

VAN PIELEN NAAR PRESTEREN

5 waardevolle inzichten die
leiden tot betere prestaties



**Ruud
Schoen**

FACEBOOK & INSTAGRAM
SPECIALIST

VAN PIELEN NAAR PRESTEREN

Als ambitieuze ondernemer had je waarschijnlijk al lang door dat Facebook ads van waarde is voor je bedrijf. Alleen heb je nog steeds het gevoel dat je niet alle potentie benut. En dat is zonde!

Bij veel ondernemers die ik tot nu toe hielp zie ik dezelfde onbenutte kansen. Logisch want je bent geen expert. In deze targetguide vind je mijn 5 meest belangrijke inzichten. Daarmee krijg je meer grip op je campagnes. Gaan ze beter presteren.

Dit ebook is daarom ook speciaal voor jou. Als doorgewinterde ondernemer die al resultaat haalt met Facebook. Maar nu echt die volgende stap wil maken.

RUUD SCHOEN

FACEBOOK & INSTAGRAM SPECIALIST



WORD OOK EEN FACEBOOK ADS PRO



WEKELIJKS KORTE WAARDEVOLLE TIPS

> [Volg mij op Facebook](#)



WEKELIJKS KORTE WAARDEVOLLE TIPS

> [Volg mij op Instagram](#)



UITGEBREIDE VIDEO TUTORIALS

> [Volg mij op Youtube](#)

WEET WAT ER OP JE WEBSITE GEBEURT

Ik ga er vanuit dat je de Facebook pixel geïnstalleerd hebt. Mocht dit nog niet het geval zijn ga dit dan als de bliksem doen. Want je loopt belangrijke data mis!

Gebeurtenissen zijn een belangrijk onderdeel van de pixel. Ze zorgen ervoor dat je gedrag van je websitebezoekers kunt meten. Denk aan het bezoeken van productpagina's, het toevoegen van producten aan een winkelwagentje en het registreren van aankopen en leads.

> Meer informatie over de waarde van de Facebook pixel lees je [hier](#).

> Meer informatie over het installeren van de Facebook pixel lees je [hier](#).



Zorg ervoor dat die events gebruikt worden en op de juiste plek zijn geplaatst. Ga na op welke pagina's websitebezoekers terechtkomen na het aanvragen van informatie. Komt men na een aankoop altijd op dezelfde pagina terecht? Gebruik dan de 'purchase' gebeurtenis. En wordt het aankoopbedrag meegegeven aan Facebook? Alleen zo maak je inzichtelijk wat je advertenties echt opleveren.

MAAK JIJ WEL DE JUISTE KEUZES?

Veel ondernemers die zelf aan de slag gaan met Facebook ads maken gebruik van de standaard rapportage die Facebook ze voorschotelt. Daar kun je best al wat uithalen. Maar wil je goed kunnen bijsturen op campagnes, dan zul je echt je eigen rapportage moeten samenstellen. Alleen zo krijg je de juiste data bij elkaar.

"Zonder eigen dashboard navigeer je in het donker. Je maakt keuzes op de helft van de data. Met de juiste data maak je betere afwegingen die leiden tot betere resultaten."

Een belangrijke meetpunt dat vaak wordt vergeten is de frequentie. Hoe vaak worden advertenties getoond aan een doelgroep? Bij een te hoge frequentie streef je namelijk je doel voorbij. Er volgen geen extra aankopen wanneer iemand je advertentie 5 i.p.v. 3 keer ziet. Maar denk bijvoorbeeld ook aan de kosten per aankoop en de ROAS (Return On AdSpend). Hiermee maak je inzichtelijk hoe winstgevend je advertenties zijn.

Een eigen rapportage maken is eenvoudig en geeft je belangrijke data om te testen en te optimaliseren zodat de kwaliteit van je advertenties toenemen. Hierdoor neemt het resultaat toe.

[> BLOG: Lees hoe jij je eigen rapportage samenstelt](#)

WAT IS JE DOEL EIGENLIJK?

Wanneer je een campagne live zet wil je natuurlijk dat de juiste personen je advertenties zien en dat je gericht resultaten meet. Een belangrijke stap hierbij is het instellen van het juiste campagnedoel.

Veel ondernemers maken de fout om voor de doelstelling 'verkeer' te kiezen, terwijl ze uit zijn op leads of aankopen. Misschien vraag jij je af of dat echt zo'n groot verschil maakt. Het antwoord is ja. Door het juiste campagnedoel te kiezen zorg je ervoor dat Facebook je campagnes optimaliseert voor de juiste personen. Gebruik je de doelstelling 'verkeer', dan zoekt Facebook naar personen binnen de doelgroep die het meest geneigd zijn om op je advertentie te klikken.

Gebruik je de doelstelling 'conversies', dan zoekt Facebook naar personen die het meest geneigd zijn een aankoop te doen. Daar kunnen grote verschillen ontstaan.

Daarnaast heeft het campagnedoel ook invloed op de campagne optimalisatie en rapportage. Wanneer je het campagnedoel 'verkeer' gebruikt krijg je geen inzicht in de kosten per lead. Het gevolg is dat je niet over de juiste data beschikt om vervolgkeuzes te nemen. Zo kan het zijn dat jij je geld op advertentie A zet omdat je denkt dat deze het beste presteert. Terwijl advertentie B je de goedkoopste leads oplevert. Door een gebrek aan de juiste data loop je het risico verkeerde keuzes te maken.

