
4 SIMPELE STAPPEN VOOR MEER KLANTEN MET:

META ADS

Vind de perfecte klanten voor
jouw bedrijf met de kracht
van 's werelds grootste
social mediaplatform.

DION BROERS

Pinnacle Shift
Marketing



Waarom Meta-Ads De Grootste Marketingkans Sinds... Ooit Zijn

Miljarden mensen gebruiken dagelijks Meta-producten (Facebook, Instagram, enzovoort).

Dat vertelt ons twee dingen:

- 1) Het is een gigantisch aantal.
- 2) Je ideale klant gebruikt Meta.

Dat tweede punt klinkt misschien niet meteen interessant, maar dat is het wel degelijk.

Want het stelt ons in staat om onze advertenties met laser-focus te richten op de mensen die we willen bereiken.

Bij bijna iedere soort reclame die je koopt, weet je vanaf het begin dat je het grootste deel van je geld weggooit. De overgrote meerderheid van de mensen kan niet bij je kopen, wil niet bij je kopen, zal nooit bij je kopen. Gewoon omdat je probeert IEDEREEN te bereiken.

Meta is anders. Nooit eerder in de geschiedenis was het zo gemakkelijk om jouw boodschap bij precies de JUISTE mensen te krijgen.

En weet je wat het beste deel is?

Dit is grotendeels een onontgonnen goudmijn.

Ja, je concurrentie weet van Meta. Maar de overgrote meerderheid van de mensen weet niet hoe ze het goed moeten gebruiken. Ze boosten zo nu en dan een post, maar zullen nooit in de buurt komen van alles dat Meta kan.

Dat is wat ik je in deze “guide” ga laten zien.

Laten we ingaan op de exacte stappen die je moet nemen om Meta jou perfecte klanten voor jouw bedrijf te laten geven... op auto-pilot.

Laten we beginnen!

Dion Broers
Pinnacle Shift

P.S. Als je wilt dat ik jouw account bekijk en wat ik voor jouw bedrijf kan doen, neem dan [hier](#) contact met me op.

Geen zorgen, het kost je niets en ik ga je niet lastig vallen met opdringerige verkoopacties. Als we een goede match zijn, laat ik je dat weten en mag jij beslissen hoe we verder gaan.

Laten we beginnen met het interessante deel:

Wat Bijna Elk Bedrijf Fout Doet Met Meta Ads

Het grootste probleem met adverteren op Meta? Het lijkt ontzettend ingewikkeld.

Ik bedoel, kijk maar eens naar dit:

Create new campaign New ad set or ad

Buying type
Auction

Choose a campaign objective

- ☐ Awareness
- ☐ Traffic
- ☐ Engagement
- ☒ Leads
- ☐ App promotion
- ☐ Sales

Leads
Collect leads for your business or brand.
Good for:
Instant forms ⓘ
Messenger and Instagram ⓘ
Conversions ⓘ
Calls ⓘ

[Learn more about campaign objectives](#) Cancel Continue

An update and changes to ad objectives in Meta Ads Manager

The ad objectives in Meta Ads Manager have been updated to help you choose the one that is most closely aligned with your business goal. The six new objectives are: sales, leads, engagement, app promotion, traffic and awareness.

While some ad objectives have been consolidated and campaign creation steps have changed as a result, all the same functionality is available. Starting in January 2024, you'll no longer be able to duplicate or import campaigns, ad sets, and ads using the original objectives. You also won't be able to create new ad sets or ads within existing campaigns that use the original objectives. Later in 2024, the original objectives will no longer be available for new or existing campaigns.

How to select a simplified ad objective based on your original objective

Since the 11 ad objectives are consolidated into 6, some of the original objectives are no longer standalone, and are instead available as settings or optimization tactics under the simplified objectives. For example, the original objective 'video views' is now available as an optimization tactic under the simplified awareness and engagement objectives. Choose the simplified objective that best matches your business goal. So, if your goal is to improve awareness with video, select the awareness objective. If your goal is to get more views, select the engagement objective.

Below is a helpful table that shows how each previous, original objective in the left-hand column maps to a new, simplified objective in the right-hand column.

Dat is slechts het eerste scherm. Er waren 11 campagnedoelen, nu teruggebracht naar 6... maar na deze keuze moet je nog door minstens vijftig andere keuzes heen. Sommige daarvan doen weinig, sommige maken een enorm verschil.

