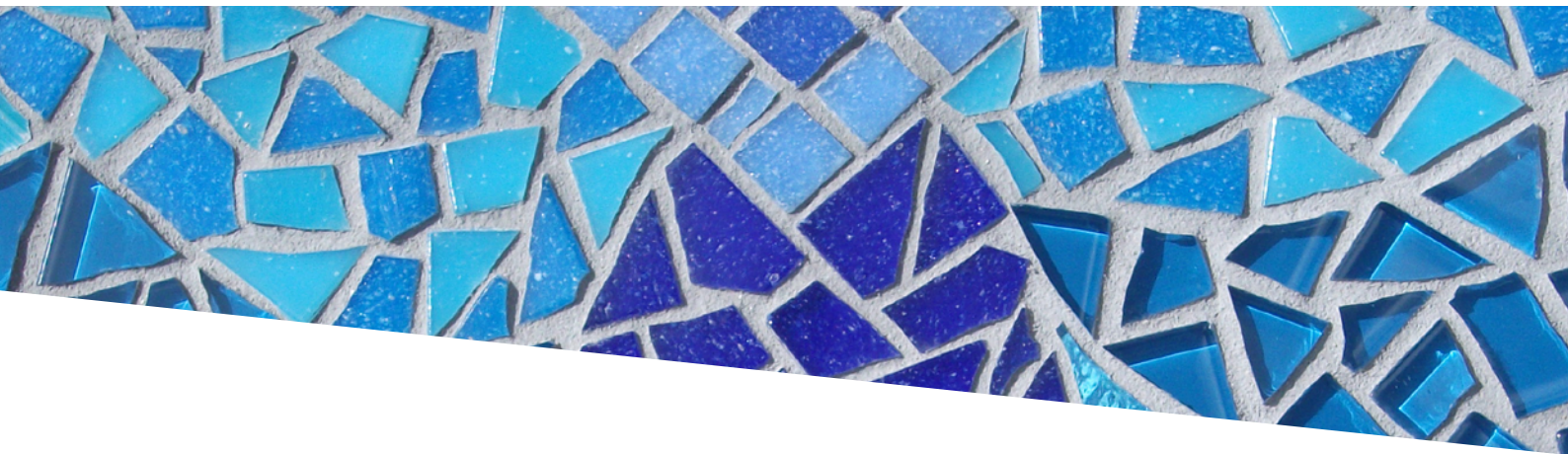


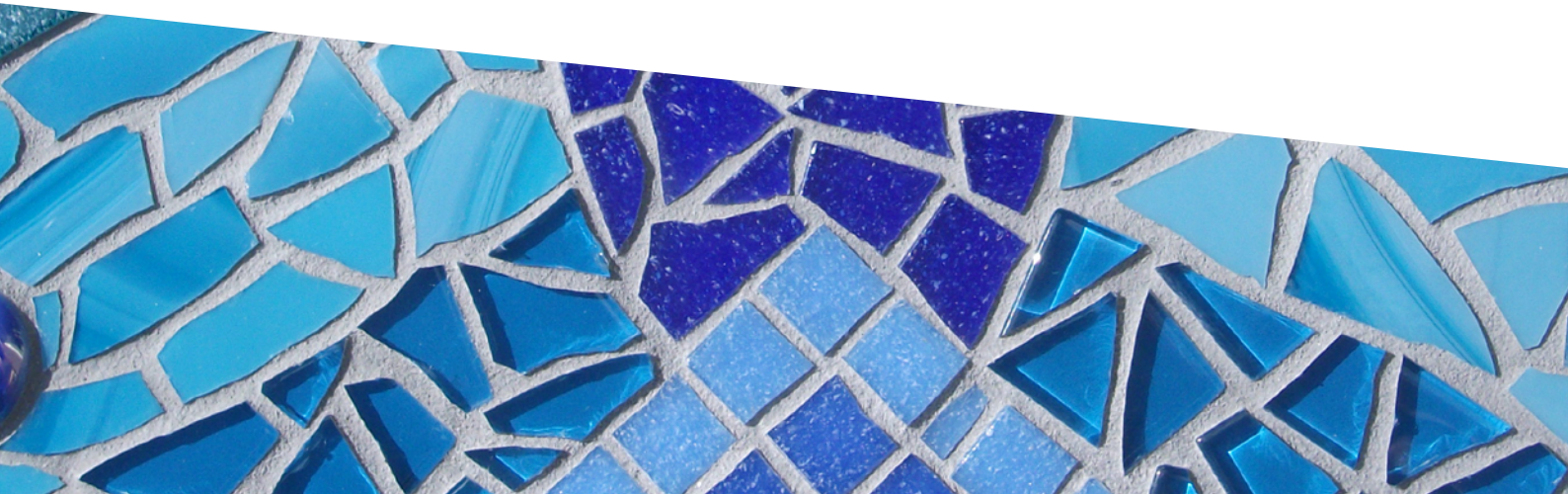


Presult

Snel, concreet, resultaatgericht



FACEBOOK LEAD ADVERTENTIES: ALLES WAT JE MOET WETEN



PATRICK RIEMERS





INLEIDING

Facebook Leads Ads, de hype van het afgelopen half jaar.

Maar werken ze echt? En leveren ze lagere kosten op?

