

RUOKAKETJU
NÄKYVÄKSI



FACEBOOK MARKKINOINTI

RUOKAKETJU NÄKYVÄKSI FACEBOOK-TYÖPAJA

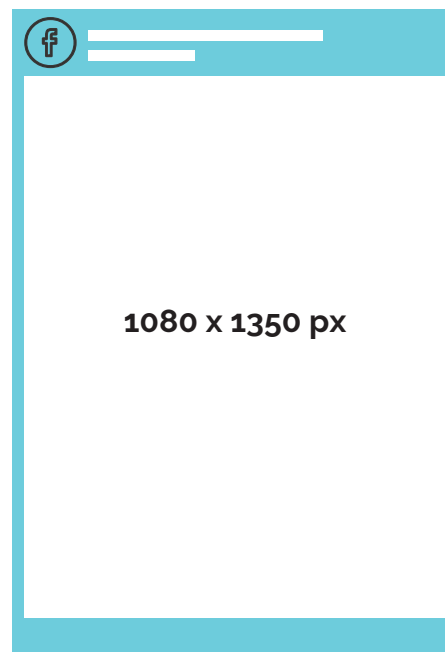
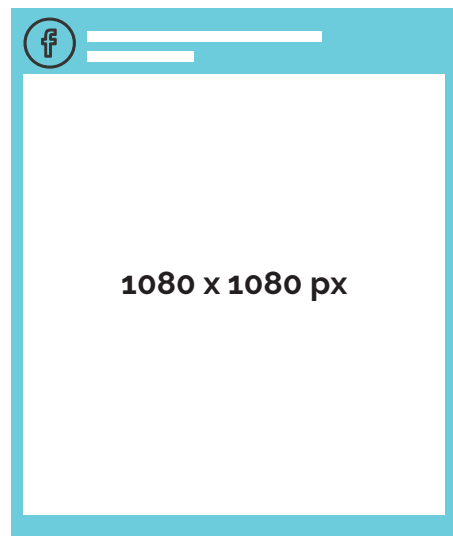
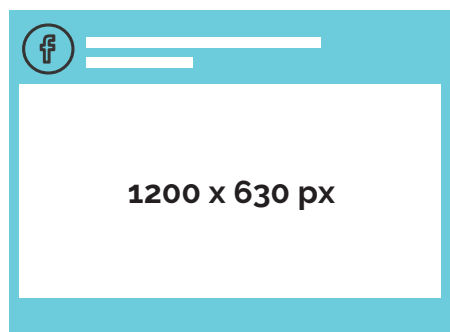
©Nina Patrikka 2022

MITEN SAADA NÄKYVYYTTÄ JA SEURAAJIA?

- Tekemällä FB-markkinointia!
- Mainostamalla pitkäjänteisesti ja kohdistetusti Facebook-mainoksilla. FB algoritmin vuoksi yritysten orgaaninen näkyvyys on vaikeaa. Myöskään postausten tykkäykset eivät nosta näkyvyyttä.
- Mainos ei saisi kuitenkaan näyttää mainokselta, autenttinen ja aito filis puree paremmin.
- Markkinoimalla Facebook-sivua muissa välineissä, kuten kotisivulla, sähköpostimarkkinoinnilla, Twitterissä, Instagrammissa, esitteissä jne.
- Verkostoitumalla yhteistyökumppaneiden tai asiakkaiden kanssa ja ristiin markkinoida ja kommentoimalla muiden sisältöä.

FACEBOOK KUVAKOOT

- Facebookissa käytetään edelleen vaakakuvia 1200 x 630 px. Facebookia käytetään kuitenkin entistä enemmän mobiililaitteilla, joten Facebook suosittelee käyttämään kuvasuhdetta 1:1 (1080 x 1080 px) tai koko pystymallista kuvasuhdetta 4:5 eli 1080 x 1350 px. Facebook-storyssa kannattaa valita kuvasuhteeksi 9:16 eli 1080 x 1920 px, joka peittää koko älypuhelimien näytön.



- Facebook-profilikuva vähintään 180 x 180 px, mielellään 1 080 x 1 080 px
- Facebook-kansikuva 851 x 315 px

POSTAUSTEN MAINOSTAMINEN

POTKU - Pohjois-Pohjanmaan talteen ja kulttuurin tuki ry
Julkaisija: Nina Patriikka · 29. maaliskuuta · 🌐

Radiofestivaalit on vuodesta 2000 asti järjestetty radioalan opiskelijoiden ja ammattilaisten, vuotuinen tapahtuma ja kohtaamispaikka, jonka järjestäjäksi valikoitui tänä vuonna ensimmäistä kertaa Oulu ja Oamk.