Het lijkt een beetje op het ontmantelen van een bom waarbij je moet beslissen welke draad je moet doorknippen... Echter is het er niet een, maar zijn het er 50.

Best zenuwslopend.

Meta weet dit. Hun jaarlijkse advertentie-inkomsten bedragen meer dan 100 miljard (ja, 11 nullen). Dus je kan er met een gerust hart vanuit gaan dat ze enkele slimme mensen hebben rondlopen.

Daarom geven ze je de optie om je berichten te 'boosten'.

Dit is een ultra-eenvoudige manier om geld uit te geven aan advertenties en veel bedrijfseigenaren gebruiken het zonder ooit te beseffen dat ze hun geld hand over hand weggooien.

Ja, als je een bericht boost, krijg je meer zichtbaarheid. Maar je mist in feite alles wat Meta zo'n geweldige manier maakt om klanten te krijgen:

- Je bent beperkt tot alleen de berichttypes die bestaan voor organische berichten
- Je kunt geen specifieke doelgroep effectief targeten op basis van een actie die je wilt dat ze ondernemen
- Je kunt geen vierkante foto's toevoegen, de kop of beschrijving aanpassen
- Je kunt de advertentie niet op zowel Facebook als Instagram laten draaien

Het gebruik van een 'geboost' bericht om klanten te bereiken is als het ware proberen een fietswedstrijd te winnen op een kinderfiets met zijwieltjes. Wanneer je deze gids leest, ga je verder van die kinderfiets naar een glanzende, carbon frame, ultrasnelle racefiets.

Dus... wat MOET je dan doen?

Je moet de Meta-ads tool gebruiken. Het geeft je meer opties, meer targeting en het belangrijkste... VEEL meer resultaten.

Dus, vanaf vandaag gebruiken we nooit meer die 'boost post'.

Tenzij je een hekel hebt aan geld. In dat geval kun je altijd posts boosten.

Klanten Aantrekken Zonder Een Fortuin Uit Te Geven

Een van de grootste voordelen van Meta-ads is dat je het kunt gebruiken en resultaten kunt behalen zonder een fortuin uit te geven.

Print ads, televisiereclames, influencer-marketing... ze vereisen allemaal dat je een fortuin uitgeeft zonder enig idee te hebben of het zal werken. Voor je het weet, ben je duizenden euro's kwijt en heb je geen enkele vooruitgang geboekt.

Meta-ads zijn anders.

Je bepaalt precies wat je elke dag, week of maand wilt uitgeven aan Meta-ads. En je kunt de resultaten regelmatig controleren om te zien of dingen de goede kant op gaan.

Dus, hoeveel gaat dit je kosten?

Relevantie is cruciaal voor succes bij het gebruik van Facebook-advertenties. Het kost even tijd voor het algoritme om de doelgroep die je wilt bereiken op te pikken en daarop te optimaliseren. Zodra het dat doet, ben je onderweg en is het tijd om te optimaliseren.

Dat gezegd hebbende - vereist dit nog steeds een investering. En te vaak zie ik bedrijfseigenaren met alle plezier duizenden euro's uitgeven aan allerlei zaken... maar verwachten ze resultaten terwijl ze €1/dag uitgeven aan Meta-ads.

Ze geven uiteindelijk meer uit aan koffie elke dag dan aan hun bedrijf. En dat slaat nergens op.

Wanneer we met klanten werken, hebben we een simpel doel. Bereik het punt waar elke €1 die je in reclame stopt je ten minste €2 oplevert.

We doen dat door consequent te testen en aan te passen totdat we dat doel bereiken. Als je wilt zien wat we met jouw bedrijf kunnen doen, neem dan contact op door [hier](#) te klikken.

Hoe Forceer Je Jouw Perfecte Klant Om Jouw Advertentie Te Lezen

De grootste zonde in marketing is...

...saai zijn.

Meta is een social media platform. Mensen scrollen. Je kunt niet verwachten dat mensen je advertentie zien, bij het vuur gaan zitten, voeten omhoog leggen en je tekst met volle aandacht lezen. Zo werkt het niet.

Ze zeggen dat we 5.000 advertenties en/of merkberichten per dag te zien krijgen. Ik heb geen idee wie dat getal heeft verzonnen. Het klinkt willekeurig en verzonnen. Maar we weten allebei dat er VEEL marketing is die concurreert om je doelgroep.

