

Haloo Maaseutu!

Some-mainonnan koulutus
21.1.2022

Drama Queen

AGENDA TÄNÄÄN

Klo 13:00 – 14:00

- Agenda, alkusanat ja koulutuksen tavoitteet
- Sosiaalisen median mainonnan perusteet, Facebook & Instagram
- Facebook Business Managerin pähkinäkuoressa
- Mainoskampanjoiden rakentaminen ja julkaisujen boostaukset

Klo 14:00

- Tauko 5-10 min (Tarvittaessa)

Klo 14:10 - 15:00

- Toimivien mainoksien rakentaminen
- Mainonnan kohdentaminen ja kohderyhmät
- Mittaaminen, raportointi, analysointi ja tuloksien tutkiminen
- Yhteenveto, Q&A



ALKUSANAT JA KOULUTUKSEN TAVOITTEET

- Koulutuksen tavoitteena on tutustua antaa ymmärrys, **kuinka sosiaalisen median mainontaa kannattaa toteuttaa Facebookissa ja Instagramissa** sekä kuinka Haloo Maaseutu! -hanke voi hyötyä some-mainonnasta.
- Koulutuksessa tutustutaan eri tapoihin tehdä mainontaa niin julkaisujen sponsoroinnista isompiin kampanja kokonaisuuksiin Business Managerissa.
- Koulutuksen aikana käydään läpi mainonnan tavoitteiden asettamista, mainosmuotojen käyttöä, kanavavalintoja, kohderyhmien selvittämistä ja hakua sekä budjetointia.
- Lisäksi tutustutaan raportointiin ja tuloksien mittaamiseen, jotka auttavat kehittämään mainontaa jatkossa.
- **Koko koulutuksen ajan saa esittää tarkentavia kysymyksiä ja se on suotavaa,** lisäksi koulutuksen loppuun on varattu lyhyt aika Q&A:lle.



Miksi mainostaa somessa?



MIKSI MAINOSTAA FACEBOOKISSA JA INSTAGRAMISSA?

1. Laaja ja tarkka kohdennettavuus
2. Kustannustehokkuus
3. Mainosmuotojen monipuolisuus
4. Mitattavuus



MAINONTA FACEBOOKISSA JA INSTAGRAMISSA

- Facebook ja Instagram ovat markkinointialustoina ylivoimaisia tavoitavuutensa ja kustannustehokkuutensa ansiosta. Erityisesti mainonnan tehokas kohdentaminen tekee Facebookista ja Instagramista erinomaisen vaikutuskanavan.
- Kanavien käyttäjät jakavat yksityiskohtaisesti tietoa elämästään demografisten tietojen, kuten iän, asuinpaikan ja työnimikkeen, lisäksi myös kiinnostuksen kohteitaan tykkäämällä valitsemistaan sivustoista. Tästä syystä mainoksen kohdentaminen on helppoa ja maksat mainoksen näyttämistä vain parhaimmille ja potentiaalisimmille yleisöille.
- Some-mainonnan yksi kiistaton hyöty on juurikin **edulliset mainosten hinnat** suhteessa tarkkaan asiakassegmentointiin.



MAINONTA FACEBOOKISSA JA INSTAGRAMISSA

- **Riittävätkö orgaaniset päivitykset tavoittamaan oikean kohdeyleisön?** Facebookin algoritmimuutoksen myötä Facebookin orgaaninen sivujen näkyvyys laskee jatkuvasti, eikä enää pelkillä orgaanisilla päivityksillä pääse uutisvirran kärkeen.
- Algoritmiuudistus on johtanut siihen, että uutisvirrassa suositaan enemmän ystävien julkaisuja, kun taas yrityssivujen julkaisuja on vähennetty. **Nykyään yritysten on lähes pakko käyttää rahaa mainontaan näkyvyytensä vuoksi.**
- **Tärkeintä on oppia tunnistamaan ja rajaamaan viestien ja palveluiden kannalta olennainen kohderyhmä** ja sitouttamaan heidät mainosten kautta liikenteeksi verkkosivuille tai sitoutumaan julkaisuihin.
- Kun saat potentiaalisen yleisön vierailemaan verkkosivuillasi, heitä kiinnostavan ja koukuttavan sisällön avulla **liikenne konvertoituu uusiin yhteydenottoihin ja laadukkaaksi liikenteeksi.**
- Toisin sanoen, **kylmille asiakkaille ei kannata ensimmäisenä kohdentaa** esimerkiksi yhtendenottoja tavoittelevaa mainosta, vaan pyrkimyksenä on kasvattaa yrityksesi tunnettua, rakentaa luottamusta ja herätellä mielenkiintoa.



MITEN SOME-MAINONTA TOIMII?

- Vasta, kun **potentiaalinen yleisö on muuttunut kylmästä lämpimäksi** ja olet vakuuttanut heidät toimialallesi, kannattaa pyrkiä konversiokampanjan avulla sitouttamaan heistä säännöllisiä kävijöitä ja rakentamaan heistä uudelleenmarkkinointiyleisön.

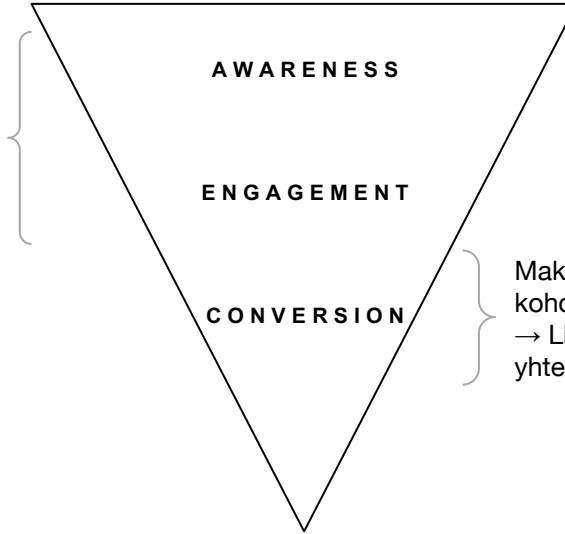


MEDIASTRATEGIA

THE FUNNEL



Viestintä omissa kanavissa, ansaittu media ja maksettu näkyvyys
→ Tunnettuus, uskottavuus, sitoutuminen



Maksettu mainonta: taktiset mainosmuodot, tarkasti kohdennetut viestit.
→ Liikenne verkkosivuille, konversiot kuten yhteydenotot



Facebook Business Manager pähkinäkuoressa



FACEBOOK BUSINESS MANAGER PÄHKINÄNKUORESSA

- **Facebook Business Manager** on työväline, joka on tarkoitettu organisaatioille, jotka tarvitsevat järeämpää alustaa Facebook-markkinointiin ja sivujen ylläpitoon.
- Business Manager on erillään käyttäjän omasta henkilökohtaisesta Facebook-tilistä eli sen avulla on kätevää erottaa yrityksen asiat henkilökohtaisista asioista.
- **Business Managerin käyttö on perusteltua tai jopa välttämätöntä, kun:**
 - Haluat tehdä edistyneempiä ja pitkä jänteisempiä kampanjoita
 - Hallitset useita sivuja ja mainostilejä
 - Organisaatio hallitsee suurta määrää käyttäjiä ja sillä on mahdollisesti useita Facebook-sivuja
 - Viestintä- tai mainostoimisto tekee mainontaa organisaation puolesta
 - Haluat käyttää ja jakaa seurantakoodia (pikseli)
 - Haluat tarkempaa raportointia ja dataa mainonnasta
- **Lyhyenä yhteenvetona:**

Business Manager on työkalu, joka kokoaa yhden katon alle kaikki organisaatiosi Facebook-markkinointiin tarvittavat erilliset työkalut.



