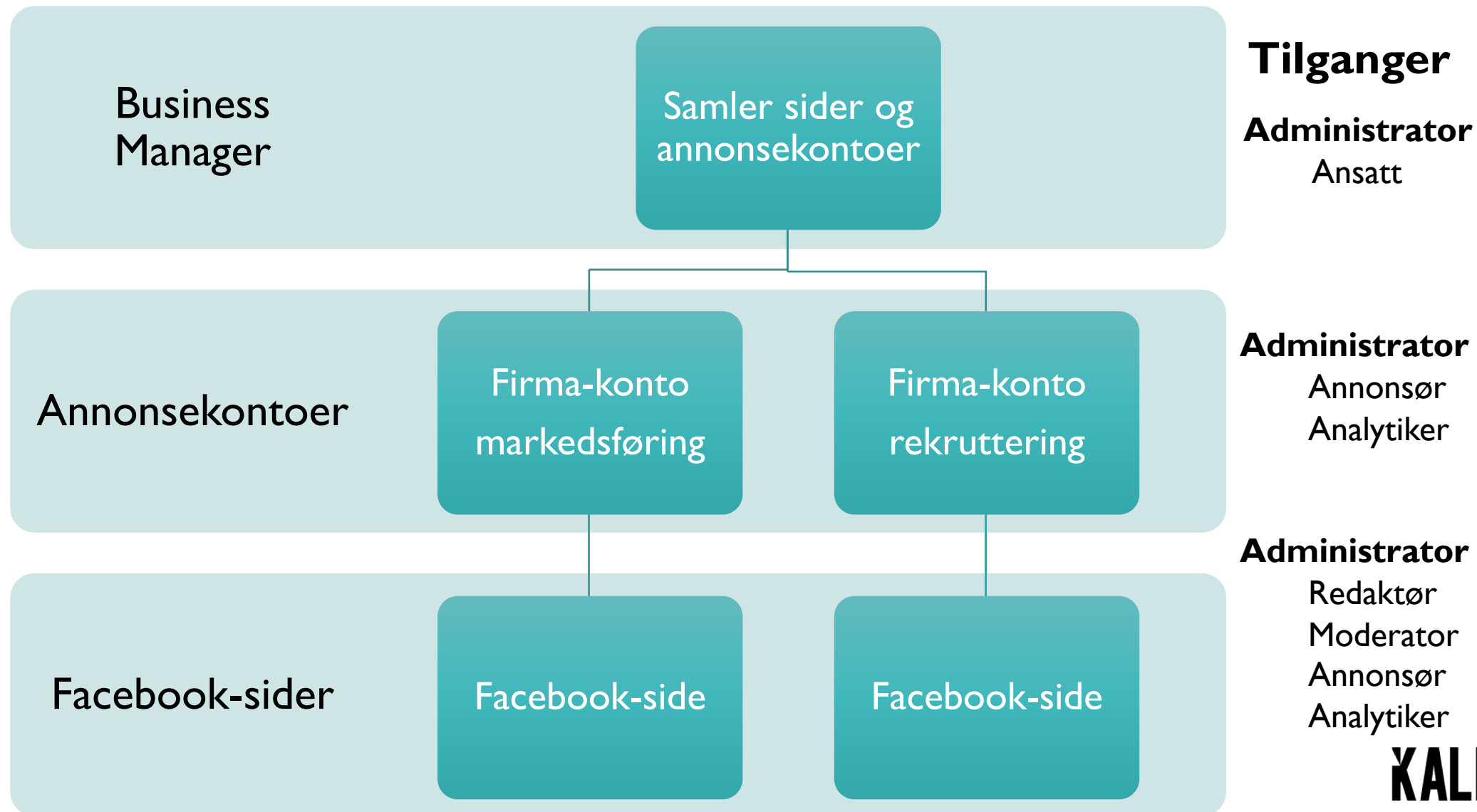
Business manager

Business Manager					
★ Ofte brukt	☰ Planlegg	+ Opprett og administrer	📊 Målinger og rapporter	🗄 Ressurser	⚙ Innstillinger
Annonseadministrasjon	Publikumsinnsikt	Business Manager	Annonserapportering	Publikum	Innstillinger
Bedriftsinstillinger	Kreativt senter	Annonseadministrasjon	Test og lær	Bilder	Bedriftsinstillinger
Publikum		Sideinnlegg	Analytics	Kataloger	Fakturering
		Appdashbord	Hendelsesadministrasjon	Bedriftssteder	Fakturaer
		Hjelpeverktøy for appannonser	Piksler	Videoer	
		Automatiske regler	Offline-hendelser		
			Apphendelser		
			Egendefinerte konverteringer		
			Partnerintegreringer		
Alle verktøy > ⓘ Hold pekeren over en lenke for å finne ut mer om den.					

KALIBRERT



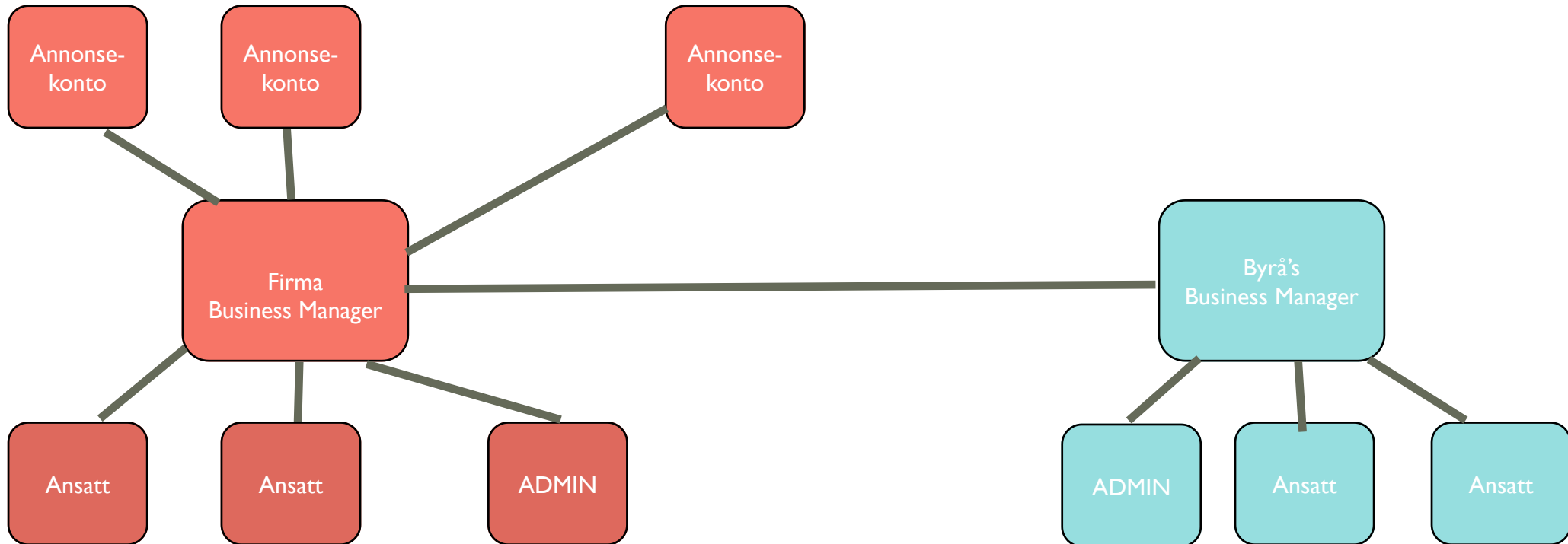
Struktur Business Manager



KALIBRERT

Samarbeid med byrå (partner)

- Byrået har også sin egen Business Manager-konto med flere **administratorer** og **ansatte**.



Administrerere adganger



- Dere kommer automatisk inn i dette skjermbildet når dere klikker på ”bedriftsinnstillinger”.
- Vi står nå i fanen ”personer ”
- Til venstre på skjermen ser vi ikonet for ”personer.”
- Når dere klikker her kan vi se alle personene som er lagt inn i Business Manager.

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. At the top, there's a dark header with the Facebook logo, a menu icon, and the text 'Bedriftsinnstillinger'. To the right of this is a search bar labeled 'Søk i bedrift'. Further right are the 'Kalibrert' logo, a notification bell with a red '3', a gear icon for settings, and a 'Hjelp' link.

Below the header, the left sidebar is titled 'Brukere' (Users) and contains a dropdown menu with options: 'Personer' (selected), 'Partnere' (Partners), 'Systembrukere' (System Users), 'Kontoer' (Accounts), and 'Sider' (Pages).

The main content area is titled 'Personer' and includes a '+ Legg til' (Add) button. Below this is a search bar labeled 'Filtrer etter navn eller ID'. There are two entries listed:

- HA** Henning Almestrand
- KM** Kjartan Melheim

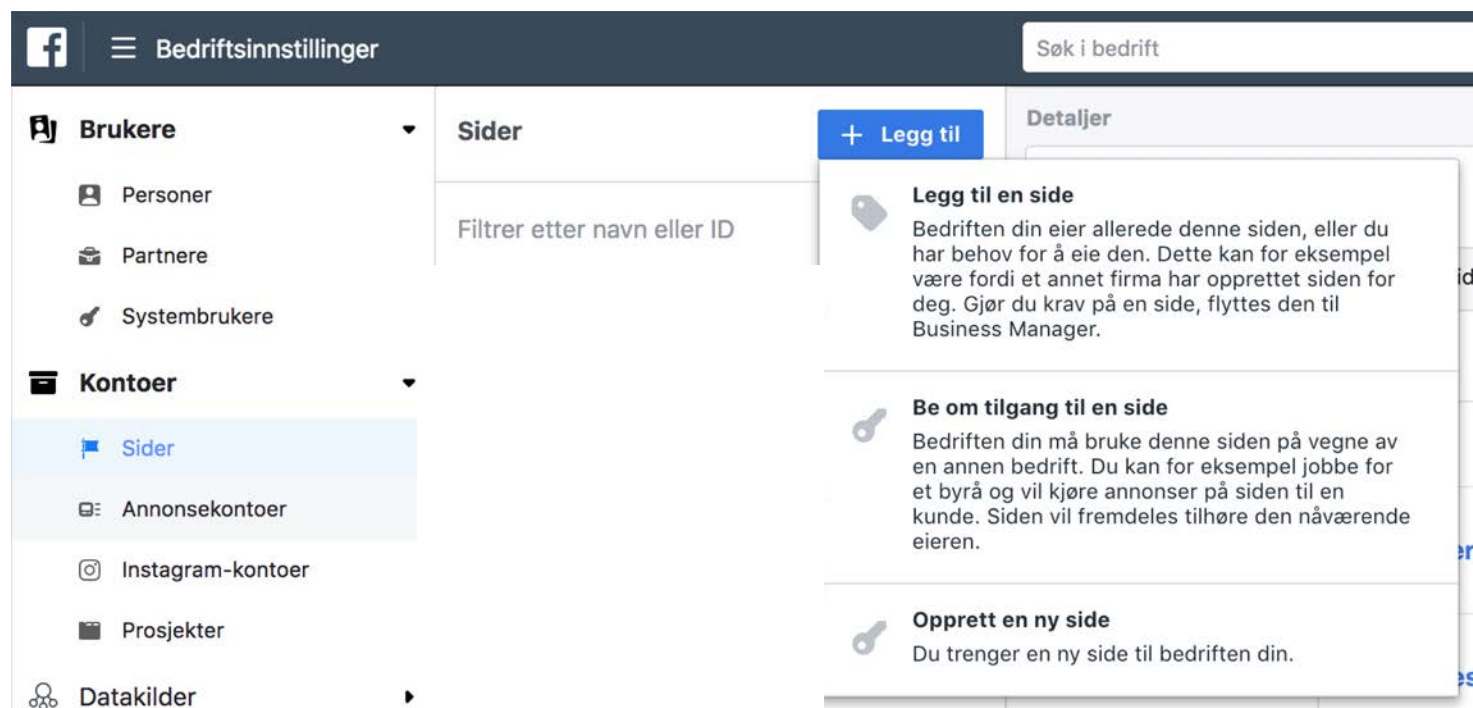
On the right side of the 'Personer' section, there's a 'Detaljer' (Details) panel for the selected user, 'Preben Helle'. It shows a profile picture, the name 'Preben Helle', the email 'E-post: preben.helle@kalibrert.no', and the role 'Rolle: Administrator, Finansanalytiker'. Below this is a section for 'Tilordnede ressurser' (Assigned Resources) with a button labeled 'Tilordne ressurser'.

At the bottom of the 'Detaljer' panel, there's a 'Sider' (Pages) section with a search bar labeled 'Filtrer etter navn eller ID'.

Administrerere eierskap til sider



- Vi ser at strukturen er lik som på foregående foil. Vi kan administrere hvilke av brukerne i BM som får lov til å jobbe med de enkelte sidene. Vi må derfor 1. legge personer inn i BM – 2. gi adganger til sider og annonsekontoeer.



Opprette og administrere annonsekontoer

- Vi har nå beveget oss ned til ikonet for ”annonsekontoer.”

The screenshot displays the Facebook Business Settings interface. On the left, the 'Kontoer' (Accounts) section is expanded, and 'Annonsekontoer' (Ad Accounts) is selected. The main content area shows a '+ Legg til' (Add) button. A dropdown menu is open, showing three options:

- Legg til en annonsekonto**
Bedriften din vil bestemme over kampanjer og fakturering for denne annonsekontoen. Gjør du krav på en annonsekonto, flyttes den til Business Manager.
- Be om tilgang til en annonsekonto**
Be om tilgang til å bruke annonsekontoen til en annen bedrift. Dette kan for eksempel være fordi du jobber for et byrå og annonsekontoen tilhører en kunde. Annonsekontoen vil fremdeles tilhøre den nåværende eieren.
- Opprett en ny annonsekonto**
Du trenger en ny annonsekonto til bedriften din.

The background shows a table with columns for 'Annonsekontoer' and 'Detaljer'. The first row is partially visible, showing the name 'Preben Hell'.



Bruk publikumsinnsikt



- Finn ut mer om publikummet ditt på Facebook

 **Business Manager**

★ Ofte brukt	☰ Planlegg	+ Opprett og administrer	📊 Målinger og rapporter	🗄 Ressurser	⚙ Innstillinger
Annonseadministrasjon	Publikumsinnsikt	Business Manager	Annonserapportering	Publikum	Innstillinger
Bedriftsinstillinger	Kreativt senter	Annonseadministrasjon	Test og lær	Bilder	Bedriftsinstillinger
Publikum		Sideinnlegg	Analytics	Kataloger	Fakturering
		Appdashbord	Hendelsesadministrasjon	Bedriftssteder	Fakturaer
		Hjelpeverktøy for appannonser	Piksler	Videoer	
		Automatiske regler	Offline-hendelser		
			Apphendelser		
			Egendefinerte konverteringer		
			Partnerintegreringer		

[Alle verktøy >](#) ⓘ Hold pekeren over en lenke for å finne ut mer om den.



Publikumsinnsikt



Velg et publikum for å begynne



Alle på Facebook



Folk med en tilknytning til siden din

☐ Ikke vis flere ganger

Steg 1: definer publikum



OPPRETT PUBLIKUM

Sted
NORGE
Hele Norge

Alder og kjønn
Alder
18 — Alle
Kjønn
Alle Menn Kvinner

Interesser

Forbindelser

Sider
Personer med forbindelse til

Personer uten forbindelse til

Avansert

Definer publikummet ditt

Oppgi egendefinerte publikum, demografi, interesser, atferd og mer for å definere publikummet ditt.