Tapahtuman ajankohta on 21.4.–22.4. Oamkin kampukselle, johon paikalle odotetaan noin 50-100 kävijää ympäri Suomen.

Festivaalipäivien aikana kilpailaan neljässä eri kategoriassa, jotka ovat: alan opiskelijoille suunnatut juontaja- kuunnelma- ja dokumentti-sarjat, se... [Näytä lisää](#)

RADIO-FESTIVAALI 21.-22.4. 2022

41 Tavoitetut henkilöt 4 Sitoutumiset - Jakelupisteet [Mainosta julkaisua](#)

- Nopea tapa mainostaa
- Yleensä kalliimpaa kuin mainostyökalun kautta tehty mainonta
- Suppeammat mainoksen muokkauksmahdollisuudet

Voit "boostata" eli mainostaa julkaisua.

MAINOSTEN LUONTI BUSINESS MANAGERILLA

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

- Selkeyttää siviili- ja yritystilin eron
- Monipuolinen työkalu
- Mahdollistaa testata erilaisia kampanjoita (esim. eri kohderyhmille)
- Mahdollistaa seurantapikselin käytön (verkkosivuille)

FACEBOOK BUSINESS SUITE

Kokoaa yhteen näkymään Facebookin, Instagramin ja Messengerin tärkeimmät toiminnot, kuten sisältöjen ajastamisen ja julkaisun, kommentteihin ja viesteihin vastaamisen, tapahtumien hallinnoinnin sekä kävijätietojen tarkastelun.

Mainostilille pääset: Kaikki työkalut --> **Mainostenhallinta**

FACEBOOK-KAMPAJAN SUUNNITTELUN PERUSOHJEET

1. Luo strategia
2. Luo tavoitteet
3. Sisällönsuunnittelu
4. Päätä budjetti
5. Kenelle markkinoin?
6. Seuraa kampanjan tuloksia

**Palataan tähän
vielä myöhemmin!**

FACEBOOK-MAINOKSEN SISÄLTÖVINKIT

1. Ihmisiä ja eläimiä kuviin ja videoille
2. Luo tarinoita, herätä TUNTEITA
3. Pyri yrityksenä läpinäkyvyyteen ja aitouteen
4. Vastuullisuus on iso trendi
5. Kehoitte tekemään jotain
6. Kerro tekstissä mitä tuotteella tai palvelulla saa aikaan.



FACEBOOK-MAINONNAN KOHDENTAMINEN

Kohdentaessa mainosta tietylle yleisölle valintojen määrällä on vaikutusta yleisön kokoon.

Esimerkiksi:

- Sijainti: Suomi
- Ikä: 18 - Mikä tahansa

Arvio kohderyhmän koosta on **1 574 040** käyttäjää

Vertailun vuoksi asetuksilla:

- Sijainti: Suomi
- Ikä 18 - mikä tahansa
- Sukupuoli: miehet
- Kiinnostuksen kohteet: golf

Arvio kohderyhmän koosta on **6 950** henkilöä.