In dit artikel leggen we je alles uit over deze 'nieuwe' advertentievorm die Facebook sinds juni 2015 beschikbaar heeft gesteld.

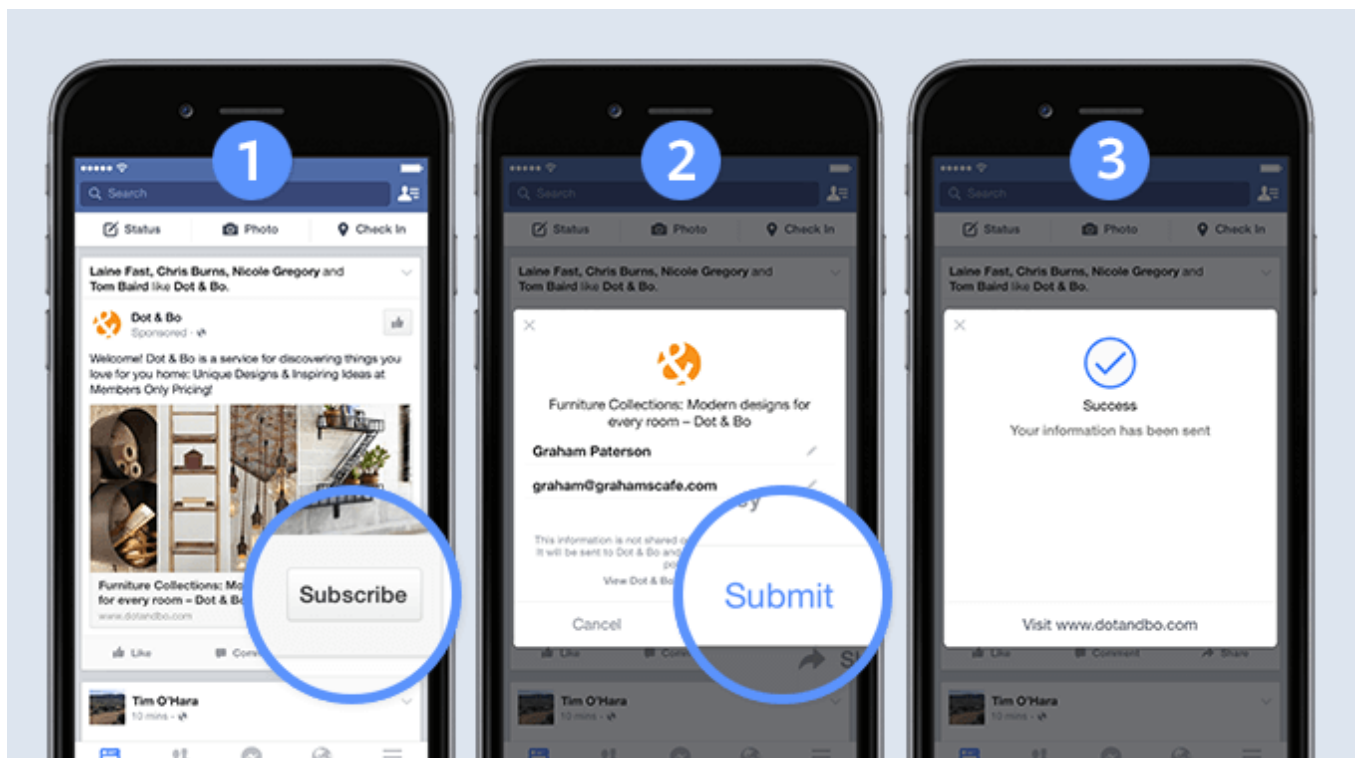
Door verschillende bedrijven worden ze al ingezet, maar er is nog veel onbekend over deze vorm van adverteren.