Je zal hun aandacht NU METEEN moeten pakken.

Een paar tips hierover:

- 1) Het beeld moet aanspreken

We zijn visuele wezens, dus zorg ervoor dat je beeld opvallend is. Niet op een vreemde manier. Meer als een 'huh, dat is interessant' manier.

Laat beweging zien. Of gebruik felle kleuren. Of laat iets zien dat ze echt heel graag willen. Of combineer al deze dingen. Dit is waarom we altijd testen als we met klanten werken. Er is altijd een beter plaatje.

2) Vervolgens de headline

Er zit veel kracht in je headline.

Je kop is de advertentie voor de advertentie. Als je hun aandacht niet meteen grijpt, scrollen ze snel verder.

3) Niet te veel tekst

Veel mensen proppen de afbeelding in de advertentie vol tekst. Dat is meestal geen goed idee.

Nogmaals, ze scrollen. Ze zijn niet The Lord Of The Rings aan het lezen.

Korte samenvatting: zorg ervoor dat je hun aandacht meteen grijpt. Ben niet saai. Dat is de doodsteek voor je Meta-ad resultaten.

Hoe meet en optimaliseer je advertentieprestaties gemakkelijk?

Ik heb dit eerder genoemd, maar het verdient herhaling:

Wanneer we met klanten werken, hebben we een simpel doel. Bereik het punt waar elke €1 die je in reclame stopt je ten minste €2 oplevert.

Een van de beste manieren om dat te doen is door een call-to-action te gebruiken in iedere. En Alle. Advertenties. Alles wat we doen heeft een CTA omdat het alles meetbaar maakt.

Je probeert klanten te bereiken in elke fase van hun reis, van net beginnen met zoeken naar informatie tot aankoopbereid zijn. En hoe eerder je op hun radar komt, hoe gemakkelijker het zal zijn om ze van prospects naar klanten te converteren.

Meta geeft je zelfs de optie om leadgeneratie-ads te draaien die specifiek gericht zijn op mensen die het meest waarschijnlijk een lead voor jouw bedrijf worden.

Met een traditionele leadgeneratie-conversie worden gebruikers naar een bestemmingspagina geleid waar ze een formulier invullen. Bijvoorbeeld, je zou een Facebook-aanbiedingsadvertentie kunnen gebruiken (zoals we in het vorige deel bespraken) om gebruikers naar je website te leiden en daar een formulier te laten invullen.

We genereren de leads door iets aan te bieden dat ze misschien leuk vinden. Bijvoorbeeld, zeggen dat je de beste broodjes ter wereld verkoopt, zal mensen niet naar de pagina van je bedrijf trekken, maar misschien 20% korting aanbieden wel. Of misschien helpt het toevoegen van referenties — iets als: "broodjes geliefd door meer

dan een miljoen mensen elk jaar! Probeer de jouwe vandaag en krijg 20% korting op je bestelling met deze coupon."

Wat Nu Te Doen?

Meta-advertenties zijn een ongelooflijk veelzijdig hulpmiddel. Miljarden euro's worden eraan besteed door bedrijven over de hele wereld. Met het advies in deze gids kun jij ook beginnen met het genereren van leads voor je bedrijf.

Als je wilt dat ik je account bekijk en wat ik voor je bedrijf kan doen, neem dan [hier](#) contact met me op. Geen enkel ander marketingbedrijf garandeert resultaten. We zijn zo zeker dat we je huidige advertenties kunnen verslaan dat we een simpele garantie hebben:

We verslaan de prestaties van je huidige advertenties OF... je betaalt ons niets.

Eenvoudig. Duidelijk.

Dus als je wilt weten wat ik voor jou zou kunnen doen, neem contact op en laten we praten! Het kost je niets en ik ga je niet lastigvallen met geforceerde verkooppraat.

Tot snel,

Dion Broers
Pinnacle Shift

HAAL MEER UIT JOUW ADVERTENTIE BUDGET!

Benieuwd naar wat wij voor
jou kunnen doen?

Neem contact op voor een gratis
marketing consult en wij geven
jou de exacte stappen die wij
zouden nemen om jou bedrijf te
groeien.

Geen kosten, geen
verplichtingen.

NEEM CONTACT OP!