

FB-MAINONTA

*Maksettu näkyvyys
Opas luomuyrittäjälle*



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI



European Unionin
kehittämisen maatalousrahoitus
Euroopan investointi- ja kasvutalousrahasto



3 askelta onnistuneeseen & ammattimaiseen

Facebook- MARKKINOINTIIN

1

Kohdenna Viestisi oikein

2

Luo sisältöä, josta on kohderyhmällesi hyötyä

3

Hanki Harkitusti lisätehoa
maksetulla näkyvyydellä

Mistä aloittaisin?

The screenshot shows a Facebook business page interface. Five red circles with numbers 1 through 5 highlight specific elements:

- 1**: A blue button labeled "Mainosta julkaisua" (Post an ad) located at the bottom right of the main content area.
- 2**: A blue button labeled "Markkinoi sivua" (Promote your page) located below the "Saavuta seuraava merkkipaalu" (Reach the next milestone) section.
- 3**: A blue dropdown menu labeled "Markkinointi" (Advertising) located in the top right corner of the page.
- 4**: A blue button labeled "Tilaa" (Subscribe) located in the top left of the main content area.
- 5**: The "Kävijätiedot" (Page Insights) tab located in the top navigation bar.

Facebook tekee mainostamisen erityisen helpoksi. Kampanjoita on mahdollista laatia tavoitteiden mukaan, ja ohjelma ehdottaa sinulle parhaita vaihtoehtoja.

Tutustu tästä linkistä Facebookin ohjattuun mainostoimintoon: facebook.com/ads/create

Tämän oppaan tarkoituksena on antaa luomuyrittäjälle yleiskuva Facebookin yksittäisistä markkinointitoimenpiteistä, joita on helppo ja nopea tehdä muun Facebook-viestinnän lomassa. Erilaisien mainostyyppien ymmärtäminen helpottaa muitakin someviestintää.

Linkit kaikkien mainostyyppien laatimiseen löytyvät oman Facebook-sivusi etusivunäkymästä.

- **1 Maksettu lisänäkyvyys**
Vahvista Facebook-päivityksesi tehoa
- **2 Facebook – sivun mainos**
Houkuttele lisää tykkääjiä sivulles
- **3 Sivuston markkinointi**
Ohjaa käyttäjiä esim. yrityksesi verkkosivulle
- **4 Tarjous / Tapahtuma**
Tee tykkääjistäsi ostavia asiakkaita!
- **5 Kävijätiedot**
Seuraa toimenpiteidesi tehoa ja kehity!

Kohdentamisen alkeet

Demografinen profiili

Facebook-mainonnassa kohdentamista tehdään demografisten tietojen perusteella. Kohderyhmiä luodessasi sinua pyydetään määrittelemään mm. kohderyhmäsi sijainti, sukupuoli ja ikä.

Kiinnostuksen kohteet

Demografisen profiilin lisäksi voit kohdentaa markkinointiasi Facebook-käyttäjien kiinnostuksen kohteiden perusteella. Mitä enemmän kiinnostuksen kohteita listaat, sitä enemmän käyttäjiä kohderyhmäsi sisältää.

Ad hoc –kohdentaminen

Joissakin mainostyypeissä voit määritellä kohderyhmän nopeasti mainosta laatiessasi. Silloin sinulta kysytään samoja tietoja kuin tallennettujen kohderyhmien luomiseen, tosin suppeammin.

tykkääjät ja heidän kaverinsa

Facebook rajoittaa uutisvirroissa näkyviä päivityksiä, joten tärkeimmille kampanjoille kannattaa ostaa lisänäkyvyyttä myös oman tykkääjäyleisön piiristä.

AsiakasTieto

Jos olet kerännyt asiakkailtasi sähköpostiosoitteita voit luoda niiden perusteella Facebookissa kohderyhmiä. Näin tavoitat olemassa olevista asiakkaistasi myös ne, jotka eivät ole vielä Facebook-sivustasi tykänneet.