1 av 5

Tilbake Neste

Folk på Facebook
Land: Norge

18 - 24

25 - 34

35 - 44

45 - 54

55 - 64

65 +

50% Kvinner
50% hele Facebook

15% 22% 19% 19% 14% 13%

50% Menn
50%: hele Facebook

17% 24% 19% 18% 12% 11%

Sivilstatus
Egenrapportert informasjon fra folk som har oppgitt en sivilstat...

25%

45%

Utdanningsnivå
Det høyeste utdanningsnivået basert på egenrapporterte data f...

67%



Steg 2: finn publikum



OPPRETT PUBLIKUM

Sted

NORGE

Hele Norge

+ Land, region eller sted

Alder og kjønn

Alder

18 - Alle

Kjønn

Alle Menn Kvinner

Interesser

+ Interesse

Forbindelser

Sider

Personer med forbindelse til

+ Siden din

Personer uten forbindelse til

+ Siden din

Avansert

(Nytt publikum)

3 mill. til 3,5 mill. personer med månedlig aktivitet

Folk på Facebook

Land: Norge

Demografi

Likerklikk på side

Sted

Aktivitet

Alder og kjønn

Informasjon som folk selv har oppgitt i Facebook-profilene sine. Informasjonen er bare tilgjengelig for folk som er 18 år eller eldre.

50% Kvinner

50% hele Facebook

15% 18 - 24

22% 25 - 34

19% 35 - 44

19% 45 - 54

14% 55 - 64

13% 65 +

17% 18 - 24

24% 25 - 34

19% 35 - 44

18% 45 - 54

12% 55 - 64

11% 65 +

50% Menn

50%: hele Facebook

Sivilstatus

Egenrapportert informasjon fra folk som har oppgitt en sivilstat...

45%

Utdanningsnivå

Det høyeste utdanningsnivået basert på egenrapporterte data f...

67%

Finnt ut hvem som er på Facebook

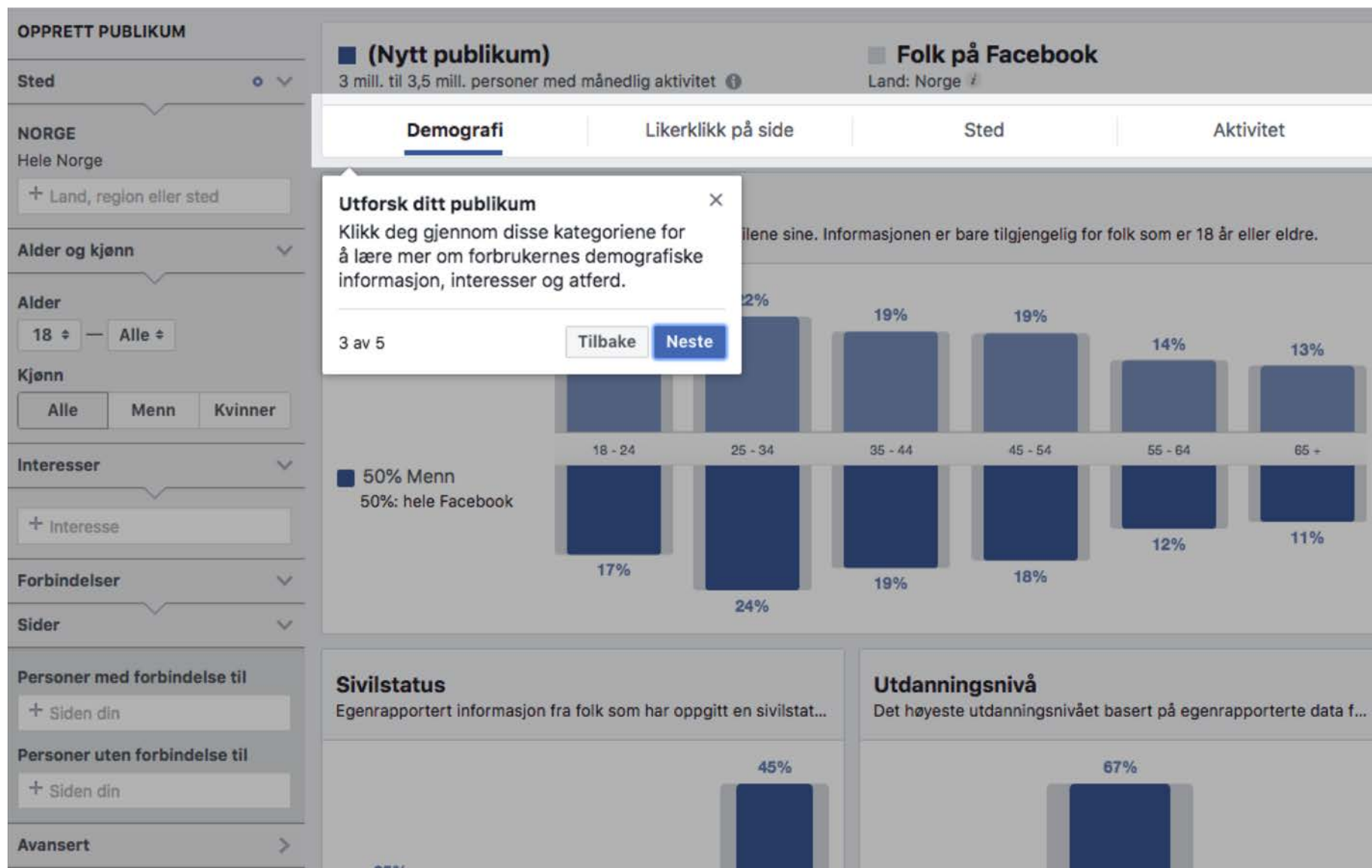
Sammenlign publikummet ditt (i blått) med alle på Facebook (i grått) for å se dets unike egenskaper.

2 av 5

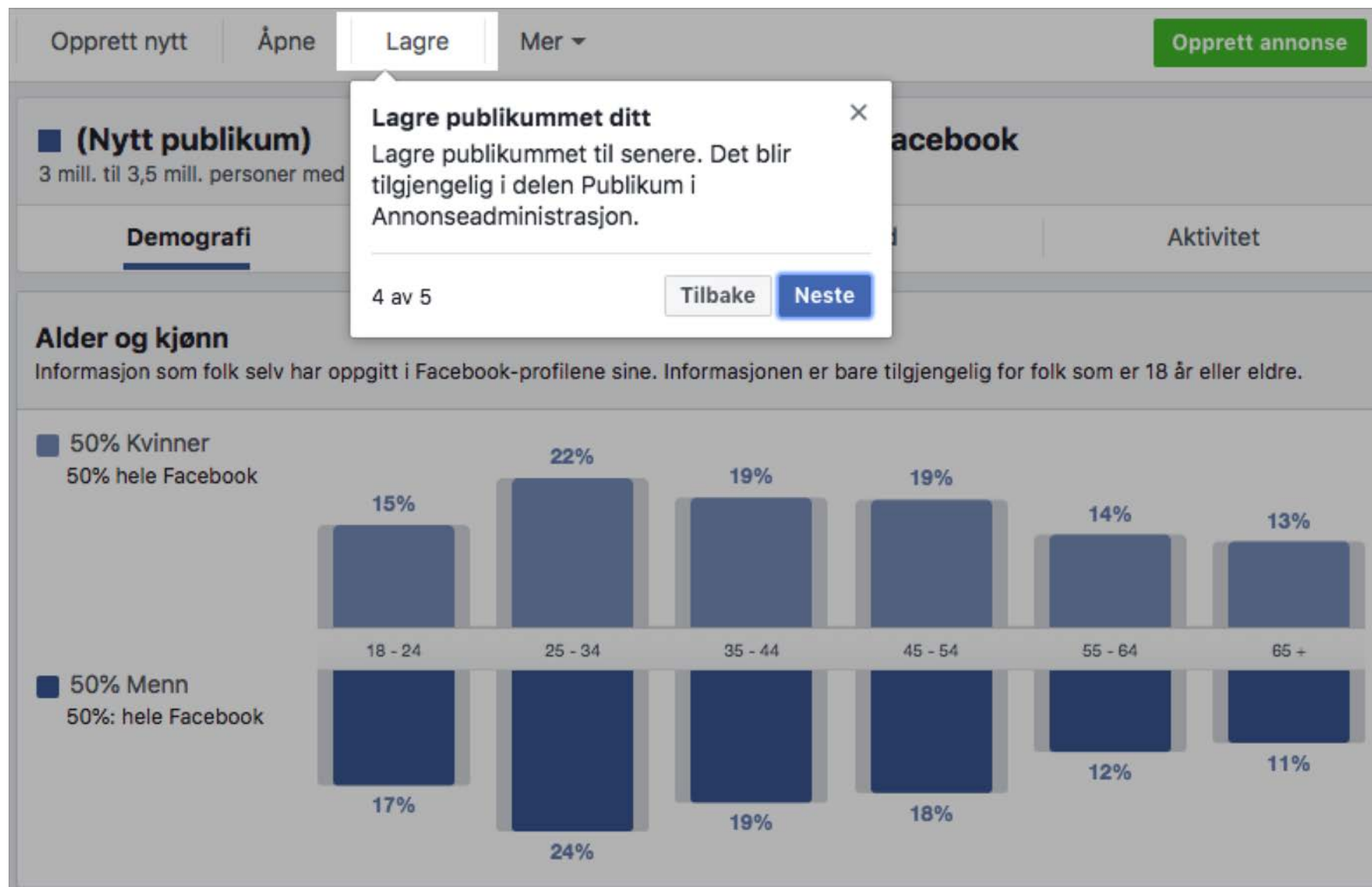
Tilbake Neste



Steg 3: utforsk publikum



Steg 4: lag publikum til annonsering



Hva er de interessert i?

(Nytt publikum)		Folk på Facebook
50 k til 60 k personer med månedlig aktivitet ⓘ		Land: Norge ⓘ
Demografi	Likerklikk på side	Sted
Populære kategorier		
1	Nettsted	Kampanje Jobb • Kreative Jobber
2	Arrangement	Social Media Days • Hovefestivalen
3	Konsulentfirma	Synlighet • Trigger Oslo • HansPetter.info
4	Avis	Kampanje
5	Ikke-statlig organisasjon (NGO)	Kreativt Forum
6	Samfunn	Digital Hverdag • I-landsproblem
7	Internettmarkedsføringstjeneste	Fanbooster
8	Utdanning	Oslo Business Forum
9	Tidsskrift	Shifter • LEDERNYTT • D2 • Harvest - Mennesket & Naturen • Fri Flyt
10	Datafirma	Fiken.no
Se alle		

KALIBRERT

Finn relevante sider

Likerklukk på side

Facebook-sider som med stor sannsynl

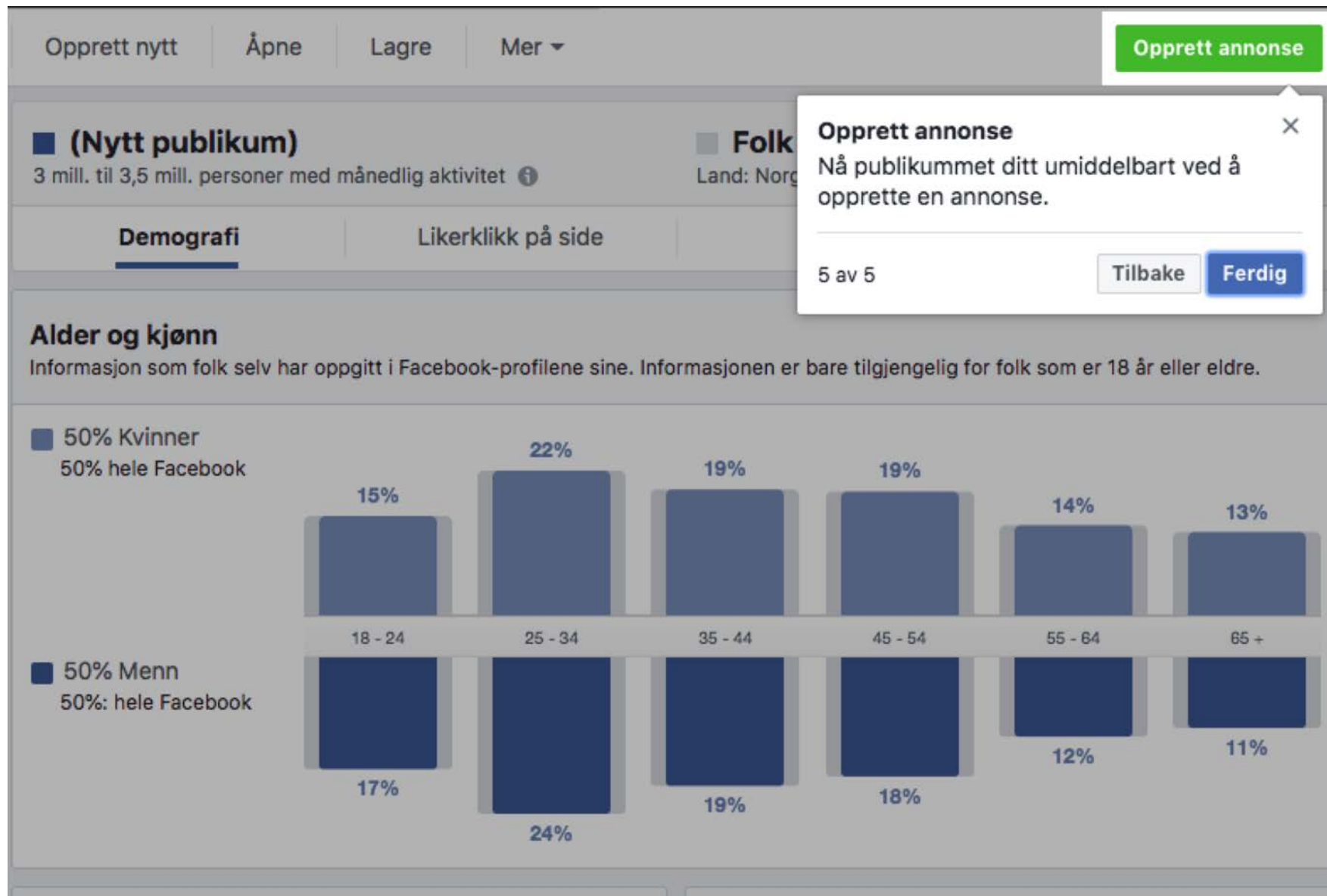
basert på tilhørighet, sidestørrelse og antallet personer i publikummet som allerede liker den siden.

ditt basert på likerklukk på Facebook-sider.

