



**uh
ma**

Uhman kasvuhakkerointiratkaisut

Facebook-mainonnan opas 2022

uhma.io

FACEBOOK-MAINOSOPAS

Hei elävä olento,

olemme laatineet tämän oppaan juuri sinua varten, joka haluat menestyä Facebook-markkinoinnin parissa.

Alati muuttuvat algoritmit kehittyvät siihen suuntaan, että tylsiä tai keskinkertaisia mainoksia ei enää hyväksytä. Eikä myöskään niitä, joiden sisältö rikkoo käytettävän alustan yhteisösääntöjä.

Jos haluat löytää oman kilpailuetusi Facebookin kautta, on se kiinni sinun:

- luovuudestasi ja
- strategiastasi

Löydät tästä oppaasta vinkit luoda oikeanlaista sisältöä, joka ei taatusti tule bannatuksi Facebookin mainosbottien kautta.

Muista siis lukea oppaan sisältö huolella! Käy myös lukemassa blogimme Facebook-markkinointistrategiasta.



SISÄLLYSLUETTELO

Näillä sanoilla et menesty Facebook-mainonnassa	4
5 tärkeää asiaa, joita algoritmi varmasti suosii	5-6
Hyödynnä nämä viisi käytäntöä	7-8
Näistä aiheista ei kannata mainostaa	9-10
Facebook-mainonnan uutisia 2022	11
Hyödyllisiä linkkejä	12
Ota yhteyttä	13



Näillä sanoilla et menesty Facebook-mainonnassa

1: SOME KAIPAA POSITIIVISTA SISÄLTÖÄ

Luo sisältöä, joka vaikuttaa yleisöösi positiivisesti. Älä muistuta heitä siitä, kuinka he tuntevat olonsa ylipainoisiksi, varattomiksi tai yksinäiseksi. Tällä tavoin sinulla on ongelmia mainostajana, kuten esimerkiksi kalliita kuluja ja/tai ohitettuja mainoksia. Keskity etuihin, älä ihmisten kipupisteisiin.

2: LISTA

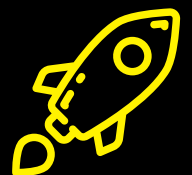
- ✘ You / Your
- ✘ Men / Women
- ✘ Race
- ✘ Age
- ✘ Money
- ✘ Fortune
- ✘ Wealth
- ✘ Dating
- ✘ Diet
- ✘ Weight
- ✘ Fat / Fat Loss
- ✘ Any Curses

Kiellettyjen sanojen lista voi tuntua loputtomalta.

Olemme keränneet tähän muutamia välttämisen arvoisia sanoja, jotta saat huomaut niiden olevan arkipäiväisiä.

Esimerkki:

"Are **you** a busy mom with no time to make healthy meals for your family?"



5 tärkeintä asiaa, joita algoritmi varmasti suosii

1: POSIN KAUTTA

Kuten aikaisemmin jo mainitsimme, niin pysy positiivisissa aiheissa. Älä lähesty asioita negatiivisesta kulmasta tai aiheuta polarisointia tahallisesti.

Muuten mainoskustannuksesi saattavat nousta ja/tai mainoksesi ohitetaan. Keskity etuihin, älä ihmisten kipupisteisiin.

2: PIDÄ ASIAT YKSINKERTAISINA

Älä kiroile tai vihjaile tuhmasti. Älä edes yritä kääntää tuhmia lausahduksia vitseiksi. Vältä listaamiamme kielletyjä puheenaiheita.

Mainoksesi on oltava mahdollisimman selkeästi luettavissa, eli luo yksinkertainen ja kiinnostava otsikko, kuvaileva sanoma ja liitä selkeä kuva, joka vastaa brändiäsi ja tarjontaasi. Muista sisällyttää yrityksesi nimi, ehdotuksesi, tärkeimmät myyntivalttisi ja miksi tarjoamasi asia on hyödyllinen juuri sinun yleisöllesi.

Varo kuitenkin luomasta klikkiotsikoitua mainosta!



