



Ontdek 10 Hardnekkige Facebook Mythes

SOCIAL BASTARDS 



Ontdek 10 Hardnekkige Facebook Mythes

Elke dag zitten meer dan 7 miljoen personen op Facebook! En elke minuut wordt er door hun...

- likes uitgedeeld,
- links gedeeld,
- foto's geplaatst
- nieuwe accounts aangemaakt
- geld verdient door ondernemers
- geld verdiend door Facebook zelf
- items gedeeld,
- app's geïnstalleerd,
- vriendschapsverzoeken verstuurd,
- interne berichten verstuurd



Ontdek 10 Hardnekkige Facebook Mythes

Om toch maar even te laten zien dat het de moeite loont om te investeren in Facebook advertenties.

Jammer genoeg gaan er de wildste verhalen rond over wat je wel en niet zou mogen doen met je advertenties. Verhalen welke ondertussen al mythes zijn geworden. Laat ik eerst beginnen met een feit! Facebook is het ultieme medium om te adverteren. Daar bestaat ondertussen geen twijfel over. De mogelijkheden die Facebook ons biedt, zijn echt enorm. Zelfs Google kan er niet meer aan tippen. De vraag is natuurlijk, waarom is Facebook op dit moment de beste? Het antwoord op deze vraag kun je terugvinden in de cijfers die beschikbaar zijn over de gebruikers. Facebook weet ondertussen alles over ons. Hoe komt dit denk je? Nou, heel eenvoudig, wij vertellen namelijk alles. Door te klikken, te liken en te delen. Door op advertenties te reageren en vriendschappen te sluiten. Facebook kent ons inmiddels door en door.



inhoud

Mythe 1: Je Facebookadvertenties moeten kort zijn

Mythe 2: Gebruik dezelfde afbeelding als op je site

Mythe 3: Meer likes = Meer bereik

Mythe 4: Facebook marketing kost veel tijd

Mythe 5: Je kan niet direct verkopen via Facebook

Mythe 6: Business to Business werkt niet op Facebook

Mythe 7: Adverteren op Facebook is duur

Mythe 8: Je moet op alles reageren

Mythe 9: Tags en hashtags zijn zinloos

Mythe 10: Hoe meer mensen ik bereik, hoe groter mijn omzet wordt



Mythe 1

Je Facebook advertentie moet kort zijn

Je Facebook advertentie moet kort zijn

Dit hoor je zoveel deskundige marketeers vertellen. Je Facebook advertenties of berichten moeten kort en krachtig zijn zodat jouw speciale boodschap meteen overkomt. Langere berichten zouden niet opgepikt worden. In sommige gevallen klopt dit wel. Maar wanneer de aandacht is getrokken willen de meeste Facebook gebruikers graag je hele verhaal lezen. Jij adverteert namelijk in een bepaalde doelgroep die jouw advertentie graag wat langer wil bekijken en zelfs wil doorklikken of kopen! Natuurlijk moet je gebruik maken van een krachtige kop en pakkende tekst. Maar omdat de advertentie alleen getoond wordt in jouw doelgroep moet je zeker méér tekst gebruiken om jouw product te promoten.



Mythe 2

Gebruik dezelfde afbeelding als op je website

Gebruik dezelfde afbeelding als op je website

De redenering hierbij zou zijn dat een bezoeker kan weg klikken als hij ineens in een hele andere omgeving landt. Er wordt gedacht dat de klant het niet meer herkend. Nou, eigenlijk onderschat je nu enorm jouw doelgroep! Dit is een mooi voorbeeld van een mythe die gecreëerd is door marketeers die totaal niet weten waar ze het over hebben. En juist het tegendeel blijkt waar te zijn. Ik heb vaak geadverteerd met leuke foto's die écht niet op een website thuishoren. Op Facebook horen foto's die snel zijn genomen. Foto's die in een willekeurige fotogalerij staan. Foto's van je team tijdens een uitje. Foto's van iemand die niet gefotoshopt is. Terwijl op jouw website prachtige foto's staan. Speciaal door een fotograaf gemaakt. Stockfoto's of perfecte foto's horen niet in jouw Facebook advertentie!