FACEBOOK BUSINESS MANAGER JA MAINONTA PÄHKINÄNKUORESSA

- Facebook ja Instagram mainonta perustuvat huutokauppa periaatteeseen, eli mainoksen näkymisestä tarjotaan tiettyä hintaa, joko klikki- tai näyttömäärä perusteella, joista puhutaan CPC (click-per-cost) tai CPM (cost-per-mille).
- Pääsääntöisesti tarjous strategiana käytetään klikkaus pohjausta mainontaa, kun halutaan ohjata ihmisiä esimerkiksi sivustolle, kun taas suuren yleisön ja näkyvyyden kohdalla näyttöpohjainen on perustellumpaa.
- **Mainonnan tulokohtainen hinta**, eli klikkihinta, lähtee 0,01 eurosta ja vaihtelee muutama euroon. Hintaan vaikuttaa pitkälti toimiala, kilpailu, itse mainos ja sen kohdennus. Useimmiten Facebook-mainosten klikkihinta Suomessa osuu 0,10–1,50 euron välille. CPM-hinta taas vaihtelee 4 -10€ välillä.



Kampanjoiden luonti ja postausten boostaus



ERI TAVOITTEITA ERI KAMPANJAMUODOILLE

TAVOITE 1.:

ORGANISAATION TUNNETTUUDEN
KASVATTAMINEN

KAMPANJAMUOTO:

BRÄNDIN TUNNETTUUS
BRAND AWARENESS

VAIHE MYYNTIFUNNELISSA:

1. VAIHE: TUNNETTUUS

Jos tavoitteenasi on kasvattaa tunnettuutta ja haluat useamman ihmisen tietävän organisaatiostasi, voit valita brändin tunnettuuden kampanjan. Brändin tunnettuuden kampanjassa mainos kohdennetaan ihmisille, jotka todennäköisimmin muistavat sen myöhemmin mainoksen nähtyään.

TAVOITE 2.:

LISÄÄ LIIKENNETTÄ ORGANISAATION
KOTISIVUILLE

KAMPANJAMUOTO:

LIIKENNE
TRAFFIC

VAIHE MYYNTIFUNNELISSA:

2. VAIHE: HARKINTA

Jos tavoitteenasi on kerätä lisää liikennettä Facebookin ulkopuolelle, kuten verkkosivustollesi, niin kannattaa valita liikenteen lisäämisen tavoite. Tällöin mainosta jaetaan niille, jotka todennäköisimmin klikkaavat mainoslinkkiä.

TAVOITE 3.:

LISÄÄ OSALLISTUJIA FACEBOOK-
ARVONTAAN TAI TAPAHTUMAAN

KAMPANJAMUOTO:

SITOUTUMINEN
ENGAGEMENT

VAIHE MYYNTIFUNNELISSA:

2. VAIHE: HARKINTA

Sitoutumisen tavoite pyrkii lisäämään sitoutumista, tapahtumavastauksia, tykkääjiä ja kommentteja.



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - ADS MANAGER ENSINÄKYMÄ, KAMPAJAT

Campaigns Drama Queen Communications (Credi...) Updated just now Discard Drafts Review and Publish ...											
Search and filter Maximum: 19 Dec 2018-19 Jan 2022											
Resource centre Campaigns Ad sets Ads											
+ Create Edit A/B test Rules View Setup Columns: Custom Breakdown Reports											
	Off/On	Campaign name	Delivery	Bid strategy	Budget	Attribution setting	Results	Reach	Impressions	Cost per result	Amount spent
	☒	Brand Awareness / Drama Queen / helmikuu 20...	Ad sets inactive	Lowest cost	€100.00 Lifetime	28-day click o...	940 Estimated ad recall li...	15,993	24,573	€0.11 Per estimated ad rec...	€10
	☒	Brand Awareness / Drama Queen / marraskuu ...	Ad sets inactive	Lowest cost	€200.00 Lifetime	28-day click o...	2,570 Estimated ad recall li...	34,817	65,359	€0.08 Per estimated ad rec...	€23
	☒	Brand awareness / Drama Queen / huhtikuu 20...	Ad sets inactive	Using ad set bi...	Using ad set bu...	28-day click o...	2,040 Estimated ad recall li...	29,016	51,989	€0.10 Per estimated ad rec...	€23
	☒	Traffic / Drama Queen / helmikuu 2019	Ad sets inactive	Using ad set bi...	Using ad set bu...	28-day click o...	373 Link Clicks	44,683	84,255	€1.07 Per link click	€43
	☒	Traffic / Drama Queen / joulukuu 2018 / jatkuva	Ad set off	Using ad set bi...	Using ad set bu...	28-day click o...	31 Link Clicks	1,655	1,678	€0.47 Per link click	€6
	☒	Job: Sociala medier Manager	Off	Lowest cost	€25.00 Daily	7-day click or...	— Application submitted	938	1,284	— Per application sub...	€1
	☒	TEST1	Off	Using ad set bi...	Using ad set bu...	28-day click o...	— Link click	—	—	— Per link click	—
	☒	DQ / Brand Awareness / Boost / Tammikuu 20...	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click or...	970 Estimated ad recall li...	14,019	23,278	€0.05 Per estimated ad rec...	€5
	☒	Traffic / Drama Queen/ joulukuu 2021	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click or...	93 Landing page views	6,311	9,849	€1.08 Per landing page view	€10
	☒	Brand awareness / Drama Queen/ elokuu 2021...	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click or...	1,900 Estimated ad recall li...	22,103	34,409	€0.05 Per estimated ad rec...	€10
	☒	Traffic / Drama Queen/ marraskuu 2021	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click or...	71 Landing page views	5,424	8,461	€1.41 Per landing page view	€10
	☒	Traffic / Drama Queen/ lokakuu 2021	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click or...	86 Landing page views	4,705	8,781	€1.16 Per landing page view	€10
	☒	Traffic / Drama Queen/ elokuu 2021	Completed	Using ad set bi...	Using ad set bu...	7-day click	119	9,695	15,978	€1.05	€12
Results from 30 campaigns						Multiple attrib...	— Multiple conversions	405,624 People	1,377,767 Total	— Multiple conversions	€4,21



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - TAVOITTEEN VALINTA KAMPAJAN LUONNIN ALUSSA

The screenshot shows the Facebook Ads campaign creation process. At the top, there are two tabs: "Create New Campaign" (active) and "Use existing campaign". Below this, the "Buying type" is set to "Auction". The main section is titled "Choose a campaign objective" with a "Learn more" link. It features three columns of radio button options: Awareness (Brand Awareness, Reach), Consideration (Traffic, Engagement, App Installs, Video Views, Lead Generation, Messages), and Conversion (Conversions, Catalogue Sales, Store Traffic). At the bottom right are "Cancel" and "Continue" buttons.

