

WHITEPAPER

# FACEBOOK ADS

*en de customer journey*

**AUTEUR**  
MARIT VERVAART



**COMPETENCE  
FACTORY**

**WE LIKE YOU.  
TOO:)**

# INTRODUCTIE

"HOE ZET JE FACEBOOK ADS ZO EFFECTIEF MOGELIJK IN, IN ELKE FASE VAN DE CUSTOMER JOURNEY?"

Facebook advertenties kunnen een hele effectieve manier zijn om je doelgroep te bereiken. De gebruikers van Facebook zijn erg divers, waardoor je jouw doelgroep er meestal wel op kunt vinden. Ook als jouw bedrijf zich op bedrijven richt trouwens. Juist als mensen minder gefocust zijn (bijvoorbeeld terwijl ze doelloos op Facebook scrollen) staan ze meer open voor marketinguitingen. Wil jij dat je advertenties zo effectief mogelijk zijn? Dan is het belangrijk dat je jouw doelgroep goed kent. Nog effectiever worden je advertenties als je op elk punt van de klantreis met een passende boodschap komt. Zo stuur je jouw potentiële klanten langzaam richting een aankoop.

# DE CUSTOMER JOURNEY

*Hoe bepaal je de fase waarin je doelgroep zich bevindt en hoe speel je daar vervolgens zo goed mogelijk op in?*

## JE DOELGROEP

Allereerst is het belangrijk dat je goed weet wie jouw doelgroep precies is. Het opstellen van een persona is daar een heel mooi middel voor. Dit is een beschrijving van een fictief persoon die jouw doelgroep vertegenwoordigt. Let op: pak geen gemiddelde van jouw doelgroep, maar maak een beschrijving van jouw ideale klant. Om jouw advertenties zo effectief mogelijk te maken zul je een duidelijke keuze moeten gaan maken in wie je wilt aanspreken. Heb je meerdere, zeer specifieke groepen waarop je jezelf richt? Maak dan voor elke groep een losse persona.

Geef vooral aandacht aan de angsten, problemen en interesses van de persona en beschrijf wat belangrijk is voor hem/haar. Hier kun je met je advertenties op inspelen.

## PERSONA

Insert  
image

- Naam:
- Geslacht:
- Leeftijd:
- Woont samen met:
- Woonplaats:
- Functie:
- Hobby's:
- Veelgebruikte apparaten:
- Social media kanalen

## PERSONA

INTERESSES

BELANGRIJK

ANGSTEN

PROBLEMEN

## DE KLANTREIS

Zodra duidelijk is wie jouw ideale klant is, kunnen we de reis die hij of zij aflegt gaan beschrijven. Over het algemeen doorloopt een klant 4 fases, namelijk:

- **Awareness:** de potentiële klant loopt tegen een probleem aan of er ontstaat een verlangen. Vaak gaat de potentiële klant op dit moment meer onderzoek doen naar het probleem en de mogelijke oplossingen.
- **Consideration:** het is duidelijk wat het probleem precies is en welke mogelijke oplossingen er zijn. In deze fase is de potentiële klant vooral bezig met vergelijken en twijfelen.
- **Decision:** de potentiële klant is klaar om een keuze te gaan maken. Hij gaat op zoek naar extra bewijs dat deze keuze echt de juiste is.
- **Loyalty:** je hebt een nieuwe klant. Nu is het tijd om deze klant vast te houden en om er een echte ambassadeur van te gaan maken.

Deze fases kun je vastleggen in een customer journey map. Eventueel kun je de fases nog specifieker maken voor jouw organisatie. Beantwoord vervolgens voor elke fase de volgende vragen over de (potentiële) klant:

- Welke vragen spelen er?
- Wat zijn de houding en emoties?
- Welke acties onderneemt hij/zij?
- Welke kanalen gebruikt hij/zij?

Neem eens uitgebreid de tijd om dit uit te werken. Dit gaat je straks heel erg helpen in je gehele marketingstrategie en dus ook voor je Facebook Ads.

# TYPE FACEBOOK ADS PER FASE

We weten nu wie onze doelgroep is en welke fases die doelgroep doorloopt. Nu gaan we kijken naar de kansen die dit oplevert voor Facebook advertising. Hoe kunnen we in elke fase inspelen op de vragen en de houding en emoties van de (potentiële) klant? In elke fase van de customer journey kunnen Facebook ads worden ingezet. Je kunt met je ads zelfs een volledige funnel bouwen. Het is hierbij belangrijk dat je goed gebruik maakt van de [Facebook Pixel](#), zodat je mensen op het juiste moment, met de juiste boodschap kunt targeten. Met de Facebook Pixel kun je namelijk precies achterhalen waar de (potentiële) klant zich in de klantreis bevindt.