Side	Relevans <i>i</i>	Publikum	Facebook <i>i</i>	Interesse <i>i</i>
Synlighet	1	2,3K	5,9K	1306...
Kampanje Jobb	2	2,4K	6,3K	13041x
Social Media Days	3	2,3K	7,8K	9998x
Trigger Oslo	4	2,6K	9,4K	9199x
HansPetter.info	5	2,6K	9,9K	8749x
Shifter	6	3K	13,5K	7574x
Kampanje	7	5,6K	25,8K	7290x
Kreativt Forum	8	2,6K	12,3K	7118x
Digital Hverdag	9	2,3K	11K	7106x
Medier24	10	3,9K	21K	6310x
Vis mer				

KALIBRERT

Steg 5: opprett annonser





Brukertall Norge





Facebook i Norge

3 406 000

personer er på Facebook i Norge

82%

av befolkningen

83%

*av brukerne er på Facebook
daglig*



3 av 4 i aldersgruppen 18-29 år
er inne på Facebook flere
ganger om dagen



Instagram i Norge

2 203 000

personer er på Instagram i Norge

53%

av befolkningen

63%

*av brukerne er på Instagram
daglig*





Snapchat i Norge

2 494 000

personer er på Snapchat i Norge

60%

av befolkningen

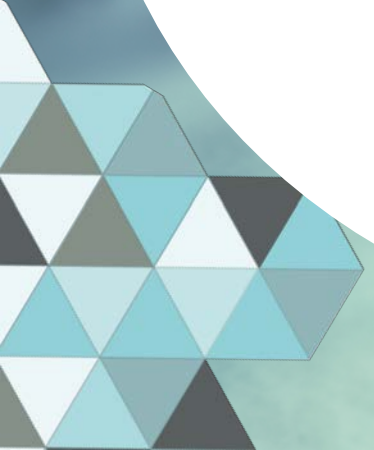
74%

*av brukerne er på Snapchat
daglig*



Omtrent **247 000** unge i
aldersgruppen 18-23 år er på
Snapchat flere ganger om dagen

Kunnskap og forståelse for algoritmene





Facebook - Store endringer

- Innhold fra venner, familie og grupper kommer først!
- Facebook nedprioriterer organisk rekkevidde for bedrifter og merkevarer
- Vil at du skal bruke mindre tid på Facebook.



Top rangeringsfaktorer for Facebook algoritmen

Active Interactions vs. Passive Interactions			
Active (Positive)		Passive (Neutral)	
• Commenting	⬆	• Clicking	⬇
• Sharing	⬆	• Watching	⬇
• Reacting	⬆	• Viewing / Hovering	⬇



1. Kommentarer

- Fokuser på kvalitetsinnhold som oppfordrer til de gode samtaler mellom brukerne dine.
- Inkluder gjerne et spørsmål eller utnytt kontekstuelle saker som betyr/ gir mening for brukerne.
- Om dine venner eller familie kommenterer (liker, deler, reagerer) på innhold så vil du med større sannsynlighet få det opp i nyhetsfeeden din.



2. Reaksjoner

- Hvis en bruker reagerer med et  istedenfor å »like» innholdet vil du oppnå en liten boost i nyhetsfeeden.
- Akkurat som i livet, »hjerte – love» er et mer verdsatt emosjonelt signal enn «liking».
- Det samme gjelder for alle Facebook's reaksjoner: haha, wow, trist, lei og sint.
- Facebook vil se disse «aktive» reaksjonene!



3. Svar på kommentarer

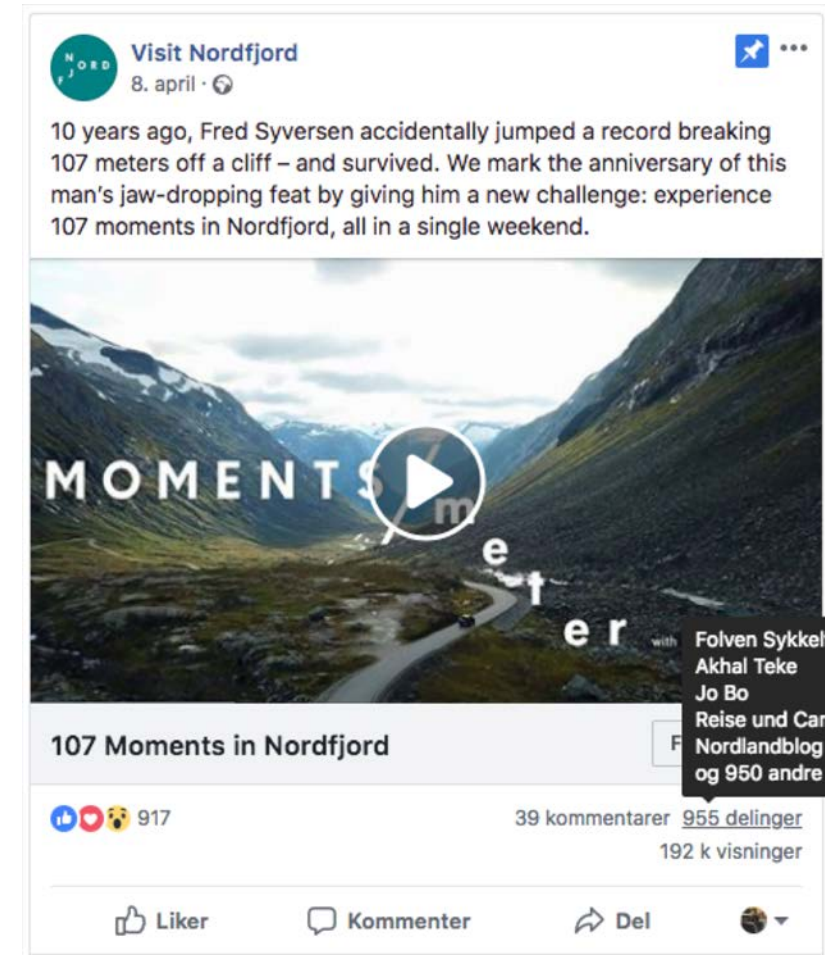
- Algoritmene favoriserer ikke bare kommentarer, men vel så viktig er det å svare på kommentarer.
- Mark Zuckerberg sier at den viktigste endringen er for å få i gang (conversations) samtaler.
- Fokuser på innhold som oppfordrer folk til å tagge venner og starte de gode samtalene.
- Kundeservice essensielt



KALIBRERT

4. Delinger via messenger

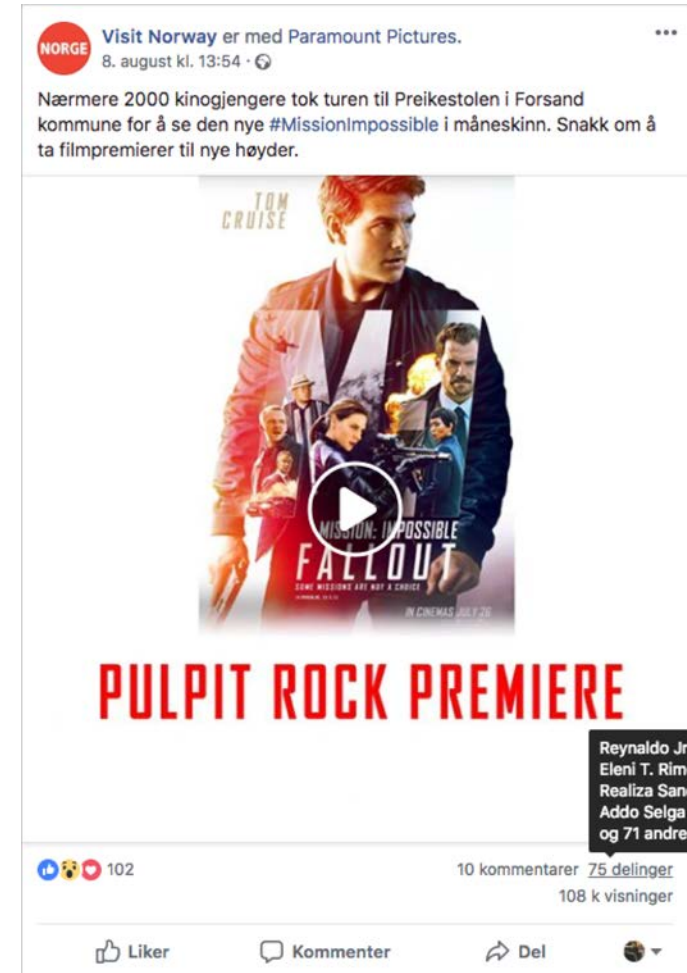
- Deler brukerne dine innleggene du poster på veggen sin? Bra!
- Deler de via Messenger til en venn eller i en gruppe øker rangeringen.



KALIBRERT

5. Engasjement på delinger

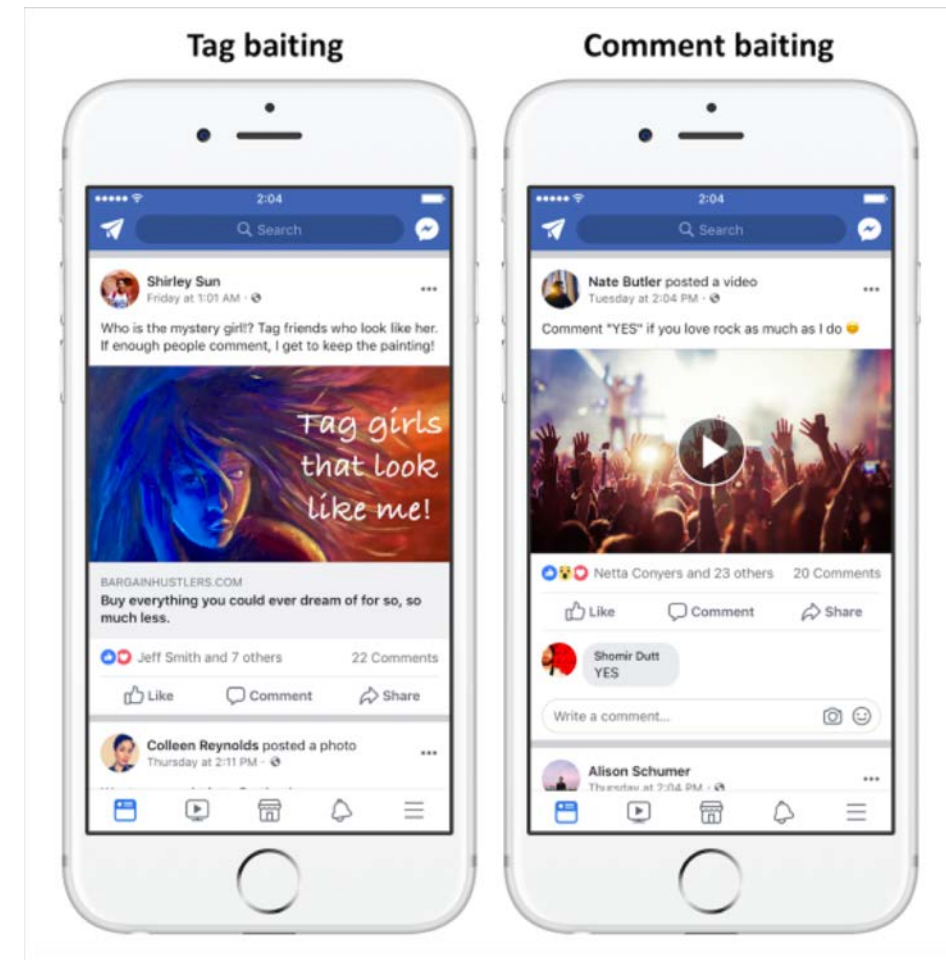
- Brukerne må engasjere seg i delingene for at det skal øke organisk rekkevidde.



KALIBRERT

Facebook straffer engasjement baiting

- Vil ha autentisk innhold på plattformen og har utviklet en egen algoritme som slår ned på poster som:
- **"Lik dette bildet hvis du liker katter"** eller **"Kommenter med JA hvis du også liker rockemusikk"** eller **"Del med 5 venner for å vinne en iPhone"** poster.



KALIBRERT

Organisk innleggsrekkevidde

- **Slik beregnes organisk rekkevidde**
- **Før:** når et ubetalt innlegg ble plassert i nyhetsoppdateringen til en person, uansett om det ble vist på skjermen eller ikke.
- **Nå:** teller antall personer som har fått et ubetalt innlegg vist på skjermen sin.
- **Merk: I snitt ser kun 10% av følgerne dine Facebook-posten din!**

Organisk innleggsrekkevidde



Oppsummert

- Godt og engasjerende innhold er essensielt.
- Facebook endrer hele tiden på sine algoritmer for at **din** og **min** brukeropplevelse skal bli så god som overhodet mulig
- **Brukerstyrt:** Der hvor tradisjonelle medier mest av alt tenker annonsøren, tenker Facebook først og fremst på brukeren.
- Konstant overvåke og analysere hva som fungerer eller ikke.



KALIBRERT

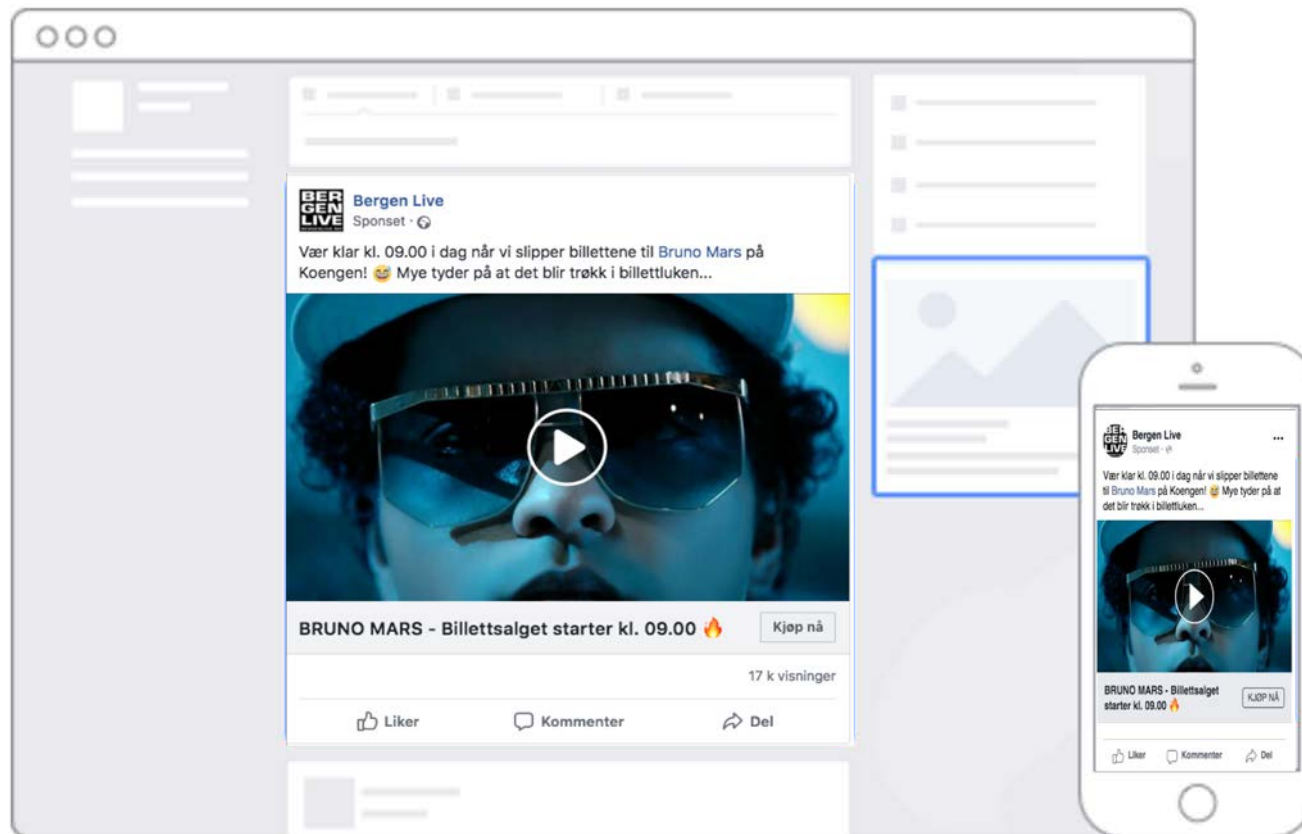


Annonse- formater

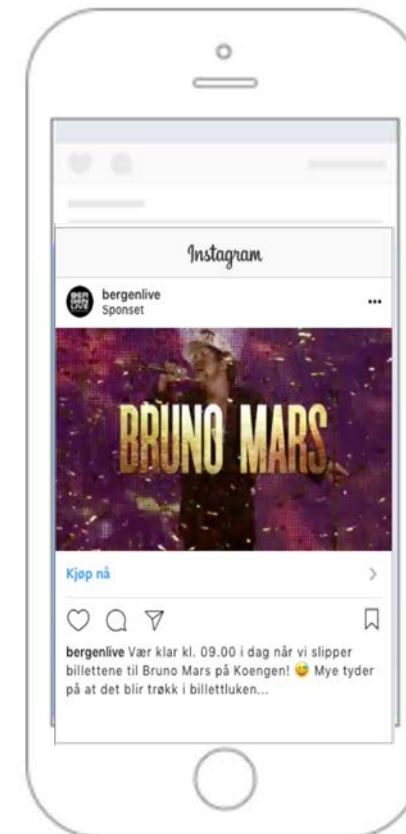


Plasseringer av annonser FB & Instagram

Facebook Desktop and Mobile



Instagram Mobile



KALIBRERT



Om plasseringer

- **Automatisk plassering:** Når du lager annonsene, har du mulighet til å la Facebook vise annonsene på stedene der de sannsynligvis kommer til å gi best resultater
- **Manuell plassering:** du kan manuelt velge hvor du vil vise annonsene.
- Stedene der du kjører annonsene dine, kalles «*plasseringer*».
- Avhengig av målsettingen du velger når du oppretter annonsene, kan annonsene vises på:
 - **Facebook**
 - **Instagram**
 - **Audience Network**
 - **Messenger**
 - WhatsApp???



