

# de Bibliotheek



## HANDLEIDING SOCIAL MEDIA ADVERTISING



Bereik je doelgroep online

Deze handleiding is een resultaat van de pilot van de werkgroep Leven Lang Ontwikkelen (LLO) van het Brabantse Bibliotheken Netwerk (in Q4 2022).

# VOORWOORD VAN DE WERK GROEP

Deze handleiding is een resultaat van de pilot van de werkgroep Leven Lang Ontwikkelen (LLO) van de Brabantse Netwerk Bibliotheken (Q4 2022). Bij het onderzoek naar het vinden en bereiken van doelgroepen voor LLO-activiteiten, is er bij een Brabantse Bibliotheek geëxperimenteerd met het gericht adverteren op Facebook en Instagram (Meta). In deze handleiding vind je tips en het stappenplan hoe je als Bibliotheek zelf gemakkelijk en gericht kunt adverteren via Meta.

# INTRO SOCIAL MEDIA ADVERTISING (META)

Maak je bij jouw Bibliotheek al gebruik van social media? Misschien plaats je weleens een bericht of evenement op Facebook en Instagram? Dan herken dit je misschien wel: je hebt veel tijd en energie gestoken in het maken van een leuk bericht en vervolgens levert dit slechts enkele 'likes' op. Wil je meer aandacht voor de berichten die je maakt voor De Bibliotheek? Of wil je een grotere doelgroep aanspreken dan alleen de volgers van je pagina? Dan is adverteren een goed idee!

Wist je dat organisch geplaatste berichten alleen worden gezien door je volgers? En nog niet eens door alle volgers van je pagina? Vaak maar een paar procent. Meta (de verzamelnaam voor o.a. Facebook en Instagram) heeft namelijk een algoritme. Dit algoritme bepaalt wie wat te zien krijgt op social media. Hoe meer interactie er is bij je bericht, hoe groter je bereik. Met adverteren kun je ervoor zorgen dat je bericht meer bereik krijgt.

In deze handleiding krijg je tips en inzicht in de mogelijkheden van adverteren op Facebook & Instagram. We starten in dit document met de uitleg van de campagnestructuur op Meta. In de bijlagen vind je een concreet stappenplan voor het instellen van het advertentieaccount en voor het opstellen van een campagne. Lees eerst dit document door voordat je met de bijlagen aan de slag gaat.

NB. Vanuit de European Data Protection Board gaan er voorstellen op om beperkingen op te leggen aan gepersonaliseerde advertenties. Hierdoor kan het zijn dat mensen toestemming moeten gaan geven voor het ontvangen van advertenties, wat invloed kan hebben op je bereik. Keerzijde is dat de mensen die advertenties ontvangen er dan meer voor open staan.

# QUICKSCAN:

## INHOUD VAN DEZE HANDLEIDING

### **Campagnestructuur** **blz 4**

Lees welke onderdelen je advertentie moet bevatten en waardevolle tips

|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| Bepaal het doel van je advertentie    | blz 5  |
| Bepaal je doelgroep                   | blz 6  |
| Stel je budget in                     | blz 8  |
| Geschikt advertentiemateriaal maken   | blz 9  |
| Passende advertentieteksten opstellen | blz 13 |

### **Resultaten** **blz 15**

Meten is weten

### **Bijlage 1** **blz 17**

Instellen Meta Bedrijfsmanager – stap voor stap

### **Bijlage 2** **blz 24**

Instellen advertentie – stap voor stap met printscreens

# CAMPAGNESTRUCTUUR

## HOE WERKT META?

Om te kunnen starten heb je een Meta Bedrijfsmanager nodig. In bijlage 1 lees je hoe je een Bedrijfsmanager kunt aanmaken (als je deze nog niet hebt).

Je advertentie moet drie onderdelen bevatten om te kunnen worden weergegeven: een campagne, advertentieset en advertentie. Deze onderdelen vormen samen de campagnestructuur. Hieronder in het kort de stappen die je doorloopt bij het opstellen van een advertentie.

### Niveau 1 | Campagne

Zie de campagne als de basis voor je advertentie. Wanneer je besluit een advertentie weer te geven, begin je altijd met de campagne. Hier kies je een advertentiedoelstelling.

Op dit niveau:

- Kies je een doelstelling;
- Begin je met het maken van je advertentieset.

### Niveau 2 | Advertentieset (doelgroep, budget en planning)

Op het niveau van de advertentie set maak je een doelgroep voor je advertentie. Je definieert je doelgroep door kenmerken te kiezen op basis van onder andere: locatie, geslacht en leeftijd. Je kunt ook een budget en planning instellen voor je advertenties.

Op dit niveau:

- Bepaal je de doelgroep
- Stel je het budget en planning in
- Begin je met het maken van je advertentie

### Niveau 3 | Advertentie

De advertentie is wat je klanten of doelgroepen krijgen te zien. Op het advertentieniveau kies je je advertentiemateriaal, waaronder afbeeldingen, video's, tekst en een actieknop.

Op dit niveau:

- Upload je advertentiemateriaal zoals afbeelding(en) of een video.
- Vul de details in van je advertentie, zoals tekst en de koptekst.

Als je deze stappen hebt doorlopen kun je de advertentie publiceren. Lees verder voor meer informatie per niveau >>

# NIVEAU 1 | CAMPAGNE

## ADVERTENTIEDOELSTELLINGEN

### Advertentie doelstellingen

Als je gaat starten met het maken van een advertentie is de eerste vraag: wat is je (zakelijke) advertentiedoelstelling? Maak daarna pas de advertentie. Het is belangrijk dat je weet wat je wilt bereiken, zodat je de juiste doelstelling kunt kiezen.

Je hebt op Meta de volgende keuzemogelijkheden voor je advertentiedoelstelling:

### Niveau 1 | Campagne

- **Bekendheid:** Een zo groot mogelijk aantal mensen bereiken dat je advertentie waarschijnlijk gaat onthouden. Je bereikt dan dus niet per se de meest relevante doelgroepen.
- **Verkeer:** Mensen naar een bestemming leiden, zoals je website. Heb je een workshop om te promoten, dan wil je dat mensen doorklikken naar de webpagina waar mensen zich kunnen aanmelden. Wil je dus mensen naar een pagina buiten Facebook of Instagram sturen, dan is deze doelstelling een aanrader.
- **Betrokkenheid:** Vind mensen die waarschijnlijk online interactie met je bedrijf gaan hebben, je een chatbericht gaan sturen via Messenger of gewenste acties gaan ondernemen in je advertentie of op je pagina.
- **Leads:** Leads en gegevens verzamelen voor je bedrijf of merk door middel van chatberichten, telefoongesprekken, aanmeldingen voor workshops, het verzamelen van emailadressen of bijv. het abonneren op een maandelijkse nieuwsbrief.
  - **Tip:** Ben je niet handig met Analytics en wil je gemakkelijk weten hoeveel mensen zich daadwerkelijk via de advertentie inschrijven? Kies dan voor 'Leads' en voeg in je advertentie een aanmeldformulier toe.
- **App-promotie:** Mensen met mobiele apparaten stimuleren om je app te installeren of aankopen te doen via je app.
- **Verkoop:** Mensen vinden die waarschijnlijk je producten of diensten gaan kopen (via bijv. het winkelwagentje), vaak bedoeld voor e-commercewebsites.

### Tip! Voor het kiezen van een doelstelling.

Kies voor een verkeer campagne, waarschijnlijk wil je mensen naar een bestemming leiden zoals een pagina op je website waar meer informatie over je bericht staat.

# NIVEAU 2 | ADVERTENTIESET

## BEPAAAL JE DOELGROEP

### Wie wil je bereiken? (targeting)

Voordat je gaat adverteren op Facebook of Instagram is het belangrijk om te weten wie je wilt bereiken met je bericht. Heb je bijvoorbeeld een activiteit voor jongeren, kies dan ook voor deze doelgroep. Heb je een activiteit voor mensen met peuters, kies dan in de targeting voor ouders met kinderen in de leeftijd van 2-4 jaar.