Hoe werken ze precies?

Waarvoor kan je ze gebruiken?

Wat zijn de voordelen en wat zijn de nadelen?

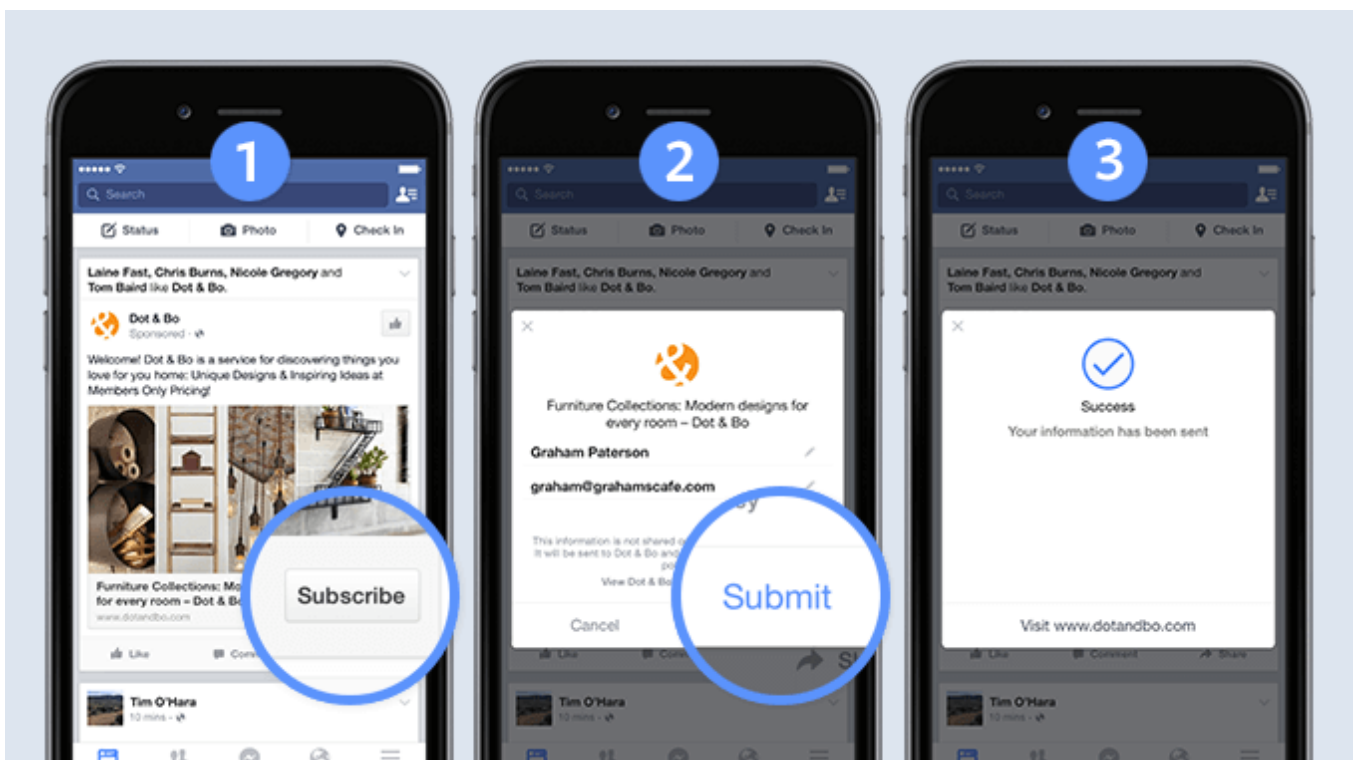
In dit artikel vindt je alles wat je moet weten...





WAT ZIJN FACEBOOK LEAD ADVERTENTIES

Facebook Lead Advertenties zijn een Facebook advertentietype waarmee je potentiële leads de mogelijkheid geeft om zich met één druk op de knop in te schrijven voor datgene wat je aanbiedt (bv. nieuwsbrief, demo, actie of e-book). Zonder dat ze daarbij zelf hun gegevens hoeven in te vullen. Je stuurt ze dus niet meer naar een pagina op je website, maar ze blijven binnen Facebook. Dit advertentietype is voorlopig alleen beschikbaar voor mobiel.