ASIAKASPERSONAN MÄÄRITTELY

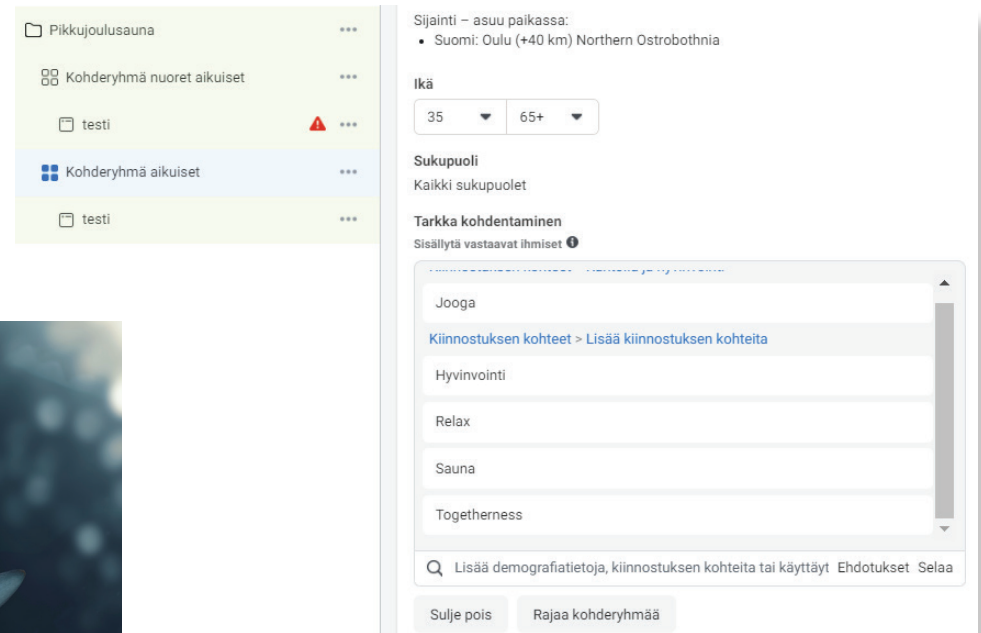
- Millainen on ihanneasiakkaamme?
- Millaista sisältöä he haluavat nähdä?
- Ikä, sukupuoli, koulutus, asuinpaikka, kulutustottumukset, perhe, tulotaso, harrastukset, arvot ja odotukset. Motiivit ja tarpeet.
- Avuksi kävijätiedot > Facebook analytiikka



Photo by Jonathan Borba on Unsplash



Photo by Jonathan Borba on Unsplash

A screenshot of the Facebook targeting interface. On the left, there is a list of targeting options: 'Pikkujoulusauna', 'Kohderyhmä nuoret aikuiset', 'testi', 'Kohderyhmä aikuiset', and another 'testi'. The 'Kohderyhmä aikuiset' option is selected. On the right, there are settings for location ('Suomi: Oulu (+40 km) Northern Ostrobothnia'), age (35-65+), and gender ('Kaikki sukupuolet'). Below these is a section for 'Tarkka kohdentaminen' (Detailed Targeting) with a search bar containing 'Jooga' and a list of interests: 'Hyvinvointi', 'Relax', 'Sauna', and 'Togetherness'. At the bottom, there are buttons for 'Sulje pois' and 'Rajaa kohderyhmää'.

ALOITA VALITSEMALLA TAVOITE JA TARKOITUS

Tavoite voi olla esim.
myynti, tunnettuuden
kasvattaminen, tiedon
jakaminen tai
mielenkiinnon herättäminen.

The screenshot shows the 'Luo mainos' (Create Ad) interface. On the left, there are three main options: 'Automaattiset mainokset' (Automatic Ads), 'Valitse tavoite' (Select Objective), and 'Mainosta valmista sisältöä' (Use Existing Content). The 'Valitse tavoite' section is expanded, showing a grid of campaign objectives:

- Aloita automaattisten mainosten käyttö** (Start using automatic ads): Saat mukautettuja mainoksia, jotka muuttuvat ajan myötä. Näin saat parempia tuloksia.
- Hanki lisää sivustossa kävijöitä** (Get more website visitors): Suositeltu.
- Mainosta julkaisua** (Use existing post): Suositeltu.
- Mainosta Instagram-julkaisua** (Use existing Instagram post).
- Lisää viestejä** (Get more messages).
- Markkinoi sivuasi** (Boost your page).
- Markkinoi yritystäsi paikallisesti** (Boost your business locally).
- Hanki lisää liidejä** (Get more leads).

META MAINOSKIRJASTO AVUKSI IDEOINTIIN

META mainoskirjasto on paikka, jossa voit etsiä mainoksia, jotka on julkaistu Meta-kanavissa. Voit sen avulla hakea tietoa näkemistäsi mainoksista tai voit etsiä mainoksia, jotka ovat parhaillaan aktiivisia esim. Facebookissa.

Kirjasto näyttää haetun yrityksen kaikki palvelussa näyttämät mainokset. Tutkimalla kilpailijoidensa Facebookissa näyttämiä mainoksia yritys voi saada hyödyllistä informaatiota niiden mainonnasta.

Tällaista tietoa ovat mm. kilpailijoiden viestit eri kohde-ryhmille, mainonnan erilaiset luovat ratkaisut, hintatieto ja mainonnan määrä eri markkinoilla.