Je kunt een doelgroep definiëren op Meta (de verzamelnaam voor Facebook en Instagram) op basis van de volgende eigenschappen: locatie, demografische gegevens, interesses, gedrag en connecties.

### Locatie

Adverteer in de plaatsen (landen) waar jouw doelgroep zich bevindt. Kies voor de locatie waar De Bibliotheek gevestigd is met eventueel de omliggende dorpen/gemeenten.

### Demografische gegevens

Kies je doelgroep op basis van leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, functies en meer.

### Interesses

Voeg interesses en hobby's (van biologisch eten tot actiefilms) toe van de mensen die je met je advertentie wilt bereiken en maak hiermee de advertenties nog relevanter voor jouw doelgroep.

### Gedrag

Target je advertenties op basis van consumentengedrag, zoals eerdere aankopen en apparaat gebruik.

### Connecties

Neem in je targeting mensen mee die een connectie hebben met je Facebookpagina of Instagram-ac count, of sluit juist mensen uit om een nieuwe doelgroep te vinden.

Je kunt al deze opties met elkaar combineren. Zo kun je er bijvoorbeeld voor kiezen om je advertentie te tonen aan vrouwen tussen de 35-55 jaar die wonen in Roosendaal en geïnteresseerd zijn in biologisch eten. Of mensen in Noord-Brabant in de leeftijd van 18-30 jaar met een mbo-diploma. En ga zo maar door.

Denk na over de doelgroep die jij wilt bereiken met je advertentie.

### Tip! Voor het bepalen van je doelgroep.

Zorg dat je doelgroep niet te specifiek wordt. Je gaat voor De Bibliotheek waarschijnlijk al heel regionaal adverteren, waardoor de doelgroep al sterk afgebakend is. Als de doelgroep te klein is gaat de advertentie niet werken.

### Tip! Voor het bepalen van je doelgroep.

Tijdens het instellen van de advertentie zie je de geschatte doelgroepgrootte, zorg dat deze in het groen staat. Een doelgroep van tenminste 8.000 is aan te raden.



Heb je je doelgroep bepaald? Dan kun je aan de slag met het instellen en bepalen van je budget.

# BUDGETTEN

## HOEVEEL WIL JE UITGEVEN?

Het budget is het bedrag dat je wilt besteden om je advertenties aan mensen te tonen. Door middel van een budget kun je de totale uitgaven aan een campagne of advertentie beheren.

Als je start met het maken van een advertentie, kun je kiezen voor een budget per dag of een looptijdbudget gedurende de periode van de campagne.

- **Budgetten per dag:** : Het gemiddelde bedrag dat je per dag aan een campagne wilt besteden. Budgetten per dag hebben geen harde limiet. Ze kunnen goed werken als je ongeveer hetzelfde bedrag per dag wilt uitgeven om consistente dagelijkse resultaten te behalen met je campagne.
- **Looptijdbudgetten:** : Het bedrag dat je bereid bent gedurende de gehele weergaveperiode van je campagne te besteden. Looptijdbudgetten hebben een harde limiet en zijn geen gemiddelde. Ze kunnen handig zijn als je niet meer dan een bepaald totaalbedrag wilt besteden en werken het beste als je flexibel bent in hoeveel je per dag wilt uitgeven.

### Tip! Voor het kiezen van het type budget.

Zijn de campagnes van tijdelijke aard, bijvoorbeeld om een workshop te promoten? Dan is het kiezen voor een *looptijdbudget* een aanrader.

**Opmerking:** Als je budget niet aan de minimumvereisten voldoet, krijg je in Meta een waarschuwing te zien. Je kunt een aanbeveling te zien krijgen met het minimale budget.

Heb je het budget bepaald? Dan kun je aan de slag met het toevoegen van geschikt advertentiemateriaal.

### Tip! Voor het bepalen van je budget.

Om te starten kies dan voor een minimaal budget van € 5,- budget per dag. Kies je voor een looptijd van 10 dagen kies dan  $10 \times € 5,- = € 50,-$ .

# NIVEAU 3 | ADVERTENTIE

## MAAK GESCHIKT ADVERTENTIEMATERIAAL

Om te adverteren heb je advertentiemateriaal nodig. Je kunt kiezen voor afbeelding-, video- of carouseladvertenties. Hiernaast volgt meer informatie over de juiste beeldverhoudingen en formaten per advertentie.

Meta heeft verschillende plaatsingsmogelijkheden: Facebook, Instagram, Messenger en Audience Network (bereik mensen buiten het Facebook platform). Je kunt ervoor kiezen om zelf te kiezen op welke platformen je wilt adverteren, of je laat Meta de juiste kanalen vinden voor jouw doelgroep. In het begin zijn de kosten relatief wat hoger omdat Meta de beste doelgroepen nog moet vinden. Daarom is het verstandig om ruim op tijd te beginnen met adverteren en te optimaliseren.

### Tip! Laat Meta de juiste kanalen vinden voor je doelgroep.

Meta weet waar de door jou ingestelde doelgroep zich bevindt op social media. Het is aan te raden om het algoritme van Meta de juiste kanalen te laten vinden voor jouw doelgroep. Dat is het snelst en vaak het meest effectief.

### Afbeeldingsadvertenties

Leid mensen naar je website (landingspagina) met een aantrekkelijke advertentie van hoge kwaliteit. Mensen scannen overzichten snel, denk dus goed na over hoe je hun aandacht trekt met de afbeelding.

Wil je een afbeeldingsadvertentie maken? Dan heb je formaat 2, 3 én 4 nodig in PNG of JPG:

### Tip! Gebruik deze formaten voor afbeelding advertenties.



Carrousel  
1080x1080 px



Afbeelding  
1080x1080 px



Afbeelding  
1200 x 628 px



Story  
1080x1920 px



## Niveau 1 | Campagne

- **Gebruik de aanbevolen beeldverhouding en afmetingen.** Verschillende plaatsingen op Facebook, Instagram, Messenger en Audience Network vereisen verschillende afmetingen. In de tabel op de vorige pagina zie je de verschillende afmetingen.
- **Gebruik afbeeldingen met een hoge resolutie.** Hanteer de vereisten voor minimale pixelgrootte en gebruik de afbeeldingen met de hoogst beschikbare resolutie (lengte x breedte; en hanteer daarbij voor webgebruik 72dpi / dots per inch). Vermijd overmatig bewerkte afbeeldingen.
- **Laat je merk of logo zien.** Mensen hebben meer interactie met merken die ze kennen of merken die laten zien dat ze betrouwbaar zijn.
- **Laat mensen zien die je product of dienst gebruiken.** Dit helpt mensen zich een voorstelling hiervan te maken. Het kan effectief zijn om mensen te laten zien die lijken op de mensen waar je je advertentie op richt.
- **Denk na over tekstoverlays.** Als je tekst aan een afbeelding wilt toevoegen, mag dit het beeldmateriaal niet afdekken. Gebruik een modern, duidelijk lettertype met een goed leesbare lettergrootte en contrasterende kleuren.
- **Focus op je boodschap.** Houd de aandacht van je doelgroep vast door nauwkeurig bij te snijden rondom het belangrijke gedeelte van de afbeelding. Als je meerdere afbeeldingen in dezelfde advertentie wilt weergeven, houd dan de carouselindeling aan.
- **Denk na over kleuren, paletten en filters.** Gebruik aantrekkelijke kleuren die passen bij de inhoud, zoals heldere tinten voor een zomeruitverkoop of kalmerende pasteltinten als je rust uit wilt stralen.