(Afbeelding van [Facebook](#))

Hierboven zie je een voorbeeld van het proces dat iemand doorloopt als ze zich inschrijven via een leads ad. Ze klikken op de knop "Subscribe" (Download in Nederland). Op basis van de gegevens die Facebook al heeft, wordt het formulier automatisch ingevuld, standaard e-mailadres en de naam. Zodra de gebruiker weer op "Subscribe" klikt, wordt deze doorverwezen naar de succespagina en is de gebruiker ingeschreven.

Goed, deze advertentievorm maakt het mensen dus gemakkelijk om zich in te schrijven.

Maar waarvoor kan je leads nu gebruiken en voor welke bedrijven zijn ze interessant?

Dat lees je hieronder...





WAARVOOR KAN JE LEAD ADS GEBRUIKEN

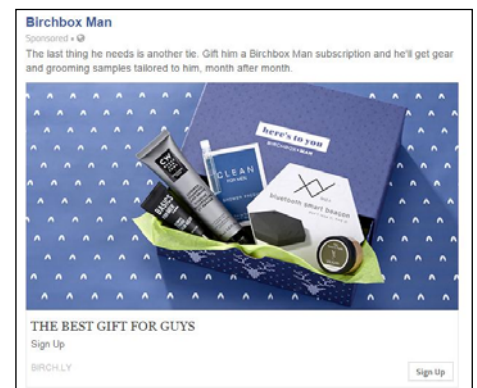
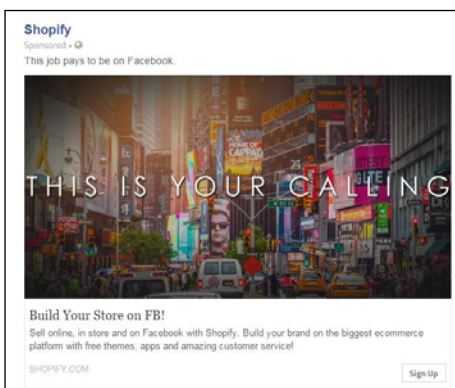
Waarvoor kan je lead ads gebruiken

Lead ad kan je feitelijk gebruiken voor vrijwel elke promotie die je maar kan bedenken. Bovendien is het geschikt voor B2C én B2B.

- Offerte aanvragen
- Nieuwsbrief inschrijvingen
- Kortingscodes
- Wedstrijden
- Inschrijvingen voor evenement (webinar, netwerkborrel, of seminar)
- Lead magnets (e-books)
- Product demo's, afspraken, etc

Met name als je kijkt naar de kortingscodes, wordt het interessant. Mensen die op het punt staan om een aankoop te doen "Klik op Download en je ontvangt direct een kortingscode voor € 20 korting", zijn sneller geneigd zich in te schrijven. Als ze klaar zijn voor een aankoop, leveren ze ook sneller geld op. En dus maakt dit het interessant voor veel bedrijven.

Hieronder staan een aantal voorbeelden van Engelse advertenties.





VOOR WIE ZIJN ZE GESCHIKT?

Facebook Lead Ads zijn geschikt voor elk type bedrijf. Zoals hierboven al wordt genoemd, kan je er elke promotie mee voeren die je maar kan bedenken.

We leven in een wereld waarin B2C/B2B langzaam verdwijnt. We gaan steeds meer naar een-op-een marketing/communicatie. En aangezien bijna iedereen in Nederland op Facebook zit, kan je ook bijna iedereen bereiken.

Het enige wat je goed in de gaten moet houden, is je doelgroep.

Zorg er dus voor dat je doelgroep goed gespecificeerd is. Dat is dus bijvoorbeeld niet "het MKB", maar juist specifieker zoals "Reclamebureaus" of "Advocatenkantoren".

Zit je in de consumentenmarkt? Dan kan je denken aan "Mannen van 20 tot 40 jaar die van sporten houden" of "Moeders met twee kinderen van maximaal 12 jaar oud".

De advertentievorm is dus geschikt voor alle bedrijven van softwarebedrijf (CRM, HRM, BI/reporting, etc) tot lokale bedrijven (kapper, barista, café, etc).





WAT ZIJN DE VOORDELEN VAN FACEBOOK'S LEAD ADVERTENTIES?

De drie belangrijkste voordelen van Facebook Lead Advertenties zijn:

1. Mobiele gebruikers gemakkelijk maken om zich in te schrijven
2. Snel en eenvoudig op te zetten
3. Goedkopere leads

Voordeel één is dat het voor mobiele gebruikers erg gemakkelijk wordt om zich in te schrijven voor je actie. Facebook weet al veel van haar gebruikers. Door deze informatie al in te vullen, **kan de gebruiker zich met één druk op de knop inschrijven/aanmelden**. Zo hoeven ze niet meer te typen. Wat toch altijd best wat tijd kost.

