



DE GRATIS  
**FACEBOOK** **CHECKLIST**

DE JONGE MEDIA

Tof dat je hebt besloten om deze checklist te downloaden! Ik zal mezelf direct even voorstellen. Ik ben Robin de Jonge en online marketing specialist. Mijn specialiteit ligt vooral op het gebied van Facebook/Instagram marketing. Met mijn online marketing agency De Jonge Media help ik andere bedrijven (fink) te groeien door het slim in te zetten van een online marketing strategie.

Ik zorg ervoor dat bedrijven continu nieuwe leads en klanten krijgen. Wie deze bedrijven zijn? Deze branche is erg ruim. Ik help bedrijven van e-commerce shops tot de plaatselijke chiropractor. Dit komt omdat ik telkens hetzelfde 'trucje' kan toepassen. Het principe is namelijk dat je telkens een product of dienst hebt die je aanbied bij de juiste doelgroep met een juiste actie/aanbieding. Vaak heeft die doelgroep een probleem of verlangen naar iets.

Genoeg over mij, ik ga je nu *gratis* tips geven wat SUPER belangrijk is om überhaupt te gaan beginnen met Facebook en Instagram advertising.

# FACEBOOK PAGINA

1. Het klinkt misschien erg logisch maar zorg dat je eerst een Facebook pagina aanmaakt. Hier volgen nu een aantal tips hoe je pagina er uit moet zien qua lay-out.
  - Zorg dat je een duidelijke profiel foto hebt die jouw merk/bedrijf vertegenwoordigd. Dit moet een heldere en vooral scherpe foto zijn. Zorg er daarnaast voor dat de kleuren van je profiel foto afwijken van de kleuren van Facebook. (Vermijd dus de blauwe kleuren)
  - Zorg dat je een Call to Action (CTA) hebt op je pagina. Dit is te vinden onder je bannerfoto. De CTA kan van alles zijn zoals: Shop nu, learn more, send message etc.
  - Zorg er ook voor dat je alle nodige informatie invult bij de section 'info'
  - Daarnaast moet je ongeveer 3-5 relevante posts hebben op je pagina omtrent je bedrijf. Het moet niet zo zijn dat je 5 posts gaat maken dat je een product verkoopt. Dit trekt namelijk niet aan om je pagina te gaan liken.

Onderstaande foto is een voorbeeld van onze eigen Facebook pagina. Deze principes werken overigens hetzelfde als bij Instagram. We gebruiken de opvallende kleur oranje die staat voor creativiteit, enthousiasme, energie etc.



De Jonge Media  
@dejongemedia

Startpagina

Berichten

Recensies

Video's



Vind ik leuk ▾

Volgend ▾

Delen

⋮

Bericht versturen

## BUSINESS MANAGER

Genoeg over je Facebook pagina. De volgende stap is dat je Business manager gaat instellen. Business manager heeft namelijk vele voordelen. Je kunt namelijk meerdere advertentie accounts toevoegen onder 1 account. Je zorgt er op deze manier voor dat wanneer je advertentie account wordt geblokkeerd (dit gebeurt vaker dan je denkt zonder duidelijke reden) je gewoon verder kunt adverteren zonder dat het je campagne erg beïnvloedt.

In Nederland kun je meerdere betaalmogelijkheden toevoegen aan je account. Ik zou er altijd voor kiezen om voor automatische incasso te gaan, dan kun je ook gemakkelijker opschalen zonder dat je je limiet hebt bereikt (als je via prepaid werkt).

Business manager zorgt er ook voor dat je pixels kunt delen met andere accounts. Dit is misschien iets meer voor gevorderden (wanneer je dus voor anderen gaat adverteren).

*Klaar om je bedrijf naar het volgende level te brengen samen met ons? Plan een gratis adviesgesprek in => [www.dejonge-media.nl/contact](http://www.dejonge-media.nl/contact)*

## **FACEBOOK PIXEL**

Voordat je gaat adverteren moet je een Facebook pixel hebben geïnstalleerd op je website. Ik herhaal MOET. Waar veel mensen de mist in gaan is dat ze niet eens een pixel hebben op hun website wanneer ze gaan adverteren. Dan kun je helemaal geen data verzamelen, laat staan analyseren.

Ook zie ik nog steeds gebeuren dat 'adverteerders' denken dat ze hun geld wel kunnen terug verdienen nadat ze 1x op het knopje 'boost' hebben gedrukt die Facebook hen aanraad. (Dan kun je beter je geld direct verbranden, want die paar likes op je bericht gaat je geen extra omzet opleveren mits er een strategie achter zit). Helaas is het niet zo eenvoudig.