Een voorbeeld van een afbeeldingscampagne van De Bibliotheek

(in formaat 2,3 en 4):



### Videoadvertenties

Een video trekt snel de aandacht met geluid en bewegende beelden. Hieronder een aantal effectieve methoden voor het maken van een videoadvertentie voor social media:

- Houd je video's kort. Zorg ervoor dat je video 15 seconden of korter duurt zodat de kans groter is dat mensen tot het eind blijven kijken.
- Trek snel de aandacht. Plaats het meest interessante deel van de video helemaal in het begin om de interesse te wekken. Doe dit in de eerste 3 seconden.
- Gebruik verticale of vierkante video's. De meeste mensen houden hun telefoon verticaal vast, dus kies een verticale of vierkante beeldverhouding, zodat het scherm beter wordt gevuld. Ga eens aan de slag met verticale videoadvertenties van 4:5; deze werken goed op Facebook, op Instagram en in het Audience Network. Je kunt ook je video bijsnijden voor elke advertentieplaatsing.
- Breng je product of merk al vroeg in beeld. Je wilt niet alleen snel de aandacht trekken, maar ook je merk meteen weergeven, zodat mensen het zien en onthouden. Als je een bestaande video gebruikt, bewerk je deze zodat je product of merk al binnen de eerste 3-15 seconden wordt weergegeven.
- Ontwerp voor afspelen zonder geluid. Mensen kiezen er in veel situaties voor om video's zonder geluid te bekijken, zoals op openbare plekken. Gebruik tekst en afbeeldingen en voeg waar mogelijk bijschriften toe.

## Carrouseladvertenties

Geef tot 10 afbeeldingen of video's weer in één advertentie, met elk een koptekst, beschrijving, link en aanzet tot actie. Gebruik carrouseladvertenties om verschillende afbeeldingen te laten zien, mensen zullen vegen op mobiele apparaten of op een computer op de pijltjes klikken.



Bij het maken van een carrouseladvertentie kun je de volgende effectieve methoden gebruiken om meer mensen te bereiken:

- Vertel je verhaal met alle beschikbare carrouselcomponenten. Afbeeldingen en video's trekken de aandacht, maar vergeet niet om pakkende koppen, beschrijvingen en actieknoppen toe te voegen. Deze zorgen voor context, bieden informatie en maken mensen enthousiast voor je product of service. Iedere carrouseladvertentie kan maximaal 10 kaarten bevatten.
- Gebruik afbeeldingen en/of video's die samenhangend zijn en mensen stimuleren om een actie uit te voeren. Gebruik afbeeldingen en/of video's uit één opnamesessie of die hetzelfde gevoel uitstralen. Als je video's gebruikt in je carrouseladvertentie, is het advies de vierkante beeldverhouding (1:1) aan te houden voor iedere video.
- Gebruik verschillende links. Als je meerdere producten of services wilt promoten, voeg dan een link toe naar het product dat is uitgelicht in iedere carrouselkaart. Voeg bijvoorbeeld een link naar je dementheek toe aan een carrouselkaart met een afbeelding van je dementheek en een link naar een bepaalde jeugdcollectie aan een carrouselkaart met een foto van relevante boeken. In je carrouseladvertentie kun je externe links, Facebookpagina's, Facebookevenementen en Facebookaanbiedingen promoten.
- Spreek je klanten aan. Gebruik productfoto's om mensen te targetten die productpagina's op je website hebben bezocht. Gebruik lifestylefoto's als je potentiële klanten target.
- Geef de best presterende kaarten eerst weer. Met de carrouselindeling kun je verschillend advertentiemateriaal tegelijkertijd testen en het ordenen op basis van de prestaties. Vervolgens kun je slecht presterende carrouselkaarten vervangen of verwijderen. Als je de carrouselindeling gebruikt om een opeenvolgend verhaal te vertellen of als een canvas voor één lange afbeelding, is het niet verstandig deze functie te gebruiken als je je advertentie maakt.
- Koppel de carrouselkaarten aan de perfecte landingspagina. Leid mensen die op een carrouselkaart klikken naar de relevante landingspagina met de betreffende collectie of dienst.

Wil je een carrouseladvertentie maken? Dan heb je formaat 1 (1080x1080 pixels) 2 tot 10 keer nodig. Afhankelijk van het aantal afbeeldingen die je in de carrousel wilt plaatsen.

## Collectieadvertenties

Deze optie is alleen relevant voor webshops. Je moedigt hiermee aankopen aan door artikelen uit je productcatalogus te laten zien die afgestemd zijn op elk individu.

**Heb je het advertentiemateriaal gereed, dan voeg je pakkende advertentieteksten en koppen toe.**

# ADVERTENTIE TEKSTEN

## ZO SCHRIJF JE DIE!

Na het kiezen van je advertentiemateriaal ga je aan de slag met het schrijven van een pakkende tekst. Je kunt bij de advertentie een primaire tekst plaatsen, een kop, beschrijving en een Call to Action (dit is knop die de bezoeker de door jou gewenste actie laat uitvoeren, zoals 'aanmelden').

Primaire tekst

Primaire tekst

Kop

Beschrijving

Call to action

- Houd de tekst kort. Maak de primaire tekst naast je afbeelding niet langer dan 2 of 3 regels.
- Zorg dat de kernboodschap 'boven de vouw' zichtbaar is. Dat betekent dat deze te zien moet zijn zonder dat je op 'lees meer' hoeft te klikken. Zo trigger je sneller mensen die vaak alleen maar door hun tijdlijn scrollen. Uitzondering is posten op je story: dan zie je de tekst niet direct.
- Houd overlays scanbaar. Als je tekst aan een afbeelding toevoegt, mag dit het beeldmateriaal niet afdekken. Gebruik een modern, duidelijk lettertype met een goed leesbare lettergrootte en contrasterende kleuren.
- Breng over wat je wilt dat mensen doen. Het voornaamste doel van je advertentie is mensen in een oogopslag laten weten wat je wilt dat ze gaan doen. Houd dit doel altijd voor ogen als je teksten opstelt. Er is een scala aan actieknoppen beschikbaar, afhankelijk van je doelstelling.
  - **Tip! Probeer de functie voor optimalisatie voor meerdere teksten uit. Met optimalisatie voor meerdere teksten kun je meerdere tekstopties invoeren voor de velden Primaire tekst, Kop en Beschrijving bij het maken van advertenties met één afbeelding of video. Hiermee kan het advertentiesysteem optimaliseren voor weergave en prestaties, met de verstrekte variaties van tekstopties.**
- Call to action. Je kunt o.a. kiezen voor de volgende knoppen: 'meer bekijken', 'shoppen', 'meer informatie', 'nu aanvragen', 'registreren'.

### De aanbevolen tekstlengte:

- Primaire tekst: 125 tekens
- Kop: 25 tekens
- Beschrijving: 25 tekens

Let op: Je tekst kan echter afhankelijk van de plaatsing en het apparaat worden afgebroken, dat is niet wenselijk.

## **Tip!** Houd de tekst zo kort mogelijk.

We raden aan om je tekst zo kort mogelijk te houden om het afbreken van teksten te beperken.

Als je alle bovenstaande stappen hebt doorlopen is de advertentie gereed en kun je adverteren met dit bericht. Hiervoor heb je dus wel een ac count nodig voor Meta Bedrijfsmanager.

### **Meer hulp nodig bij het instellen?**

In bijlage 1 lees je hoe je een Meta Bedrijfsmanager instelt.

In bijlage 2 lees je stap voor stap hoe je de advertentie kunt instellen.

Of schakel een social media expert in.

# DE RESULTATEN METEN IS WETEN

Heb je een advertentie gepubliceerd, dan wordt de advertentie eerst gecontroleerd door Meta. Als deze controle achter de rug is, krijg je een email met de melding dat je advertentie is goedgekeurd (op het emailadres waarmee jij jezelf hebt geregistreerd in de Bedrijfsmanager).

Is je advertentie afgekeurd, dan log je opnieuw in en klik je op de advertentie om het probleem te zien en op te lossen.

Na goedkeuring van de advertentie komt deze eerst in de leerfase. **Tijdens deze fase is het aan te raden om je advertentie niet aan te passen.** De leerfase is een periode waarin het weergavesysteem nog aan het leren is wat de beste manier is om je advertentie weer te geven en probeert actief verschillende doelgroepen en plaatsingen uit. Tijdens de leerfase zijn je advertenties nog minder stabiel waardoor de resultaten nog geen goede indicatie geven van de toekomstige prestaties.