Ad sets

Create New Campaign Use existing campaign

Buying type

Auction

Choose a campaign objective

[Learn more](#)

Awareness Consideration Conversion

☐ Brand Awareness ☐ Traffic ☐ Conversions

☐ Reach ☐ Engagement ☐ Catalogue Sales

☐ App Installs ☐ Store Traffic

☐ Video Views

☐ Lead Generation

☐ Messages

Cancel Continue



Kampanjan budjetin asettaminen

Ⓚ

KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - UUDEN MAINOSRYHMÄN LUONTI

Mainosryhmän luonti

Mainosryhmän
kampanja-aika

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for creating a new ad set. The sidebar on the left contains a folder named 'Testi' and a main panel with fields for Ad set name, Dynamic creative, Budget & schedule, and Audience. Arrows point from the Finnish text labels to the corresponding fields.

Ad set name

Testi [Create Template](#)

Dynamic creative Off

Provide creative elements, such as images and headlines, and we'll automatically generate combinations optimised for your audience. Variations may include different formats or templates based on one or more elements. [Learn more](#)

Budget & schedule

Schedule

Start date

26/2/2022 08:00
Helsinki Time

End - Optional

☒ Set an end date

5/3/2022 23:59
Helsinki Time

[Show more options](#)

Audience

Define who you want to see your ads. [Learn more](#)

[Create new audience](#) Use saved audience

Performance may be affected

Evolving changes related to how Facebook can process data may affect your ad set's delivery and performance.

ePrivacy Directive

Audience definition

Your audience selection is fairly broad.

Specific ————— Broad

Estimated audience size: 3,200,000 - 3,700,000

Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.

Estimated daily results

Estimated daily results aren't available for this campaign because it has a budget that is optimised across ad sets.

[Close](#) ✓ All edits saved [Back](#) [Next](#)



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - UUDEN MAINOSRYHMÄN LUONTI, KOHDENNUKSET

Kohderyhmän valinta /
luonti

Maantieteellisen
kohdennuksen valinta

Ikäkohdennuksen
valinta

Testi

Testi

Testi

Testi > 1 Ad

Edit Review

In draft

Audience
Define who you want to see your ads. [Learn more](#)

Create new audience Use saved audience

Custom Audiences Create new

Search existing audiences

Exclude

Locations

People living in or recently in this location

☒ People living in or recently in this location
People whose home or most recent location is within the selected area.

☐ People living in this location
People whose home is within the selected area.

☐ People recently in this location
People whose most recent location is within the selected area.

☐ People travelling in this location
People whose most recent location is within the selected area but whose home is more than 125 mi/200 km away.

Map showing location selection (Helsinki, Finland).

Add locations in bulk

Age
18 - 65+

Close All edits saved

Back Next

Performance may be affected
Evolving changes related to how Facebook can process data may affect your ad set's delivery and performance.

ePrivacy Directive

Audience definition
Your audience selection is fairly broad.

Specific Broad

Estimated audience size: 3,200,000 - 3,700,000

Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.

Estimated daily results
Estimated daily results aren't available for this campaign because it has a budget that is optimised across ad sets.



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - UUDEN MAINOSRYHMÄN LUONTI, KOHDENNUKSET

Demografia,
kiinnostuksen kohteiden
kohdennuksien valinta

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface for creating a new ad. The left sidebar shows a hierarchy: 'Testi' (green), 'Testi' (blue), and 'Testi' (green). The main content area is titled 'Testi > Testi > 1 Ad' and includes 'Edit' and 'Review' buttons. The 'Gender' section is set to 'All genders'. The 'Detailed targeting' section includes 'Interests > Additional interests' with 'Rural area' and 'Interests > Business and industry' with 'Agriculture'. A search bar at the bottom of this section says 'Add demographics, interests or behaviours' with 'Suggestions' and 'Browse' links. Below this are expandable sections for 'Education' (Education level, Fields of study, Schools/Universities, Undergrad years), 'Financial', 'Life events', and 'Parents'. The 'Placements' section has 'Automatic placements (recommended)' selected, with a note: 'Use automatic placements to maximise your budget and help show your ads to more people. Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.' The 'Manual placements' option is also visible. On the right, a 'Performance may be affected' warning is shown, followed by 'ePrivacy Directive', 'Audience definition' (Your audience is defined, Specific to Broad slider), 'Estimated audience size: 46,700 - 55,000', and 'Estimated daily results' (Estimated daily results aren't available for this campaign because it has a budget that is optimised across ad sets). At the bottom right are 'Back' and 'Next' buttons.

Gender
All genders

Detailed targeting
Include people who match

Interests > Additional interests
Rural area
Interests > Business and industry
Agriculture

Q Add demographics, interests or behaviours Suggestions Browse

Education
Education level
Fields of study
Schools/Universities
Undergrad years
Financial
Life events
Parents

Placements [Learn more](#)
☒ Automatic placements (recommended)
Use automatic placements to maximise your budget and help show your ads to more people.
Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.
☐ Manual placements

Close ✓ All edits saved

Performance may be affected
Evolving changes related to how Facebook can process data may affect your ad set's delivery and performance.
ePrivacy Directive
Audience definition
Your audience is defined.
Specific Broad
Estimated audience size: 46,700 - 55,000
Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.
Estimated daily results
Estimated daily results aren't available for this campaign because it has a budget that is optimised across ad sets.

Back Next



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - UUDEN MAINOSRYHMÄN LUONTI, SIJOITTELUT

Testi

Testi

Testi

Testi > Testi > 1 Ad

In draft

Edit Review

Placements See recommendations

☐ Automatic placements (recommended)
Use automatic placements to maximise your budget and help show your ads to more people. Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.

☒ Manual placements
Manually choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals.

Devices
All devices

Platforms

☒ Facebook ☒ Instagram

☒ Audience Network ☒ Messenger

Asset customisation
14/14 placements that support asset customisation

Placements

☒ Feeds
Get high visibility for your business with ads in feeds

☒ Facebook News Feed

☒ Instagram feed

☒ Facebook Marketplace

☒ Facebook video feeds

☒ Facebook right column

☒ Instagram Explore

☒ Instagram Shop

☒ Messenger inbox

Performance may be affected
Evolving changes related to how Facebook can process data may affect your ad set's delivery and performance.

ePrivacy Directive

Audience definition
Your audience is defined.

Specific Broad

Estimated audience size: 46,700 - 51,000

Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.

Estimated daily results
Estimated daily results aren't available for this campaign because it has a budget that is optimised across ad sets.

Close All edits saved

Back Next

Tässä vaiheessa voit valita, missä mainoksia näytetään, eli mainospaikat ja FB vai IG. Instagram mainonta edellyttää, että tili on linkitetty Business Managerissa.



