

DANSK GOLF UNION

Spil med

Annoncering på Facebook – step by step

– Boost fra din Facebookside



Intro – Hvad skal du bruge?

I denne guide handler det om annoncering via boost. Boost er en nem og simpel måde at komme i gang med marketing via Facebook. Boost er også navnet på den knap, som du kan se som administrator af en Facebookside.

- ✓ Facebook**side**, med administratoradgang
 - ✓ Fængende **indhold** (billede, video) og **tekst** (kort og præcist budskab)
 - ✓ Ønsket **målgruppe**, der matcher indhold og tekst
 - ✓ **Betalingsmiddel**: Kreditkort (Visa eller Mastercard) eller en Paypal konto
-

Facebooksiden

Du skal bruge en side, og *ikke* en gruppe, hvis du vil annoncere på Facebook.

En side er der, hvor du kommunikerer som klub og virksomhed – og hvor du med fordel kan dele både de gode interne historier, men også kommunikere til dem, der ikke kender dig så godt endnu.

Du skal være administrator for at annoncere via din side. Du kan hurtigt se om du er administrator ved at du har en topmenu, der ligner denne på billedet, når du går ind på klubbens facebookside.



Hvis du *ikke* er administrator, skal den der er tilføje dig, før du kan annoncere. Det gør de ved at:

Gå til Facebooksiden > Indstillinger > Sideroller > Tilføj ny siderolle > Vælg administrator (OBS: I skal være venner på Facebook, før du kan søges frem)



Lav et opslag

Overvej din tekst, billede, måske video og et link

En god annonce via boost starter med et godt opslag. Det handler om at fange opmærksomhed og få folk til at reagere på din annonce.

Det er derfor vigtigt at du som minimum har et godt billede, der hænger sammen med dit budskab og med dem du gerne vil tale til. Video virker også rigtig fint, men kræver lidt mere at producere.

Husk altid at inkludere et link, en knap eller forslå en handling – medmindre du kun vil vise dig frem.

OBS: Facebook kan generelt ikke lide opslag med for meget *tekst på selve billedet*, hvilke kan betyde at din annonce nedprioriteres. Hold det kort og hold størstedelen af teksten til opslagets tekstfelt.

Boost med det samme *eller* planlæg til senere

Når du er færdig med at redigere i dit opslag og har tilføjet billeder, link mm, så kan du vælge at trykke boost opslag. Her vil du blive bedt om at sætte målgruppe, budget. **Se mere på næste side.**

I af bunden af opslaget kan du også trykke "offentliggør". Opslaget vil så blive synligt på din side med det samme. Du kan altid redigere og slette et opslag igen. Og du kan også altid booste et opslag efterfølgende.

Du kan også vælge at "planlægge" dit opslag, til en dag eller tidspunkt, hvor det passer bedre med dit formål. Klik på den lille pil ved siden af "offentliggør" – for at få "planlæg" menuen frem. Selv om du planlægger, kan du stadig booste.

Dette er en test... Boost før eller efter du har offentliggjort dit opslag

Billede/video Få beskeder

Følelse/aktivitet Tjek ind

Tilføj rutevejledning Tag produkt

Meningsmåling Skriv note

Tilføj en milepæl Liste

Videosammenkomst Annoncér for din virksomhed

Boost opslag Offentliggør

Offentliggør

- Planlæg
- Baguddater
- Gem kladde

Opsæt dit boost

Når du trykker på den blå boost knap, så viser Facebook dig 7 parametre, som du kan redigere og skrue på. Dette kan gøres inden eller efter du offentliggør.

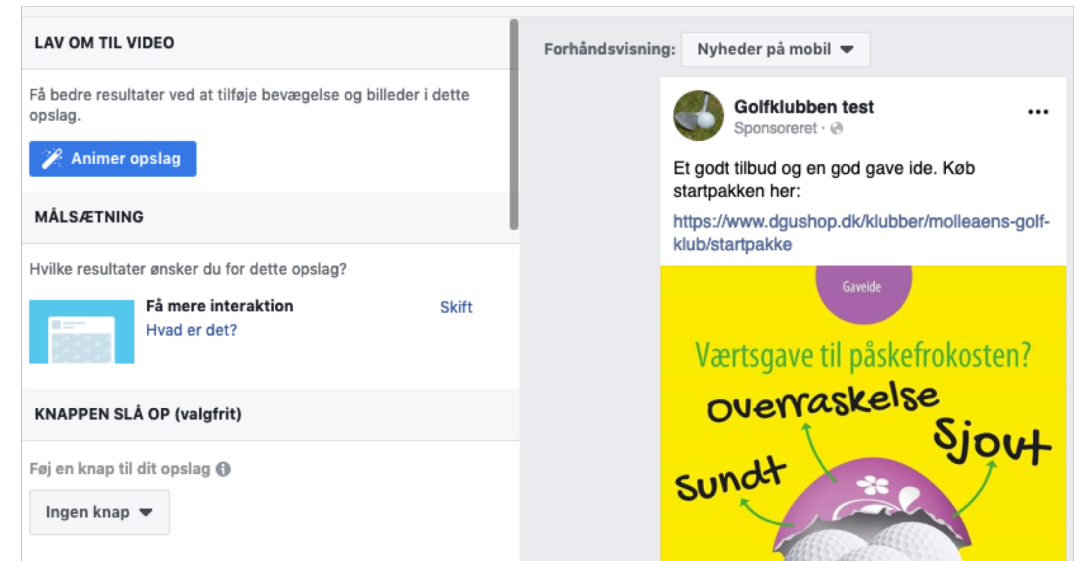
De 3 vigtigste er:

- 1) **Knappen slå op**
- 2) **Målgruppe** (næste side)
- 3) **Varighed (duration) og budget**

De andre kan man også redigere og justere, men det er ikke et must, for at lave en god annonce.