Verkkosivuston kävijätieto

Kohderyhmiä on mahdollista luoda myös yrityksesi verkkosivuston kävijätiedoista, jolloin rajaukset perustuvat niihin tietoihin, joita analytiikkaohjelmiasi on kerännyt.

MIKÄ KIINNOSTAA KOHDERYHMÄÄSI?

Luomuviljely
Lähirooka
Luomuruoka
Farmers' market
Natural foods
Slow Food

Kestävä kehitys
Ympäristönsuojelu

Kaupunkiviljely
Kumppanuusmaatalous
Permakulttuuri
Komposti
Sustainable agriculture
Sustainable living

Ruoka/juoma
Ruokakulttuuri
Resepti
Kahvi
Smoothie

Ruokavaliot
Vegetarismi
Terveys
Liikunta
Painonpudotus

Vanhemmuus
Lapsen syntymä
Lapsi
Äiti

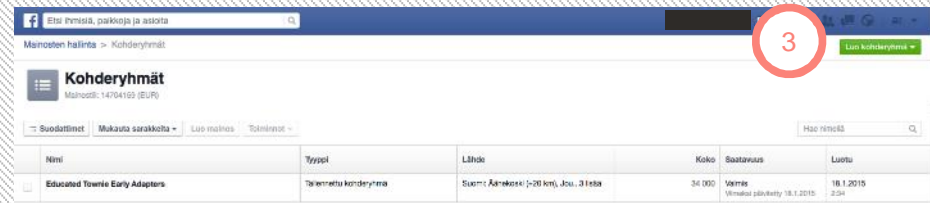
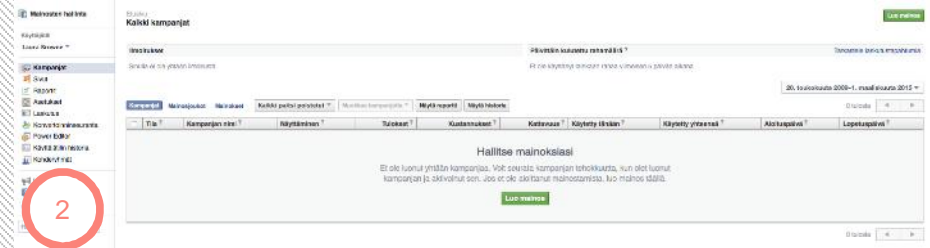
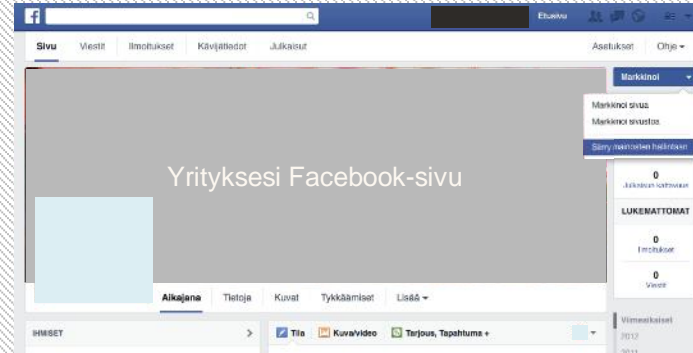
Luo kohderyhmiä FACEBOOK – MAINONTAAN

1 / 2

- 1 Mainosten hallintapaneeli
- Mene yrityksesi etusivulle
 - Klikkaa "Markkinointi"
 - Valitse "Siirry mainonnan hallintaan"

- 2 Kohderyhmien hallintanäkymä
- Mene mainosten hallintapaneeliin
 - Valitse sivuvalikosta "Kohderyhmät"

- 3 Kohderyhmien Luominen
- Mene kohderyhmien hallintanäkymään
 - Valitse "Luo kohderyhmä"
 - Jos haluat luoda kohderyhmän sähköpostiosoitteista, valitse "Mukautettu kohderyhmä"
 - Jos haluat luoda kohderyhmän käyttäjien demografisten tietojen perusteella, valitse "Tallennettu kohderyhmä"



Kohderyhmällä tavoitat tuotteistasi kiinnostuneet

Kasvata yleisöäsi

1

Tallenna Kohderyhmälisteriä

Tallennetut kohderyhmät kootaan käyttäjän sijainnin, iän, sukupuolen, koulutustason ja kiinnostuksen kohteiden perusteella.