Mythe 2

Gebruik dezelfde afbeelding als op je website

De topprioriteit van een Facebook advertentie is zorgen dat deze gezien wordt. Want als niemand de advertentie ziet, kan er ook niemand op klikken. Je moet er voor zorgen dat deze opvalt. Dus gebruik je foto's die ook op een willekeurige kunnen staan. Pas ook op met teksten en logo's in je foto. Die kunnen worden afgekeurd door Facebook en zorgen ook voor een 'advertentie achtige' look. Gewoon mee stoppen dus! En wist jij dat je in 1 advertentie maar liefst 6 verschillende foto's kunt testen? In je advertentiebeheer zie je welke foto's goed of slecht scoren. De goede laat je vervolgens staan en de rest zet je uit en gebruik je nooit meer 😊



Mythe 3

Meer
likes
=
Meer
bereik

Meer likes = meer bereik

Deze mythe is een beetje dubbel. Het is namelijk niet zo dat je bereik gelijk staat met het aantal likes. Het hebben van veel likes is natuurlijk altijd leuk voor je aanzien naar buiten toe. Hoewel, ik ben ook ooit begonnen met 100 likes en er heeft nog nooit iemand gezegd: “Goh, dat is wel een beetje weinig voor een Facebook marketeer.” Ondertussen loop ik langzaam maar gestaag naar 700 volgers. Nog steeds erg weinig vergeleken met mijn gemiddelde klant. Wist jij bijvoorbeeld dat wanneer je gaat adverteren het niet uitmaakt hoeveel likes je hebt? Jouw advertentie wordt namelijk getoond aan je doelgroep. En die is zo groot als jijzelf opgeeft. En het bereik wordt vervolgens bepaald door het budget dat je er insteekt.



Mythe 3

**Meer
likes
=
Meer
bereik**

En wist jij bijvoorbeeld dat ondertussen nog geen 3% van jouw volgers je berichten te zien krijgt? En dat zijn vaak vrienden of familie die sowieso jouw berichtjes liken of delen. Heel fijn maar ze zijn niet per definitie je klant. Wat zou je het liefst hebben? 5.000 volgers waarvan er 30 klant zijn, of 1000 volgers waarvan er 200 klant zijn? Het is dus niet hoeveel likes je hebt! Het gaat erom wat die likes waard zijn.



Mythe 4

Facebook marketing kost veel tijd

Facebook marketing kost veel tijd

Wij kunnen best begrijpen dat je als zelfstandige ondernemer heel erg druk bent. Je dag start en jij werkt! Ondertussen weet je dat je ook nog een posting op Facebook moet zetten maar eigenlijk ben je veel te druk. Als je 's avonds thuis bent heb je geen zin om nog met je werk bezig te zijn. Of tenminste op Facebook een bericht te posten of een advertentie te maken. Dat kost veel teveel tijd! Maar eigenlijk kost het niet veel tijd! Veel ondernemers vinden het gewoon minder belangrijk. Of vinden het wel belangrijk, maar stellen het steeds uit. Plan vooraf je Facebook postings. Net zoals je vergaderingen moet plannen, moet je ook de tijd die je besteed aan Facebook inplannen. En je kunt rustig tegen jezelf zeggen dat je elke dag 15 minuten besteed aan een posting. En als je dat zelfs niet lukt dan kun je ze



Mythe 4

Facebook marketing kost veel tijd

wekelijks inplannen. Gewoon een middagje aan tafel en de hele week in de Facebook planner zetten. Je kunt ook eenvoudig een berichtje delen. Kom je iets tegen dat je aanspreekt, deel het dan op je tijdlijn. Zet er wel een paar regels bij zodat jouw volgers weten waar het deelbericht over gaat.

Heb je echt geen zin om zelf op Facebook je zaak te gaan promoten. Ga dit dan zeker uitbesteden! Laat dit door anderen doen zodat jij jouw tijd aan je bedrijf kan besteden. Vergeet niet, al jouw klanten zitten op Facebook. En deze klanten komen jouw tegen als jij actief je pagina bijhoudt.

De aanhouder wint!