Check na ongeveer 5 tot 7 dagen de prestaties van je advertentie. Dat doe je door in te loggen in de Bedrijfsmanager. Klik onder 'Ac counts' op 'Advertentieac counts' en dan rechtsboven op de button 'Openen in Advertentiebeheer'.

The screenshot shows the Meta Business Manager interface. On the left, the 'Bedrijfsinstellingen' sidebar is visible, with 'Accounts' expanded and 'Advertentieaccounts' selected. The main content area displays a list of 'Advertentieaccounts' with a search bar and a 'Toevoegen' button. A red arrow points to the 'Bibliotheek West-Brabant' account, which is highlighted. A text box next to it says: 'Klik hier op het juiste advertentieaccount, waarmee je de advertentie hebt gemaakt.' On the right, the 'Bibliotheek West-Brabant' account details are shown, including a search bar for 'Mensen' and a list of users. A red arrow points to the 'Openen in Advertentiebeheer' button in the top right corner of the account details panel.

Klik rechtsboven op de data waarvan je de resultaten wilt zien. Belangrijke gegevens zijn:

- Bereikte personen
- Besteed bedrag
- Aantal klikken
- Weergaven landingspagina

Vallen de resultaten tegen? Pas dan naar eigen inzicht je doelgroep of je advertentiemateriaal aan en check na een aantal dagen of dit betere resultaten geeft.

The screenshot shows a dashboard for managing advertising campaigns. At the top, there's a search bar and a dropdown menu for the advertising account, with a red arrow pointing to it and the text "Check of hier het juiste advertentieaccount vermeld staat". Below this is a table of campaigns with columns for Campaign, Budget, Results, Reach, and Impressions. A red arrow points to the "Results" column header with the text "Hier staan alle campagnes". At the bottom of the table, a row is highlighted with a red box, containing the text "Resultaten van 7 campagnes", "klikken in 7-da...", "Bereik", "56.596 personen", and "€ 301,49". A red arrow points to this row with the text "In deze onderste balk zie je de meest bekeken resultaten zoals: Bereikte personen, besteed bedrag, klikken op links." On the right side, there's a settings menu for columns, with a red arrow pointing to the "Kolommen aanpassen..." option and the text "Hier kun je nog andere gegevens toevoegen aan de huidige tabel, zoals 'weergave van landingspagina' dan weet je hoeveel mensen naar de website zijn doorgeklikt." The menu also shows options like "Prestaties (standaard)", "Instellen", "Weergave", "Betrokkenheid", etc.

## Succes!

Social media advertising is een investering waarbij je met relatief weinig budget sneller je doelgroep bereikt. Je bepaalt zelf hoeveel je investeert.

## Hulp nodig?

Investeer dan in een social media expert.

Bijvoorbeeld Elke van Benthum van Social Media Bereik.

Zij heeft de werkgroep Leven Lang Ontwikkelen geholpen met deze handleiding.

Email: [elke@socialmediabereik.nl](mailto:elke@socialmediabereik.nl)



# BIJLAGE 1

## INSTELLEN META BEDRIJFSMANAGER



Dit heb je nodig om te kunnen starten



# META BEDRIJFSMANAGER

## JE BENT ER BIJNA!

### Wat is Meta Bedrijfsmanager (Business Manager)?

Voordat je aan de slag gaat, is het belangrijk om toegang te hebben tot Meta Bedrijfsmanager. Meta Bedrijfsmanager helpt adverteerders om marketingactiviteiten binnen Meta (Facebook/Instagram) te integreren binnen hun bedrijf. En helpt bij samenwerking met externe partners.

Je kunt dit gratis platform voor het volgende gebruiken:

- Je advertenties uitvoeren en bijhouden
- Bedrijfsmiddelen beheren, zoals je pagina's en advertentieaccounts
- Een bureau of marketingpartner toevoegen om je bedrijf te helpen beheren

Je Bedrijfsmanager is een centrale plek waar je je bedrijf kunt beheren, los van je persoonlijke Facebook- of Instagramprofiel. Je hoeft je geen zorgen te maken dat je zakelijke en persoonlijke inhoud door elkaar gaan lopen.

Iedereen kan Bedrijfsmanager gebruiken. Mkb- en grote bedrijven gebruiken Bedrijfsmanager om hun bedrijfsmiddelen en informatie op één plek te ordenen. Je kunt Bedrijfsmanager gebruiken om je Facebook en Instagram te beheren en te zorgen dat de juiste mensen toegang hebben.

### Wat kun je o.a. beheren in Bedrijfsmanager:

- Gebruikers: Voeg personen en partners toe.
- Account: Voeg de Facebookbedrijfspagina van De Bibliotheek toe en koppel het Instagramaccount.
- Advertentieaccount: Maak een advertentieaccount waarmee je kunt adverteren voor De Bibliotheek.
- Betalingen: voeg de juiste betalingsmethode toe, ook alle facturen kun je hierin terugvinden.

### **Tip!** Voor het maken van een Bedrijfsmanager.

Het maken en instellen van de Meta Bedrijfsmanager kan soms lastig zijn. Werk je samen met een marketingbureau? Dan kun je het beste via die partner hulp inschakelen.

# INSTELLEN

## META BEDRIJFSMANAGER

Om te starten met het adverteren op Meta (Facebook/Instagram) is het goed om te werken via Facebook Bedrijfsmanager. Ga na of deze beschikbaar is, zo niet dan kun je een Business account maken voor je bedrijf.

### Het maken van een Bedrijfsmanager:

1. Ga naar [business.facebook.com/overview](https://business.facebook.com/overview)
2. Klik op 'Ac count maken'
3. Voer een naam voor je bedrijf, je naam en zakelijke emailadres in en klik op 'Volgende'
4. Voer je bedrijfsgegevens in en klik op 'Volgende'

### Mensen toevoegen aan de Bedrijfsmanager

Zorg dat je zelf beheerderstoegang hebt van de Facebookpagina waarmee je wilt adverteren. Heb je dat niet, vraag dan de eigenaar of andere beheerder om je deze rechten te geven.

Ben je ingelogd dan kun je onder 'Gebruikers' op 'Personen' klikken om mensen toe te voegen aan de Bedrijfsmanager.

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. On the left, the 'Bedrijfsinstellingen' (Business Settings) sidebar is visible, with the 'Gebruikers' (Users) section expanded and 'Personen' (People) highlighted. On the right, the 'Personen' (People) section is shown, featuring a search bar, a 'Toevoegen' (Add) button, and a list of users with their names and profile pictures. A red box highlights the 'Toevoegen' button, and another red box highlights the 'Personen' option in the sidebar. A red arrow points from the 'Personen' option in the sidebar to the 'Toevoegen' button. Below the screenshot, there is a red text box with instructions:

Klik op personen en daarna op de blauwe button toevoegen. Hiermee kun je meerdere mensen toegang geven tot dit bedrijfsaccount.

## Pagina's toevoegen aan de Bedrijfsmanager

Om te adverteren met de bedrijfspagina van jouw Bibliotheek moet je de Facebookpagina toevoegen aan de Bedrijfsmanager. Onder 'Accounts' zie je 'Pagina's' staan. De Facebookpagina van je bedrijf kun je hier toevoegen.

The screenshot shows the Meta Business Manager interface. On the left, the 'Accounts' menu is expanded, and 'Pagina's' is highlighted. A red arrow points to 'Pagina's' with the text 'Klik op pagina's'. On the right, the 'Pagina's' section is displayed, showing 'BijDeBieb heeft nog geen pagina's.' Below this, there is a 'Je pagina's beheren' section with a 'Toevoegen' button. A red arrow points to the 'Toevoegen' button with the text 'Voeg de juiste pagina toe'. The 'Toevoegen' dropdown menu is open, showing three options: 'Een pagina toevoegen', 'Toegang tot een pagina aanvragen', and 'Een nieuwe pagina maken'.

## Advertentieaccounts toevoegen aan de Bedrijfsmanager

Om te kunnen adverteren heb je een advertentieaccount nodig. Kies voor een nieuw advertentieaccount. Of is er al een advertentieaccount beschikbaar wat je kunt gebruiken? Bij 'Advertentieaccounts' zie je de huidige gekoppelde accounts staan. Staat er niets, dan kun je via de knop 'Toevoegen' een nieuw advertentieaccount maken.