2

Laadi Houkuttelevia päivityksiä

Tiedät jo, mistä kohdeyleisösi on kiinnostunut. Houkuttele heitä seuraamaan hyödyllisellä tiedolla ja tarjouksilla. Muista kuva!

3

Osta Päivityksellesi lisänäkyvyyttä

Päivitys näkyy tykkääjiesi virrassa useammin, ja lisäksi uusien, kohdeyleisösi kuuluvien virrassa sponsoroituna päivityksenä.

Luo **Tallennettu kohderyhmä** Demografisen profiilin ja kiinnostusten mukaan

1

- Mene kohderyhmien hallintäkymään
- Klikkaa ”Luo kohderyhmä”
- Valitse ”Tallennettu kohderyhmä”

2

- Anna kohderyhmälle kuvaava nimi.
- Valitse mukautetut kohderyhmät, jotka haluat sisällyttää tähän uuteen kohderyhmään.
- Täytä tärkeimmät demografiset tiedot.
- ”Lisää demografiatietoja” ei tarvita lainkaan.
- Valitse kohderyhmällesi kiinnostuksen kohteita. ”Käyttätymisten” määrittämisestä ei ole luomuyrityksille yleensä hyötyä.
- Valitse ”Yhteydet”-kohdasta ”Kaikki”.
- Klikkaa ”Luo kohderyhmä” ja olet valmis!



Luo tallennettu kohderyhmä

2

Nimi

Sijainnit Lisää maa, osavaltio/ääni, kaupunki tai postinumero

Ikä 18 - 65+

Sukupuoli Kaikki Miehet Naiset

Kielet Kirjoita kieli...

Kiinnostuksen kohteet Haa kiinnostuksen kohteita | Ehdotukset | Selaa

Käyttätymiset Haa käyttätymisiä | Selaa

Lisäluokat Valitse luokka | Selaa

Yhteydet Kaikki Edistynyt yhteysin kohdentaminen

Ainakin yksi sijainti tai mukautettu kohderyhmä on valittava

Luomuyritykselle tyypillisin demografinen profiili: 28-55-vuotias koulutettu nainen (myös mies) 70km säteellä yrityksen kotipaikasta sekä lähimmästä suuresta kaupungista.

Älä unohda nykyisiä asiakkaitasi

Markkinoi Jo ostaville

1

Kerää asiakkaidesi sähköpostiosoitteita

Tallenna ne listaksi tekstitiedostoon, yksi osoite yhdelle riville.

2

lataa OSOITEListaSI Facebookiin

Luo ”mukautettu kohderyhmä”: kun lataat osoitteet Facebookiin, ohjelma etsii osoitteita vastaavat käyttäjät ja luo niistä kohderyhmän.

3

Kohdenna viestejä ja tarjouksia

Räätälöi sisältösi niille, jotka jo tuntevat ja tykkäävät tuotteistasi! Etenkin tarjouksilla on helppo herätellä uinuvia ostajia.

Luo mukautettu kohderyhmä asiakkaittesi sähköposti-osoitteista

1

- Mene kohderyhmien hallintäkymään
- Klikkaa ”Luo kohderyhmä”
- Valitse ”Mukautettu kohderyhmä”

2

- Valitse ponnahdusikkunasta vaihtoehto ”Asiakaslista”
- Valitse tietotyyppi ”Sähköpostit”
- Voit joko ladata osoitteet tekstitiedostona, tai kopioida ja liittää vähintään 20 osoitteen listan suoraan ponnahdusikkunaan (seuraa ohjeita ruudulla).
- Viimeistele kohderyhmän luominen antamalla sille kuvaava nimi.