De tilgjengelige plasseringene er:

Facebook (7 plasseringer)

- Nyhetsfeed
- Direkteartikler
- Instream-videoer
- Foreslåtte videoer
- Høyre kolonne
- Marketplace
- Stories

Instagram (2 plasseringer)

- Nyhetsfeed
- Stories

Audience Network (2 plasseringer)

- Integrerte, banner og mellomliggende instream-videoer
- belønningsvideoer

Messenger

- Innboks
- sponsede meldinger



Ulike annonseformater

Sponset arrangement

- Opprett arrangementet som normalt via din Facebook-side.
- Opprett en kampanje med ”objektiv” for påmeldinger til ditt arrangement.
- Nå kan du velge **målgrupper**, **budsjetter** og til slutt knytter du sammen kampanjen og arrangementet ditt.
- Husk at du må være administrator på siden for å kunne knytte sammen arrangementet med annonseringen.

Ulike annonseformater

Lik siden-annonser // Like Page-ads

- Dette formatet har svært begrenset med tekst, du får beskjed når du "ikke har plass til mer," sa samme tekstmengde som Røe Isaksen har her.
- Tips: Husk å ekskludere (ta bort) dem som allerede liker siden din når du kjører denne typen kampanjer.
- Du kan bruke alle Facebooks målrettingsmuligheter til dette annonseformatet. En spennende målgruppe er å bruke de som "ligner på de som allerede liker deg på Facebook."



KALIBRERT



Ulike annonseformater

Link-ad/lenkeannonse // klikkbar annonse

- Annonseformatet passer dersom du ønsker å sende **trafikken til nettstedet ditt**.
- Vi kan ha ulike **knapper**, for eksempel kjøp nå, mer informasjon eller lær mer.
- **Kan bruke video eller bilde**
- Vi anbefaler å fokusere på ett budskap av gangen. Det er bedre å splitte opp i to ulike annonser med klart fokus.
- OBS: Husk 20% tekst regelen.



Bildeannonser

- En bildeannonse gir dere et rent, enkelt format å bruke med inspirerende bilder og engasjerende tekst.
- Kan kjøres i *Instagram Stories* også.
- Hvis du skal promotere et nytt produkt eller en ny tjeneste, er en bildeannonse et godt valg for å vise produktet eller tjenesten



Videoannonse i nyhetsfeeden

- Fang folks oppmerksomhet med video på Facebook, Instagram og Audience Network.
- På mobilen foretrekker folk kortere videoannonser, og da snakker vi om 10 sekunder eller kortere.
- Korte videoer har en høyere fullføringsfrekvens, og du får derfor vist hele budskapet ditt.
- Vi anbefaler maks 10 sekunder.



Instream-videoannonser

- Spilles som en annonse i andre videoer
- Hold på folks oppmerksomhet med videoannonser som ikke kan hoppes over, og som kjøres midt i videoen.
- Disse reklamepausene er utformet slik at de er så lite distraherende som mulig



Stories

- På samme måte som med Instagram Stories kan du kjøre annonser som kjøres på Facebook Stories.
- Som standard vises et bilde i 6 sekunder, og en video i opptil 15 sekunder i Facebook Stories.
- Du kan ikke velge Facebook Stories som en frittstående plassering når du oppretter en annonse.
- Hvis du vil kjøre annonser i Facebook Stories, velger du **Instagram Stories** og/eller **Facebook-nyhetsoppdatering** som plassering under annonseopprettingen

▼ Facebook	—
Nyhetsoppdatering	☐
Direkteartikler	☐
Instream-videoer	☐
Høyre kolonne	
Foreslåtte videoer	
Marketplace	☐
Stories	☒
▼ Instagram	—
Oppdatering	☐
Stories	☒



Audience Network

- Nå folk utenfor Facebook.
- Bruk Audience Network til å levere videoannonser i apper og på nettsteder utenfor Facebook, hvor folk tilbringer mye tid.
- Kjør annonser før og under videoer for å nå ut til en større andel av publikummet ditt.

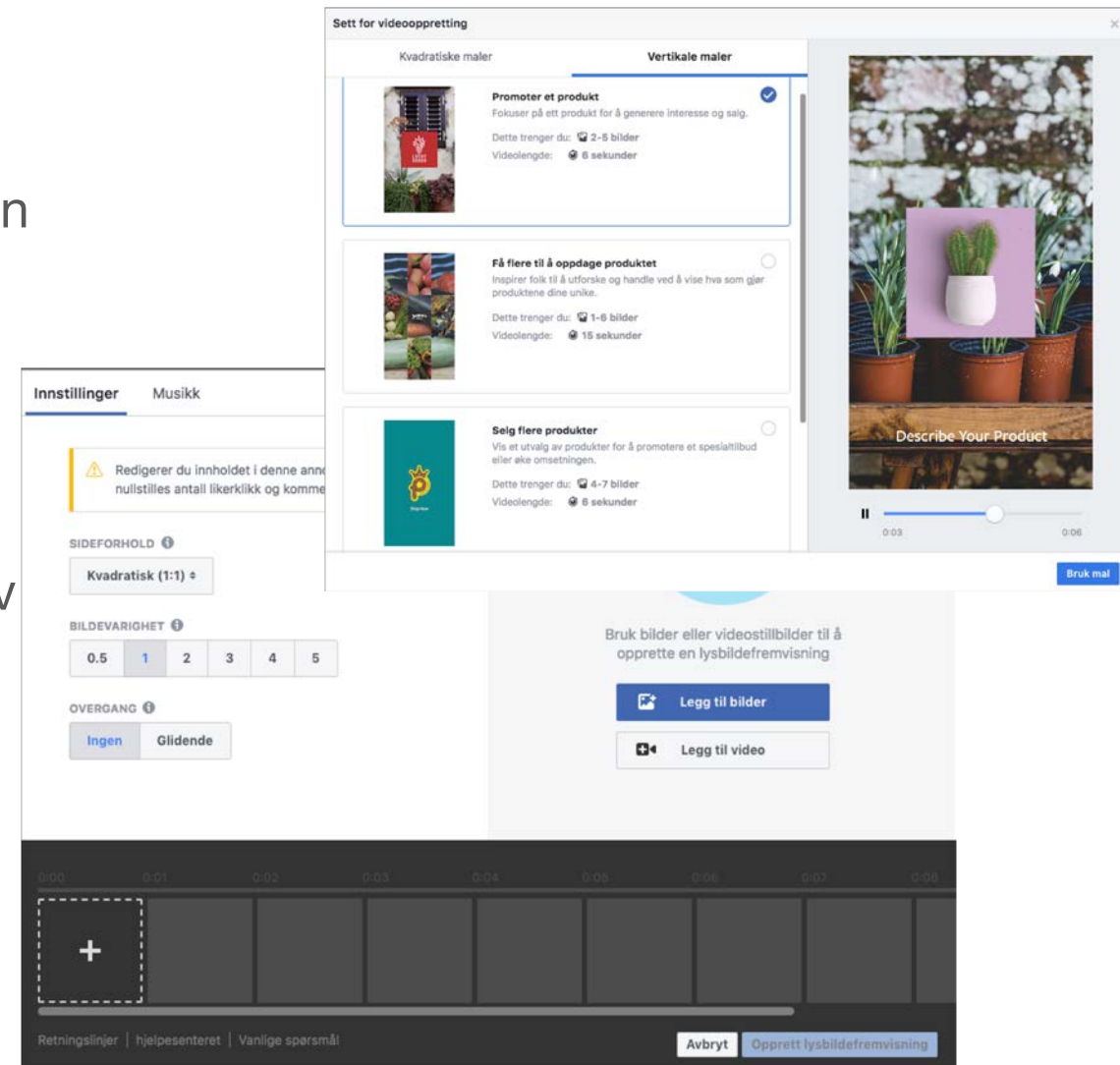


Karusellannonser

- Med karusellformatet kan du vise opptil 10 bilder eller videoer i én enkelt annonse.
- Hvert bilde og hver video kan ha sin egen lenke.
- Mer plass til å fortelle historien din eller vise produktene dine.
- Folk kan sveipe eller klikke gjennom karusellen for å se hele historien din.
- Bruk en serie bilder eller videoer for å illustrere en fengende historie

Lysbildeannonser

- Videolignende annonser som bruker bevegelse, lyd og tekst for å fortelle historien din.
- Lysbildeannonser spilles av og fanger oppmerksomheten på samme måte som videoer.
- Du kan til og med bruke bilder fra bildearkiv eller en eksisterende video til å opprette lysbildeannonser



KALIBRERT



Messenger

- Annonser på startskjermen i Messenger-appen.
- Du kan bruke det samme annonseinholdet for Messenger som du bruker for Facebook og Instagram.
- Når noen trykker på en annonse, blir de videresendt til målet du valgte under annonseopprettingen:
- *nettstedet ditt*
- *appen din*
- *samtale med bedriften din i Messenger.*

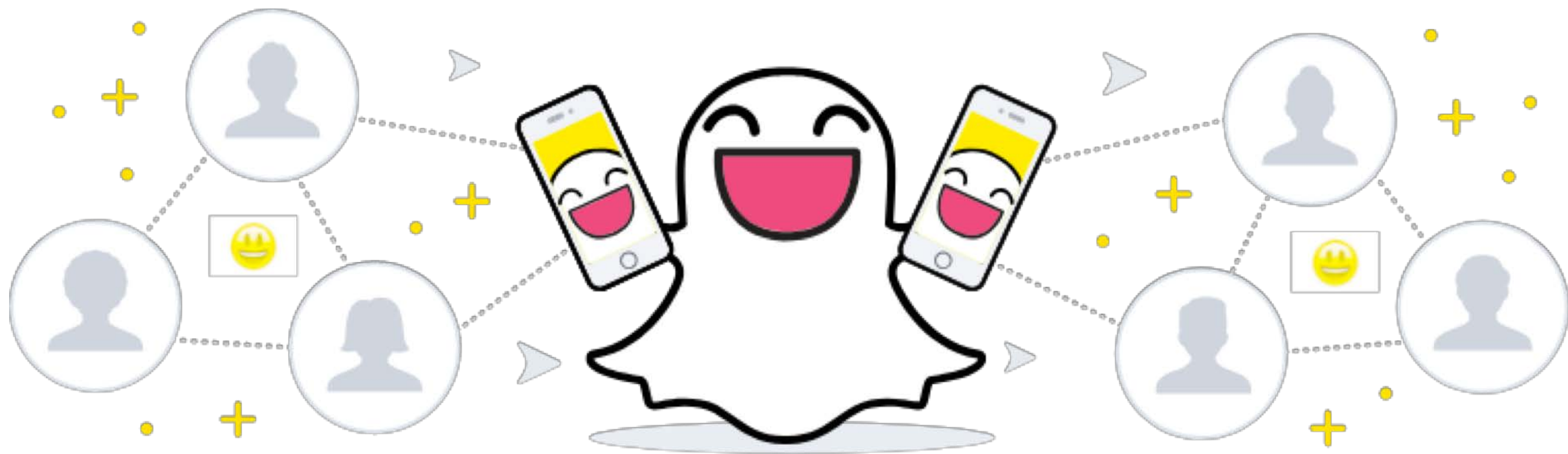


NY! Markedsplassen

- Facebook Markedsplassen er et enkelt og lettvtint verktøy for å selge i nærområdet ditt og få kontakt med flere kunder.
- Annonser på Markedsplassen vises når noen blar gjennom Markedsplassen i Facebook-appen på telefonen sin.
- Alle annonser vises også i nyhetsoppdateringen. Det for tiden ikke mulig å vise en annonse kun på Markedsplassen.
- Du kan bruke videoer, enkeltbilder eller karusellannonse.



Snapchat - annonsemuligheter



KALIBRERT



Snapchat dashboard

 Billing & Payments 

KALIBRERT AS 

KALIBRERT AS - ORGANIZATION ADMIN

CREATE	MANAGE	ASSETS	SETTINGS
 Create Ads Launch campaigns to drive your business goals.	 Manage Ads Measure performance and manage campaigns.	 Creative Library Design and manage creatives from Snap Ads to filters.	 Ad Accounts Manage account settings and memberships.
 Snap Publisher Create top snap videos from templates or scratch.	 Snap Pixel Track ad conversions and improve audience targeting.	 Audiences Create audiences from customer lists or by segment.	 Members Manage organization members and their roles.
 Help Center Guides and tutorials to help answer questions.	 Bulk Tools Create and manage campaigns using spreadsheets.		 Billing & Payments Manage payment methods for your organization.



KALIBRERT



Opprette annonser

Create Ads

How would you like to create today?



Quick & Easy

Create a single ad in less than 5 minutes. Add creative, define your audience and publish!