The screenshot shows the Meta Business Manager interface. On the left, the 'Accounts' menu is expanded, and 'Advertentieaccounts' is highlighted. A red arrow points to 'Advertentieaccounts' with the text 'Om te kunnen adverteren heb je een advertentie account nodig'. On the right, the 'Advertentieaccounts' section is displayed, showing a search bar and a 'Toevoegen' button. A red arrow points to the 'Toevoegen' button with the text 'Voeg hier een nieuw advertentie account toe'.

## Een Instagramaccount toevoegen aan de Bedrijfsmanager

Als je ook wilt adverteren op Instagram, dan kun je hier je Instagramaccount koppelen. Je hebt hiervoor het wachtwoord van het Instagramaccount nodig.

**Instagram-accounts**

BijDeBieb heeft nog geen Instagram-accounts.

**Je Instagram-accounts beheren**  
Alle door jou aan Bedrijfsmanager toegevoegde Facebook Instagram-accounts worden hier weergegeven.

**Toevoegen**

Koppel het Instagram account

## Personen toegang geven

Je hebt de Facebook- en Instagrampagina gekoppeld en een advertentieaccount gemaakt. Nu ga je terug naar 'Personen' om de personen ook toegang te geven via de knop 'Middelen toevoegen'.

**Personen**

Filteren op naam, ID ... **Toevoegen**

**Communicatie Groep**  
Beheerderstoegang

**Middelen toevoegen**

Geef de juiste personen toegang tot de Facebook pagina en het zojuist gemaakte advertentie account. Klik daarvoor op 'Middelen toevoegen'.

## Middelen toewijzen aan Communicatie Groep

**Type bedrijfsmiddel selecteren**

- Pagina's
- Advertentieaccounts** 1
- Catalogi
- Apps
- Pixels
- Instagram-accounts
- Gegevenssets voor gebeurtenissen

**Bedrijfsmiddelen selecteren**

Zoeken en filteren

**Naam**

- Bibliotheek West-Brabant

**Advertentieaccount**

**Gedeeltelijke toegang**

**Campagnes beheren**  
Advertenties maken en bewerken, rapporten inzien en advertenties bekijken

**Prestaties bekijken**  
Rapporten openen en advertenties bekijken

**Creative Hub-mockups beheren**  
Bekijk, maak en bewerk mockups in Creative Hub

**Volledige controle**

**Advertentieaccount beheren**  
Instellingen, financiën en machtigingen van advertentieaccounts beheren. Advertenties maken, beheren en bekijken en rapporten inzien.

Klik één voor één op alle onderdelen om toegang te geven aan de desbetreffende persoon.

Zet deze schuif naar rechts

Annuleren
Wijzigingen opslaan

## Betalingsmethode toevoegen aan de Bedrijfsmanager

Om te kunnen adverteren dien je een betalingsmethode toe te voegen. Ga naar het advertentieaccount en klik rechtsboven op 'Betalingsmethoden weergeven'.

**Huidig saldo**

€ 0,00

Er zijn momenteel geen betalingen te voldoen.

**Betalingsmethoden**

Je hebt geen betalingsmethoden toegevoegd.

Betalingsmethode toevoegen

**Betalingsactiviteit**

Er zijn geen recente uitgaven. [Advertentie maken](#)

**Bedrijfsgegevens**

Bedrijfsnaam: \_\_\_\_\_ Adres: Nederland Valuta: Euro EUR

Belastingnummer: \_\_\_\_\_

Bewerken

Noteer hier de zakelijke gegevens voor de facturen

Hulp nodig? [Ondersteuning voor advertentiebetalingen](#)

## Nu ben je klaar om te adverteren!

Kom je er niet uit? Dat kunnen we ons voorstellen, want dit is soms een lastige opgave. Vraag je marketing- of communicatiebureau om hulp.

# BIJLAGE 2

## STAPPENPLAN ADVERTEREN

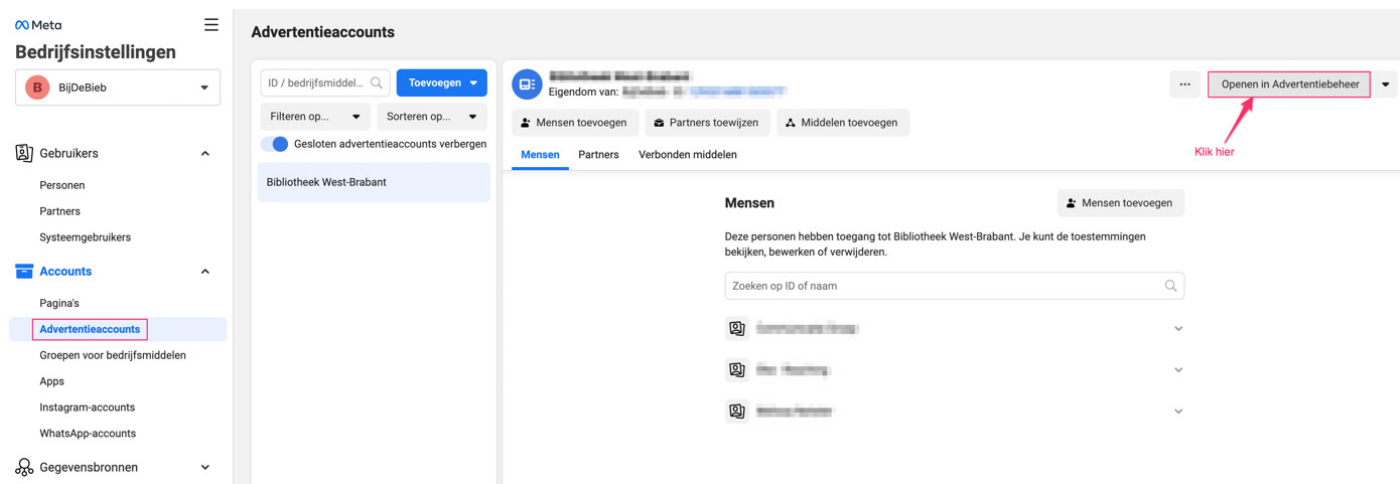


Volg deze stappen voor het maken van een advertentie

# BIJLAGE 2

## ADVERTENTIE MAKEN

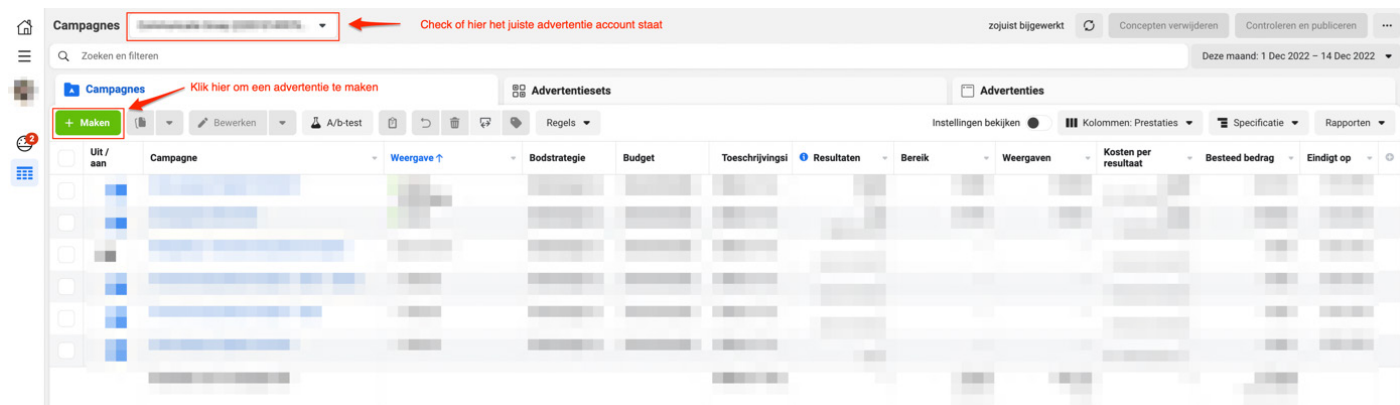
Ga naar het advertentieaccount en klik rechtsboven op 'Openen in advertentiebeheer'.