Het tweede voordeel is dat ze snel en eenvoudig op te zetten zijn. **De formulieren hoef je niet meer op je website te plaatsen**. Het kan allemaal binnen Facebook. Zonder dat je hier technische kennis voor nodig hebt.

Het derde voordeel zijn de goedkopere leads. Ik heb al verschillende casestudies gelezen en zelf bij onze klanten gezien waarbij **leads voor € 0,05 tot € 0,40** werden gegenereerd. Dat is in bijna elke branche enorm weinig. Stel je voor dat elke lead je gemiddeld € 2,- oplevert, dan maak je flinke winst...

Maar dit hoeft natuurlijk niet altijd zo te zijn. Er zijn ook [casestudies](#) waarbij website klik advertenties 16% lagere kosten opleverde. Overigens lagen de kosten ook wel hoger dan € 0,40 per lead. In dit geval zelfs € 3,-. Het hangt dus vooral af van je product/markt.

Het advies?

Test, test, test. Test zoveel mogelijk.

We hebben hier al eens een artikel over geschreven:

[13 tips voor het optimaliseren van je Facebook advertenties.](#)

Alleen door te testen en de resultaten te meten, kom je erachter wat het beste werkt.





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

Goed, lead ads zijn interessant, maar hoe maak je die nu eigenlijk?

Hieronder leg ik stap voor stap uit hoe je een lead ad maakt en waar je rekening mee moet houden.

Lead ads kunnen alleen worden gemaakt in de Power Editor ([ga hiervoor naar www.facebook.com/ads/manage/powereditor/](http://www.facebook.com/ads/manage/powereditor/)).

STAP 1: MAAK EEN LEAD GENERATIE CAMPAGNE AAN

Selecteer het account waarvoor je een lead advertentie wilt maken. Klik vervolgens op Campagne aanmaken en kies uit de lijst "Leads genereren".

Maak vervolgens ook alvast de advertentieset en advertentie aan.

Nieuwe campagne

EEN CAMPAGNE KIEZEN

- Bestaande gebruiken
- Nieuw item maken

Kooptype: Facebook Lead Ad

Doel:

- Klikken naar website
- Leads genereren**
- Lokale bekendheid
- Mobiele-appinstallaties
- Pagina-vind-ik-leuks
- Reacties op evenementen
- Verkopen uit productcatalogus
- Videoweergaven
- Websiteconversies

EEN ADVERTENTIE SET KIEZEN

- Bestaande gebruiken
- Nieuw item maken

NIEUWE ADVERTENTIE MAKEN

Naam advertentie: Voer een advertentiernaam in

1 campagne maken

Annuleren Maken

Statistieken: Looptijd +

Sinds 22 december 20

Prestaties

Resultaten	
Klik voor website	1
Leads (formulier)	136
	31

Acties op bericht Per

0	
303	





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

STAP 2: PAS DE INSTELLINGEN VAN DE ADVERTENTIESET AAN

De advertentieset is standaard ingevuld door Facebook. Pas deze aan naar je eigen wensen. Denk hierbij aan:

- Facebook pagina
- Budget (bv. € 3-5 om mee te beginnen)
- Planning (geef in eerste instantie altijd een einddatum aan)
- Doelgroep
- Plaatsing (dit kan dus alleen op mobiele apparaten)
- Optimalisatie en prijzen (deze kan je op de standaard instellingen laten staan. Facebook kan dit prima optimaliseren)

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for a campaign named 'Lead Ad test'. The top navigation bar includes 'Advertenties beheren', 'Doelgroepen', 'Afbeeldingenbibliotheek', 'Rapporten', 'Paginaberichten', and 'Hulpprogramma's'. Below this is a toolbar with buttons for '+ Advertentieset maken', 'Bewerken', and various icons for cloning, undo, delete, and sharing. A search bar and filter options are also present.

The main content area is titled 'Advertentieset maken Lead Ad test'. It includes a search bar, filters, and buttons for 'Campagnes: (1)', 'Advertentiesets: (1)', and 'Toepassen'. A 'Statistieken' section shows 'Looptijd' and a date 'Sinds 22 december 2'.

