

## Facebook ads manager steg for steg

1. Gå til [www.facebook.com/ads/manage](http://www.facebook.com/ads/manage)
2. Velg «Opprett»

### KAMPANJE

3. Velg markedsføringsmålsetting – her kan du kun velge ett valg.  
(Lurer du på hva de ulike valgene betyr? Før pilen over målsettingen og se etter «i» ikonet. Velger du engasjement, må du velge mellom Innleggs-engasjement, Likerklikk på side eller Arrangementssvar FØR du går videre)
4. Kampanjenavn – Bør være lett å søke opp senere, sett en standard for din bedrift.  
(Eks: Okt'19 – Klikk – FB - Artikkel om styret – K & M, 20-55 år, Norge, Følgere på Facebook).

### ANNONSESETT

5. Dette steget gjelder kun hvis du har valgt rekkevidde eller trafikk på steg 3.  
(Trafikk, husk å velge hvor du vil sende trafikken din; Nettsted, app eller messenger.  
Merkebevissthet, husk å velg riktig Facebook-side om du har tilgang til flere)
6. Velg ditt publikum.  
(Du må alltid velge lokasjon, anbefaler i det minste å legge by/sted, aldersgruppe og interesser. Publikummet ditt bør ikke være under 1000 personer)
7. Plasseringer, alltid velg *rediger plasseringer!*  
(For forklaring, før pila over de ulike plasseringene for å se eksempler. Anbefaler å lage ulikt innhold og kampanjer til feks Facebook og Instagram)
8. Budsjett og tidsplan:
  - a. Optimalisering for annonselevering: Her varierer valgene du får ut i fra hva du har valgt i steg 1 – anbefaler alltid å feks betale for klikk når det er klikk du optimaliserer for.
  - b. Kostnadskontroll: Brukes *kun* om du feks vet at et klikk over 10 kr er for dyrt for deg eller lignende. Er ikke nødvendig å bruke. Om du setter et for lavt tall her, vil ikke annonsen din fungere. La det stå om blankt om du ikke har noen formening om det.
  - c. Budsjett og tidsplan: Anbefaler å alltid bruke totalbudsjett, da blir du tvunget til å sette en sluttdato osv. **Viktig steg! Lett å drite seg ut!**  
(om du velger dagsbudsjett, husk å sette sluttdato, ellers tikker den å går til du avslutter den manuelt)  
  
For å få opp steg d og e, kan det hende du må velge «vis avanserte alternativer»
  - d. Når du blir belastet: Her varierer også valgene du får ut i fra hva du har valgt i steg 1 – anbefaler alltid å feks betale for klikk når det er klikk du optimaliserer for.

- e. Annonseplanlegging: Anbefaler å alltid velge «Kjør annonser hele tiden».

## ANNONSER

9. Identitet: Om du har flere Facebooksider og/eller Instagramkontoer, pass på at du har valgt riktig konto(er).

10. To alternativer:

Opprett annonse (lag en post eller flere som kun er annonser, og ikke synes på veggen til siden din. **Steg 11**)

Bruk eksisterende innlegg (hent et innlegg som du allerede har laget på siden din, og annonser det. Det enkleste alternativet, og det som ofte er mest brukt hvis du ikke skal gjøre A/B -testing).

11. Opprett annonse:

- a. Velg formatet på annonsen:

Karusell – 2 eller flere rullbare bilder eller videoer, er alltid kvadratiske og må lenkes til, passer fint til feks festival hvor du vil vise flere artister osv på samme annonse. Følg stegene under steg for steg!

Ett bilde eller en video – Ett bilde, en video eller en lysbildefremvisning med flere bilder. (Facebook lager da en lysbildefremvisning / video av bildene du laster opp)

Samling – En mye mer avansert opplevelse, krever en del øvelse og ulike designelementer.

- b. I denne guiden vil jeg først å fremst forklare ett bilde eller video, da dette er det vanligste formatet. Når det gjelder de andre formatene, ta ett steg av gangen. (I eksemplet under har jeg valg trafikk som mål, derfor må jeg legge inn URL og beskrivelse av det).

Medier: Last opp bilde / video eller hent det fra biblioteket ditt.

Hovedtekst: Hovedteksten er teksten som ligger over lenke, video eller bilde.

Den bør være kort og konsist og inneholde en emoji

Overskrift: Teksten på selve lenken din (om du legger inn lenke), bør max være 25 tegn.

Beskrivelse: Undertekst på lenken, bør max være 25 tegn.

URL-adresse til nettsted: Lenke til nettside/landingside.

Lenke som skal vises: Om forhåndsvisning av adressen ser rar ut, kan du endre det her.

Handlingsoppfordring: Call To Action knapp!

Når du er fornøyd med alle valgene du har tatt – velger du «bekreft» og annonsen din er klar! Spørsmål? Kontakt @somekassa på Instagram.