Nu kun je starten met het maken van een advertentie met behulp van de volgende stappen.

### Stap 1 – Maak een nieuwe advertentie

Klik op de groene knop '+ Maken' voor het maken van een nieuwe advertentie.



Nu kun je starten met het maken van een advertentie met behulp van de volgende stappen.

## Stap 2 – Kies de doelstelling

Kies een campagnedoelstelling. De meest gekozen opties zijn: bekendheid en verkeer.

- Bekendheid: Dan wordt de advertentie weergegeven aan zoveel mogelijk mensen in je doelgroep
- Verkeer: Stuur mensen naar een bestemming buiten Facebook, zoals je website.

Nieuwe campagne maken Nieuwe advertentieset of advertentie

★ Je kunt nu kiezen uit 6 vereenvoudigde doelstellingen

We hebben de campagnedoelstellingen bijgewerkt zodat het makkelijker is om een doelstelling te vinden die overeenkomt met je zakelijke doelstellingen. Dit kun je verwachten:

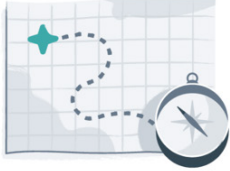
- Dezelfde functionaliteit en functies als voorheen
- Op dit moment geen wijziging voor bestaande campagnes

We helpen je een nieuwe doelstelling te vinden die past bij je oude doelstelling.

Je doelstelling vinden

### Een campagnedoelstelling kiezen

- Bekendheid
- Verkeer
- Betrokkenheid
- Leads
- App-promotie
- Verkoop



Je campagnedoelstelling is de zakelijke doelstelling die je hoopt te behalen door je advertenties uit te voeren. Beweeg over iedere doelstelling voor meer informatie.

[Meer informatie](#) [Annuleren](#) [Doorgaan](#)


Kies de doelstelling die het beste past bij de advertentie. Wil je mensen naar de website leiden, dan kies je voor 'Verkeer'. Wil je de advertentie aan zoveel mogelijk mensen laten zien, dan kies je voor 'Bekendheid'. In dit voorbeeld hebben we gekozen voor een verkeerscampagne.

Kies je doelstelling en klik op 'Doorgaan'. Kies dan voor handmatige campagne.

### Campagne-instellingen kiezen


Maak je campagne voor verkeer met gepersonaliseerde en gestroomlijnde instellingen, of maak je campagne handmatig.

⚡ Gestroomlijnd  Gepersonaliseerd  Effectieve methoden



**Campagne voor webverkeer op maat**  
Maak in een handomdraai een campagne die is geoptimaliseerd om meer webverkeer te genereren voor de beste waarde.  
Voorinstellingen omvatten Advantage+plaatsingen, bodstrategie met het grootste volume en meer.

[Handmatig beheren](#)



**Handmatige campagne voor verkeer**  
Maak een hele nieuwe campagne voor verkeer met gebruik van de standaardinstellingen.

[Terug](#) [Doorgaan](#)



## Stap 3 - Geef je advertentie een naam

Nieuwe campagne voor Verkeer > 1 Advertentieset > 1 Advertentie

Bewerken Controleren

**Campagnenaam** Geef je campagne een naam

Nieuwe campagne voor Verkeer Sjabloon maken

**Speciale advertentiecategorieën**  
Geef aan of je advertenties zijn gerelateerd aan leningen, werkgelegenheid of huisvesting, of maatschappelijke kwesties, verkiezingen of politiek. Vereisten variëren per land. [Meer informatie](#)

**Categorieën** Geen categorieën opgegeven

Als je adverteert voor o.a. werkgelegenheid / vacatures dan moet je dat hier aangeven. De doelgroep opties worden dan beperkter.

**Campagnedetails**

Kooptype  
Veiling

Campagnedoelstelling  
Verkeer  
[Meer opties weergeven](#)

**A/b-test** A/b-test maken

Probeer verschillende afbeeldingen, advertentieteksten, doelgroepen en meer om te zien welke het best presteert. [Meer informatie](#)

**Advantage-campagnebudget +** Uitgeschakeld

Een Advantage-campagnebudget verdeelt je budget over advertentiesets om meer resultaten te genereren. Dit is afhankelijk van je selectie voor weergaveoptimalisatie en bodstrategie. Je kunt de uitgaven per advertentieset beheeren. [Meer informatie](#)

Sluiten **Volgende**

## Stap 4 – Naar de advertentieset

Nu ga je door naar de advertentieset. Geef de advertentieset een naam, dat kan dezelfde zijn als voor de hele advertentie.

Op dit niveau bepaal je:

- Het budget, looptijd of dagelijks budget
- Doelgroep
- Plaatsingen

Nieuwe campagne voor Verkeer > Nieuwe advertentieset voor Verkeer > 1 Advertentie

Bewerken Controleren

**Naam advertentieset** Geef de advertentieset een naam

Nieuwe advertentieset voor Verkeer Sjabloon maken

Een regel kan wijzigingen aanbrengen aan deze advertentieset als er aan de voorwaarde wordt voldaan. [Actieve regels bekijken](#)

**Conversie**

**Conversielocatie**  
Kies waar je het verkeer wilt stimuleren. Je kunt later meer details over de bestemming invoeren.

Website  
Stuur verkeer naar je website. Zorg dat deze staat op verkeer naar de website

App  
Stuur verkeer naar je app.

Messenger  
Stuur verkeer naar Messenger.

WhatsApp  
Stuur verkeer naar WhatsApp.

Telefoongesprekken  
Zorg dat mensen je bedrijf bellen.

**Dynamisch advertentiemateriaal** Uit

Verstrek advertentie-elementen, zoals afbeeldingen en koppen, en dan genereren wij automatisch combinaties die zijn geoptimaliseerd voor je doelgroep. Variaties kunnen verschillende indelingen, sjablonen of audio bevatten, gebaseerd op een of meer elementen. [Meer informatie](#)

**Optimalisatie en weergave**

**Optimalisatie voor advertentieweergave**

Klikken op links Laat dit staan op klikken op links

Doelstelling Kosten per resultaat

## Stap 5 - Bepaal het budget.

Kies voor een budget per dag of een looptijdbudget.

- Looptijdbudget: Kies een budget wat je wilt inzetten gedurende een periode.
- Budget per dag: Stel je dagelijkse besteding in.

**Tip:** Voor tijdelijke campagnes gebruik je het beste een looptijdbudget. Zo kan Meta zelf bepalen op welke dag de doelgroep het meest actief is.

### Looptijdbudget instellen:

**Budget en planning**

**Budget** ⓘ

**Looptijdbudget** ▼ € 50,00 EUR

Je besteedt niet meer dan € 150,00 gedurende de looptijd van je advertentieset. Je besteedt meer op dagen met meer mogelijkheden en minder op dagen met minder mogelijkheden. [Meer informatie](#)

**Planning** ⓘ

**Startdatum**

14-12-2022 13:52 Amsterdam

**Einde**

14-1-2023 13:52 Amsterdam

Deze startdatum ligt in het verleden.  
[Begindatum resetten naar vandaag](#)

[Meer opties weergeven](#) ▼

**Doelgroep**

Bepaal wie je advertenties mag zien. [Meer informatie](#)

[Nieuwe doelgroep maken](#) Opgeslagen doelgroep gebruiken ▼

**De prestaties kunnen worden beïnvloed**

Evoluerende wijzigingen binnen het advertentie-ecosysteem kunnen van invloed zijn op je prestaties of rapportage.

**Impact op prestaties en rapportage** ▼

**Advertentiesets die de Europese regio omvatten** ▼

**Doelgroepsbepaling**

Je doelgroepsselectie is redelijk breed.

Specifiek ▬ Breed

Geschatte doelgroepgrootte: 10.800.000 - 12.700.000 ⓘ

Schattingen kunnen na verloop van tijd aanzienlijk verschillen op basis van je targetingselectie en beschikbare gegevens.