Mythe 5

Je kan niet direct verkopen via Facebook

Je kan niet direct verkopen via Facebook

Er wordt beweert dat Facebook niet geschikt is om direct te verkopen. Waarom zegt men dit? Wij hebben geen idee. Waarschijnlijk omdat men Facebook bekijkt als een sociaal kanaal waarop je eerst contacten moet maken en vriendschappen sluiten. In theorie zou je dus eerst een bepaalde band moeten kweken met je klant voordat je een verkoop kan doen. Dit zou de reden zijn waarom koude verkopen niet mogelijk zijn op Facebook. Hier is natuurlijk niets van waar. Facebook is net zo goed geschikt als Google om directe verkopen mee te boeken. Onze persoonlijke ervaring is zelfs beter dan Google, met onmiddellijk zichtbare resultaten. Wij hebben al heel veel kunnen verkopen via de advertenties die we voor onze klanten heb geplaatst. Dit loopt van abonnementen voor een sportschool tot verkoop op een webshop. In



Mythe 5

**Je kan
niet direct
verkopen
via
Facebook**

ons persoonlijke geval moeten we wel eerst een band opbouwen met de klant. Maar het geven van een training en onze klanten bereiken via een advertentie is feitelijk ook directe verkoop. Dus eerst die directe verkoop en daarna bouwen aan de band met de nieuwe klant.



Mythe 6

Business to Business werkt niet op Facebook

Business to Business werkt niet op Facebook

Waarom Facebook een must is voor B2B bedrijven
Laten we even duidelijk zijn. Elk bedrijf, elke zaak of elke onderneming die niet actief is op Facebook ziet nieuwe klanten naar de concurrent die wel op Facebook zit stappen. Wat dus ook weer wil zeggen dat als jij het niet bent het je concurrent is die met jouw klanten wegloopt! Waarom Facebook een must is voor 'Business to Business' Je producten worden zichtbaar. Bekijk jouw Facebook bedrijfspagina als een etalage in je straat. Het belangrijkste is dat jouw product gezien wordt. Het visuele is steeds het aller belangrijkste! Je kunt een meer persoonlijke kant laten zien van je bedrijf. Het is bewezen dat klanten liever een persoon bij het product zien dan een bedrijfsnaam. Door het posten van werknemers of een foto van jouzelf laat je een meer



Mythe 6

Business to Business werkt niet op Facebook

persoonlijke kant zien aan je (nieuwe) klanten. Hierdoor is het net allemaal wat minder zakelijk en ligt de drempel tot contact ook minder hoog. Facebook blijft tenslotte een vriendennetwerk. Wanneer je gaat adverteren op Facebook dan komen jouw klanten na het kijken in de etalage naar binnen om te kopen! Je kan als Business to Business zeer gericht adverteren. Ongetwijfeld één van de grootste voordelen van Facebook. Je kunt perfect de doelgroep aanspreken die het meest geïnteresseerd is in jouw product. Denk eraan, jouw klanten zitten, net al jij, ook op Facebook.



Mythe 7

Adverteren op Facebook is duur

Adverteren op Facebook is duur

Diegenen die beweren dat adverteren op Facebook duur is, hebben waarschijnlijk nog nooit via andere kanalen geadverteerd. Adverteren op Facebook is NIET duur! Integendeel, Facebook is één van de goedkoopste kanalen om op te adverteren. Maar je moet natuurlijk wel weten hoe het moet! Met een goede aanbieding kun je echt voor een paar euro's al gaan adverteren. Dit komt natuurlijk omdat je zeer gericht gaat adverteren. Alleen personen met interesse in jouw product krijgen je advertentie te zien. Hierdoor krijg je veel meer reacties (en uiteindelijk dus verkopen) op je advertentie. Je kunt op Facebook al een goede winstgevende advertentie zetten vanaf €5,- per dag. Mits je jouw doelgroep kent en je de juiste foto en tekst gebruikt. De kosten om te



Mythe 7

Adverteren op Facebook is duur

adverteren in de krant start bij, pak 'm beet, €200,- en dan zal je écht niet per se bij je doelgroep op de mat vallen. Mijn meest succesvolle advertentie was een actie voor een klant die met een investering van ongeveer €200,- 21 nieuwe sportschool abonnementen heeft verkocht. Bij die investering zat trouwens ook mijn factuur.