KAMPAJAN RAKENTAMINEN BUSINESS MANAGERISSA - UUDEN MAINOKSEN LUONTI MAINOSRYHMÄÄN

Testi

Testi

Testi

Ad name

Testi

Create Template

Identity

Facebook Page

Drama Queen Communications

Instagram account

dramaqueencomms

Branded content

If this post features a third-party brand or product, then you must tag your business partner's Page. See Branded Content Policy

Ad setup

Create Ad

Format

Choose how you'd like to structure your ad.

☒ Single image or video

One image or video, or a slideshow with multiple images

☐ Carousel

Two or more scrollable images or videos

☐ Collection

A group of items that opens into a full-screen mobile experience

Full-screen mobile experience

☐ Add an Instant Experience

Ad preview

Share

Advanced Preview

Facebook Feeds

Feeds

Stories and Reels

See Variations

Ad rendering and interaction may vary based on device, format and other factors.

By clicking 'Publish', you agree to Facebook's Terms and Advertising Guidelines.

Close

✓ All edits saved

Back

Publish

Mainostajan valinta

Mainosformaatin valinta

Tässä vaiheessa voit valita, missä mainoksia näytetään, eli mainospaikat ja FB vai IG. Instagram mainonta edellyttää, että tili on linkitetty Business Managerissa.



Julkaisujen sponsorointi / boostaus



JULKAISUJEN SPONSOROINTI JA BOOSTAUS

- Facebook ja Instagram tarjoavat helpoimmillaan mainostamista vain muutaman napin painalluksella, painamalla **Boost post** -painiketta, joka sopii ad hoc -tilanteisiin.
- Yksinkertaisimmillaan se mahdollistaa valitsemaan kohdeyleisön, mainossijoittelun, budjetin ja aikajakson, jolloin halutaan mainonnan olevan päällä.
- Jos mainontaa tehdään säännöllisesti ja jatkuvasti, **on perustellumpaa tehdä mainontaa Business Managerin kautta**, joka tarjoaa mahdollisuuden tarkempaan raportointiin, monipuolisimpia ominaisuuksia sekä yhtenäisen näkymän tehdyille kampanjoille.



JULKAISUJEN SPONSORINTI / BOOSTAUS

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface for the 'Drama Queen Communications' page. The left sidebar contains navigation options: Home, Messenger tools, Ad Centre, Inbox (25 new comments), Podcasts, Business apps, Resources & Tools, Manage jobs, Notifications, Insights, Publishing Tools, Page quality, and Edit Page Info (1 new). The main content area shows a post from 'Drama Queen Communications' published on January 7 at 15:56. The post text reads: 'New year and new happy announcement – we are in the final of the Agency of the year competition for the fifth time in a row! 🎉 A huge thank you belongs to all our wonderful clients and drama queens. We are more than happy to work with you 🙌'. Below the text is a large image with the text 'Agency of the Year Finland 2022' and 'NOMINATED'. At the bottom of the post, there are statistics: 14,234 people reached and 83 comments. A red arrow points to the 'Boost post' button located at the bottom right of the post area. The button is labeled 'Boost post' and has a small 'Learn more' link next to it. The overall interface is in dark mode.

FB

Manage Page

Drama Queen Communications

Home

Messenger tools

Ad Centre

Inbox

25 new comments

Podcasts

Business apps

Resources & Tools

Manage jobs

Notifications

Insights

Publishing Tools

Page quality

Edit Page Info

1 new

Promote

Drama Queen Commu...

Edit Learn more

Promote

Create ad

How would you like to grow your business?

Create new ad

Make an ad using text, photos or videos to promote your business

Boost a post

Automated ads

Get personalised ads that adjust over time to help you get better results.

Free Facebook Business tools

Sell Your Products

Set up a shop on your Page to start selling products online

Add Appointment Bookings

Display your services and availability so that people can boo...

Post a job

Find qualified candidates by posting job opportunities with yo...

Add Chat to Your Website

Drive sales and provide support by adding Messenger to your website.

Drama Queen Communications

Published by Falcon.io · 7 January at 15:56 ·

New year and new happy announcement – we are in the final of the Agency of the year competition for the fifth time in a row! 🎉 A huge thank you belongs to all our wonderful clients and drama queens. We are more than happy to work with you 🙌

The winner will be announced on the 17th of February. Stay tuned!

Agency of the Year Finland 2022

NOMINATED

DOCOMMS.COM

We are in the final of the Agency of the year competition!

Learn More

14,234

People reached

83

Comments

Get more people to see and engage with your post

Boost post

Boost post -button



JULKAISUJEN SPONSOROINTI / BOOSTAUS

The screenshot displays the Facebook 'Boost Post' interface. On the left, the 'Audience' section is expanded, showing options for 'Smart audience' and 'Audience details'. The 'Audience details' section includes location (Finland), age (18-65+), and interests (Tennis, Golf, Mountain biking, etc.). A warning message states: 'There may be issues with this ad. Audience sizes may vary significantly as people opt out of tracking on iOS 14 or use other data controls on Facebook (such as our updated privacy controls for people in the European region).' Below this, there are radio buttons for targeting options: 'People you choose through targeting' (selected), 'People who like your Page', 'People who like your Page and their friends', and 'People in your local area'. A 'Create New' button is also visible. At the bottom left, there is a 'Duration' section. On the right, a preview of the ad is shown. The ad features a blue background with the word 'Nominated' in large white letters. Below the preview, there is a 'See All Previews' button. At the bottom right, there is an 'Estimated daily results' section with a warning: 'Reported conversions may be affected. The number of conversions reported may vary significantly as people opt out of tracking on iOS 14 or use other data controls on Facebook (such as our updated privacy controls for people in the European region).' At the very bottom, there is a 'Need help?' link and a 'Boost Post Now' button.

Audience ⓘ
Who should see your ad?

Smart audience
Facebook will customise your audiences to reach more people who may be interested in your business.

Audience details ⓘ

Location – Living in: Finland: Pohjoinen Makasinkatu 4, Helsinki (+48 km) Uusimaa
Age: 18-65+
People who match: Interests: Tennis, Golf, Mountain biking, Cycling, Vain elämää, Winter sport, Skiing or Lagerhaus
Detailed targeting expansion: On

⚠️ **There may be issues with this ad**
Audience sizes may vary significantly as people opt out of tracking on iOS 14 or use other data controls on Facebook (such as our updated privacy controls for people in the European region).
[Learn more](#)

People you choose through targeting ☒
People who like your Page ☐
People who like your Page and their friends ☐
People in your local area ☐
[Create New](#)

Duration ⓘ

are in the final of the Agency of the year competition for the fifth time in a row! 🏆 A huge thank you belongs to all our wonderful clients and drama queens. We are more than happy to work with you 🥰🥰

The winner will be announced on the 17th of February. Stay tuned! ❤️

Nominated

DOCOMMS.COM
We are in the final of the Agency of the year [LEARN MORE](#)

👤 Matias Mero and 12 others 1 share
👍 Like 🗨 Comment ➦ Share

[See All Previews](#)

Estimated daily results

ⓘ **Reported conversions may be affected**
The number of conversions reported may vary significantly as people opt out of tracking on iOS 14 or use other data controls on Facebook (such as our updated privacy controls for people in the European region).