**Geschatte resultaten per dag**

Bereik ⓘ

907 - 2,6K

Klikken op links ⓘ

73 - 211

*Annotations:*

- Kies hier voor looptijdbudget (points to dropdown menu)
- Vul in wat je gedurende de looptijd wil besteden (points to budget amount)
- Vul de startdatum + einddatum van de advertentie in (points to date fields)
- Hier zie je de geschatte resultaten m.b.t. het ingevulde budget (points to results section)

## Stap 6 - Bepaal je doelgroep en stel je targeting in

Dat kan op basis van locatie, geslacht en demografische gegevens, interesses en gedragspatronen.

### Locatie instellen

#### Doelgroep

Bepaal wie je advertenties mag zien. [Meer informatie](#)

**Nieuwe doelgroep maken**

Opgeslagen doelgroep gebruiken ▾

#### Aangepaste doelgroepen

Nieuw ▾

🔍 Bestaande doelgroepen zoeken

Uitsluiten

#### \* Locaties

Mensen die op deze locatie wonen of deze locatie onlangs hebben bezocht ▾

Nederland

✓ Nederland

Zoek de gewenste locatie waar je de advertentie wil tonen.

✓ Opnemen ▾

🔍 Locaties zoeken

Bladeren



Locaties in bulk toevoegen

#### Leeftijd

18 - 65+

#### Geslacht

Alle geslachten

#### Gedetailleerde targeting

Alle demografische gegevens, interesses en gedragspatronen

Gedetailleerde Advantage-targeting: ✦

- Uit

**Klik hier en kies voor de juiste doelgroep**

**\* Locaties**

Mensen die op deze locatie wonen of deze locatie onlangs hebben bezocht

- Mensen die op deze locatie wonen of deze locatie onlangs hebben bezocht
  - Mensen wiens huis of meest recente locatie zich binnen het geselecteerde gebied bevindt.
  - Mensen die op deze locatie wonen
    - Mensen wiens huis zich binnen het geselecteerde gebied bevindt.
  - Mensen die onlangs op deze locatie zijn geweest
    - Mensen wiens meest recente locatie zich binnen het geselecteerde gebied bevindt.
  - Mensen die reizen in deze locatie
    - Mensen wiens recentste locatie binnen het geselecteerde gebied ligt, maar wiens huis meer dan 125 mi/200 km weg is.

**Waarschijnlijk heeft deze optie de voorkeur**

Stel, je wilt adverteren in Rosendaal, dan kun je ervoor kiezen om in de regio te adverteren. Of alleen in die plaats. Zie hieronder hoe je dat doet:

**Je kunt kiezen om alleen de gekozen plaats te adverteren, of binnen een straal van minimaal 17 km.**

Mensen die op deze locatie wonen of deze locatie onlangs hebben bezocht

Nederland

Roosendaal, North Brabant Plaats + 17km

Opnemen Locaties zoeken Bladeren

Je doelgroeplocatie is gewijzigd van Noord-Brabant Plaats naar RosendaalPlaats. Wijziging ongedaan maken

Plaatsen binnen straal

17 80 17 km

## Leeftijd & geslacht instellen

Na het bepalen van de locatie, kun je bepalen aan wie je je advertentie wilt tonen op basis van leeftijd en geslacht.

Eenvoudig in te vullen.

### Leeftijd

|      |       |
|------|-------|
| 18 ▼ | 65+ ▼ |
|------|-------|

### Geslacht

Alles  Mannen  Vrouwen

## Gedetailleerde targeting

Je kunt de doelgroep verfijnen met:

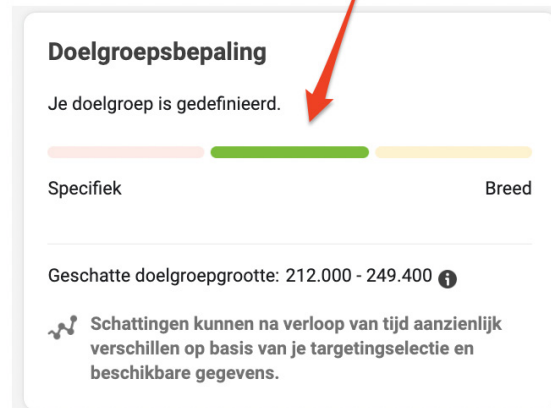
- Demografische gegevens:
  - Opleidingsniveau
  - Vakgebieden
  - Scholen
  - Levensgebeurtenissen (trouwen, samenwonen, nieuwe baan e.d.)
  - Ouders: ouders met kinderen (peuters, kleuters, tieners, volwassen)
  - Relatiestatus
  - Werk: branches, functies
- Interesses:
  - Amusement, films, entertainment
  - Bedrijven en sectoren
  - Eten en drinken
  - Familie en relaties
  - Fitness en welzijn
  - Hobby's en activiteiten
  - Winkelen en mode
  - Technologie
- Gedrag:
  - Koopgedrag
  - Reizen

Je kunt meerdere opties kiezen en toevoegen.

**Tip:** Zorg ervoor dat je doelgroep niet te klein is. Als je in een kleine regio gaat adverteren (bijvoorbeeld alleen in de gemeente) dan is het aan te raden om de doelgroep wat **algemener** te houden. Meta heeft ruimte nodig om te zoeken naar de doelgroep die de beste resultaten oplevert.

In de kolom aan de rechterzijde kun je zien of de doelgroep de juiste grootte heeft. Zorg dat deze in het groen blijft!

Zorg dat de doelgroep in het groen staat.  
Als deze geel is dat is het aan te raden  
om de doelgroep te verkleinen, en in het  
rood om te vergroten.



### Plaatsingen

Dit zijn de plaatsen waar jij je advertentie wilt laten zien, zoals op Facebook en/of Instagram: story's, reels, tijdlijn, in artikel. Je kunt ervoor kiezen om Meta te laten bepalen waar de advertentie geplaatst wordt (dit heeft de voorkeur) of kies zelf je plaatsingen handmatig, als je bijvoorbeeld niet voor elke plaatsing het juiste beeldmateriaal beschikbaar hebt.

De formaten m.b.t. advertentiemateriaal die je nodig hebt:

- Scherm verticaal: 1920 x 1080 pixels
- Vierkant: 1080 x 1080 pixels
- Scherm horizontaal: 1200 x 628 pixels

Wil je bijvoorbeeld alleen zichtbaar zijn via de tijdlijn op Facebook, dan kun je dat bij handmatige plaatsing aangeven.

Als je dit allemaal hebt ingevuld, klik je rechtsonder op 'Volgende' en ga je naar het advertentieniveau.

## Stap 7 - Advertentieniveau: geef je advertentie vorm

Geef de advertentie vorm door het uploaden van het juiste advertentiemateriaal en de advertentieteksten.

Voer de naam in voor je advertentie

**Advertentiernaam**

Nieuwe advertentie voor Verkeer [Sjabloon maken](#)

**Identiteit**

\* Facebook-pagina

Bibliotheek West-Brabant

Instagram-account ⓘ

welkombijdebieb

Merkinhoud

Meld je aan voor tools voor merkinhoud. Als dit bericht een merk of product van een externe partij bevat, moet je de pagina van je zakelijke partner taggen. [Beleid voor merkinhoud bekijken](#)

Zorg dat hier de juiste Facebookpagina + Instagram account gekoppeld staat waarmee je wil adverteren.

Kies voor het delen van één video of afbeelding

**Indeling**

Kies hoe je je advertentie wilt opmaken.

Eén afbeelding of video  
Eén afbeelding of video, of een diavoorstelling met meerdere afbeeldingen

Carrousel  
2 of meer scrollbare afbeeldingen of video's

Collectie  
Groep items die in een mobiele ervaring op volledig scherm wordt geopend

Advertenties van meerdere adverteerders

Laat mensen je producten ontdekken als ze commerciële intentie aantonen en op zoek zijn naar iets om te kopen. Je advertenties kunnen worden weergegeven in het Instagram-overzicht samen met advertenties van andere bedrijven. [Meer informatie](#)

**Advertentiemateriaal**

Selecteer de media, tekst en bestemming voor je advertentie. Je kunt de media en tekst voor elke plaatsing aanpassen. [Meer informatie](#)

\* Media

Media toevoegen ▾ Video maken

Afbeelding toevoegen

Video toevoegen

meer maximaal 5 opties

Upload hier het advertentiemateriaal

Als je op 'Media toevoegen' klikt dan zie krijg je onderstaande pop-up. Upload hier het advertentiemateriaal.