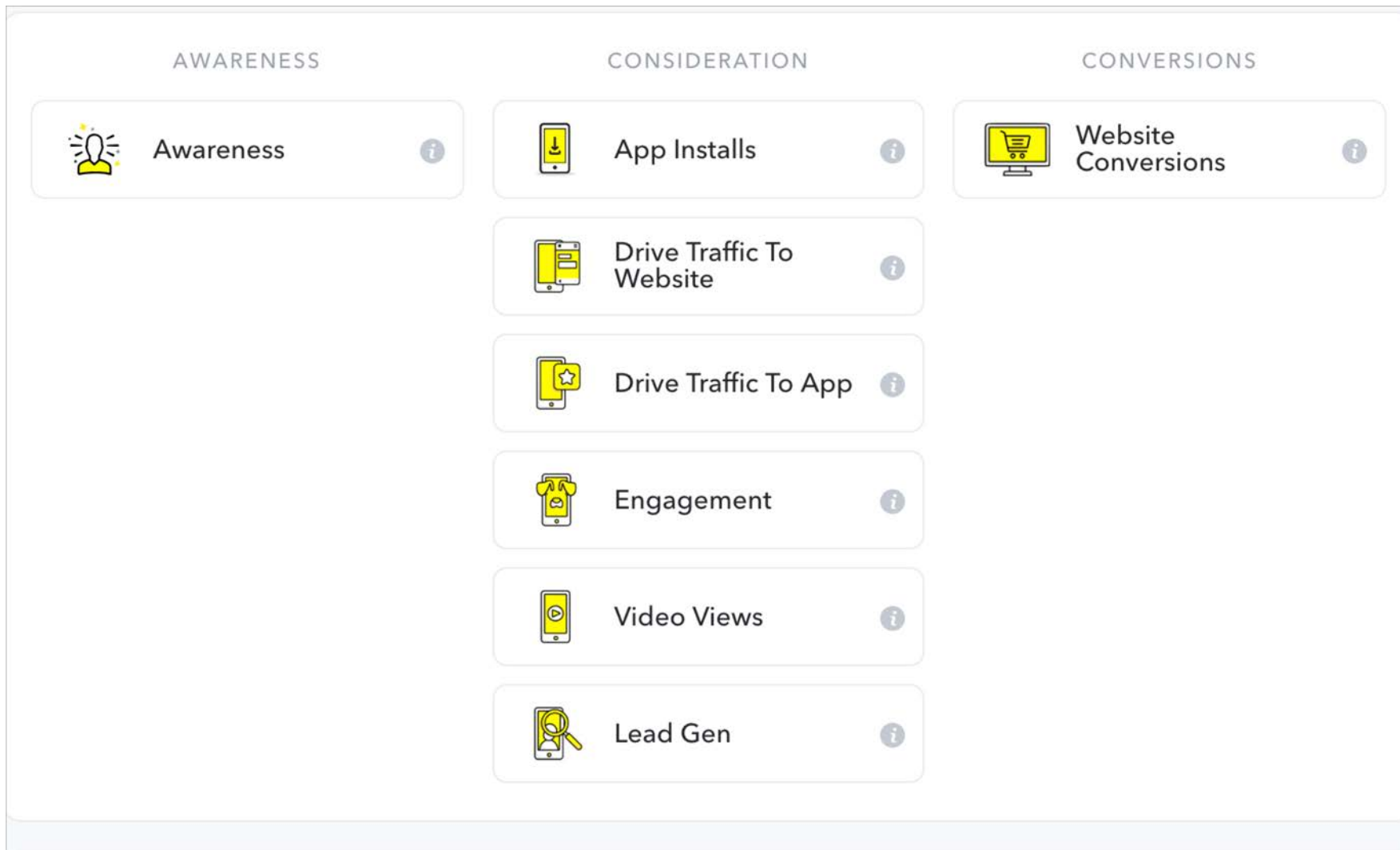


Advanced Create

Take full control over your ads. Create multiple ads sets with multiple ads for your campaign.

KALIBRERT

Målretttingsmuligheter



KALIBRETT



4 Plasseringer

- Publisher stories
- Our stories
- Shows
- User stories

TYPE

PLACEMENT ⓘ

☒ All Snapchat ⓘ

☐ Edit Placements

Narrow your focus. Removing placements may reduce reach.

☐ Run Everywhere, except... ⓘ

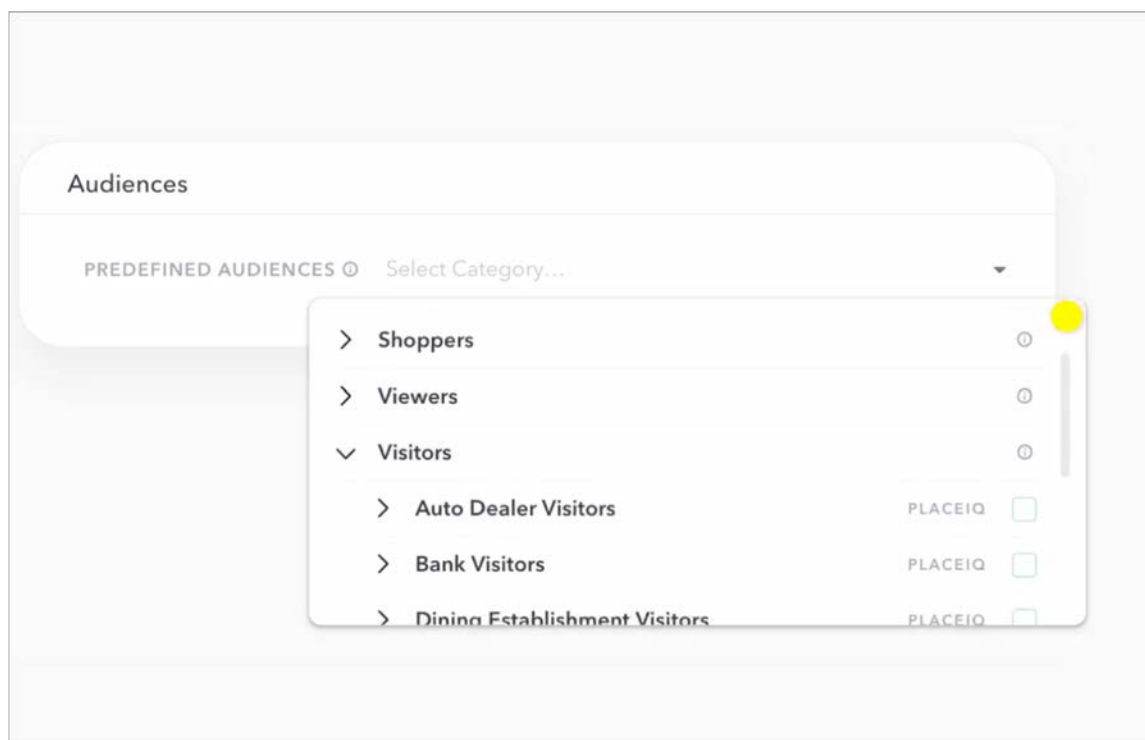
☐ Only Publisher Stories, Our Stories & Shows ⓘ

☒ Only User Stories ⓘ



Publikum

- Kan velge blant 300 pre-definerte målpublikum



KALIBRE RT



Målstyring – tips & triks





Hvilke målrettingsmuligheter har vi?

Steder

Land, fylke, by,
adresse,
postnummer.

Alder

Kjønn

Språk

Interesser og adferd

Annen demografi
som sivilstatus,
foreldre, etc.

Jobb og utdanning

Tilknytning

Følgere,
interessert i
arrangementer,
etc.

Engasjement/ engasjerte fans.

KALIBRERT

Enkel målretting. Kundedata, engasjement og speilpublikum blir gjennomgått i kurs 2*



Kombinasjon av målretting

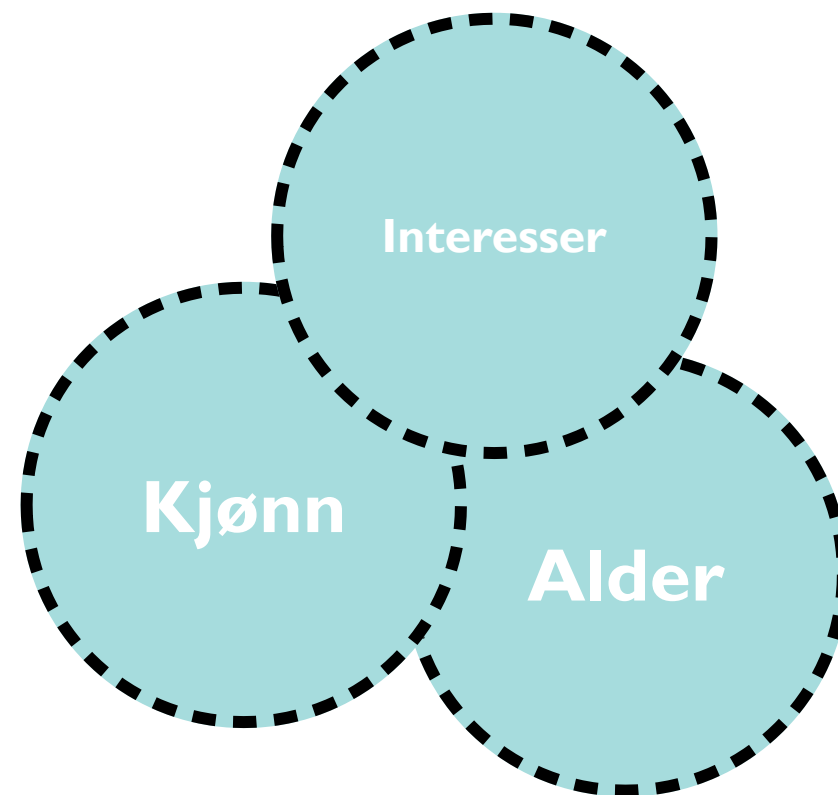
Vi får de beste resultatene ved å kombinere ulike kriterier.

Test for eksempel

Hva med å prøve ulike budskap eller variere bildebruken basert på alder? Kanskje den yngste målgruppen responderer bedre på andre bilder eller budskap?

Burde du vinkle budskapet ditt annerledes til familier, enn til par eller single?

*Det blir lettere å utforme kommunikasjonsplaner når du kjenner målrettingsmulighetene. **



KALIBRERT

Enkel målretting. Kundedata, engasjement og speilpublikum blir gjennomgått i kurs 2*

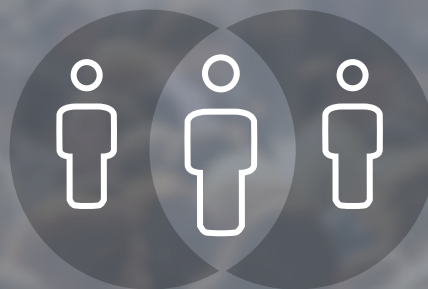


Facebook målretting!



Kjernemålgruppe

Fans av siden
Venners venner
Demografi
Interesser
Atferd



Custom Audiences

E-postlister
Telefonnummer
Remarketing



Lookalike

Finn personer som ligner på e-postlistene eller ligner personer som liker siden din.



Annonsering i Business Manager



Business Manager - Avansert annonsering



KALIBRERT



Kampanjestruktur for annonser

Består av tre elementer:

1. **Kampanje:** En kampanje inneholder én eller flere annonsesett og annonser. Du velger én annonseringsmålsetting for hver av kampanjene dine.
2. **Annonsesett:** Annonsesett inneholder én eller flere annonser. Du definerer målretting, budsjett, tidsplan, budgivning og plassering på annonsesettnivået.
3. **Annonse:** Innholdet utgjør selve annonsen.

Hva består en kampanje av?

Kampanjenivå

Her velger du målsetning for kampanjen.

Er dette en videokampanje, klikk til nettsted eller en rekrutteringskampanje? Fungerer omtrent som en mappestruktur, hvor kampanjenivå er en egen overordnet mappe.

Annonsesettene

Fungerer som et kontrollpanel. Du kan ha flere annonsesett i én kampanje.

Her styrer du

- Målretting/målgruppe
- Start og sluttdato for annonsering
- Plassering av annonsene
- Budsjett for annonsesettet

1

2

3

4

Annonsenivå Her lager du den visuelle annonsen. Legger inn tekst, lenker, sporing og bilder.

På annonsenivå kan du sette opp flere annonser som konkurrerer om budsjettet i annonsesettet. Vi kaller dette en A/B-test



KALIBRETT

Eksempel på en enkel kampanje

Klikk til nettsted
2017-12-stillingsutlysning

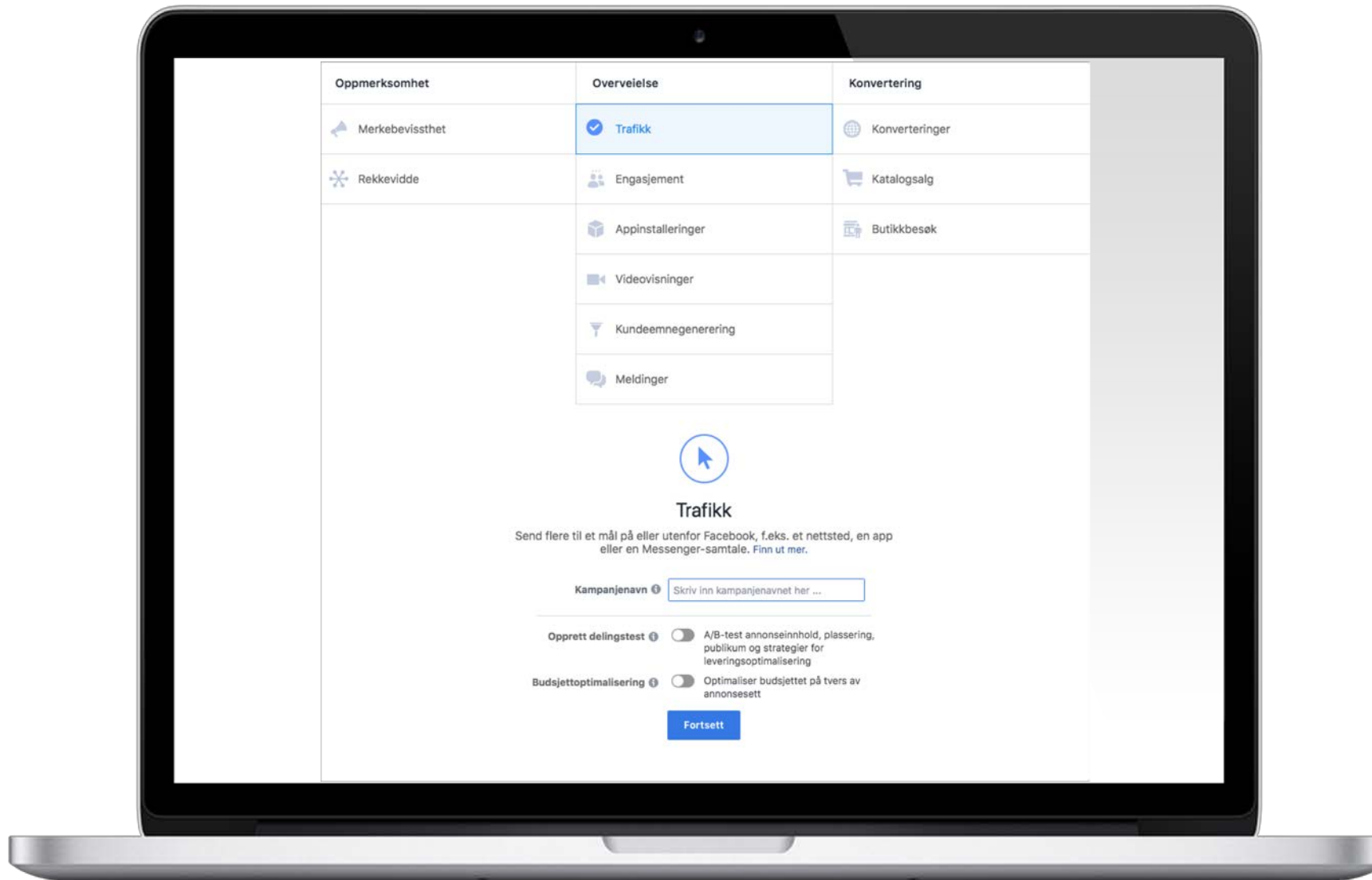


Annonsestett
Vi målrettet mot utdanning, alder og geografi
2017-12-stillingsutlysninger-utdanning