The image shows three sequential screenshots from the Facebook Ads Manager interface, illustrating the steps to create a custom audience from email addresses. Red circles highlight key UI elements: 1. The 'Luo kohderyhmä' button in the top right of the Audiences page. 2. The 'Asiakaslista' option in the 'Luo mukautettu kohderyhmä' dialog box. 3. The 'Sähköposti' data type selection and the 'Lataa tiedosto' button in the 'Valitse ladattava tiedosto' dialog box.

Maksettu lisänäkyvyys

Tavallinen päivitys tavoittaa tyypillisesti vain 2-6% tykkääjäkunnastasi. Yksittäisen viestin markkinointi on hyvä tapa varmistaa, että viestisi näkyy varmasti kaikille tykkääjillesi.

Toimii tehokkaimmin:

Näkymät:

Kohdentaminen:

Lisää tykkääjiä FB-sivullesi, Vastinetta vaivannäöllesi

Pöytäkoneen uutiset, Mobiilin uutiset

Sivustasi tykkäävät henkilöt, heidän kaverinsa TAI omat tallennetut kohderyhmäsi

Uutisvirta



Sponsoroitu · 

Tykkää sivusta

Päivitys, jossa linkki



Resurssiviisaus
Luonnonvarojen hupeneminen, väestönkasvu ja ilmastonmuutos pakottavat yhteiskunnat ympäri maailmaa muuttamaan tehokkaammiksi ja vähäpäästöisemmiksi. Resurssien viisas käyttö on nousemassa kansainväliseksi kilpailuvaltiksi.

SITRA.FI

Tykkää · Kommentoi · Jaa ·  4

Mobiili



Sponsoroitu · 

Päivitys, jossa linkki



Resurssiviisaus
Luonnonvarojen hupenem...
sitra.fi

4 tykkäystä

Tykkää · Kommentoi · Jaa

Maksettu lisänäkyvyys Päivitykselle

1

Luo päivitys

- Luo ja julkaise päivitys
- Klikkaa "Mainosta julkaisua"

2

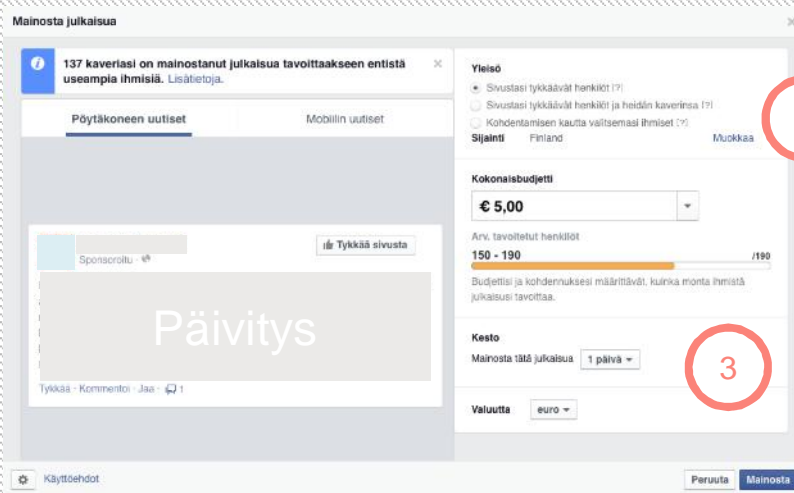
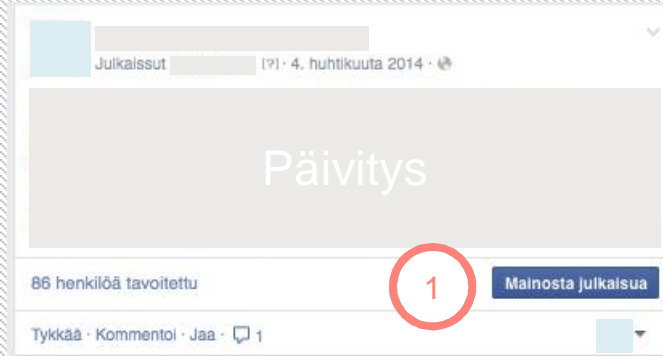
Valitse Yleisö