Animer opslag giver dig mulighed for at lave dit billedeopslag om til en kort video, **Målsætning** står som standard til interaktion, hvilket er det vi oftest gerne vil have, **Automatisk placering** står som standard på til, og giver Facebook mulighed for at placere din annoncer, der hvor de tror de klarer sig bedst. **Facebook Pixel** kræver installering af kode på dine hjemmeside, og er ikke en nødvendighed.

Her kan du skifte mellem mobil og computer, for at se hvordan din annonce ser ud på de to forskellige platforme.



Du kan med fordel tilføje en knap, hvis du har et link, hvor du gerne vil have folk hen. Fx "Læs mere", "Køb nu" eller en anden opfordring. Knappen kommer på annoncen under billedet. Brug helst et specifikt link til den ønskede side.

Vælg din målgruppe der passer til opslag

Målgruppen er vigtig. Det er her du specificerer, hvem du vil ramme med din og specifikt denne annonce.

Ved at trykke på redigeringsknappen ved siden af "personer, du vælger..." kan du vælge, **køn**, **alder**, **lokation**, og **interesser** for din målgruppe.

Interesser er god til at indsnævre eller udvide din målgruppe, vælg fx "golf" (hvis din målgruppe helst skal spille eller være interesseret i golf i forvejen). Vælger du flere, er det alle interesser, der vægtes lige, og ikke i sammenhæng.

I bunden viser Facebook et estimat på, hvor mange der findes i din målgruppe. Den justerer sig hver gang man ændre i parametre og interesser.

Rediger målgruppe

Køn

Alle Mænd **Kvinder**

Alder

39 - 63

Lokationer

Danmark

Slagelse, Zealand Region

Tilføj lokationer

Detaljeret målretning

INKLUDER personer, som stemmer overens med mindst ÉT af følgende kriterier

Demografi > Forældre > Alle forældre

Forældre med voksne børn (18-26 år)

Interesser > Sportsgrene og udendørsliv > Sportsgrene

Golf



OBS: Pilen behøver ikke være grøn, for at det er en god målgruppe. Det afhænger budskabet og indikere også hvor stort dit budget behøver at være.

Budget og timing

Man behøver ikke nå ud til hele Danmarks befolkning – så brug målgruppen til at afgrænse dit fokus. Hvis målgruppen er lille (fx under 10.000 personer) så kan du også komme langt med et lille budget.

Vælg en **slutdato** for annoncen, og så justeres antallet af dage automatisk.

Samlet budget er ”dit max”, som bliver brugt på annoncen.

Facebook og boost kan aldrig forudsige, hvordan din annonce vil klare sig – derfor varierer ”**estimeret antal**” en del. Rækkevidden afhænger af dit indhold og om din målgruppe er aktiv. Det er en god ide at sprede dit budget på minimum 7 dage, hvis det giver mening i forhold til dit budskab.

OBS: ”Nåede personer” betyder, at folk får annoncen vist, men du ved altså ikke om de læser den.

DURATION AND BUDGET

Varighed ⓘ

Days

Slutdato

Samlet budget ⓘ

Estimeret antal nåede personer ⓘ

320-960 personer pr. dag af 4500

Finjuster din målgruppe, eller tilføj et større budget for at nå ud til flere af de personer, der betyder noget for dig.

Du vil bruge 50,00 kr. pr. dag. Denne annonce kører i 10 dage og slutter 11. apr. 2019.

I dette eksempel, har vi valgt 500 kr. som budget. Ca. 320-960 personer pr. dag vil få vist annoncen over 10 dage. Det vil sige, at vi kan håbe på et sted mellem 3000 - 10.000 personer ser vores budskab. Man kan efter annoncen altid tjekke sine tal ved at gå til ”indblik” i topmenu på din side.



Betaling for annoncen

Når du har opsat din annonce og klikker "boost", føres du til en betalingside. Første gang vil du blive bedt om at indtaste kreditkort, men den husker det fremadrettet. Hvis I har PayPal kan denne også bruges.

Facebook trækker først beløbet efter annoncen er færdig (slutdato) og den samler altid for en måned eller to ad gangen, hvis du kører flere annoncer. Det er din Facebooksides mailadresse, der vil modtage en kvittering fra Facebook.

Beløbet kan godt være skævt på kvitteringerne, i forhold til det du har bestemt, da det kan være, at alle pengene ikke er blevet brugt eller du har stoppet din annonce undervejs.

Man kan altid stoppe eller sætte sin annonce på pause, men du kan ikke få penge retur for allerede viste annoncer.

Held og lykke med din annoncering

Brug for hjælp? Kontakt Magnus:

mae@dgu.org eller 2054 0824