> [BLOG: Lees welke doelen jij het beste kunt toepassen](#)

DE BEST MOGELIJKE ADVERTENTIE ERVARING

Het klinkt logisch dat advertenties het meeste opleveren als ze aangepast worden aan de plek waar ze getoond worden. De ervaring is immers optimaal. Geen lege ruimtes of half zichtbare afbeeldingen en dito teksten. Precies de juiste boodschap. Zodat de klant weet waar hij aan toe is. En toch is dit een van de meest gemaakte fouten. Advertenties die bijvoorbeeld niet voor Stories bedoeld zijn, maar er wel getoond worden. De boodschap wordt na 15 seconden afgebroken. Of dat de helft van de advertentietekst onleesbaar is. Afbeeldingen zonder fullscreen ervaring. Dit geldt niet alleen voor Stories, maar voor veel van de plaatsingsmogelijkheden van je advertenties.

*Voorbeeld van plaatsingen:
Instagram Stories of Messenger*

Bepaal vooraf welke plaatsingen je wilt inzetten voor je campagne, zodat je weet welke formaten advertenties daarvoor nodig zijn.

Als je niets aanpast dan worden ook jouw advertenties zo getoond. Facebook zet namelijk zelf jouw advertenties uit op alle beschikbare plaatsingen. Pas je die niet aan dan krijg je een halfbakken advertentie. Zonde, want je betaalt er wel voor. Zonder maximaal resultaat. Wanneer je adverteert is het primaire doel het zo duidelijk mogelijk overbrengen van een boodschap. Want alleen dan zet je een klant aan tot een klik of aankoop. Een one size fits all advertentie zal altijd minder goed scoren dan maatwerk advertenties. Het is zonde om deze kansen te laten liggen.

DE ENE ADVERTENTIE IS DE ANDERE NIET

Er is niet een ideale advertentie formule voor gegarandeerd succes. Iedere doelgroep, ieder moment, iedere campagne heeft zijn eigen succesfactoren. Vaak worden advertenties gemaakt met de beste bedoelingen, maar mist er simpelweg iets heel belangrijks om succesvol te zijn.

Het belangrijkste onderdeel dat veelal wordt vergeten is de klantbehoefte. Jouw klant zit niet primair te wachten op een productpresentatie. Die wil gehoord worden. Weten dat jij snapt wat hij wil. En dat terugzien in een advertentie. Vanuit dat perspectief krijg je compleet andere advertenties. Die meer opvallen, nieuwsgieriger maken en uiteindelijk meer opleveren.

"Er bestaat geen one size fits all formule die garant staat voor succesvolle advertenties."

Wil je opvallen? Zorg dan dat je gebruik maakt van professioneel en authentiek beeldmateriaal. Of dat nou foto's, video's of animaties zijn. Bewegend beeld valt eerder op dan statisch beeld. Ook gekleurde achtergronden doen het goed. Maar het is geen uitgemaakte zaak. Test vooral wat werkt voor jou en wat niet.

Test ook verschillende advertentieteksten. Want ook die hebben invloed op het resultaat. Test lange teksten, korte teksten, vragen, stellingen. Mix and match. Ook daar heeft Facebook met dynamische advertenties een goede tool voor. Zo ontdek je heel snel wat de winnende combinatie is voor jouw advertentie.

WAT ANDEREN ZEGGEN

Ruud gaat een flinke stap verder dan hoe ik zelf mijn Facebook ads beheer dus zeker een professional die hier in thuis is, aanrader.

Esther Megens

Businesscoach | Brandbooster

Ik heb niet geweten dat er nog zo veel bij Facebook advertenties kwam kijken. Maar nu snap ik wel waar het over gaat! Supergoeie tips gehad van je Ruud!

Grietje Evenblij

Videomaker | De Videomakers

De samenwerking met Ruud was zeer professioneel en efficiënt. Ik wilde meer klanten voor mijn online programma. Ruud heeft een Facebook campagne ontwikkeld met als resultaat dat ik binnen een maand meer dan 1000 leads had. Ruud is efficiënt, meedenkend en invoelend. Op een prettige manier heeft hij mijn online zichtbaarheid enorm vergroot.

Diana Aben

Eigenaresse | Ontdek Yoga

MEER LEADS EN KLANTEN UIT JE ADS

Het hebben van Facebook campagnes is natuurlijk geen doel op zich. En ze worden pas succesvol als je weet wat je aan het doen bent. Want alleen dan ben je in staat om overwogen keuzes te maken.

In dit ebook heb ik je vijf waardevolle tips gegeven die wat mij betreft een goede basis leggen voor **succesvolle advertenties**.

Maar je bent er nog niet. Want om succesvol te worden is het belangrijk om goede basiskennis op te doen en dat kan met mijn basiscursus Facebook adverteren.

Enkele voordelen van de cursus:

- ✓ 11 praktische video's **voor beginners**
- ✓ **Stap voor stap uitleg** opzetten van effectieve campagnes
- ✓ Uitleg over je **meer resultaat** behaalt uit je campagnes
- ✓ Tips voor het samenstellen van doelgroepen
- ✓ Hoe je **onweerstaanbare advertenties** opmaakt



[Bekijk de cursus](https://ruudschoen.nl/basiscursus)