- Sivustasi tykkäävät henkilöt
- Sivustasi tykkäävät henkilöt ja heidän kaverinsa
- Kohdentamisen kautta valitsemasi ihmiset (valitse tallentamistasi kohderyhmistä sopivin)

3

Määrittele budjettisi

- Valitse käytettävä summa ja aikaväli. Facebook kertoo odotetut tulokset, jonka avulla voit säätää budjettia.
- Mainosbudjettisi kuluu sitä mukaa, kun ihmiset näkevät mainostasi. Mitä tarkemmin mainoksesi on kohdennettu, sitä vähemmän rahaa sinulta kuluu päivässä.



Facebook - sivun mainos

Anna käyttäjille hyvä syy tykätä sivustasi, mutta muista, että sinun kannattaa tavoitella yrityksestäsi aidosti kiinnostuneita käyttäjiä - ei vain tarjousten tai kilpailujen houkuttelemia.

Toimii tehokkaimmin:

Näkymät:

Kohdentaminen:

Lisää tykkääjiä, Tykkääjästä ostajaksi

Uutisvirta, mobiili, oikea sivupalkki

Vain ad hoc –kohdentaminen mainoksen luomisen yhteydessä

Uutisvirta

Ehdotettu sivu

Sponsoroitu

Heikan Highland tekee ateriasta juhlan. Taatusti laadukasta ja vastuullisesti kasvatettua!



The Hub Jyväskylä
Yhteisö
402 henkilöä tykkää tästä.

Tykkää sivusta

Sivupalkki



Heikan Highland tekee ateriasta juhlan. Taatusti laadukasta ja vastuullisesti kasvatettua!


Tykkää sivusta · 402 henkilöä tykkää tästä sivusta

Mobiili

Ehdotettu sivu

Sponsoroitu

Heikan Highland tekee ateriasta juhlan. Taatusti laadukasta ja vastuullisesti kasvatettua!



The Hub Jyväskylä
Yhteisö
402 henkilöä tykkää tästä.

Tykkää sivusta

Luo Facebook - sivun mainos

1 Luo päivitys

- Klikkaa ”Markkinoi sivuasi” oman Facebook-sivusi etusivulta
- Lataa mainokselle kuva tai sovita sivusi kansikuva uudelleen.
- Kirjoita yleisösi kiinnostuksen herättävä teksti, joka antaa heille syyn tykätä sivustasi

2 Valitse Yleisö

- Valitse sijainniksi ainakin ne kunnat, joiden alueelle tuotteitasi tarjoat
- Määrittele ad hoc -kohderyhmälle muutamia kiinnostuksen aiheita
- Valitse ikä & sukupuolikohdennukset

3 Määrittele budjettisi

- Valitse käytettävä summa, ja aikaväli. Facebook kertoo odotetut tulokset, jonka avulla voit säätää budjettia.
- Mainosbudjettisi kuluu sitä mukaa, kun ihmiset näkevät mainostasi. Mitä tarkemmin mainoksesi on kohdennettu, sitä vähemmän rahaa sinulta kuluu päivässä.