3: OLE AIDOSTI OMA ITSESI

Sisältö, joka kuulostaa sinulta tai brändiltäsi, toimii yleensä parhaiten. Käytä tarinallistamisen keinoja, joka tekee postauksesta mahdollisimman luonnollisen. Facebook rakastaa mainoksia, jotka näyttävät ikäänkuin orgaanisilta postauksilta.

4: ÄLÄ PUHUTTELE LIIAN SUORAAN

Liian suoraan kohdistettu viestintä saattaa saada lukijan tuntemaan olonsa kohdennetuksi. Vältä myös tekemästä olettamuksia lukijasta.

Facebook ja Instagram valvovat alustojaan kipaakasti ja suojelevat yleisöään. Somealustat tahtovat mainosten tuntuvaan relevanteilta, eikä kohdennetuilta.

5: PÄÄTÄ MAINOKSESI AINA CTA:LLA

Käytä aina Call to Actionia, eli CTA:ta. Se ohjaa lukijaa tekemään seuraavan liikkeen kohti mitä ikinä haluat hänen tekevän. Se voi olla kaikessa yksinkertaisuudessaan: Rekisteröidy nyt! Osta nyt tarjouksesta! Lue lisää!



Hyödynnä nämä viisi käytäntöä

1. AVATAR

Kohdenna yhteen ihmiseen - kohdennat oikeaan yleisöön!

Pidä mielessä oma ideaalinen asiakkaasi FB mainoksia tehdessäsi. Tuo ideaalinen asiakkaasi on se kohderyhmä mitä tavoittelet. Jos lähdet puhuttelemaan kaikkia – et puhuttele ketään!

2. RAKENNA SUHDE ENNEN MYYMISTÄ

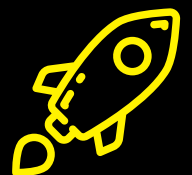
Muista, että sinun pitää rakentaa suhdetta potentiaalisiin asiakkaisiisi ennen kuin myyt heille!

Useimmiten vaadit useamman kontaktin potentiaalisiin asiakkaisiisi ennen kuin saat heidät ostamaan. Paras tapa saada suhdetta luotua on tarjota informaatiota.

3. "MITÄ SITTE?!"

Suurin osa Facebookin mainoksista ovat tylsiä ja ihmiset lukevat ensimmäisen viestin ja miettivät "Mitä sitte?!"

Panosta mielenkiintoiseen kuvaan tai videoon! Tutkimusten mukaan kuvat, joissa on kasvot toimivat 35% paremmin! Panosta hyvään otsikkoon ja viimeiseksi panosta hyvään tarjoukseen!



4. TESTAA!

Muista, että ainoastaan testaamalla mainoksiasi ja sisältöäsi voit saada parempia tuloksia aikaan.

Testaa vähintään nämä:

1. **Kohdeyleisö** – testaa mikä kohdeyleisö toimii parhaiten oman viestisi kohdalla.
2. **Mainosvariaatiot** – luo aina vähintään kolme erilaista mainosvariaatiota.
3. **Testaa vähintään viikon ajan** – algoritmi oppii keskimäärin seitsemässä päivässä.
4. **Muista budjetti!** Testaa vähintään 10€ / päivä jokaista mainosryhmää.

5. ANNA FACEBOOKIN TEHDÄ TYÖNSÄ

Anna algoritmin tehdä omaa työtään mainoksiesi osalta. Osa sen toiminnasta menee tärkeään oppimisivaiheeseen.

Muista kuitenkin seuraavat asiat:

- **Kampanjan tavoite** – 90% mainostajista tavoitteen pitää olla asetettu konversioksi! Ei missään nimessä peitoksi.
- **Muokattu konversiomalli** – luo oikea konversio-tapahtuma, jotta Facebookin on helpompi seurata konversion toteutumista.
- **Asenna Facebook pikseli** – asenna verkkosivuillesi pieni koodin pätkä, jolloin Facebook pystyy seuraamaan verkkosivuliikennettäsi.