**STEL JEZELF DE VOLGENDE  
VRAGEN**

Wat wordt de doel van mijn campagne? Bepaal van te voren wanneer JIJ vindt dat een campagne succesvol is.

Zou ik zelf op deze advertentie klikken? Als je ernaar kijkt, en je antwoord is 'ja', dan doe je het goed!

Heb ik de hele campagne van a tot z uitgedacht? Denk erover na welke stappen de klant doorloopt zodra er op de advertentie wordt geklikt.

Dit doe ik eigenlijk nooit, maar ik ga je een deel van een hoofdstuk van mijn BETAALDE ebook ([www.dejonge-media.nl/ebook](http://www.dejonge-media.nl/ebook)) GRATIS met je delen. Je vraagt je vast af waarom ik dit doe, heel simpel, ik wil graag dat ook jij de juiste stappen gaat zetten naar een succesvolle campagne.

Ik ga je nu informatie geven over hoe je eigenlijk een advertentietekst schrijft.

De volgorde die je wilt aanhouden in je advertentie tekst is als volgt:

**Attention** - Hier zorg je ervoor dat je de aandacht kunt pakken van je doelgroep. Dit kun je doen door je doelgroep bijvoorbeeld direct aan te spreken met 'Opgelet ...' of 'Speciaal voor ...' of je kunt direct het probleem of jouw product aankaarten. Dit zijn slechts voorbeelden, er zijn talloze varianten op te bedenken.

**Interest** - Hier ga je je product of dienst verder verkopen door een klein beetje informatie te geven omtrent je advertentie maar

zorg ervoor dat je je lezer nieuwsgierig houdt. Als je het moeilijk vindt om hier iets voor te bedenken, stel dan jezelf de vraag 'Waarom verkoop ik dit product?' Het antwoord op deze vraag biedt een oplossing voor je ad copy. Dit kan van alles zijn en is voor elke adverteerder anders.

**Desire** - Verkoop hier de voordelen van je product. Stel jezelf de vraag 'waarom zou iemand dit product kopen en welk voordeel hebben ze ervan?' Schrijf er ook bij waarom iemand je product of dienst nu moet kopen en niet over bijvoorbeeld 2 weken. Denk aan een actie die x dagen duurt of maar x aantal producten op voorraad heeft.

**Action** - Schrijf hier de call to action. Wat wil je precies dat je klant gaat doen? Op een link klikken of een formulier invullen of je een bericht sturen via Messenger. Vermeld dit duidelijk. Als je klant op een link moet klikken zorg ervoor dat je URL niet te lang is. Is dit wel het geval gebruik een url shortener. Personaliseer deze link dan wel altijd, vaak vertrouwen mensen namen alleen een bit.ly link niet.

*Klaar om je bedrijf naar het volgende level te brengen samen met ons? Plan een gratis adviesgesprek in => [www.dejonge-media.nl/contact](http://www.dejonge-media.nl/contact)*

Nog extra tips voor een perfecte ad copy:

- Maak gebruik van emoji's. Let op, overmatig gebruik ervan wordt gezien als irritant en werkt juist in je nadeel.
- Doe de attention altijd in hoofdletters
- Schets het probleem en verkoop de oplossing/verlangen

Deze template is natuurlijk niet de enige 'juiste' manier voor een adcopy. Je kan er ook voor kiezen om een hele korte en bondige ad copy te maken van ongeveer 2 zinnen. Zorg er dan voor dat je wel direct de aandacht gaat krijgen van je klant. De laatste manier is om een lang verhaal te schrijven maar ook weer niet te lang. In principe pas je de eerste uitgelegde template toe maar dan alles heel uitgebreid.

In het betaalde ebook laat ik een praktijk voorbeeld zien van een van mijn eigen advertenties die in totaal meer dan 275.000 mensen heeft bereikt! Je kan het eens overwegen om ernaar te kijken 📌

[www.dejonge-media.nl/ebook](http://www.dejonge-media.nl/ebook)

Ik ga je nu ook een kort overzicht geven wat we allemaal in de betaalde ebook behandelen. Het ebook is stapsgewijs opgebouwd om het zo overzichtelijk mogelijk te maken.



Wat wordt er precies behandeld?