The 'Advertentiesetnaam' is 'Lead Ad test', with a 'Status' toggle set to 'On'. The 'Pagina' section has a checkbox for 'Pagina's verbergen die zijn gekoppeld aan zakelijke accounts' and a 'Presult' button. The 'Budget' section shows 'Budget per dag' set to '€ 4,00' with a 'Budget aanpassen' button. The 'Planning' section shows 'Start planning' on '22-1-2016' at '1:45' Pacific Time. Under 'Einde planning', the option 'Einddatum niet plannen, campagne als doorlopend instellen' is selected. The 'Advertentieplanning' section indicates 'Advertenties doorlopend weergeven' and provides a 'Meer opties' link.

On the right side, a 'Geschat dagelijks bereik' (Estimated daily reach) box shows a Facebook icon, '1.600 - 4.100 mensen op Facebook', and a progress bar from 0 to 5.500.000. A note below states: 'Dit is slechts een schatting. De getoonde aantallen zijn gebaseerd op de gemiddelde prestaties van advertenties die zich richten op de door jou geselecteerde doelgroep.'





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

STAP 3: MAAK EEN NIEUW LEADFORMULIER AAN

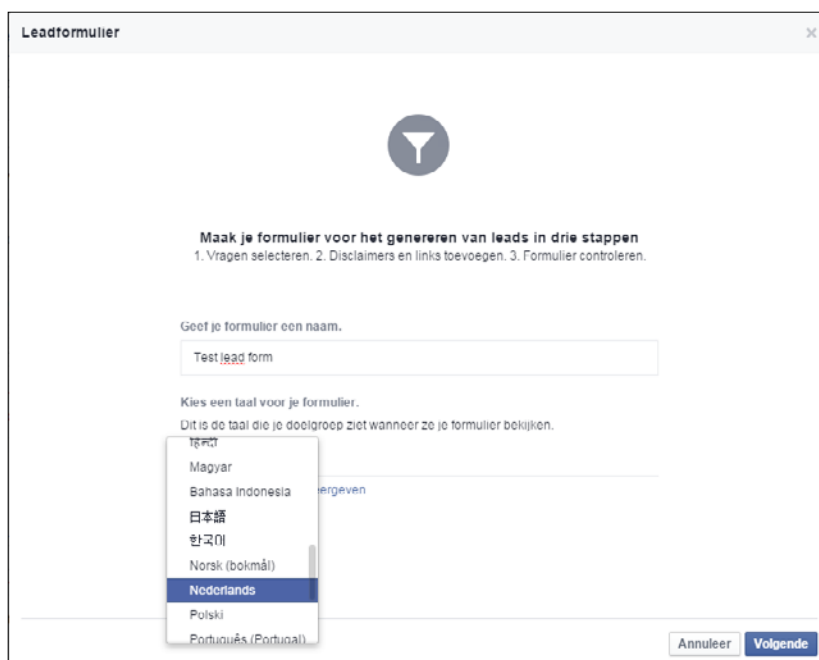
Ga naar de advertentie en klik op "Nieuw formulier aanmaken"



STAP 4: NAAM EN TAAL INSTELLEN

Geef je formulier een duidelijke naam. Bv. Ebook 15 tips 001, Korting 1234AB 001, Webinar FBtips 001. Zelf zet ik er altijd nog een getal achter (in dit geval 001), omdat je de formulieren achteraf niet kan bewerken. Dan houd je het een overzichtelijk.

Als je in Nederland adverteert, kies je bij taal natuurlijk Nederlands J





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

STAP 5: KIES WELKE INFORMATIE JE WILT ONTVANGEN

Stap 5 is een belangrijke stap, omdat je hier kan aangeven wat je precies wilt ontvangen van de gebruiker.

Standaard staan e-mailadres en volledige naam ingevuld. Maar er zijn nog meer opties.

Leadformulier ✕

Naar welke informatie wil je vragen?

Gebruikersinformatie ⓘ

E-mailadres Volledige naam

[Meer opties weergeven](#)

Je kunt naast gebruikersinformatie ook tot 3 vragen toevoegen. Voeg een bestaande vraag toe of maak een eigen vraag.
[+ Voeg een vraag toe](#)

[Terug](#) [Annuleer](#) [Volgende](#)





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

Klik je op "meer opties weergeven" dan krijg je onderstaand scherm te zien.

Leadformulier

Naar welke informatie wil je vragen?