By clicking Boost Post Now, you agree to Facebook's [Terms & Conditions](#)

[Need help?](#) [Boost Post Now](#)

Kohdentaminen ja sen parametrir

Tavoitteet



JULKAISUJEN SPONSOROINTI / BOOSTAUS

The screenshot shows the Facebook 'Boost Post' configuration screen. On the left, the 'Duration' is set to 5 days, ending on 25 Jan 2022. The 'Total Budget' is set to €10.00, with an estimated reach of 334-964 people per day. Below this, the 'Placements' are set to Facebook, Messenger, and Instagram. The 'Facebook pixel' is currently set to 'No pixel', which is highlighted by a red arrow. The 'Payment method' section shows various payment options and an 'Add Payment Method' button. On the right, the 'Estimated daily results' section shows 'People reached' as 334-964 and 'Link Clicks' as 13-37. A red arrow points from the 'Total budget' slider to the 'Budgetti' label. Another red arrow points from the 'Facebook pixel' toggle to the 'Mainossijoittelut, pikseli ja maksutavat' label. At the bottom, there is a 'Boost Post Now' button and a URL: https://business.facebook.com/business/m/facebook-marketing-expert?lead_source=smbas_ad_creation.

Duration ⓘ

Days: 5 ⓘ ⓘ End date: 25 Jan 2022

Total Budget ⓘ

Country, currency: US, EUR ⓘ [Change](#)

Estimated 334-964 people reached per day

€10.00 ⓘ

Placements ⓘ

Facebook, Messenger, Instagram ⓘ

Facebook pixel ⓘ

No pixel ⓘ

Payment method ⓘ

You may receive more than one bill for this ad. [Learn more](#)

[Add Payment Method](#)

Estimated daily results

Reported conversions may be affected ⓘ

The number of conversions reported may vary significantly as people opt out of tracking on iOS 14.5 or later devices, or use other data controls on Facebook.

[Learn more](#)

People reached ⓘ 334-964

Link Clicks ⓘ 13-37

Payment summary ⓘ

Your ad will run for 5 days.

Total budget ⓘ €10.00 EUR

Have questions? ⓘ

Request a free call with a Marketing Expert.

[Request Call](#)

By clicking Boost Post Now, you agree to Facebook's [Terms & Conditions](#)

[Need help?](#) [Boost Post Now](#)

https://business.facebook.com/business/m/facebook-marketing-expert?lead_source=smbas_ad_creation

Budjetti

Mainossijoittelut,
pikseli ja maksutavat



Toimivien mainoksien rakentaminen



LAADUKAS KOHDEYLEISÖÄ PUHUTTELEVA MAINOS

- **Kaikki markkinointi alkaa tavoitteen asettamisesta**, niin myös some-markkinointi. Ensimmäisenä tulee määritellä mainonnan tavoite, joista jokaiselle löytyy oma kampanjamuoto.
- **Miten valita oikea tavoitemuoto?** Facebookin mainostyökalu tarjoaa jopa 11 erilaista tavoitetta valittavaksi. Tavoitteella tarkoitetaan sitä, mitä ihmisen halutaan tekevän mainoksen nähtyään.
- Oikean tavoitteen valitseminen on ratkaiseva vaihe, sillä se määrittää, millaista optimointia, jakelua ja tarjousstrategiaa Facebook tarjoaa kampanjaan
- **Laadukas sisältö** on avainasemassa siinä, päätyykö potentiaalinen asiakas vierailemaan verkkosivuillasi tai sitoutuuko hän sisältöösi.



LAADUKAS KOHDEYLEISÖÄ PUHUTTELEVA MAINOS

- **Kun haluat ohjata verkkosivustolle,** pidä viestisi lyhyenä, käytä laadukkaita kuvia ja visuaaleja, jotka ovat Facebookin ja Instagram ohjeistuksen mukaisia. Sekä tietysti hyödynnä vahvoja call-to-actioneita eli kehoituksia copyissa.
- **Kun haluat nostaa tietoisuutta ja sitouttaa ihmisiä,** viestin tulisi olla mukaansa tempaava ja tarjota ihmiselle jotain olennaista, kuten opettaa, hyödyllistä tietoa, opastaa, viihdyttää. Lisäksi kuten kaikissa sosiaalisen median mainosmuodoissa, visuaalisuus on tärkeässä roolissa.
- **Tällä hetkellä videoiden ja story formaattien käyttö on nosteessa,** joita kannattaa hyödyntää perinteisten stillkuvien sijaan. Videoformaatteja käyttäessä muista, ettei copyjen ja postaustekstien tule olla liian pitkiä ja itse tärkeimmän sisällön tulisi olla itse videossa.



TOIMIVIEN MAINOKSIEN RAKENTAMINEN

- **Erilaisia mainosmuotoja ovat esimerkiksi:**

- Yksittäiset kuvamainokset
 - Videot ja slideshow-videot
 - Karusellit
 - Liidimainokset

- Parhaimpia tuloksia saavuttaa rohkeasti kokeilemalla mikä organisaatiolle ja kyseessä olevaan viestiin, tuotteeseen tai palveluun toimii parhaiten



LAADUKAS KOHDEYLEISÖÄ PUHUTTELEVA MAINOS

- **Tyypillinen Facebook-mainos koostuu muutamasta tärkeimmästä seikasta:**
 1. Otsikko - tee otsikosta houkutteleva ja asiakkaan saamalla eduilla puhutteleva
 2. Mainosteksti - kuvaa palvelusi tuomia etuja ja pidä tässäkin asiakas aina mielessä
 3. Kuva tai video - kuvalla ja videolla on suuri vaikutus mainoksen toimivuuteen ja mainokset toimivat yleisesti paremmin, mikäli kuvassasi on ihminen kasvot “kameraan” päin. Eli huomioi inhimillinen kulma visuaaleissa.
 4. Linkki - valitse houkutteleva ja lyhyt teksti sivustollesi ohjaavaan linkkiin
 5. Linkin kuvaus - linkille voit lisäksi antaa kuvauksen ja kertoa hieman lisää lisäeduista
- **Instagramissa on otettavaan huomioon, että mainoksissa usein on vain kuva, karuselli tai video, postausteksti ja CTA-button, jotka käyttäjä näkee.**
- **Story formaatin mainoksissa suositetaan vain videota tai kuvaa, sekä mainoksissa näkyy asetettu CTA-button.**



ESIMERKKI MAINOKSIA

 **Drama Queen Communications**
Sponsored · ⚙️

Drama Queen ❤️ Nenäpäivä. Nenäpäivän kumppanina halusimme osoittaa tukemme työn lisäksi myös lahjoituksella. Jos pähkäilet eri hyväntekeväisyyskohteiden välillä, lahjoita laillamme Nenäpäivään. Tuet kerralla yhdeksää järjestöä, kuten UNICEF, Punainen Risti ja Pelastakaa Lapset. Samalla autat maailman heikoimmassa asemassa olevia lapsia.