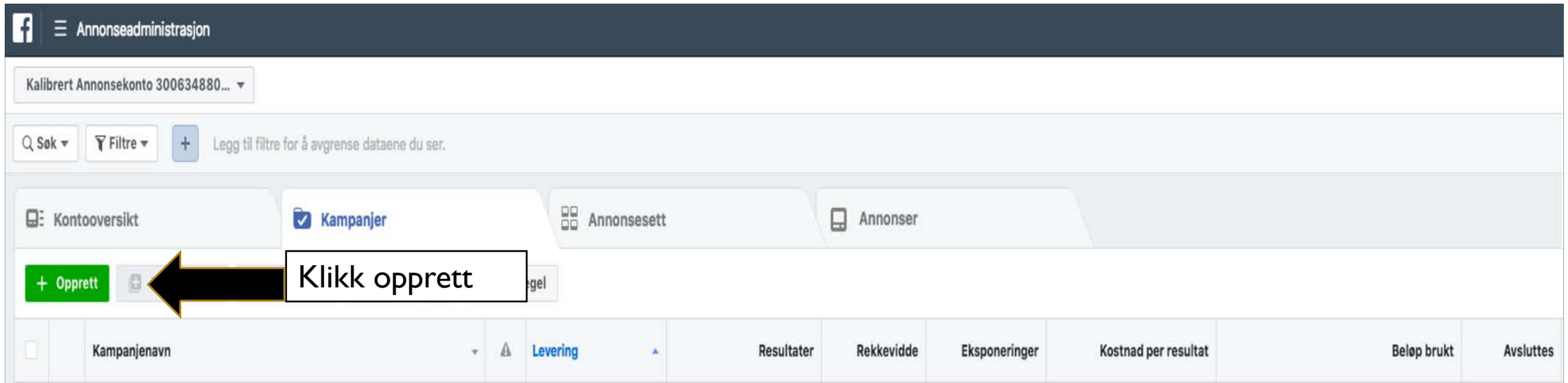
KALIBRERT

Nå skal vi opprett én kampanje



KALIBRERT

Steg 1: Opprett kampanjen din



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a dark blue header with the Facebook logo and the text 'Annonseadministrasjon'. Below this, a dropdown menu shows 'Kalibrert Annonsekonto 300634880...'. A search bar with 'Søk' and a filter button 'Filtre' are visible. A blue button with a plus sign and the text 'Legg til filtre for å avgrense dataene du ser.' is also present. The main area has four tabs: 'Kontooversikt', 'Kampanjer' (selected), 'Annonsesett', and 'Annonser'. Below the tabs, there's a green button with a plus sign and the text '+ Opprett'. A yellow arrow points to this button, and a text box with the text 'Klikk opprett' is next to it. Below the button, there's a table with columns: 'Kampanjenavn', 'Levering', 'Resultater', 'Rekkevidde', 'Eksponeringer', 'Kostnad per resultat', 'Beløp brukt', and 'Avsluttes'.

Første skritt for å lage en annonse når du oppretter med veiledning, er å opprette en kampanje.

KALIBRERT

To valg:

Hurtigoppretting

Bytt til veiledet oppretting

Opprett ny kampanje

Kampanjenavn

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs

Kjøpstype

Auksjon

Kampanjens målsetting

Rekkevidde

Delingstest

Budsjettoptimalisering

Opprett nytt annonsesett

Annonsesett navn

Oppgi et navn på annonsesettet

Kalibrert

Opprett ny annonse

Annonsenavn

Skriv inn et annonsenavn

Oppretter 1 kampanje, 1 annonsesett og 1 annonse

Avbryt

Lagre som utkast

Hurtigoppretting vs. veiledet oppretting

Her får man mer info om målsettinger

Kampanje: Velg målsetting.

Bytt til Hurtigoppretting

Hva er markedsføringsmålsettingen din?

Hjelp: velg en målsetting

Oppmerksomhet	Overveielse	Konvertering
Merkebevissthet	☒ Trafikk	Konverteringer
Rekkevidde	Engasjement	Katalogsalg
	Appinstalleringer	Butikkbesøk
	Videovisninger	
	Kundeemnegenerering	
	Meldinger	

Trafikk

Send flere til et mål på eller utenfor Facebook, f.eks. et nettsted, en app eller en Messenger-samtale. Finn ut mer.

Kampanjenavn

Trafikk

Opprett delingstest

A/B-test annonseinhold, plassering, publikum og strategier for leveringsoptimalisering

Budsjettoptimalisering

Optimaliser budsjettet på tvers av annonsesett

Fortsett

Kampanjens forbruksgrense

Angi en grense (valgfritt)

KALIBRERT

Steg 2: Opprett og gi navn til kampanjen

Gi navn til kampanjen

Hurtigoppretting Bytt til veiledet oppretting

Opprett ny kampanje ▼

Kampanjenavn

Kjøpstype Auksjon ⓘ ▼

Kampanjens målsetting 🌟 Rekkevidde ▼

Delingstest ⓘ ☐

Budsjettoptimalisering ⓘ ☐

Opprett nytt annonsesett ▼

Annonsesett navn

 Kalibrert ▼

Opprett ny annonse ▼

Annonse navn

Oppretter 1 kampanje, 1 annonsesett og 1 annonse

Avbryt Lagre som utkast

KALIBRERT

Steg 3: Velg kampanjetype - målsetting

Velg målstyring



Hurtigoppretting Bytt til veiledet oppretting

Opprett ny kampanje ▼

Kampanjenavn

Kjøpstype **Auksjon** ⓘ ▼

Kampanjens målsetting **Rekkevidde** ▼

- Oppmerksomhet
 - Merkebevissthet
 - ✓ **Rekkevidde**
- Overveielse
 - Trafikk
 - Appinstalleringer
 - Videovisninger
 - Kundeemnegenerering
 - Innleggsengasjement
 - Likerklikk på side
 - Arrangementssvar
 - Meldinger
- Konvertering
 - Konverteringer
 - Katalogsalg
 - Butikkbesøk

Delingstest ⓘ

Budsjettoptimalisering ⓘ

Opprett nytt annonsesett ▼

Annonsesett navn

Opprett ny annonse ▼

Annonsenavn

Oppretter 1 kampanje, 1 annonsesett og 1 annonse

Avbryt **Lagre som utkast**

KALIBRERT



Legg inn kampangebudsjett

To valg:

- ✓ Dagsbudsjett
- ✓ Totalbudsjett

**Vi anbefaler
totalbudsjett**



Hurtigoppretting

Bytt til veiledet oppretting

Opprett ny kampanje

Kampanjenavn

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs

Kjøpstype

Auksjon

Kampanjens målsetting

Rekkevidde

Delingstest

Budsjettoptimalisering

Kampangebudsjett

Totalt budsjett

kr 5 000,00

Opprett nytt annonsesett

Annonsesett navn

Oppgi et navn på annonsesettet

Kalibrert

Opprett ny annonse

Annonsenavn

Skriv inn et annonsenavn

Oppretter 1 kampanje, 1 annonsesett og 1 annonse

Avbryt

Lagre som utkast

KALIBRETT

Valgfri forbruksgrense på kampanjenivå



2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > 1 Annonse sett > 1 Annonse

Utkast ☒ Gå gjennom

Kampanjenavn 2018 - Uke 39 - Facebook-kurs

Avanserte alternativer

Kampanjeopplysninger

Målsetting ☒ Rekkevidde

Kjøpstype Auksjon

Kampanjens forbruksgrense

kr 5 000,00 NC kr 0,00 av grensen på kr 5 000,00 er brukt

Den nye grensen må være på minst kr 1 000,00

[Fjern grense](#)

Når du har lagret endringene dine, tar det 15 minutter før de trer i kraft.

Budsjettoptimalisering

☐ AV

Optimalisering av kampanjebudsjettet fordeler budsjettet på alle annonsesettene for å få flere resultater basert på alternativene du har valgt for leveringsoptimalisering og budstrategi. Du kan bestemme forbruket for hver annonsesett. [Finn ut mer.](#)

Lukk ✓ Lagret som utkast Forkast utkast **Publiser**

KALIBRERT

Steg 4: Gi navn til annonsesett & annonse

Hurtigoppretting [Bytt til veiledet oppretting](#) ✕

Opprett ny kampanje ▼

Kampanjenavn 2018 - Uke 39 - Facebook-kurs

Kjøpstype **Auksjon** ⓘ ▼

Kampanjens målsetting **Rekkevidde** ▼

Delingstest ⓘ ☐

Budsjettoptimalisering ⓘ ☒

Kampanjebudsjett ⓘ **Totalt budsjett** ▼ kr 5 000,00

Opprett nytt annonsesett ▼

Annonsesett navn #1 Fans

Kalibrert ▼

Opprett ny annonse ▼

Annonsenavn #1 Fans

Oppretter 1 kampanje, 1 annonsesett og 1 annonse

[Avbryt](#) [Lagre som utkast](#)

Lagre som utkast

KALIBRERT



Får opp dette bildet

2018 > 1 Annonse sett > 1 Annonse

Kampanjenavn: 2018

Avanserte alternativer

Kampanje-ID: 6117870490445

1 Annonse sett
Målretting, plassering, budsjett og tidsplan

1 Annonse
Bilder, videoer, tekst og lenker

Vil du publisere utkastelementer?

Endringene dine i **2018 - Uke 39 - Facebook-kurs** har automatisk blitt lagret som utkast, men de kjører ikke ennå. Klikk på "Publiser utkastelementer" for å ta i bruk endringene og begynne å kjøre annonsene dine.

☐ Ikke vis dette igjen

Lukk

Publiser utkastelementer

1280

Per lenkeklikk

Per lenkeklikk

Per lenkeklikk

Per lenkeklikk

Per kundeemne (skjema)

Per kundeemne (skjema)

Per lenkeklikk

Per lenkeklikk

Per lenkeklikk

61 781 Personer

183 782 Totalt

Lukk

Forkast utkast

Publiser

KALIBRERT



KALIBRERT

Steg 7: Tilpass annonsesettet

Kalibrert Annonsekonto 300634...

Vi fjerner noen målinger som er overflødige eller utdaterte, fra juli 2018. Learn more.

Søk Filtre Legg til filtre for å avgrense dataene du ser.

+ Opprett Dupliser Rediger Regler

✓	Annonsestetnavn	Levering	Budstrategi	Budsjett	Siste betydelige redigering	Resultater	Rekkevidde	Eksponeringer	Kostnad per resultat	Beløp br
✓	#1 Fans	Leveres ikke Kampanjen er av	Lavest kostnad Daglig unik rekke...	kr 2 800,00 Totalt	---	Rekkevidde	---	---	Per 1000 pers...	kr 0,00 av kr 2 800
						Personer	Totalt	---	---	kr 0

Resultater fra 1 annonsesett

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > 1 Annonse

Leveres ikke
Kampanjen er av

Gå gjennom

Annonsestetnavn #1 Fans

Avanserte alternativer

Side

Facebook-side

Dynamisk annonselinhold

Budsjett og tidsplan

Totalt budsjett kr 2 800,00

Beregnet rekkevidde per dag

Daglig rekkevidde

Budsjett per dag

Startdato 24. september 2018 08:57

Sluttdato 24.10.2018 08:24

Annonseplanlegging

Lukk

Annonsestet-ID: 6117863557645

1 Kampanje

1 Annonse

Regler

Publikumsdefinisjon

Beregnete resultater per dag

Rekkevidde

Estimatenes nøyaktighet er basert på faktorer som tidligere kampanjedata, budsjettet du har oppgitt, og markedsdata. Tallene er ment å gi deg en idé om budsjettets resultater, men de er bare estimater og gir ingen garanti for resultatene.

Var disse estimatene nyttige?

Forcast utkast

Publisér

KALIBRERT

Steg 8: Tilpass budsjett, målgruppe & plasseringer

På annonsesettnivå endrer vi blant annet start og sluttdato for annonsesettet.

Informasjon om målgruppen, alder, kjønn (all målretting)

Plasseringer:

- Facebook
- Instagram
- Audience Network
- Messenger



2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > 1 Annonse

Utkast ☒ Gå gjennom

Publikum

NYTT PUBLIKUM

Egendefinerte publikum

Ekskluder | Opprett nytt

Steder

Norge

☒ Hordaland

Inkluder | Skriv inn for å legge til flere steder | Bla gjennom

Stedet til publikummet ditt har blitt endret fra Norge til Hordaland. Angre endring



Legg til flere steder samtidig

Alder -

Kjønn

Språk

Publikumsdefinisjon

Soesifikt ☐ Bredt ☒

Publikummet du har valgt, er ganske bredt.

Potensiell rekkevidde: 110 000 personer

Beregnete resultater per dag

Rekkevidde

Resultatene dine vil kunne variere fra anslagene. Vi har begrenset med data for å kunne beregne dette, så anslag kan være mindre nøyaktige.

Estimatenes nøyaktighet er basert på faktorer som tidligere kampanjedata, budsjettet du har oppgitt, og markedsdata. Tallene er ment å gi deg en idé om budsjettets resultater, men de er bare estimater og gir ingen garanti for resultatene.

Var disse estimatene nyttige?

Detaljert målretting

INKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende

Atferd > Digitale aktiviteter

Brukere av Facebook-betalinger (30 dager)

Atferd > Digitale aktiviteter > Facebook page admins

Administratører for Facebook-sider

Legg til demografi, interesser eller atferd | Forslag | Bla gjennom

Ekskluder personer eller Begrens publikummet

KALIBRERT



Legg inn Start og sluttdato

- **NB! Vi pleier å sette inn budsjettet helt til slutt.** Da vet vi hvor mange vi potensielt kan nå på Facebook.
- Klikker du på "kjør annonser etter tidsplan" kan du velge å vise annonsene på spesifikke tidspunkt i annonseperioden. For eksempel vise annonsene hver dag etter klokken 17.00

Budsjett og tidsplan

Budsjett

Totalt budsjett ↕

kr 5 000,00

kr 5 000,00 NOK

Startdato

📅

23.4.2018

🕒

15:04

Oslo-tid

Sluttdato

📅

27.4.2018

🕒

15:04

Oslo-tid

Annonseplanlegging ⓘ

☒ Kjør annonser hele tiden

☐ Kjør annonser etter en tidsplan



Demografi, utdanning og interesser

- Ved å klikke på bla igjennom får vi opp mange spennende målrettingsmuligheter.

27.4.2018 10:04
Oslo-tid

Annonseplanlegging ☒ Kjør annonser hele tiden
☐ Kjør annonser etter en tidsplan

Publikum

NYTT PUBLIKUM ▾

Egendefinerte publikum Legg til egendefinerte publikum eller speilpublikum

Ekskluder | Opprett nytt ▾

Steder Alle på dette stedet ▾

Norge

Bergen, Hordaland ▾

Inkluder ▾ | Skriv inn for å legge til flere steder

Bla gjennom

Stedet til publikummet ditt har blitt endret fra Norge

Publikumsdefinisjon

Soesifikt Bredt

Publikummet ditt er for begrenset til at annonsene dine blir vist. Prøv å gjøre det større.