## AWARENESS

In de awareness fase heb je te maken met een koude doelgroep. Ze hebben nog niks met jouw merk. Het is dus nog te vroeg om direct met een aanbod te komen. Eerst moeten ze bekend raken met jouw merk. In deze fase gaat het vooral om branding en minder om conversie.

### **Brede doelgroep**

In deze fase kun je de groep op wie je jezelf richt redelijk breed inzetten, maar je wilt je natuurlijk wel op mensen richten waarvan de kans het grootst is dat ze jouw merk interessant vinden. Pak je persona er daarom eens bij. Als je deze goed hebt ingevuld zal het makkelijker worden om de juiste doelgroep voor je advertenties te kiezen. Maak hem specifiek, maar niet te specifiek. Dit is juist een mooi moment



om data te gaan verzamelen over wie er écht in jouw merk geïnteresseerd zijn. Heb je meerdere doelgroepen? Maak hiervoor dan losse campagnes of advertentiegroepen aan, zodat je jouw boodschap perfect op hun behoefte kunt aan laten sluiten.

### **Lookalike audiences**

Dit is ook een mooi moment om met **lookalike audiences** aan de slag te gaan. Maak bijvoorbeeld een lookalike audience van de mensen die in de laatste 180 dagen iets bij je gekocht hebben. Heb je nog niet zoveel conversies? Dan kun je ook de mensen pakken die productpagina's hebben bezocht. Door je op mensen te richten die lijken op jouw klanten is de kans groter dat zij ook geïnteresseerd zijn in jouw aanbod.

### **Minder opdringerig**

Maak je advertenties in deze fase wat minder opdringerig. Laat nog geen producten zien en stuur niet aan op verkoop. Ook voor je call to action kun je hier bijvoorbeeld voor Learn More kiezen in plaats van voor Sign Up of Shop Now. Vraag in deze fase ook nog geen contactgegevens, maar maak de content zo toegankelijk mogelijk.

### **Speel in op het probleem**

Dit is de fase waarin mensen zich bewust worden dat ze een probleem of sterk verlangen hebben. Speel hier in deze fase op in. Laat zien dat je hun probleem precies begrijpt.

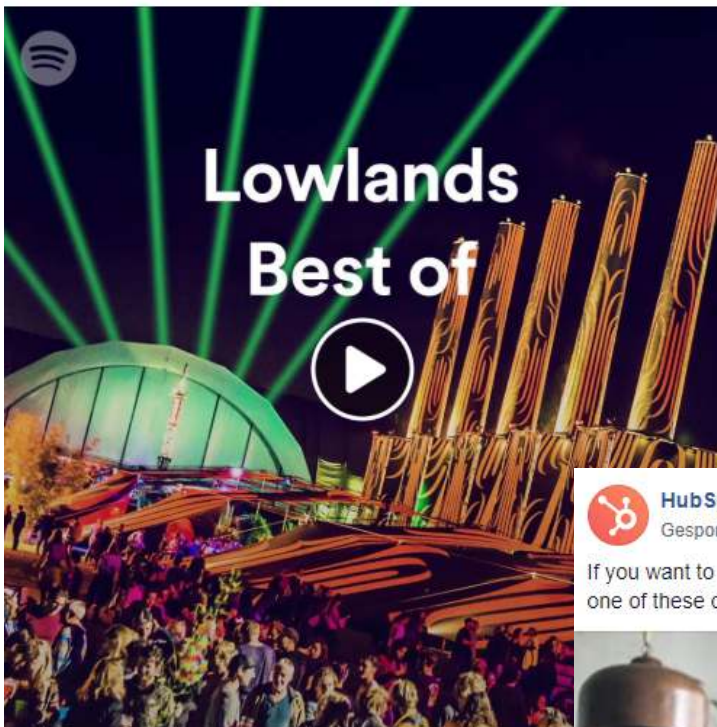
# FACEBOOK ADS



Spotify

Gesponsord ·

Van alt-J tot aan Yeasayer. Het beste van 26 jaar Lowlands Festival in één playlist. <https://spoti.fi/2OxTxdb>



Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen



HubSpot

Gesponsord ·

If you want to stand out in someone's inbox, replace "Best" or "Thanks" with one of these creative and memorable sign-offs.