Tee siis päivän, viikon ja vuoden hyvä teko – osallistu Nenäpäivään lahjoittamalla nettilippaaseemme linkin kautta:
<https://www.nenapaiva.fi/dramaqueen> 📍



  46
7 comments 3 shares

 Like  Comment  Share

 **Drama Queen Communications**
Sponsored · 🌐

🔥 WANTED: COPYWRITER/CONTENT WRITER IN STOCKHOLM 🔥
Är du en kreativ person som brinner för språket och det skrivna ordet?
Vi söker efter en skrivande kreatör som älskar digital kommunikation och utveckling inom sociala medier. Sök nu! 🙌

See translation



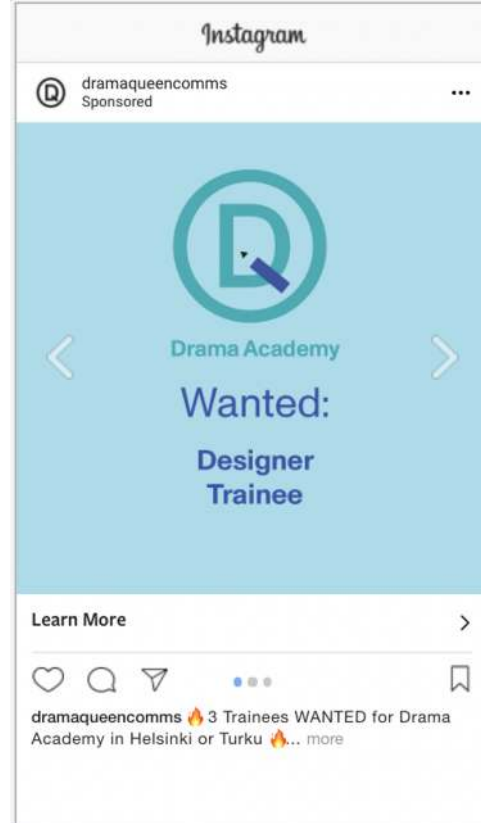
DQCOMMS.COM
Copywriter/Content Writer till Stockholm [Learn More](#)

 8

 Like  Comment  Share



ESIMERKKI MAINOKSIA



Mainonnan kohdentaminen ja kohderyhmät



MAINONNAN KOHDENTAMINEN JA KOHDERYHMÄT

- **Tunne kohdeyleisösi**, kenelle halutaan viestin näkyvän, ketkä ovat potentiaalisia yksilöitä, joita haluamme puhutella?
 - **Perinteisiä kohdeyleisön määrittäjiä:**
 - Sijainti
 - Ikä
 - Koulutus
 - Tehtävänimike
 - Parisuhdetilanne
 - Ostokäyttäytyminen
 - Kiinnostuksen kohteet
 - **Lisäksi kohdeyleisönä voi toimia:**
 - Verkkosivustolla vierailleet
 - Kaksoisolentoryhmät
 - Videon katsoneet
 - Omat asiakaslistat



MAINONNAN KOHDENTAMINEN JA KOHDERYHMÄT

- **Uudelleenmarkkinointi** on hyvä keino tavoittamaan yleisöjä, jotka ovat vierailleet sivustolla. Lisäksi myös mahdollisuus tehdä yleisöjä uudelleenmarkkinointia varten, jotka ovat sitoutuneet Facebookissa sisältöihin, esimerkiksi katsoneet videoita 50% pituudesta. Verkkosivustolla käyneiden listoihin Facebook suosittelee min. 1000 kävijää vähintään.
- **Kaksoisolentoryhmät / look-a-like audiences**, Facebook mahdollistaa luomaan kohdeyleisöjä, joihin se hakee esimerkiksi sivusta tykänneiden profiilien perusteella vastaavia yleisöjä, jotka eivät ole olleet kontaktissa Facebook sivuun aiemmin.



MAINONNAN KOHDENTAMINEN - KOHDERYHMIEN LUONTI, AUDIENCES / YLEISTÖ BUSINESS MANAGERISSA

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface. On the left, a dark sidebar contains a 'More tools' menu with the following items: Ads Manager, Ads reporting, Appointments, **Audiences** (highlighted with a blue border), Billing, Business apps, Events Manager, Instant Forms, Media Library, Page settings, Services, and View Page. The main content area is titled 'Home' and features the profile of 'Drama Queen Communicatio...' with links to 'Facebook Page' and 'Instagram account'. Below the profile, there are sections for 'Alert' (stating that some features will be unavailable until a confirmation), 'Updates' (showing a list of comments from users like rumipluslabre, lippezirkulaer, Milja Henttonen, maanantaista_su..., and Arto Kangas), and 'Your goals' (showing reach goals for Facebook Page and Instagram). The 'Audience' section on the right shows lifetime metrics for Facebook Page likes (2.6K) and Instagram followers (2K). At the bottom, there is a 'Take Business Suite with you on the go' notification.

More tools

- Ads Manager
- Ads reporting
- Appointments
- Audiences**
- Billing
- Business apps
- Events Manager
- Instant Forms
- Media Library
- Page settings
- Services
- View Page

Home

Drama Queen Communicatio...
Facebook Page, Instagram account

Alert

Some features will be unavailable until you've confirmed that people who manage your Facebook Page can also manage your Instagram account.

Updates

Comments

- rumipluslabre: I don't know what it hold for you. In fact I wanted L... and 6 others (3 w)
- lippezirkulaer: (4 w)
- Milja Henttonen: Vau onnea Liina! Ja onnea DQ! (5 w)
- maanantaista_su...: and 1 other (15 w)
- Arto Kangas: Sopivan raffit mallit, ei mitään hienohelmoja, me like... (17 w)

Your goals

Reach more people
28-day goal

- Facebook Page reach (Goal: 15811)
- Instagram reach (Goal: 6937)

Try these tips

- Share some content: Creating new posts and stories can help you reach more people. [Get Started](#)
- Try boosting a post: Turn one of your posts into an ad. [Get Started](#)

Insights

Trends
Last 28 days: 22 December 2021 – 18 January 2022

Facebook Page reach	14K	↓ 57%
Instagram reach	6.3K	↓ 74%

Audience
Lifetime

Facebook Page likes	2.6K
Instagram followers	2K

Share what's new with your business
Create a post featuring your employees, showcasing your products or going behind the scenes. [Create Post](#)

Take Business Suite with you on the go
You can respond to messages, view notifications, share posts and stories and more, whenever, wherever, with the mobile app. [Learn How](#)

[Need help? Talk to us.](#)



Drama Queen Communications (Credit... ▼

Columns ▼

- **Sharing**

1

—

—

10

10

1990

1

1

100

—

1



MAINONNAN KOHDENTAMINEN - KOHDERYHMIEN LUONTI, OMA MUKAUTETTU YLEISÖ

The screenshot shows the Facebook Audience creation interface. A modal window titled "Create a saved audience" is open, allowing users to define a custom audience. The modal includes fields for "Audience Name", "Custom Audiences" (with a search bar and "Exclude" button), "Locations" (with a dropdown and "People living in or recently in this location" filter), and "Age" (with a range selector from 18 to 65+). The "Gender" section has radio buttons for "All", "Men", and "Women". The "Languages" section has a search bar. The "Detailed targeting" section includes a checkbox for "Include people who match" and a search bar for "Add demographics, interests or behaviours". A "Potential reach is now estimated audience size" section provides an estimated audience size of 3,200,000 - 3,700,000, with a note that estimates may vary significantly over time based on targeting selections and available data. The "Audience details" section lists "Location: Finland" and "Age: 18-65+". The modal also includes "Cancel" and "Create Saved Audience" buttons.