Mythe 8

Je moet op alles reageren

Je moet op alles reageren

Alhoewel ik vaak zeg dat je op alle reacties moet reageren is dat écht niet altijd nodig. Zo kun je beter niet reageren wanneer iemand alleen een vriend heeft getagd in jouw bericht of wanneer zich er een vriendengesprek ontpopt. Dan is een like of een reactie niet nodig. Dit kan zelfs als irritant ervaren worden. Reageer wel altijd als iemand iets vraagt of iets van je wil weten. Dat zijn tenslotte je klanten! Wanneer je een rottige opmerking op je tijdlijn vindt die niet gepast is, zet deze dan naar 'onzichtbaar op je tijdlijn'. Direct weghalen is geen optie. Deze persoon zal zich aangevallen voelen en opnieuw een rotopmerking plaatsen. Je kunt deze persoon in het uiterste geval blokkeren. Wanneer iemand ontevreden is, is het enorm belangrijk dat je



Mythe 8

Je moet op alles reageren

deze negatieve posting behandeld. Zorg dat je eerlijk en vriendelijk blijft. Ga nooit de discussie aan maar probeer je in de ander te verplaatsen. Probeer altijd een oplossing te vinden ook al ben je het niet helemaal eens met de klacht. Zorg ervoor om de negatieve beleving om te draaien naar een WAUW-moment voor je klant. Dan pas heb je echt iets aan een negatieve reacties op je tijdlijn.



Mythe 9

Tags en Hashtags zijn zinloos

Tags en Hashtags zijn zinloos

Veel ondernemers denken nog steeds dat Hashtags op Instagram en Twitter horen en dat het een speeltje is van de jeugd. Nou, niks in minder waar. Als je gebruikmaakt van woorden als #gratis, #feit en bijvoorbeeld #training zal ook je Facebook bericht beter gevonden worden en je bereik zal groter zijn. Met tags heb je veel meer kans op reacties, likes en zelfs deelacties. Het gebruik van hashtags en tags verbetert jouw advertentie of je posting enorm. Met tags kun je denken aan bedrijven of personen die direct te maken hebben met je bericht. Als je op Facebook hashtags gebruikt in je tekst, zijn 1 a 2 hashtags per bericht voldoende. Het taggen van personen kun je rustig vaker doen. Zorg er wel voor dat de personen direct wat met het bericht te maken hebben.



Mythe 10

Hoe meer mensen ik bereik, hoe groter mijn omzet wordt

Hoe meer mensen ik bereik, hoe groter mijn omzet wordt

Het gaat er niet om hoeveel mensen je bereikt op Facebook, maar wel om welke mensen je bereikt! Zorg dat jij direct contact maakt met je doelgroep. Ja, ik heb het hier al over gehad in één van de vorige mythes. Maar het is dan ook wel belangrijk dat je jezelf niet dood staart op het aantal likes. Het zijn deze personen die jouw omzet zullen bepalen.

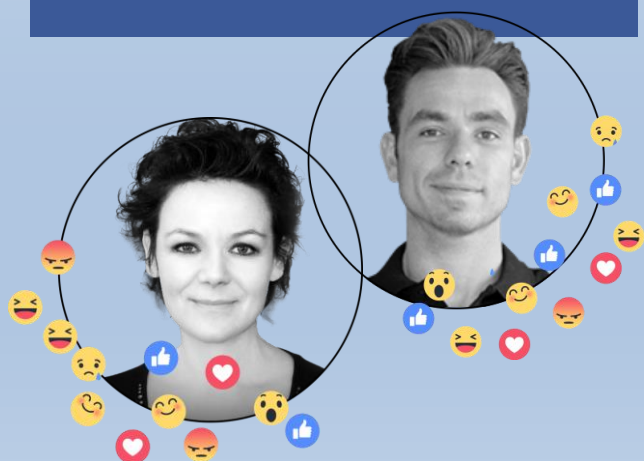
Volgers die geen interesse hebben in je product, hebben ook geen waarde voor je bedrijf. Dus koop nooit likes op internet, écht, je schiet je doel voorbij.

Nogmaals, momenteel ziet ongeveer 3% van je volgers jouw bericht in hun tijdlijn verschijnen. Zorg er dan ook voor dat deze 3% geïnteresseerd is in jouw product. De rest bereik je door een lange adem en om te gaan adverteren.



Aangenaam:

**Wij zijn
Gea van Bruggen
en Lamar Hamers
Social Bastards**



Wij zijn Social Bastards. Samen werken wij vlot en vol passie.

Met ruim vijftien jaar online en offline marketing-ervaring weten wij inmiddels alles van Facebook marketing. Daarom kunnen wij je ook prima helpen om jouw Facebook activiteiten naar een hoger level te tillen. Wat wij doen? Dat varieert van het geven van eenvoudige tips en trucks, het uitgeven van E-books en Webinars, tot het geven van live trainingen. Ga jij ook werk maken van je Facebook Marketing? Wil jij ook scoren op Facebook? Wij adviseren je graag!

Wanneer schuif jij aan?