<https://www.facebook.com/ads/library/>

Ei-aktiivinen

2.5.2022–8.5.2022

Alustat

Luokat


Arvioitu kohderyhmän koko: >1 milj. henkilöä

Käytetty määrä (EUR): 100 €–199 €

Näyttökerrat: 10 t.–15 t.


Tunnus: 998898874080726

Näytä mainoksen tiedot

 **Plan International Suomi**
Sponsoroitu • Maksajana Plan International Suomi

Äidit haluavat lapsilleen parasta, myös kriisien keskellä. Anna äitienpäivänä lahjaksi turvaa, ravintoa ja koulutusta. ❤️


Äitienpäivänä on hyvä hetki pysähtyä muistamaan äitejä, jotka huolehtivat lapsistaan kriiseissä eri puolilla maailmaa. Niin globaalin nälkäkriisin koskettamat äidit kuin Ukrainan sotaa pakenevat äidit haluavat lapsilleen parasta...



AINEETON-
LAHJA.PLAN.FI
Anna lahjaksi
satuhetki...
10 €

Shop Now

10 €



AINEETON-
LAHJA.PLAN.FI
Anna lahjaksi
terveystarkastus
25 €

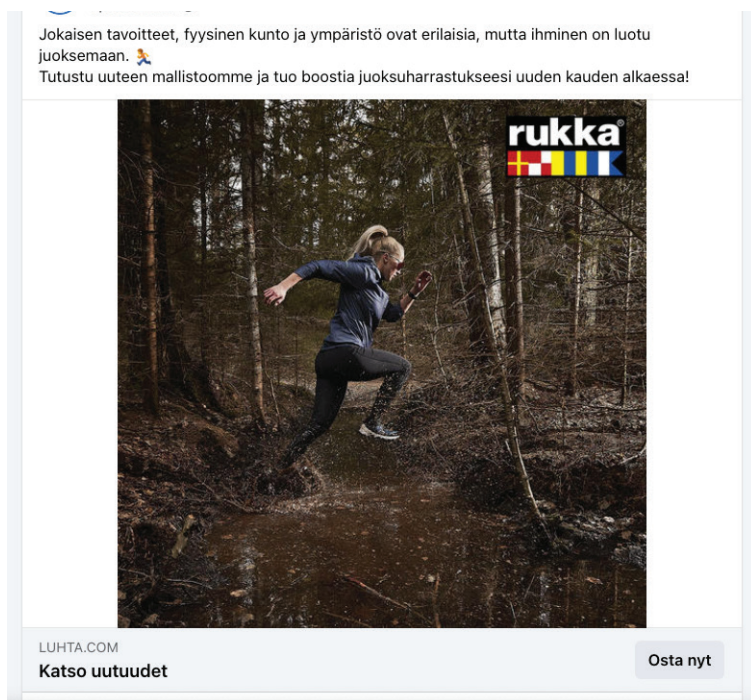
Shop Now

25 €



MAINOSFORMAATIT

KUVAMAINOKSET



Voit esitellä tuotteitasi, palvelujasi tai brändiäsi käyttämällä kuvamuotoa Facebookin uutisissa. Panoraamat ja 360 asteen kuvat ovat myös mahdollisia.

SUUNNITTELUSUOSITUKSET:

Tiedostotyyppi: JPG tai PNG

Kuvasuhde: 1.91:1–1:1

Tarkkuus: vähintään 1080 x 1080 pikseliä

TEKSTISUOSITUKSET

Ensisijainen teksti: 125 merkkiä

Otsikko: 40 merkkiä

Kuvaus: 30 merkkiä

TEKNISET VAATIMUKSET

Tiedoston enimmäiskoko: 30 Mt

Vähimmäisleveys: 600 pikseliä

Vähimmäiskorkeus: 600 pikseliä

Kuvasuhteen toleranssi: 3 prosenttia

VIDEOMAINOKSET

Erityisesti lyhyet videot ovat suosittuja. Facebook-videon maksimipituus on 240 minuuttia, mutta Facebook suosittaa videon pituudeksi 15 sekuntia. Facebook-videon kuvakoko olisi hyvä olla 1280 x 720 px, mutta maksimiresoluutiota ei ole. Kuvasuhde tulisi olla 16:9.