BLOG.HUBSPOT.COM

**27 Unique Email Sign-Offs**

Grow your career and business.

[Meer informatie](#)

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen



## CONSIDERATION

In de consideration fase zijn we een stap verder. Je doelgroep is inmiddels al iets opgewarmd en heeft de eerste tekenen gegeven dat ze jouw merk interessant vinden.

### **Stap 1: mensen die interactie hadden met je ads en posts**

Richt je op mensen die de laatste 90 dagen interactie hebben gehad met je advertenties of posts. Deze mensen hebben jouw merk al eens voorbij zien komen en werden er op de een of andere manier door getriggerd. Zet in op interactie, zodat mensen zich nog wat meer gaan verbinden aan je merk. Test meerdere typen ads, om te kijken wat het beste werkt. Je kunt hier al wat meer gaan werken richting de oplossing van het probleem van je doelgroep (jouw aanbod).

### **Stap 2: websitebezoekers**

Richt je op mensen die je website de laatste 30 dagen hebben bezocht. Nu ga je ze echt lekker maken voor jouw aanbod. Dit is het moment waarop je de oplossing voor hun probleem gaat aandragen.

### **Iets terugvragen van de prospect**

Eventueel kun je hier al iets meer gaan vragen van de prospect. Een e-mailadres bijvoorbeeld, in ruil voor een e-book, webinar of whitepaper.

# FACEBOOK ADS

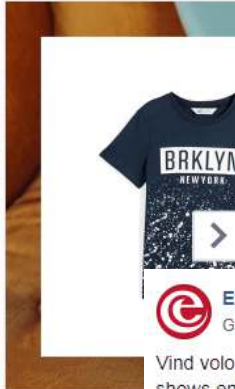


Het is tijd om de kledingkast van je kids te updaten met nieuwe must-haves! Shop nu, in de winkel en op [hm.com](http://hm.com).



Geruit flanellen overhemd

Shoppen



T-shirt met print

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen



BLOGGER FAVES | <http://loavi.es/shopnew>  
These babes are lookin' totally on fire in their stunning summer faves. See what's hot on the 'gram and create your own blogger look 📸. Which one is your fav? 🍷 #loavies #girlsgoneLoavies #bloggerfaves



IT AIN'T ME - BEIGE

€ 39,99 | LOAVIES

Shoppen



THROUGH MY EYES

€ 35,99 | LOAVIES

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen



Vind volop verkoeling in de leukste waterattracties, geniet van spectaculaire shows en zomerse lekkernijen. Beleef een zomers avontuur in de Efteling!



EFTELING.COM

Online € 2,- korting per ticket op [Efteling.com](http://Efteling.com)

Meer bekijken

Kom sprookjesachtig genieten van de zomer in de...

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

## DECISION

De doelgroep is in deze fase al lekker opgewarmd. Ze hebben duidelijke signalen gegeven dat ze je aanbod interessant vinden. Op dit moment moeten ze alleen nog dat laatste zetje krijgen om tot een aankoop over te gaan.




### **Stap 1: mensen die een productpagina hebben bezocht**

Richt je op mensen die de laatste 14 dagen een productpagina hebben bezocht. Laat je meest aantrekkelijke aanbod zien (je bestsellers bijvoorbeeld). Je kunt ook gebruik maken van **dynamic ads**, zodat mensen precies de producten te zien krijgen die ze eerder hebben bekeken op je website. Speel in je advertentie in op de mogelijke twijfels die de doelgroep op dit moment nog heeft. Stuur aan op conversie.


### **Stap 2: mensen die op het punt van een aankoop staan**

Richt je op mensen die iets in hun winkelwagen hebben gestopt of die hebben doorgelikt naar een aanvraagpagina. Maak gebruik van dynamic ads en laat de producten zien die de prospect heeft bekeken. Stuur aan op conversie. Zorg er trouwens voor dat je mensen die al iets hebben besteld hier uitsluit. Niks is zo vervelend als steeds een product voorbij zien komen dat je al hebt gekocht.

# FACEBOOK ADS

 **HubSpot** · Gesponsord ·  

Finally, a CRM that does the data entry for you. Now you can focus on what matters: selling.






**100% Free, Forever**

HUBSPOT.COM/CRM

**HubSpot Free CRM** Registreren

100% free forever. Unlimited users and contacts.