Gebruikersinformatie

E-mailadres Volledige naam

[Minder opties](#)

Contactvelden

Voornaam Achternaam Telefoonnummer
 Postadres Plaats Provincie
 Provincie Land Postcode

Vragen over demografische gegevens

Geboortedatum Geslacht Relatiestatus
 Relatiestatus Bedrijfsnaam Militaire status

Informatie over werkplek

Functie Zakelijk telefoonnummer E-mailadres van je bedrijf

Je kunt naast gebruikersinformatie ook tot 3 vragen toevoegen. Voeg een bestaande vraag toe of maak een eigen vraag.
[+ Voeg een vraag toe](#)

[Terug](#) [Annuleer](#) [Volgende](#)





Dit zijn dan de mogelijkheden:

- Contactvelden
- Voornaam
- Achternaam
- Telefoonnummer
- Postadres
- Plaats
- Provincie
- Provincie
- Land
- Postcode
- Vragen over demografische gegevens
- Geboortedatum
- Geslacht
- Relatiestatus
- Bedrijfsnaam
- Militaire status
- Informatie over werkplek
- Functie
- Zakelijk telefoonnummer
- E-mailadres van je bedrijf

Denk goed na wat je vraagt van de gebruiker

Voor dit formulier gelden dezelfde regels als voor een formulier op je website. Des te meer informatie je vraagt, des te minder mensen zullen het invullen.

Wil je echt meer weten dan alleen de naam en het e-mailadres? Dan raad ik aan om dit in een later stadium te doen.





HOE MAAK JE EEN LEAD AD

Extra vragen toevoegen

Naast de gebruikersinformatie kan je ook extra open vragen toevoegen (maximaal 3). Facebook heeft al een aantal voorbeeldvragen voor je klaar staan zoals:

- Motorvoertuigen
- Automerk
- Automodel
- Inkorten
- Bouwjaar
- Autodealer
- Opleiding
- Vakgebied waarin je bent geïnteresseerd
- Huidig vakgebied
- Hoogste opleidingsniveau
- Wanneer ben je van plan je in te schrijven?
- Cursus waarin je bent geïnteresseerd
- Campuslocatie
- In welke opleiding ben je geïnteresseerd?
- E-commerce
- Hoe vaak wil je berichten van ons ontvangen?
- Een categorie selecteren
- B2B
- Grootte van bedrijf
- Grootte van verkoopteam
- Hoofdberoep
- Professionele services
- Type juridische service
- Gezondheidsverzekering
- Status zorgverzekeringsdekking
- Autoverzekering
- Jaarlijks gereden kilometers
- Hulp nodig?
- Hulp nodig?
- Waarnaar ben je op zoek?
- Wat is het probleem?
- Services selecteren
- Aankoopintentie
- Tijd om te kopen
- Tijd om mee te doen
- Grootte van budget
- Wachtlijst

Aanvullende vragen (tot 3)

Aangepaste vraag toevoegen

- Motorvoertuigen
 - Automerk
 - Automodel
 - Inkorten
 - Bouwjaar
 - Autodealer
- Opleiding
 - Vakgebied waarin je bent geïnteresseerd
 - Huidig vakgebied
 - Hoogste opleidingsniveau
 - Wanneer ben je van plan je in te schrijven?
 - Cursus waarin je bent geïnteresseerd
 - Campuslocatie
 - In welke opleiding ben je geïnteresseerd?
- E-commerce
 - Hoe vaak wil je berichten van ons ontvangen?
 - Een categorie selecteren





STAP 6: PRIVACY POLICY EN JURIDISCHE DISCLAIMERS

De privacy policy is een vereiste om een lead ad te mogen gebruiken. Het [privacy policy van Presult](#) is goedgekeurd, dus deze kan je aanpassen naar je eigen bedrijf. Even de naam van je eigen bedrijf invullen en op je eigen website plaatsen.

Leadformulier ✕

Privacybeleid en disclaimer toevoegen

Privacybeleid van bedrijf
De link naar je privacybeleid wordt samen met de standaard privacydisclaimer van Facebook weergegeven.

Door je gegevens te verzenden, gaat u ermee akkoord dat deze worden verzonden aan Presult, dat deze zal verwerken en gebruiken in overeenstemming met zijn privacybeleid. Bekijk het privacybeleid van Presult

Juridische disclaimers (optioneel)

Je bent verantwoordelijk voor de naleving van de plaatselijke wetgeving, waaronder wetgeving inzake de verzameling en het gebruik van telefoonnummers tijdens marketingactiviteiten. Het onderstaande formulier kan worden gebruikt om kennisgevingen en toestemmingsdisclaimers te verstrekken zoals vereist door de toepasselijke wetgeving.