Suunnittelusuositukset

Tiedostotyyppi: MP4, MOV tai GIF

Kuvasuhde: 1:1 (pöytäkone tai mobiili) tai 4:5 (vain mobiili)

Videoasetukset: H.264-pakkaus, nelikulmaiset pikselit, kiinteä kuvataajuus, peräkkäispyyhkäisy ja stereo AAC -äänenpakkaus (vähintään 128 kt/s)

Tarkkuus: vähintään 1080 x 1080 pikseliä

Videon tekstitys: valinnainen, mutta suositeltu

Videon ääni: valinnainen mutta suositeltu

Tekstisuositukset

Ensisijainen teksti: 125 merkkiä

Otsikko: 40 merkkiä

Kuvaus: 30 merkkiä

Tekniset vaatimukset

Videon kesto: yhdestä sekunnista 241 minuuttiin

Tiedoston enimmäiskoko: 4 Gt

Vähimmäisleveys: 120 pikseliä

Vähimmäiskorkeus: 120 pikseliä

360 asteen videot

Joidenkin tavoitteiden kanssa on mahdollista käyttää 360 asteen videota. Kun käyttäjät näkevät tämän tyyppisen mainoksen, he voivat kääntämällä laitettaan tai liikuttamalla sormeaan näytöllä siirtyä videossa ja katsoa sitä kaikista kulmista.

KARUSELLIMAINOKSET

Facebookin uutisten karusellimainoksessa voit näyttää jopa kymmenen kuvaa tai videota yhdessä mainoksessa. Jokaisella niistä on oma linkkinsä. Koska mainoksessa on enemmän tilaa luovalle sisällölle, voit esitellä eri tuotteita, antaa lisätietoja yksittäisistä tuotteista, palveluista tai kampanjoista tai kertoa karusellikorteissa etenevää bränditarinaasi.

SUUNNITTELUSUOSITUKSET

Kuvatiedostotyyppi: JPG tai PNG

Videotiedostotyyppi: MP4, MOV tai GIF

Kuvasuhde: 1:1

Tarkkuus: vähintään 1 080 x 1 080 pikseliä

TEKSTISUOSITUKSET

Ensisijainen teksti: 125 merkkiä

Otsikko: 40 merkkiä

Kuvaus: 20 merkkiä

Aloitussivun URL-osoite: pakollinen

TEKNISET VAATIMUKSET

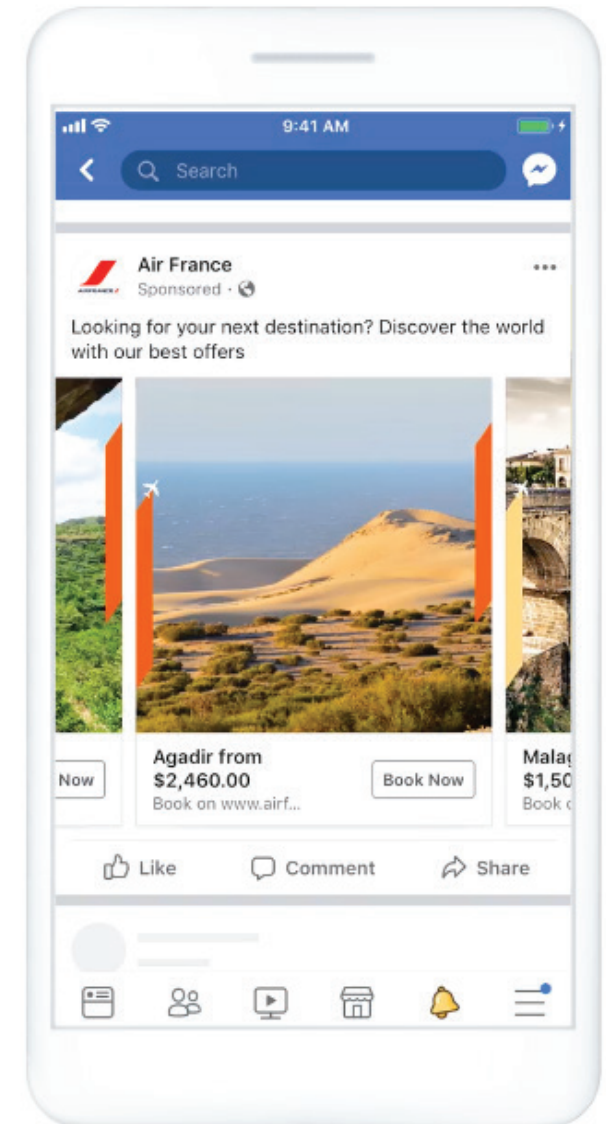
Karusellikorttien määrä: kahdesta kymmeneen