Create a saved audience

Audience Name
Name your audience

Custom Audiences Create new
Search existing audiences
Exclude

Locations
People living in or recently in this location
Finland
Include Search locations Browse
Add locations in bulk

Age
18 65+

Gender
☒ All ☐ Men ☐ Women

Languages
Search languages

Detailed targeting
Include people who match
Add demographics, interests or behaviours Suggestions Browse

Potential reach is now estimated audience size
Estimated audience size is an estimate of the range of people who match your targeting criteria. You can use this estimate to better understand how your targeting selections can limit or expand your audience size. This estimate may vary over time based on available data. You may see improved performance with a broader audience definition.
[Learn more](#)

Estimated audience size:
3,200,000 - 3,700,000
Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.

Audience details:
• Location:
• Finland
• Age:
• 18-65+

Cancel Create Saved Audience

Yleisön määrittely samaan tapaan kuin kampanjan luonnissa, tätä kautta pystyy tallentamaan valmiiksi yleisöjä, joita halutaan hyödyntää jatkuvasti.



MAINONNAN KOHDENTAMINEN - KOHDERYHMIEN LUONTI, OMA UUELLEENMARKKINOINTI YLEISÖ

Create a website Custom Audience

The size of your website Custom Audience may decrease because it may not include some people using iOS 14.5 or later devices. Using it as a Lookalike Audience source will not affect your lookalike's size. [Learn more](#)

Include people who meet **ANY** of the following criteria:

Source
Drama Queen Communications's Pixel

Events
All website visitors

Retention
30 days

Audience name
0/50

Description - Optional
0/100

[Back](#) [Create Audience](#)

Käytettävä pikseli

Pikselin kautta valittavat yleisöt, esim. tietty alaisuus.

Yleisön iän määrittely, millä ajalla ovat käyneet sivustolla

Yleisön nimi ja kuvaus



Mittaaminen ja raportointi



MITTAAMINEN JA RAPORTOINTI

- **Kuinka tuloksia mitataan ja analysoidaan some-mainonnassa?**

Mittaamiseen ja analysointiin vaikuttavat paljon kohdeyleisön koko, käytetty budjetti ja kampanjan kesto. Kampanjoiden tulokset näkyvät Business Managerin Ads Managerissa, jota voi muokata haluamansa näköiseksi.

- **Tärkeimpiä seurattavia mittareita ovat mm.**

CPM/CPC-hinnat, näyttömäärät, reach (tavoittavuus), CTR (klikkausprosentti) sekä mahdolliset konversiot.

- Kun mainonnasta ohjataan sivustolle, **on tärkeää, että sivustolla on käytössä Google Analytics sekä sivustolle ohjattu liikenne on UTM-tagitettuna.**

- **UTM-tageilla** pystymme kertomaan Google Analyticsille mistä liikenne on saapunut sivustolle sekä tarkastelemaan mitä hankitun liikenteen kautta yleisöt tekevät sivustolla. Jos esimerkiksi sivustolle on asetettu konversiopisteitä / maaleja, niin pystytään seuraamaan moniko kampanjan liikenteen kautta tulleista konvertoit.

[Campaign URL builder](#)

- Mitkä ovat hyviä lukuja? Tähän vaikuttavat suuresti kohdeyleisö, itse mainos sekä toimiala. Keskiarvo CTR mainoksissa on 1,11 %, jota kannattaa tavoitella, alle 1,00€/CPC ja 4,00€/CPM hintoja voidaan pitää hyvinä.



MITTAAMINEN JA RAPORTOINTI - ADS MANAGER NÄKYMÄ

Campaigns Drama Queen Communications (Cred...) 1 ad with errors Updated just now Discard Drafts Review and Publish (3)

Search and filter Maximum: 20 Dec 2018-20 Jan 2022

Resource centre Campaigns Ad sets Ads

+ Create Edit A/B test Rules View Setup Columns Breakdown Reports

Off/On	Campaign name	Delivery	Bid strategy	Budget	Attribution setting	Results	Reach	Impressions	Cost per result	Amount spent
☐	Dummy kampanja koulutukseen 1/2022	In draft	Lowest cost	€25.00 Daily	—	—	—	—	—	—
☐	Brand Awareness / Drama Queen / helmikuu 2...	Ad sets inactive	Lowest cost	€100.00 Lifetime	28-day click o...	940 Estimated ad recall l...	15,993	24,573	€0.11 Per estimated ad rec...	€100.00
☐	Brand Awareness / Drama Queen / marraskuu ...	Ad sets inactive	Lowest cost	€200.00 Lifetime	28-day click o...	2,570 Estimated ad recall l...	34,817	65,359	€0.08 Per estimated ad rec...	€200.00
☐	Brand awareness / Drama Queen / huhtikuu 20...	Ad sets inactive	Using ad set bl...	Using ad set bu...	28-day click o...	2,040 Estimated ad recall l...	29,016	51,989	€0.10 Per estimated ad rec...	€200.00
☐	Traffic / Drama Queen / helmikuu 2019	Ad sets inactive	Using ad set bl...	Using ad set bu...	28-day click o...	373 Link Clicks	44,683	84,255	€1.07 Per link click	€400.00
☐	Traffic / Drama Queen / joulukuu 2018 / jatkuva	Ad set off	Using ad set bl...	Using ad set bu...	28-day click o...	— Link click	—	—	— Per link click	€0.00
☐	Job: Sociala medier Manager	Off	Lowest cost	€25.00 Daily	7-day click or...	— Application submitted	938	1,284	— Per application sub...	€18.30
☐	TESTI	Off	Using ad set bl...	Using ad set bu...	28-day click o...	— Link click	—	—	— Per link click	€0.00
☐	DQ / Brand Awareness / Boost / Tammikuu 20...	Completed	Using ad set bl...	Using ad set bu...	7-day click or...	970 Estimated ad recall l...	14,019	23,278	€0.05 Per estimated ad rec...	€50.00
☐	Traffic / Drama Queen/ joulukuu 2021	Completed	Using ad set bl...	Using ad set bu...	7-day click or...	93 Landing page views	6,311	9,849	€1.08 Per landing page view	€100.00
☐	Brand awareness / Drama Queen/ elokuu 2021...	Completed	Using ad set bl...	Using ad set bu...	7-day click or...	1,900 Estimated ad recall l...	22,103	34,409	€0.05 Per estimated ad rec...	€100.00
☐	Traffic / Drama Queen/ marraskuu 2021	Completed	Using ad set bl...	Using ad set bu...	7-day click or...	71 Landing page views	5,424	8,461	€1.41 Per landing page view	€100.00
☐	Traffic / Drama Queen/ lokakuu 2021	Completed	Using ad set bl...	Using ad set bu...	7-day click or...	86	4,705	8,781	€1.16	€100.00
Results from 31 campaigns					Multiple attrib...	— Multiple conversions	404,664 People	1,376,089 Total	— Multiple conversions	€4,252.30 Total Spent

Mukautettavat sarakkeet

Ladattavat raportit



MITTAAMINEN JA RAPORTOINTI - ADS MANAGER RESOURCE CENTRE

Resource Centre Drama Queen Communications (Cred...) 1 ad with errors Discard Drafts Review and Publish (3)

Resource centre Campaigns Ad sets Ads

Respond to iOS 14 changes

Apple released changes with iOS 14 that affect how we receive and process events from tools such as the Facebook pixel and SDK. See updates on how these changes affect your ad account and complete tasks that can help you reach your audience. [Learn more](#)

Update Facebook's solutions to help address Apple's iOS 14 changes are in effect in your ad account.