Näistä aiheista ei kannata mainostaa

POLITIIKKA JA USKONTO

Mainoksissa ei saa kysyä tietoja uskonnollisesta tai filosofisesta vakaumuksesta ilman etukäteen hankittua lupaa, eikä myöskään saa kysyä tietoja poliittisesta suuntautumisesta.

NEGATIIVISET MIELIPITEET

Ketään ei kiinnosta negatiiviset mielipiteet. Älä ole "Debbie Downer."

TUNTEETON SISÄLTÖ

Kirjoita aina sellaisista aiheista, mitkä sytyttävät itseäsi!

Yleisö syttyy palostasi aiheeseen. Teksti on kiinnostavampaa ja mukaansatempaavampaa, kun puhut sinulle tärkeistä asioista. Muista aina, että yleisö ei ole tyhmä tai sokea. He kyllä lukevat kiinnostuksen puutteesi aiheesta ja mikään ei ole kurjempaa kuin lukea Wikipedian kaltaisesta tietopankista käännettyä sisältöä omana tekstinään.



JATKOA: TUNTEETON SISÄLTÖ

Ajattele tätä kuin kouluaikojen esseen kirjoitusta. Valitse aihe mistä tiedät ja mikä sytyttää. Pue se omiksi sanoiksesi, kerro omien haasteittesi kautta ja kerro miten olet itse onnistunut ratkaisemaan ongelmat.

NEGATIIVISESTA PALAUTTEESTA TEHTY SISÄLTÖ

Negatiivinen sisältö usein ruokkii negatiivisuutta. Mainokset, jotka saavat paljon kielteistä palautetta, voidaan poistaa somealustalta.

Kielteinen palaute tai mainoksen heikko teho on usein merkki siitä, että mainos on kohdennettu huonosti, sisältää vihjailevaa kieltä tai käsittelee arkaluonteisia aiheita.

SISÄLTÖ ILMAN PÄÄTÄ JA HÄNTÄÄ

Pidä mielessä, että punainen lanka löytyy kaikesta sisällöstä mitä julkaiset. Hyvä nyrkkisääntö sisältöaiheiden punaisen langan koheesion tarkistukseen on, että tarkistat yhtenäisyyden:

1. Laskeutumissivujen viestissä
2. Blogi kirjoitusten aiheissa ja viestissä
3. Käytetyissä kuvissa
4. Sosiaalisen median päivityksissä
5. Videoissa



Facebook-mainonnan uutisia 2022

MAINOSKÄYTÄNNÖT MUUTTUVAT 19.1.2022!

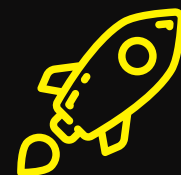
Meta (entinen Facebook) elää isoa muutosta ja pyrkii saamansa kritiikin takia omalla toiminnallaan kiilloittamaan julkisuuskuvansa. Tämä näkyy myös heidän suhtautumisessaan mainoskäytäntöihin.

Tarkoituksena on luoda ihmisläheisempi ja läpinäkyvämpi alusta, missä kohdennuksia mainostamisessa ei pystytä käyttämään väärin.

Seuraavat arkaluonteisiksi luokitellut aihepiirit tulevat olemaan kiellettyjen mainosten listalla:

- Terveys
- Etnisyys
- Poliittinen suuntautuminen
- Seksuaalinen suuntautuminen
- Uskontoon liittyvä

Tämä tarkoittaa lyhyesti tuhansia poistettavia kategorioita mainostamisen piiristä. Lisäksi käyttäjillä tulee olemaan optio piilottaa mainoksia itselleen aroista aiheista (vanhemmuus, lemmikkieläimet jne.) Tulevaisuudessa mainostaminen tulee luultavasti muuttumaan vähemmän kuvaavaksi ja mielikuvilla pelaavaksi.



Hyödyllisiä linkkejä

Tarkista mainonnan kilpailutilanne:

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

Uhman blogi: Mikä strategia Facebook-mainontaan?:

<https://uhma.io/mika-strategia-facebook-mainontaan/>





uh
ma

OTA YHTEYTTÄ

uhma@uhma.fi

uhma.io

WhatsApp: +358 50 325 3040