The screenshot shows the Facebook advertising interface. At the top, there is a notification: "Saavuta seuraava merkkipaaluksi 500 tykkäystä" (Reach the next milestone: 500 likes) with a "Markkinoi sivua" (Promote page) button circled in red with the number 1. Below this, the "Mainoksen esikatselu" (Ad preview) section shows a preview of the ad with a "Tykkää sivusta" (Like page) button circled in red with the number 3. The "Luo mainos" (Create ad) section on the right shows the "Valitse kohderyhmä" (Select audience) section with various targeting options like location (Turku, Salo, Lohja, Pori, Kemi, Parainen) and interests (Ruokavaliot, Lähiruoka, Luomuruoka, Slow Food, Kasvisruoat, Ruokakuftuuri, Terveys, Eläinten hyvinvointi, Ruokapolitiikka, Ruoka ja juoma, Ruoka, Painonpudotus, Luomuviljely) circled in red with the number 2. The "Ikä" (Age) section shows "28 - 64" circled in red with the number 3. At the bottom, there are buttons for "Peruuta" (Cancel) and "Markkinoi sivua" (Promote page).

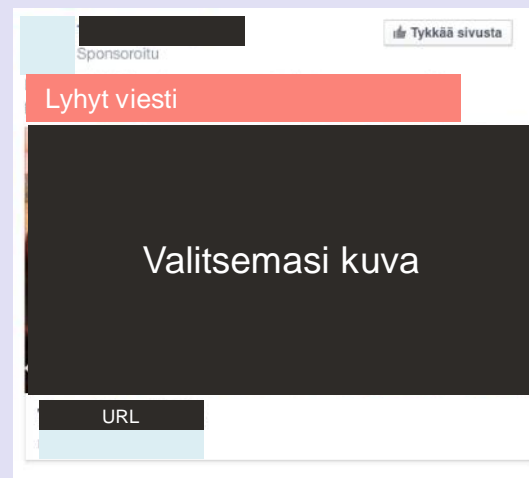
Luomuyritykselle tyypillisin demografinen profiili: 28-55-vuotias koulutettu nainen (myös mies) 70km säteellä yrityksen kotipaikasta sekä lähimmästä suuresta kaupungista.

Sivuston markkinointi

Sivupalkin ”perinteiset pikkumainokset ohitetaan jo suvereenisti, mutta sivuston markkinointi on tehokas tapa tulla huomatuksi. Omilla verkkosivuillasi käyttäjä on askeleen lähempänä asiakkuutta!

Toimii tehokkaimmin:	Lisää kävijöitä verkkosivustollesi, Tykkääjästä ostajaksi
Näkymät:	Pöytäkoneen uutisnäkyvä
Kohdentaminen:	Vain ad hoc –kohdentaminen mainoksen luomisen yhteydessä

Uutisvirta



Luo Facebook - mainos

1 Luo päivitys

- Klikkaa "Markkinoi sivustoa" oman Facebook-sivusi etusivulta
- Täytä URL-osoite, mainoksen otsikko, lyhyt kuvausteksti ja toimintokutsu
- Valitse kuva tai lataa uusi

2 Valitse Yleisö

- Valitse sijainniksi ainakin ne kunnat, joiden alueelle tuotteitasi tarjoat
- Määrittele ad hoc -kohderyhmälle muutamia kiinnostuksen aiheita
- Valitse ikä & sukupuolikohdennukset

3 Määrittele budjettisi

- Valitse käytettävä summa, ja aikaväli. Facebook kertoo odotetut tulokset, jonka avulla voit säätää budjettia.
- Mainosbudjettisi kuluu sitä mukaa, kun ihmiset näkevät mainostasi. Mitä tarkemmin mainoksesi on kohdennettu, sitä vähemmän rahaa sinulta kuluu päivässä.

Markkinoi sivustoa

Luo mainos

URL-osoite [?] 1

Otsikko [?]

Teksti [?]

Toimintokutsu (valinnainen) [?]

Kuva tai lataa

Valitse kohderyhmä

Sijainti [?]

Kiinnostuksen kohteet [?]

Lisää 4-10 kiinnostuksen kohteita...
+ Lihavuus + Eläinten oikeudet + Pasta

Ikä -

Sukupuoli

Valitse budjetti

Päivittäinen budjetti [?]