Tasks

Actions that can help you respond to iOS 14 changes.

2 of 2 completed

- Review 2 pixels not optimised for ad delivery
- Review audiences that have decreased in size

Updates

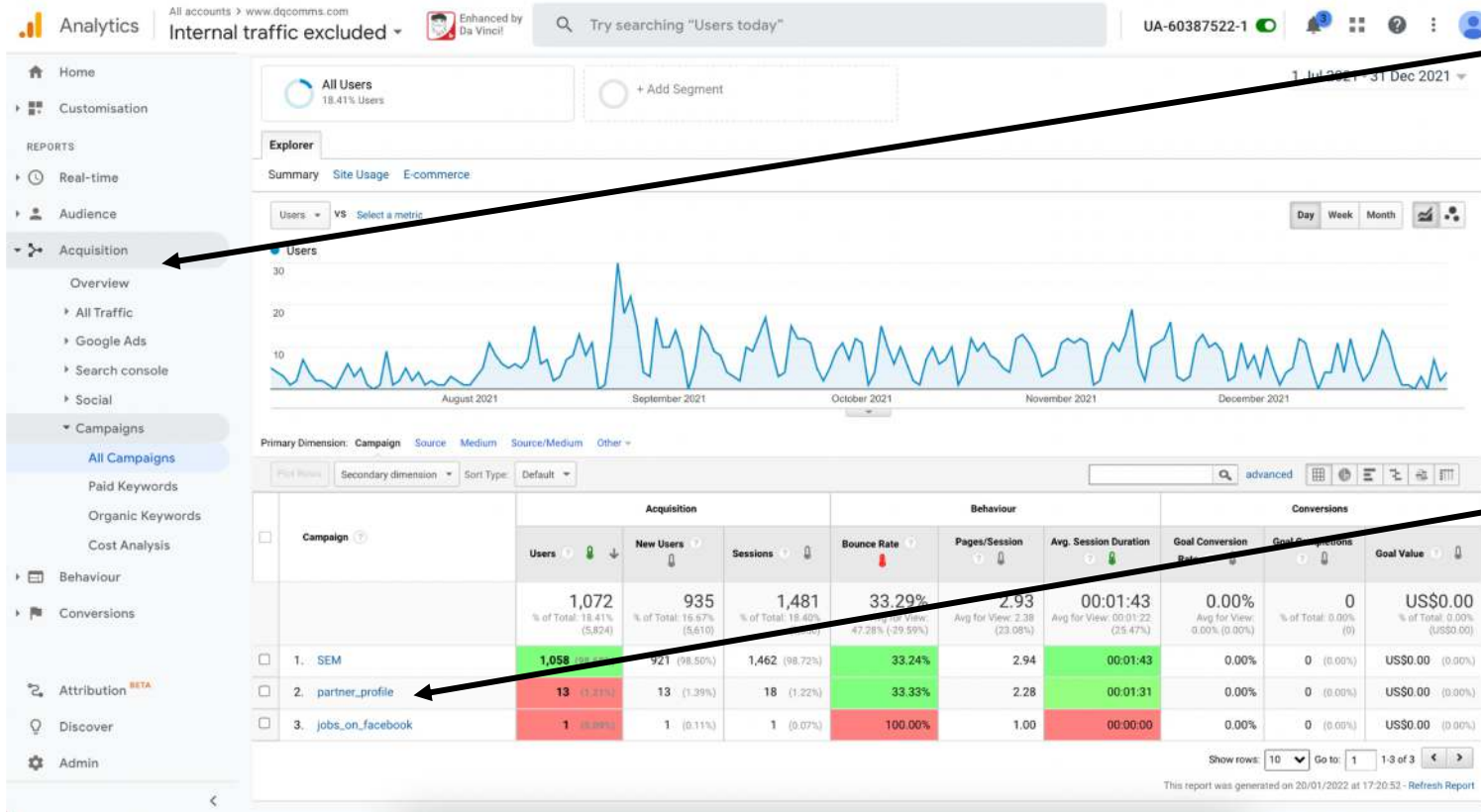
Information about how iOS 14+ changes may affect your ad account.

- Some campaign results will be counted differently
 - Statistical modelling may be used to account for some conversions that are completed on iOS 14+ devices. Recent updates to attribution settings may result in changes in the number of reported conversions and some attribution windows will be unavailable. You may also find that there are delays in reporting certain results. [Learn more](#)
- Events not prioritised for iOS 14.5+ can be used
- Event changes take effect immediately and won't pause ads
- Making changes to event priority will automatically update delivery
- Ads can run without a domain that prioritises events
- Audience sizes may decrease

Resource centre
näyttää kehitysideoita
mainonnan
optimointiin, kun
mainoskampanjat ovat
käynnissä.



MITTAAMINEN JA RAPORTOINTI - GOOGLE ANALYTICS, CAMPAIGNS



Polku kampanjoihin:

Acquisition ->

Campaigns ->

All campaigns ->

UTM-tagitetyt
kampanjat



Q&A!

Sana on vapaa ja kiperiä kysymyksiä saa esittää



ENNAKKOKYSEMYKSIÄ

1. WhatsAppin pystyy nykyään linkittämään Facebook-sivulle. Pystyykö sitä hyödyntämään mainonnassa?

Business Managerissa pystyy luomaan linkityksen jälkeen “click to WhatsApp” mainoksia, joka ohjaa käyttäjän ottamaan yhteyttä.

<https://www.facebook.com/business/help/1583303048513172?id=2129163877102343>

2. FB-pikselin asennus ja hyödyntäminen?

FB-pikselin suurimpana hyötynä on se, että sen avulla pystytään kohdentamaan mainontaa sivustolla käyneille tai vain tietyllä alisivulla käyneelle.

<https://www.facebook.com/business/learn/facebook-ads-pixel>

3. Kannattaako Facebook-sivusta tehdä oma profiili? Vaikuttaako markkinointiin?

Yleensä organisaatioilla riittää, että on vain oma FB-sivu ja mahdollisesti Business Manager, joten “käyttäjäprofiilin” luonti ei ole perusteltua. Lisäksi Facebook on nykyään tarkka käyttäjien suhteen ja saattaa bannata käyttäjiä, jotka eivät ole oikeita ihmisiä.



KIITOS.

Mikko Huuskonen, Digital Marketing Strategist
mikko.huuskonen@dqcomms.com