 Vind ik leuk  Opmerking plaatsen  Delen

## **RETENTION/ADVOCACY**

Je hebt er een nieuwe klant bij, yes! Nu kun je Facebook gaan inzetten om je klanten verder aan je te binden en om ze aan te sporen tot nieuwe aankopen. Je zult zien dat de conversieratio hier veel hoger ligt, omdat deze mensen je al kennen en vertrouwen.

### **Upsell en cross sell**

Laat de mensen die iets bij je hebben gekocht upsells en cross sells zien. Zo kun je ze aansporen om extra aankopen te doen.

### **Zoek de verbinding**

Verander je klanten in ambassadeurs door ze berichten te laten zien over je merk die vooral gericht zijn op engagement. Zoek de verbinding. Hier komt de awareness fase weer terug.

# FACEBOOK ADS



Efteling

Gesponsord · 🌐



Neem nu een Efteling Abonnement en bezoek de goudmijn van Baron 1898 zo vaak als je wilt. Bij 4 bezoeken of meer is het al voordeliger en je profiteert van veel voordelen! We kunnen jou voor geen goud missen! 😊



EFTELING.COM/ABONNEMENT

**Eindeloos goud delven?**

Bekijk alle voordelen!

Meer informatie

👍 Vind ik leuk    💬 Opmerking plaatsen    ➦ Delen



Efteling

Gesponsord · 🌐



Weet jij hoeveel achtbanen de Efteling heeft? 🤖 Doe dan mee! Wij vieren Internationale Achtbanendag en geven 8x 5 tickets en 4x een verblijf voor 5 personen in het Efteling Loonsche Land Hotel weg! 🎉

Klik snel hier en maak kans! 🎁🎉



EFTELING.COM/WINACTIE

**Win Efteling-tickets of een verblijf!** 🎁

Meer informatie

👍 Vind ik leuk    💬 Opmerking plaatsen    ➦ Delen



MEER LEREN?

# MEER LEREN OVER FACEBOOK MARKETING?

Er valt natuurlijk nog veel meer te leren over Facebook advertising. Wil jij leren hoe je een goede strategie opstelt en zo het meeste uit je advertenties haalt, tegen de laagste kosten?

Meld je dan aan voor een van onze **trainingen over Facebook marketing**. Samen met een expert leer je alles over Facebook advertising, van strategie tot uitvoering.

*Leer hoe je het  
maximale uit  
jouw Facebook  
advertenties haalt*

# ONLINE MARKETING EN DIGITAL ART: EEN STERKE COMBINATIE

Competence Factory is een trainingsinstituut met locaties in Amsterdam, Utrecht en Rotterdam. We geven meer dan 100 verschillende trainingen op het gebied van online marketing, contentcreatie en (web)design. We zijn er trots op dat cursisten onze trainingen beoordelen met gemiddeld een 8,5— één van de hoogste scores uit de branche.

We geloven dat iedereen creatief is, en dat bedrijven succesvoller zijn wanneer creativiteit serieus genomen wordt.

Daarom dagen we online marketeers, ZZP'ers, ondernemers en andere professionals uit om content en campagnes te ontwikkelen vanuit een creatief concept.

*Iedereen is creatief, maar niet iedereen weet dat van zichzelf.*

We geloven ook dat er voor creatieven een grotere rol is weggelegd in het werkveld. Daarom leren we ze websites en apps te bouwen, maar ook hoe je ideeën kunt presenteren.

We geloven tenslotte in gewoon doen; in leren door te creëren. Daarmee kom je tot betere resultaten, en bovendien geeft maken meer voldoening dan vergaderen ;)

TRAINING  
VOLGEN?

# ONTWIKKEL JE VERBORGEN TALENTEN.

Door de jaren heen hebben we geleerd waar we cursisten blij mee maken. Dat is onder andere met:

- kleine groepen
- trainers met veel praktijkervaring
- geen verborgen kosten
- persoonlijk advies

Onze garantie is dan ook dat je bij ons altijd de juiste training vindt tegen de laagst mogelijke prijs. Op onze [site](#) vind je ons volledige aanbod. Ook kun je zien wanneer jouw favoriete training het gunstigst geprijsd is.

*Een training levert  
niet alleen kennis  
op. Het geeft ook  
zelfvertrouwen —  
“I got this!”*

Onze opleidingsadviseurs helpen je bij het vinden van de perfecte training. Vrijblijvend opleidingsadvies? Bel opleidingsadviseur Juliette: 020-522 5227.

[www.competencefactory.nl](http://www.competencefactory.nl)



AUTHORISED  
Training Center