Potensiell rekkevidde: Færre enn 1 000 personer

Beregnete resultater per dag

Rekkevidde
470 – 830

Lenkeklikk
38 – 240

Resultatene dine vil kunne variere fra anslagene
Vi har begrenset med data for å kunne beregne dette, så anslag kan være mindre nøyaktige.

KALIBRERT

Finn publikummet ditt

Her kan vi kombinere flere målrettingsmuligheter:

- Geografi
- Alder
- Kjønn

Språk: La dette stå tomt med mindre publikummet du målretter mot, bruker et annet språk enn det som er vanlig på stedet du har valgt ovenfor.

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > 1 Annonse

Utkast ☒ Gå gjennom

Publikum

NYTT PUBLIKUM ▼

Egendefinerte publikum

[Ekskluder](#) | [Opprett nytt ▼](#)

Steder [i](#) [Alle på dette stedet ▼](#)

Norge

[Hordaland](#)

[Inkluder ▼](#) | [Skriv inn for å legge til flere steder](#) [Bla gjennom](#)

[i](#) Stedet til publikummet ditt har blitt endret fra Norge til Hordaland. [Angre endring](#)



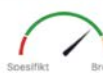
Legg til flere steder samtidig

Alder [i](#) [18 ▼](#) - [65+ ▼](#)

Kjønn [i](#) [Alle](#) [Menn](#) [Kvinner](#)

Språk [i](#)

Publikumsdefinisjon

 Publikummet du har valgt, er ganske bredt.

Potensiell rekkevidde: 110 000 personer [i](#)

Beregnete resultater per dag

Rekkevidde
2 300 – 4 500 [i](#)

⚠ Resultatene dine vil kunne variere fra anslagene
Vi har begrenset med data for å kunne beregne dette, så anslag kan være mindre nøyaktige.

Estimatenes nøyaktighet er basert på faktorer som tidligere kampanjedata, budsjettet du har oppgitt, og markedsdata. Tallene er ment å gi deg en idé om budsjettets resultater, men de er bare estimater og gir ingen garanti for resultatene.

[Var disse estimatene nyttige?](#)

Detaljert målretting

INKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende [i](#)

[i](#)

Atferd > Digitale aktiviteter

Brukere av Facebook-betalinger (30 dager)

Atferd > Digitale aktiviteter > Facebook page admins

Administratører for Facebook-sider

[Legg til demografi, interesser eller atferd](#) [Forslag](#) [Bla gjennom](#)

KALIBRERT



Tilpass målgruppen din

Følg med i høyre hjørnet på den logiske "opptellingen" av publikum.

Når folk inkluderes blir målgruppen større. Når vi ekskluderer blir sannsynligvis målgruppen mindre. Når man har begynt å inkludere, man man også begrense publikum:

(Inkluderer sier du ELLER)

(Begrenser sier du OG)

På ekskluder sier du "men IKKE")

Detaljert målretting INKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende ⓘ

Atferd > Digitale aktiviteter

Administratorer for Facebook-sider

Interesser > Forretningsvirksomhet og industri > På Internett

Digital markedsføring

Legg til demografi, interesser eller atferd Forslag Bla gjennom

Begrens publikummet

EKSKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende ⓘ ×

Interesser > Flere interesser

AdWords

Legg til demografi, interesser eller atferd Bla gjennom

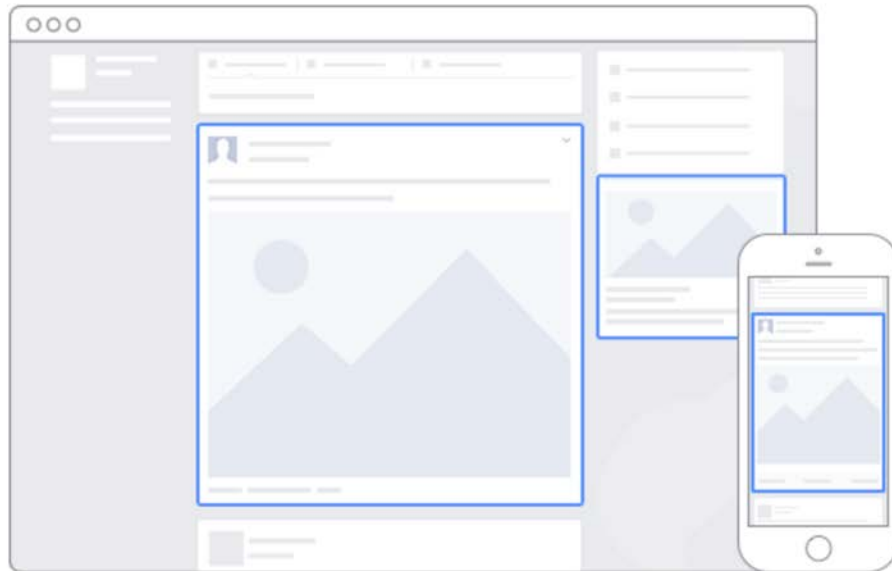
Du kan ekskludere folk for å gjøre det tiltenkte publikummet mer avgrenset. Når du velger å bruke ekskluderinger, må du huske at våre retningslinjer for annonsering forbyr ulovlig diskriminering. [Finn ut mer.](#)

KALIBRERT

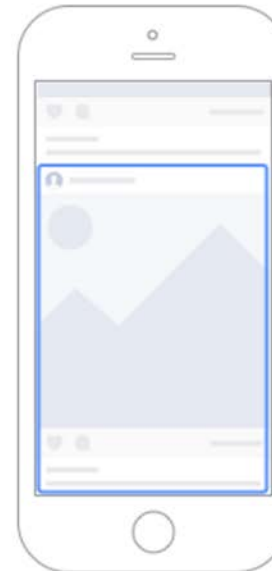
Velg hvor annonsene skal vises

- Vi anbefaler å redigere plasseringene.
- Du betaler annonsekroner per plassering!

Facebook Desktop and Mobile



Instagram Mobile



Plassering

☐ Automatiske plasseringer (anbefales)

Bruk automatiske plasseringer for å maksimere budsjettet og vise annonsene dine til flere. Facebooks leveringssystem fordeler annonsesettets budsjett på flere plasseringer basert på hvor de sannsynligvis kommer til å oppnå best resultater. [Finn ut mer.](#)

☒ Rediger plasseringer

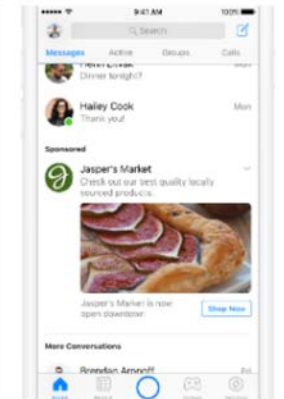
Hvis du fjerner plasseringer, kan dette redusere antallet folk du når, og det kan gjøre det mindre sannsynlig at du når målene dine. [Finn ut mer.](#)

Enheter

Alle enheter (anbefales) ▼

Plattformer

Facebook	
Nyhetsoppdatering	☒
Direkteartikler	☐
Instream-videoer	☐
Høyre kolonne	
Foreslåtte videoer	
Marketplace	
Stories	☒
Instagram	☒
Oppdatering	☒
Stories	
Audience Network	☐
Native, Banner and Interstitial	☐
Instream-videoer	☐
Belønningsvideoer	
Messenger	☐
Innboks	☐
Sponsede meldinger	



Messenger

Vis mediekav

KALIBRERT



Til slutt: Estimering av budsjetter

Målgruppestørrelse X frekvens x CPM / 1000

Eksempel:

Vi har en målgruppe på 3300 personer i Fana bydel.
Vi forventer å betale ca. 110kr per tusende visning (CPM)
med en frekvens på 1,5.

Utgangspunkt:

→ $3300 \times 1,5 \times 110 / 1000 = \text{ca } 545 \text{ kr}$ i optimalt budsjett.
→ Du regner budsjett **per annonsesett**

→ Du velger selv hvor mye du ønsker å bruke per annonsesett! Denne formelen er kun for å gi et inntrykk av hva det koster å nå den ønskede målgruppen. Bruker du mer enn formelen tilsier kan du risikere å få for høy frekvens – dette fraråder vi.



KALIBRERT



Legg inn budsjett

Budsjett og tidsplan

Totalt budsjett

kr 5 000,00 NOK

Det kan finnes en mulighet til å øke budsjettet ditt og få flere resultater.

[Vis graf med anslått rekkevidde og resultater ▼](#)

Startdato

24. september 2018 08:57
Oslo-tid

Sluttdato

Oslo-tid

Annonseplanlegging ⓘ

☒ **Kjør annonser hele tiden**

☐ **Kjør annonser etter en tidsplan**

Steg 9: Bli kjent med annonsen!

Facebook Ad Manager interface showing the "Annonseadministrasjon" (Ad Administration) section. The interface includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and a user profile dropdown. Below the navigation bar, there's a section for "Kalibrert Annonsekonto 300634..." with a date range filter set to "Totalt: 15. juli 2016 til 24. september 2018".

The main content area displays a list of ad sets under the "Annonseadministrasjon" tab. A specific ad set is highlighted with a box, showing details for "Annonser for 1 Annonsesett".

Adsettnavn	Budstrategi	Budsjett	Siste betydelige redigering	Resultater	Rekkevidde	Eksponeringer	Kostnad per resultat	Beløp brukt	Avsluttes	Relevansp	Frekvens	Unike lenkeklikk	Visninger av landingsside	Lenkeklikk	Kostnad per visning av landingsside
#1 Fans	Lavest kostnad	kr 5 000,00	—	Rekkevidde	—	—	Per 1000 pers...	kr 0,00	28. september 2018	—	—	—	—	—	—
Resultater fra 1 annonse															
Totalt															

KALIBRERT

Steg 10: Lag annonsen

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > #1 Fans Utkast Gå gjennom

Annonsenavn

#1 Fans

Avanserte alternativer

Identitet

Facebook-side
Bedriften din representeres i annonser av Facebook-siden sin eller en Instagram-konto.

 Kalibrert Endre

Instagram-konto
Velg en Instagram-konto til å representere bedriften din i Instagram-annonseren din. Administrer Instagram-kontoene dine i Business Manager.

 kalibrert

Opprett annonse

☒ Annonse med bilde eller video

☐ Annonse med flere bilder i en karusell (anbefalt)
Vis flere bilder til samme pris. Finn ut mer.

Nyhet! Gjør bilder om til videoer

Nå kan du opprette en annonse med En video-formatet selv om du ikke har en video. Velg en mal i settet for videooppretting for å komme i gang.
[Bruk maler](#)

☒ Bilde ☐ Video/lysbildefremvisning

Bilde

Velg bilder

BILDESPESIFIKASJONER

- Anbefalt bildestørrelse: 1200 x 628 piksler
- Anbefalt sideforhold for bilde: 1,91:1
- Maksimer leveringen av annonsen ved å bruke et bilde som har lite eller ingen tekst. Finn ut mer.

Hvis du lurer på noe eller vil ha mer informasjon, kan du se retningslinjer for annonser på Facebook.

Tekst

Annonse-ID: 6117863557845

1 Kampanje

Målsetninger og forbruksgrenser

1 Annonsesett

Målretting, plassering, budsjett og tidsplan

Forhåndsvisning av annonse

1 av 1 annonse

Nyhetsoppdatering på mobil

1 av 4

Annonsevarianter

Se flere varianter

Velg medier for annonsen din.

Lukk

✓ Lagret som utkast

Forkast utkast

Publiser

KALIBRERT

Last opp bilde og lag overskrift

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > #1 Fans Utkast Gå gjennom

Vi krever at annonser der Facebook- eller Instagram-merket brukes, følger spesifikke retningslinjer for merkevarer, fordi alle Facebook- og Instagram-funksjoner og -ikoner er merkevareressurser beskyttet av lovverket.

Annonse-ID: 6117863557845
1 Kampanje
Målsettinger og forbruksgrenser
1 Annonsesett
Måletting, plassering, budsjett og tidsplan

Annonse navn
#1 Fans
Avanserte alternativer

Identitet
Facebook-side
Bedriften din representeres i annonser av Facebook-siden sin eller en Instagram-konto.
Kalibrert Endre
Instagram-konto
Velg en Instagram-konto til å representere bedriften din i Instagram-annonser din. Administrer Instagram-kontoene dine i Business Manager.
kalibrert

Opprett annonse Bruk eksisterende innlegg

☒ Annonse med bilde eller video
☐ Annonse med flere bilder eller videoer i en karusell (anbefalt)
Vis flere bilder eller videoer til samme pris. Finn ut mer.

Hurtigopplevelse
Inkluder en landingsside for mobil som åpnes umiddelbart når noen samhandler med annonsen din, og spor aktiviteten med en Facebook-piksel. Begynn med en mal, eller opprett et egendefinert oppsett. Finn ut mer.
☐ Legg til en hurtigopplevelse

☒ Bilde ☐ Video/fysbildefremvisning

 untitled
1000 x 658
Beskjær bilde Bytt bilde

Tilpass til Instagram. Finn ut mer.
☐ Bruk et annet bilde for Instagram

Tekst
Lukk ☒ Lagret som utkast

Forhåndsvisning av annonse 1 av 1 annonse
Nyhetsoppdatering på datamaskin 2 av 4

Kalibrert
Sponset
Er du vant med å sponse poster, men har ikke brukt Facebooks Business Manager i utstrakt grad? Da er dette kurset for deg.


KALIBRERT.NO
Profesjonell Facebook-annonsering
Bli med på kurs 25/9-2018
Finn ut mer
Liker Kommenter Del

Vannmerket vises ikke på det endelige annonsebildet.
Oppdater forhåndsvisning • Rapporter et problem med denne forhåndsvisningen

Forkast utkast **Publiser**

Her kan man se
forhåndsvisning

KALIBRERT

Last opp bilde og lag overskrift

Her ligger du inn
tekst, overskrift
og velger
handlingsknapp
(CTA)



2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > #1 Fans

Utkast ☒ Gå gjennom

Bedriften din representeres i annonser av Facebook-siden sin eller en Instagram-konto.

Kalibrert Endre

Instagram-konto

Velg en Instagram-konto til å representere bedriften din i Instagram-annonseren din. Administrer Instagram-kontoene dine i [Business Manager](#).

Kalibrert

Opprett annonse Bruk eksisterende innlegg

☒ Annonse med bilde eller video

☐ Annonse med flere bilder eller videoer i en karusell (anbefalt)

Vis flere bilder eller videoer til samme pris. Finn ut mer.

Hurtigopplevelse

Inkluder en landingside for mobil som åpnes umiddelbart når noen samhandler med annonsen din, og spor aktiviteten med en Facebook-piksel. Begynn med en mal, eller opprett et egendefinert oppsett. Finn ut mer.

☐ Legg til en hurtigopplevelse

☒ Bilde ☐ Video/lysbildefremvisning

untitled 1000 x 658

Beskjær bilde Bytt bilde

Tilpass til Instagram. Finn ut mer.

shutterstock_231376480.jpg 2048 x 1430

Beskjær bilde Bytt bilde

Tekst

Er du vant med å sponse poster, men har ikke brukt Facebooks Business Manager i utstrakt grad? Da er dette kurset for deg.