Arviolta 17-32 klikkausta päivässä

Aikaväli

Mainoksen esikatselu

Sponsoroitu

Vavesaaren tila sijaitsee luonnonkauniissa eteläsuomalaisessa maisemassa Kangasniemellä.

Luomuyritykselle tyypillisin demografinen profiili: 28-55-vuotias koulutettu nainen (myös mies) 70km säteellä yrityksen kotipaikasta sekä lähimmästä suuresta kaupungista.

Facebook - tarjous

Some-markkinoinnissa puhutaan usein konversiosta. Se tarkoittaa, että tykkääjistä olisi tehtävä asiakkaita, muuten koko hommasta ei ole mitään hyötyä. Tarjoukset ovat Facebookin konkreettisin väline konversion lisäämiseen.

Toimii tehokkaimmin:	Tykkääjästä ostajaksi
Näkymät:	Pöytäkoneen uutisnäkyvä, mobiilinäkyvä, oikea sivupalkki
Kohdentaminen:	Ei kohdennusta

Tarjouksen Lunastaminen

- Tarjous ei vielä itsessään välttämättä kerää kovin paljon huomiota tai näyttökertoja, jollet osta sille maksullista lisänäkyvyyttä.

Tarjouksen Mainostaminen

- Tarjous ei vielä itsessään välttämättä kerää kovin paljon huomiota tai näyttökertoja, jollet osta sille maksullista lisänäkyvyyttä.
- Kun olet julkaissut tarjouksen aikajanallasi, voit ostaa sille maksettua lisänäkyvyyttä samalla tavoin kuin mille tahansa päivitykselle.

Tarjous



██████████ julkaisi tarjouksen
Elen

Telkänpesän raukea luomuaamiainen - nautitaan hyvässä seurassa! Sinä ja ystävä vain 21 €

Luomubrunssi kahdelle 21€ Tartu tarjoukseen

Vanhenee 31.3.2015

Vahvistus



Tarjous tallennettu

Jos haluat käyttää tarjousta, käy paikassa ██████████ ja noudata vahvistussähköpostiviestissä olevia ohjeita (lähetetty osoitteeseen ██████████).

Tarkista roskapostikansiosi, etiet näe tarjousta saapuneiden kansiossa.

Jaa Sulje

Luo Facebook - Tarjous

1 Luo tarjous

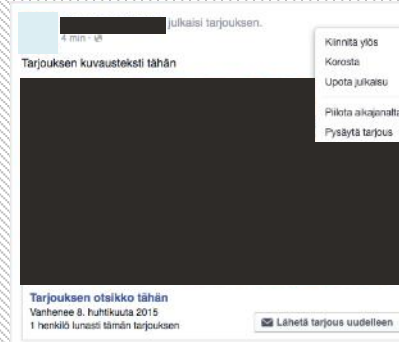
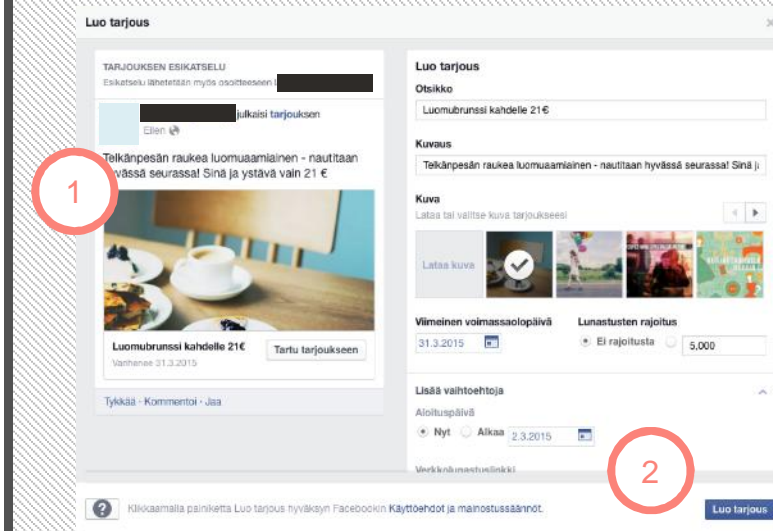
- Kuvaa tarjous mahdollisimman lyhyesti - sinulla on vain otsikon ja kuvauksen verran tilaa esittää asia selkeästi.
- Niiden lisäksi voit määrittää tarjouksen viimeisen voimassaolopäivän sekä mahdollisen ylärajan lunastuksille.
- ”Lisää vaihtoehtoja” -kohdasta painamalla pääset määrittelemään myös aloituspäivän, verkkolunastuslinkin ja käyttöehdot.