Kuvatiedoston enimmäiskoko: 30 Mt

Videotiedoston enimmäiskoko: 4 Gt

Videon kesto: yhdestä sekunnista 240 minuuttiin

Kuvasuhteen toleranssi: 3 prosenttia




KONVERSION HALLINTA

Valitse kampanjasi tavoite


Ohje: Tavoitteen valitseminen

- Lähetä ihmisiä sivustollesi
- Lisää konversioiden määrää sivustollasi**
- Mainosta julkaisujasi
- Markkinoi sivuasi
- Lisää sovelluksesi asennuskertoja
- Kasvata sitoutumista sovelluksessasi
- Tavoita yrityksesi lähellä olevia ihmisiä
- Lisää osallistujia tapahtumaasi
- Lisää tarjouksen lunastuksia
- Lisää videon näyttökertoja



Sivustokonversiot

Lähetä ihmisiä sivustollesi tekemään toiminto, esimerkiksi uutiskirjeen tilaaminen. Mittaa konversioita pikselin avulla.



Facebook-pikseli

Voit nyt luoda pikselin sekä seuranta- ja optimointia varten. [Lue lisää](#)

[Luo pikseli](#)

MISTÄ KOOSTUU FACEBOOK-MARKKINOINNIN HINTA?

Facebook-mainonta hinnoitellaan huutokauppa periaatteella. Jos mainostaja X tarjoaa 0,5 euroa ja mainostaja Y 0,6 euroa, niin Facebook näyttää mielummin mainostajan Y mainosta, koska hyötyy siitä enemmän.

Mikäli mainos hinnoitellaan klikkauksiin perustuvaksi niin Facebook huomioi myös mainosten klikkaus-suhteen ja laskee niistä, mikä on Facebookille taloudellisesti kannattavin mainos.

CPC VAI CPM

CPC-hinnoittelulla ei voi maksaa koskaan enempää klikkauksesta kuin asettaa hinnaksi. CPM-hinnalla taas maksaa näyttökerroista ja tämän avulla voi joko saada todella edullisia klikkauksia jos mainos on houkutteleva tai joutua maksamaan todella paljon klikkauksista. CPM-malli toimii myös jos halutaan näkyvyyttä esimerkiksi uudelle tuotteelle.

VIELÄ MUUTAMA VINKKI TOIMIVAN FB MAINONNAN LUOMISEEN

- Yksi viesti per mainos
- Luo tehokas "klikki" otsikko!
- Muokkaa aineistot oikeaan kokoon
- Kokeile rohkeasti eri juttuja ja formaatteja
- Pidä postaukset postauksina ja mainokset mainoksina

jos oma aika ei riitä, osta osaamista ammattilaiselta, vaikka koulutuksen muodossa

MITÄ SE MAKSAA?

- Tuhannen näytön hinta voi olla jotain 5-15 euron välillä
- Klikin hinta 0,10 -1,50 euron välillä
- Budjetti voi olla vaikka 10-20 euroa pv tai viikko

Ei kannata ajatella että sijoitetaan rahaa someen, vaan että sijoitetaan rahaa media-näkyvyyteen. Lehtimainos maksaa myös, mutta yleisö voi olla paljon pienempi.

LÄHTEET:

Markkinointi Akatemia, Jari Katajamäki: Facebook-mainonnan opas. Miksi mainostaminen facebookissa kannattaa?

Podcast: Markkinointi Mimmit: Facebook-mainonta

<http://www.digimarkkinointi.fi/blogi/facebook-markkinoinnin-hinta>

<http://www.slideshare.net/Envisio/facebook-koulutus>

<https://www.facebook.com/ads/library/>

<http://www.bgh.fi/blog/facebook-mainonta-mainosten-koot-ja-tekstin-maara/>

<https://duunitori.fi/tyoelama/sosiaalisen-median-kuvakoot>

<https://www.meltwater.com/fi/blog/sosiaalisen-median-kuvakoot>

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

Kuulu / Katarina Laaksonen; Somemarkkinoinnin algoritmit ja analytiikka, Oulun juhlaviikot 10.5.22

Kuulu / Katarina Laaksonen; Somemainonta, Oulun juhlaviikot 10.5.22

Kuvat: www.unsplash.com