## **- Hoofdstuk 1. Alles wat je MOET weten voordat je een campagne begint**

Het eerste hoofdstuk gaan we back to the basics. Om je kennis te laten groeien moet je natuurlijk eerst even de basis in orde hebben. We bespreken hier hoe je Facebook pagina eruit moet zien en wat je moet plaatsen. Daarnaast behandelen we hoe je de business manager instelt en waarom je gebruik MOET maken van custom conversion tracking. Dit hebben wij net ook behandeld (ja dit hoofdstuk heb ik gewoon gratis aan je weggegeven 😊)

## **- Hoofdstuk 2. 3 INGENIEUZE advertenties strategieën**

Hier verklappen we 3 ingenieuze advertentie strategieën die vooral gericht is op de ecommerce. We laten je stap voor stap zien welk knoppen je moet indrukken. Ben jij bijvoorbeeld al bekend met de video loophole strategie en weet jij naar welke benchmark nummers jij moet kijken?

## **- Hoofdstuk 3. Sniper targeting**

Hoewel de meeste adverteerders wel bekend zijn met hun doelgroep onderzoek methodes gaan we dit toch even behandelen en er dieper op in, zodat jij echt geen informatie misloopt! Ook een reden is voor dit hoofdstuk is dat we lookalike audiences gaan uitleggen en hoe je dit wel moet inzetten en moet testen. Vaak worden namelijk lookalikes onderschat of weten mensen simpelweg niet hoe ze deze effectief kunnen inzetten.

## **- Hoofdstuk 4. Perfecte advertentie template**

Wist jij al dat hoe meer kliks je krijgt per 1000 weergaves des te goedkoper je advertenties zijn des te meer resultaat je kan behalen? Wij gaan hier haarfijn uitleggen hoe jij ervoor zorgt dat jij een perfecte advertentie maakt die niet te weerstaan is. (Ook dit hoofdstuk heb ik al gratis aan je weggegeven!)

## **- Hoofdstuk 5. Data analyseren (Data never lies!)**

Je hebt nu je eerste campagnes lopen, tof! Nu komt namelijk één van de belangrijkste gedeeltes, hoe word je een echte data tijger? Als je niet weet naar welke data points moet kijken en hoe je er naar moet kijken gaat het erg lastig worden om een goede return of investment te behalen. Hoe perfect je advertentie er ook uit ziet, je moet weten hoe je je data gaat analyseren.

## **- Hoofdstuk 6. Sky rocket je ads door te scalen!**

Nu komt het leukste gedeelte! Je weet namelijk door de kennis van het vorig hoofdstuk welke advertenties jouw winst opleveren. Nu is het tijd om te gaan scalen. Wij gaan hier alle ins en outs uitleggen en behandelen d.m.v. action steps die jij direct kan toepassen.

## **- Hoofdstuk 7. Tips voor gevorderden!**

Dit is alleen voor de gevorderden. Het bevat geen noodzakelijke kennis die je moet hebben om te adverteren maar het zorgt er zeker voor dat je net iets beter wordt dan je concurrent en daar gaat het immers om, toch? Zaken als customer journey, manual bidding, dieper in op lookalikes en veel meer gaan hier behandeld worden.

## **- Hoofdstuk 8. CBO scaling strategie**

CBO scaling is de manier om super snel agressief te gaan scalen, mits je weet wat je doet natuurlijk. Daarom behandel ik hier 2 strategieën die extreem goed werken om snel op te schalen.

## **- Hoofdstuk 9. Perfecte launch strategie - ecommerce**

Dit is DE blueprint om je ecommerce store te gaan lanceren met Facebook ads. Het bevat een complete stappenplan. De weg staat open, afhankelijk van je budget, welke omzet en winst jij gaat behalen.

## **- Hoofdstuk 10. Retargeting strategie**

Over retargeting is er vaak weinig te vinden online qua kennis. Daarom bespreek ik welke strategieën voor retargeting wel werken en hoe jij die ook kan gaan toepassen voor jouw business.

Dit was alweer het einde van de gratis versie. Hopelijk heb ik je kunnen overtuigen om de premium versie te gaan aanschaffen! Ben jij klaar om te advertising skills naar een nieuw level te brengen? Kies slim, voordat je concurrent dit boek ook in handen gaat krijgen.

[www.dejonge-media.nl/ebook](http://www.dejonge-media.nl/ebook)

Ik hoop dat ik je nu een beter beeld heb gegeven over het ebook!

Dit waren voorlopig genoeg GRATIS tips die ik met je heb gedeeld ;). De komende weken ga ik je meer tips en case study's

via de mail naar je toe sturen. We houden contact, en als je nog vragen hebt, dan hoor ik het graag!

*Klaar om je bedrijf naar het volgende level te brengen samen met ons? Plan een gratis adviesgesprek in => [www.dejonge-media.nl/contact](http://www.dejonge-media.nl/contact)*