2 Julkaise tarjous

- Tarjous julkaistaan yrityssivusi aikajanalla, ja sen näkevät kaikki sivustasi tykkäävät henkilöt.
- Kun tarjousmainoksesi on julkaistu, mainosta klikannut käyttäjä saa tarjouskoodin sähköpostiinsa.
- Vahvistussähköposti generoidaan automaattisesti tarjousilmoituksesta, eikä siihen voi vaikuttaa.

3 Tarjouksen Poistaminen

- Tarjous julkaistaan heti, kun klikkaat ”Luo tarjous” -nappia.
- Jos haluat poistaa mainoksen, klikkaa nuolta ilmoituksen oikeassa yläkulmassa, valitse ”Pysäytä tarjous” ja sen jälkeen poista se yrityssivusi aikajanalta.













Kuten sanottu, Facebook tekee mainostamisen todella helpoksi. Nyt ymmärrät erilaisten mainostyyppien käyttötarkoituksia, ja voit halutessasi siirtyä kokeilemaan kokonaisia kampanjoita. Kun olet luonut kohderyhmäsi valmiiksi, mainosten teko käy kuin itsestään!

facebook.com/ads/create

Mainosta Facebookissa

VAIHE 1: LUO KAMPANJA

Valitse kampanjasi tavoite Ohje: Tavoitteen valitseminen

 Mainosta julkaisujasi	<div style="text-align: center;"><h3>Sivuston klikkaukset</h3><p>Lisää sivustosi vierailukertojen määrää.</p><input type="text" value="Markkinoin antamalla URL-osoite"/> <input type="button" value="Jatka"/></div>
 Markkinoi sivuasi	
 Lähetä ihmisiä sivustollesi	
 Lisää konversioiden määrää sivustollasi	
 Lisää sovelluksesi asennuskertoja	
 Kasvata sitoutumista sovelluksessasi	
 Lisää osallistujia tapahtumaasi	
 Lisää tarjouksen lunastuksia	
 Lisää videon näyttökertoja	



Kiitos mielenkiinnostasi!

Tämän opasmateriaalin tarkoituksena on nostaa esiin luomuyrittäjille sopivia, kevyitä tapoja tehdä maksettua mainontaa Facebookissa.

Ohjeita seuratessasi otathan huomioon, että kirjoitus on laadittu ja julkaistu 03/2015. Facebook on jatkuvasti kehittyvä ohjelmisto, joten nämäkin ohjeet saattavat vanhentua nopeasti.

Tämä artikkeli on osa Kasvot luomulle -hankkeessa julkistettuja materiaaleja. Aineiston tuottamiseen on saatu tukea Hämeen ELY-keskukselta EU:n maaseuturahastosta.



Laura Browne *Copywriter, Mediataivas*

Brändinrakentamisen ja digitaalisen markkinoinnin asiantuntija Laura Browne on siviilissä innokas lähiruoka-aktiivi.

Laura on ollut mukana perustamassa lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaaria, Jyväskylän ensimmäistä kaupunkiviljelmää Kankaan Puutarhaa, sekä suomalaisten ruokapiiriaktiivien vertaisverkostoa.

Kasvot luomulle - koulutuskokonaisuudessa Laura on toiminut sosiaalisen median markkinoinnin asiantuntijana vuodesta 2013.