☒ Legg til en nettsedsadresse

URL-adresse til nettsted Forhåndsvis URL-adressen

www.kalibrert.no

Opprett en URL-parameter

Lukk ☒ Lagret som utkast

Forhåndsvisning av annonse 1 av 1 annonse

Instagram-oppdatering 4 av 4

Instagram

Kalibrert Sponset

Finn ut mer

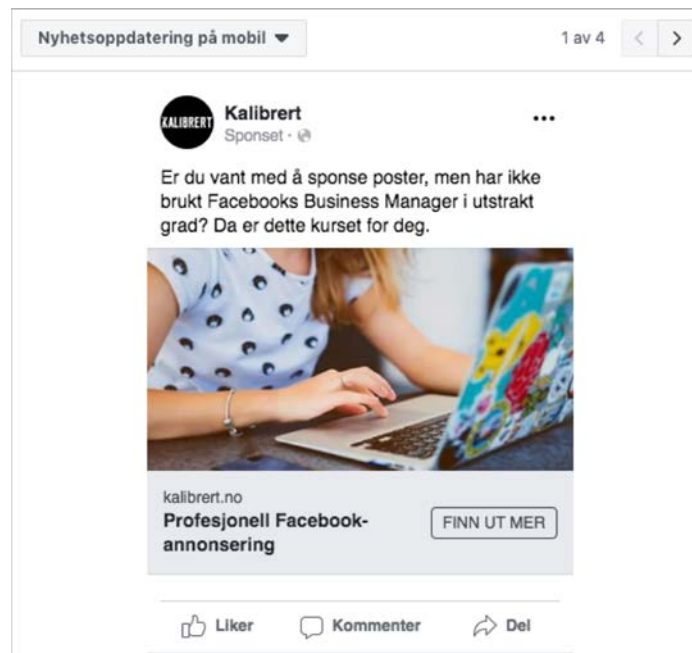
Kalibrert Er du vant med å sponse poster, men har ikke brukt Facebooks Business Manager i utstrakt grad? Da er dette kurset for deg.

Vannmerket vises ikke på det endelige annonsebildet. Oppdater forhåndsvisning • Rapporter et problem med denne forhåndsvisningen

Forkast utkast Publisér

KALIBRERT

Steg 11: Hvordan ser annonsen ut på mobil, desktop og Instagram?



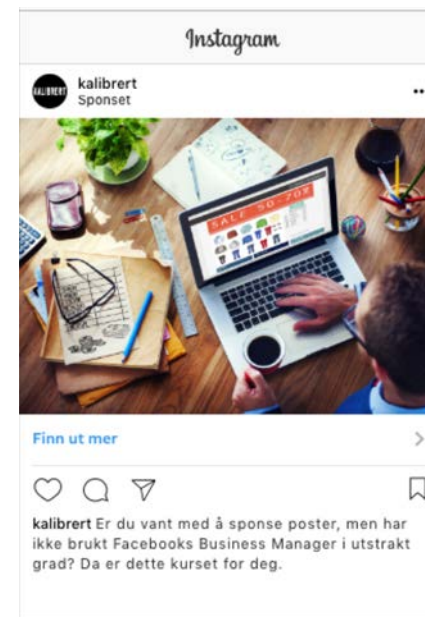
Mobil



Desktop



Facebook stories



Instagram

KALIBRERT

Steg 12: Da kan vi publisere kampanjen

2018 - Uke 39 - Facebook-kurs > #1 Fans > #1 Fans

#1 Fans

Avanserte alternativer

Identitet

Facebook-side
Bedriften din representeres i annonser av Facebook-siden sin eller en Instagram-konto.

Kalibrert

Instagram-konto
Velg en Instagram-konto til å representere bedriften din i Instagram-annonseren din. Administrer Instagram-kontoene dine i Business Manager.

kalibrert

Opprett annonse

Bruk eksisterende innlegg

Annonse med bilde eller video

Annonse med flere bilder eller videoer i en karusell (anbefalt)
Vis flere bilder eller videoer til samme pris. Finn ut mer.

Hurtigopplevelse
Inkluder en landingsside for mobil som åpnes umiddelbart når noen samhandler med annonsen din, og spor aktiviteten med en Facebook-piksel. Begynn med en mal, eller opprett et egendefinert oppsett. Finn ut mer.
☐ Legg til en hurtigopplevelse

Bilde

Video/lysbildefremvisning

untitled

1000 x 658

Beskjær bilde

Bytt bilde

Tilpass til Instagram. Finn ut mer.

shutterstock_231376480.jpg

2048 x 1430

Beskjær bilde

Bytt bilde

Tekst

Er du vant med å sponse poster, men har ikke brukt Facebooks Business Manager i utstrakt grad? Da er dette kurset for deg.

Lukk

Forkast utkast

Publiser

1 Kampanje
Målsettinger og forbruksgrenser

1 Annonsesett
Målretting, plassering, budsjett og tidsplan

Regler
Opprett regel

Forhåndsvisning av annonse 1 av 1 annonse

Instagram-oppdatering 4 av 4

Instagram

kalibrert Sponset



Finn ut mer

kalibrert Er du vant med å sponse poster, men har ikke brukt Facebooks Business Manager i utstrakt grad? Da er dette kurset for deg.

Oppdater forhåndsvisning • Rapporter et problem med denne forhåndsvisningen

KALIBRERT



Hvordan inkludere/ ekskludere publikum





Hvorfor?



For å bedre forstå hva som fører til konvertering bryter vi ned STORE målgrupper i mindre.

NYTT PUBLIKUM ▾

Egendefinerte publikum INKLUDER personer som er i minst ETT av følgende ⓘ

Legg til egendefinerte publikum eller spillpublikum

EKSKLUDER personer som er i minst ETT av følgende

Kundeliste

Kygo Cloud Nine 07.16

Legg til egendefinerte publikum eller spillpublikum

Opprett nytt ▾

Steder ⓘ Alle på dette stedet ▾

Norge

- 📍 Hordaland
- 📍 Rogaland
- 📍 Sogn og Fjordane

📍 Inkluder ▾ Skriv inn for å legge til flere steder📍Bla gjennom

Legg til flere steder samtidig

Alder ⓘ 18 ▾ - 60 ▾

Kjønn ⓘ Alle Menn Kvinner

Språk ⓘ Angi et språk ...

Detaljert målretting INKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende ⓘ

Interesser > Flere interesser > EDM

EDM

Interesser > Flere interesser > Elektronisk dansemusikk

Elektronisk dansemusikk

Legg til demografi, interesser eller atferd Forslag Bla gjennom

Begrens publikummet

EKSKLUDER folk som oppfyller minst ETT av følgende ⓘ ✕

Interesser > Flere interesser > Kygo

Kygo

Publikumsdefinisjon

Soesifikt Bredt

Publikumsdefinisjon er utilgjengelig.

Potensiell rekkevidde: Utilgjengelig ⓘ

Beregnete resultater per dag

Rekkevidde ⓘ
10 000–32 000

Estimatenes nøyaktighet er basert på faktorer som tidligere kampanjedata, budsjettet du har oppgitt, og markedsdata. Tallene er ment å gi deg en idé om budsjettets resultater, men de er bare estimater og gir ingen garanti for resultatene.

[Var disse estimatene nyttige?](#)



Rapportering og optimalisering





Miniagenda for rapportering

- Rapportering og overvåking av kampanjene i Annonseadministrasjon
- 1. Hvordan finne resultater og sammenligne kampanjer
- 2. Hvordan tilpasse og opprette filtre for å følge med kampanjene.
- 3. Hvilke tall ser vi på? Hva betyr tallene?



Resultater



Her kan man se nærmere på:

- Resultater og klikk
- Hvem klikket?
- Hvor mange engasjerte seg i annonsen.
- Antall minutter sett av for eksempel videokampanjer

Eksponering	CPM (kostnad per 1000 eksponeringer)	Lenkeklikk	CPC (kostnad per	CTR (klikkfrekvens for lenke)	Klikk (alle)	Klikkfrekvens	CPC (alle)
—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—

Kolonner: Resultater ▾

✓ Resultater (standard)

- Levering
- Engasjement
- Videoengasjement
- Appengasjement
- Karusellengasjement
- Resultater og klikk**
- Flere enheter
- Offline-konverteringer
- Målretting og annonseinhold
- Messenger-engasjement
- Budgivning og optimalisering

Tilpass kolonner ...

Bruk som standard

Tilbakestill kolonnebredde



Tilpass – Velg ut hva du ønsker å overvåke.

- Her kan man se nærmere på klikk, engasjement og konverteringer

Anbefaler å se på:

- Rekkevidde
- Eksponeringer
- Klikk
- Frekvens
- CPC= kostand per klikk
- CPM= kostand per tusende visning

Tilpass kolonner

Resultater

Engasjement

Konverteringer

Innstillinger

Delingstest

Optimalisering

Sideinnlegg

Meldinger

Medier

Klikk

Bevissthet

Nettsted

Apper

På Facebook

Offline

Butikkbesøk

Objektnavn og ID-er

Status og datoer

Mål, budsjett og tidsplan

Målretting

Annonseinnhold

Delingstest

Optimalisering

Søk

Tøm søk

RESULTATER

Velg alle kolonner

☒ Resultater

☐ Resultatfrekvens

☒ Rekkevidde

☒ Frekvens

☒ Eksponeringer

☐ Levering

☐ Annonsesettlevering

☒ Relevanspoeng

☒ Beløp brukt

☐ Klikk (alle)

☐ CPC (alle)

☐ Klikkfrekvens (alle)

☐ Bruttoeksponeringer (omfatter ugyldige eksponeringer fra ikke-menneskelig trafikk)

☐ Eksponeringer etter automatisk oppdatering

KOSTNAD

☒ Kostnad per resultat

13 KOLONNER VALGT

Kampanjenavn

Annonsesettnavn

Budstrategi

Budsjett

Resultater

Rekkevidde

Eksponeringer

Kostnad per resultat

Beløp brukt

Relevanspoeng

Frekvens

Visninger av landingsside

Lenkeklikk

HANDLINGSPERIODE

28 dager etter klikk og 1 dager etter visning

Sammenligner perioder

Lagre som forhåndsinnstilling

Avbryt

Bruk



Analysevalg



Kolonner: Resultater ▼		Analyse: Videolyd ▼
Ekkl	Visn landi	Slett alle analyser
		ETTER TID ▼
		✓ Ingen
139		Dag
		Uke
88		2 uker
		Måned
24		ETTER LEVERING >
		ETTER HANDLING >
—		

Kolonner: Resultater ▼		Analyse ▼
ETTER TID >		
ETTER LEVERING ▼		
✓ Ingen		
Alder		
Kjønn		
Alder og kjønn		
Bedriftssteder		
Land		
Region		
DMA-region		
Visningsenhet		
Plattform		
Plattform og enhet		
Plassering		
Plassering og enhet		
Produkt-ID		
Tidspunkt (annonsekontoens tidssone)		
Tidspunkt (seerens tidssone)		
ETTER HANDLING >		

Kolonner: Resultater ▼		Analyse ▼
ETTER TID >		
ETTER LEVERING >		
ETTER HANDLING ▼		
✓ Ingen		
Konverteringsenhet		
Type innleggsreaksjon		
Mål		
Visningstype for video		
Videolyd		
Karusellkort		



Rapporter



- Lag egne rapporter for internrapportering

Kolonner: Resultater ▾ Analyse: Region ▾ **Rapporter ▾**

Ekklikk Visn landi

229

224

1

1

1

1

1

—

Eksporter tabelldata ...

Opprett egendefinert rapport ...

Del lenke ...

Nylig viste rapporter

Rapport

Se alle lagrede rapporter i Annonserapportering (1) ↗

Standardrapporter

Annonse

Annonsesett

Alder og kjønn

Alle (25) >



Rapportinnstillinger ✕

Rapportnavn

Månedsrapportering

☒ Planlegg e-post

Levering

Månedlig (1.) ▾

Abonnent

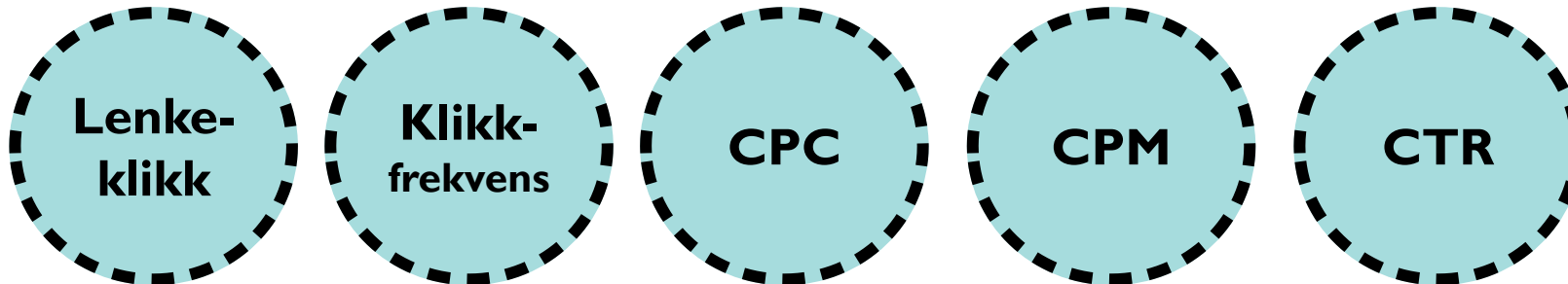
Preben Helle ✕

Avbryt **Bekreft**



Evaluere ut fra målsetting og kampanjens opprinnelige mål....

1. Vi undersøker om det er fin balanse mellom ”rekkevidde” og ”eksponeringer”
2. ”Frekvens” gir deg snittvisninger per person.
3. Hvordan er **klikkfrekvensen (CTR)**? Vi forsøker å få denne **over 1%**



KALIBRERT



Den digitale ordboken





Begrepsforklaring/ Rapportering

Visninger: Antall ganger annonsen din ble vist for første gang.

Rekkevidde: antall personer annonsen din ble vist til.

Frekvens

Frekvens er gjennomsnittlig antall ganger annonsen din har blitt vist for hver person. Det kan være du ser dette tallet både på annonse- og annonsesettnivået i en kampanje. Du kan se frekvens på både annonse- og kampanjenivå.

CPM: Hva du betaler per tusende visning



Hva bør vi se på?

Vi har sett at det er mange uttrykk som ligner på hverandre.

Et eksempel

Dersom frekvensen er høy kan CTR virke dårlig, husk å løfte blikket – har vi nådd de overordnede målene?

Vi pleier å se på CPM, hva vi betaler for 1000 visninger.

Er klikkraten over 1% - Bra!

Vi må se parameterne i sammenheng for å se om kampanjen har levert tilstrekkelig, godt eller mindre godt.



Konkurranser



Lovlige konkurranser på Facebook

- Du kan be folk legge igjen en kommentar på innlegget ditt / posten din.
- Du kan be folk trykke på liker-knappen på innlegget ditt / posten din.
- Du kan be folk sende Facebook-siden en privat melding.
- Du kan be folk poste et innlegg/legge ut et bilde på siden din.
- Du kan bruke likes-funksjonen som en tellemekanisme i en konkurranse.
- Du kan be folk like Facebooksiden din. Dette kan gjøres på flere måter;
 - som en konkurranse i seg selv: «Vi trekker vinner blant våre følgere når vi når 25.000»
 - som et kriterium for deltakelse i en av de nevnte konkurransene; «Legg igjen

Konkurranser som ikke er lovlig på Facebook

- Du kan ikke be folk dele innlegg fra facebooksiden din.
- Du kan ikke be folk legge ut innhold på sin egen profil eller på sine venners profiler.
- Du kan ikke be folk tagge seg selv eller venner i innhold du deler.

KALIBRERT

preben@kalibrert.no