**Je media instellen**

- Media toevoegen
- Bijsnijden
- Optimaliseren



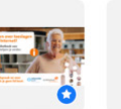





**Media selecteren**

Upload je advertentiemateriaal, het liefst in 3 verschillende formaten




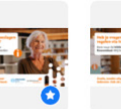
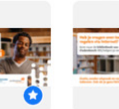
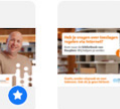
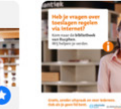

Alle afbeeldingen Account Aanbevolen Instagram Pagina

Media zoeken









**Accountafbeeldingen** Eerste 8 afbeeldingen worden weergegeven [Alles weergeven](#)

|  |  |   |   |   |   |   |  |
|--|--|---|---|---|---|---|--|
| <br>BWB22_Korti...<br>1080 x 1080 | <br>BWB22_Korti...<br>1080 x 1920 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_Story-...<br>1080 x 1920 | <br>IDO22_IG-AD...<br>1080 x 1080 | <br>IDO22_Story-...<br>1080 x 1920 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_IG-AD...<br>1080 x 1080 |
|--|--|---|---|---|---|---|--|

**Recommended Images** Eerste 8 afbeeldingen worden weergegeven [Alles weergeven](#)

|  |   |   |   |  |   |   |  |
|--|---|---|---|--|---|---|--|
| <br>BWB22_Korti...<br>1080 x 1080 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_Story-...<br>1080 x 1920 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_FB-AD...<br>1200 x 630 | <br>IDO22_IG-AD...<br>1080 x 1080 |
|--|---|---|---|--|---|---|--|

**Instagram-afbeeldingen** Eerste 8 afbeeldingen worden weergegeven [Alles weergeven](#)

|   |   |   |   |  |   |   |   |
|---|---|---|---|--|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|---|---|--|---|---|---|




Klik op 'Volgende' en je ziet onderstaande. Je hebt 1 afbeelding geüpload; de andere formaten kun je hier toevoegen door te klikken op 'Vervangen'. Klik daarna op 'Volgende'.

**Je media instellen**

- Media toevoegen
- Bijsnijden
- Optimaliseren

**Media bijsnijden selecteren voor plaatsingen**

We hebben je afbeelding geëvalueerd en bijsgesneden om de plaatsing te vullen als we denken dat deze mogelijk beter kan presteren. Je kunt deze bijsnijdingen bewerken of nieuwe media uploaden voor elke plaatsing door over de afbeelding te bewegen.

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>Overzichten, In-stream advertenties voor video's en reels</b></p> <p><input checked="" type="radio"/> Origineel (aanbevolen)</p> <p><input type="radio"/> 1:1</p> <br>de Bibliotheek West-Brabant | <p><b>Stories en Reels, Apps en sites</b></p> <p><input type="radio"/> Origineel</p> <p><input checked="" type="radio"/> 9:16 (aanbevolen)</p> <br>de B | <p><b>Rechterkolom, Zoekresultaten, Expressartikelen</b></p> <p><input type="radio"/> Origineel</p> <p><input checked="" type="radio"/> 1,91:1 (aanbevolen)</p>  |
|--|---|---|



De afbeeldingen zijn nu toegevoegd. Nu kun je de advertentieteksten en kop toevoegen.

Aan de rechterzijde zie je het voorbeeld van de advertentie. Als je rechtsboven op 'Geavanceerd voorbeeld' klikt zie je dit nog beter.

Het is mogelijk om via de knop '+ Tekstoptie toevoegen' meerdere teksten en koppen toe te voegen. Meta test zelf welke opties het beste converteren (= de meeste acties opleveren, zoals inschrijvingen, doorklikken naar de website etc).

#### Primaire tekst

1 van 5

Primaire tekst

Je kunt meerdere tekstopties toevoegen. We laten elke persoon dan één tekstoptie zien, op basis van waarop ze het waarschijnlijkst zullen reageren.

[Meer informatie](#)

+ Tekstoptie toevoegen

#### Kop

1 van 5

Dit is de kop

+ Optie voor kop toevoegen

#### Beschrijving

Beschrijving

#### Tekst per persoon optimaliseren

Ingeschakeld

#### Aanzet tot actie

Meer informatie

#### Infolabels

Dit is de knop, kies welke het beste bij de advertentie past.

Gebruik infolabels om aantrekkelijke informatie over je bedrijf uit te lichten, zoals het aantal pagina-vind-ik-leuks of gratis verzending.

[Meer informatie](#)

The screenshot shows the Facebook ad creation interface. At the top, there are buttons for 'Advertentievoorbeeld', 'Delen', and 'Geavanceerd voorbeeld'. The main area displays a preview of the ad for 'Bibliotheek West-Brabant' with the headline 'Word nu lid en krijg 50% korting op een nieuw jaarabonnement'. The ad includes a photo of a smiling man, the library logo, and a 'MEER INFORMATIE' button. Below the ad, there are interaction options: 'Vind ik leuk', 'Opmerking plaatsen', and 'Delen'. To the right, there are sections for 'Overzichten' (showing multiple ad variations) and 'Stories en Reels' (showing ad variations in story and reel formats). At the bottom, a note states: 'De weergave en interactie voor advertenties kan per apparaat, indeling en andere factoren variëren.'

Kies de bestemming. Als mensen op de advertentie klikken, waar gaan ze dan naartoe? Dan kun je hier toevoegen.

**Bestemming**  
Geef aan waar je mensen naartoe wilt sturen direct nadat ze op je advertentie hebben getikt of geklikt. [Meer informatie](#)

Instant Experience  
Stuur mensen naar een snel ladende, voor mobiel geoptimaliseerde ervaring.

Website  
Stuur mensen naar je website.

**\* Website-URL**

Type or paste the web page URL you want people to visit

Voer het veld website-URL in voor je advertentie.

[Een URL-parameter instellen](#)

**Zichtbare link**

Voeg een verkorte link toe zodat mensen je website k...

**Gespreksextensie**

Gespreksextensie weergeven op je website

**\* Telefoonnummer**

+31 0165 552 080

Facebook-evenement  
Leid mensen naar een evenement op je Facebook-pagina.

Telefoongesprek  
Laat mensen je rechtstreeks bellen.

**Vul hier de bestemming in: De url van de webpagina waar meer staat over je advertentie.**

**Hier kun je de website invullen**

**Je kunt ervoor kiezen om het telefoonnummer te tonen. Liever weglaten? Dan kun je het blauwe vinkje bij gespreksextensie weergeven uitzetten.**

Advertentievoorbeld

Delen

Geavanceerd voorbeeld

Facebook Overzichten

Bibliotheek West-Brabant Gesponsord

Primaire tekst

Word nu lid en krijg 50% korting op een nieuw jaarabonnement

de Bibliotheek West-Brabant

DISPLAYURL.COM Dit is de kop Beschrijving

MEER INFORMATIE

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

Variaties bekijken

Overzichten

Stories en Reels

Klik rechtsonder op de groene button 'Publiceren' en je advertentie wordt ingepland of gepubliceerd.

### Tips:

*Pas de advertentie niet te vaak aan. Advertenties worden eerst gecontroleerd door Meta. Als je vaak wijzigingen hebt, komt dit de kwaliteit van je advertentie niet ten goede.*

*Controleer de advertentie na een aantal dagen om te kijken wat de resultaten zijn. Hoe vaak is deze getoond, hoe vaak is er op geklikt? e.d. Mocht dit tegenvallen, dan is het aan te raden om de doelgroep aan te passen.*

### Succes!

de Bibliotheek