De juridische disclaimers zijn eigenlijk nooit nodig in Nederland. Dus die kan je achterwege laten.



STAP 7: VOEG EEN LINK NAAR JE WEBSITE TOE

De een na laatste stap is het toevoegen van een link naar je website. Het is even afhankelijk van je proces, maar in de meeste gevallen voer je hier de link in naar de pagina waar de gebruiker de informatie kan downloaden waarvoor ze zich hebben ingeschreven. Of bij een webinar inschrijving kan je ze doorsturen naar een pagina waar ze meer informatie krijgen over het webinar.

Leadformulier ✕

Een link naar je website toevoegen
Wanneer iemand je formulier heeft ingevuld, kun je deze persoon vragen je site te bezoeken.

[Terug](#) [Annuleer](#) [Volgende](#)



HOE MAAK JE EEN LEAD AD

STAP 8: FORMULIER MAKEN

Bij de laatste stap krijg je een voorbeeld te zien van je formulier. Dit is eigenlijk niet zo spannend, want alles is leeg. Maar je kan nog wel even controleren of de informatie die je vraagt klopt.

Klik vervolgens op "Formulier maken" en je bent klaar.

Leadformulier

Bekijk een voorbeeld van je formulier

Dit is een voorbeeldformulier. Het is niet identiek aan het formulier dat gebruikers te zien krijgen.

Details van formulier

Naam
Test lead form

Taal
Nederlands

Bewerken **Terug** **Volgende**

E-mailadres

Volledige naam

Verzenden

🔒 Niets van wat je deelt, wordt geplaatst op Facebook. Deze informatie is verzonden naar Presult.

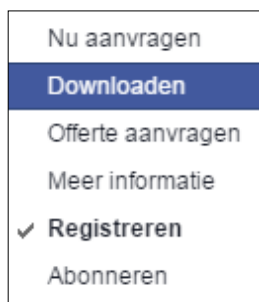
Terug **Annuleer** **Formulier maken**





STAP 9: ADVERTENTIE AFMAKEN

Het laatste wat je nog moet doen, is de advertentie zelf vormgeven. Dit is hetzelfde als alle andere advertenties, dus een tekst invullen die in de advertentie komt te staan, een linkbeschrijving en de overige informatie.



Denk goed na over de actie-knop. Hiervoor biedt Facebook 6 opties (Nu aanvragen, Downloaden, Offerte aanvragen, Meer informatie, Registreren en Abonneren) en ik zie te vaak dat hierin de verkeerde keuze wordt gemaakt. Bijvoorbeeld door "Meer informatie" te kiezen. Terwijl ze direct een formulier moeten invullen.

Lead Advertentie Tips

Hieronder een aantal tips die je kunnen helpen bij het maken van een optimale Facebook lead advertentie.

- 1. Zorg voor een duidelijke Call-To-Action;** Zoals bij elke andere advertentie is het belangrijk dat je de gebruiker vertelt wat ze moeten doen. Bijvoorbeeld "Klik op Download en ontvang de tips/kortingscode direct" of "Klik op Registreren om je aan te melden".
- 2. Behandel de advertentie als een landingspagina;** Alleen de advertentietekst en de afbeelding kunnen de gebruiker verleiden om actie te ondernemen. Waarom is je actie speciaal? Waarom moeten ze zich inschrijven? Maak dit duidelijk in de tekst en afbeelding.
- 3. Houd de Click-Through-Rate in de gaten;** De doorklikratio (CTR) is een belangrijke factor op basis waarvan Facebook besluit of je advertentie wel wordt getoond. Is deze te laag? Dan daalt het bereik en krijg je dus bijna geen leads meer. Pas de advertentie dan aan en kijk of de CTR omhoog gaat.
- 4. Test de actie-knop;** De actie-knop kan een groot verschil maken. Werkt de ene knop niet? Test dan een andere. Of probeer een keer dezelfde advertentie met een andere knop. Wie weet presteert die wel veel beter.

Vergeet niet om je wijzigingen te uploaden. Anders gebeurt er namelijk niks...

Zo, je lead advertentie staat online en dan?

Natuurlijk wil je weten waar je de leads kan vinden...





WAAR VIND IK MIJN LEADS

Je Facebook Leads vind je op de Facebookpagina zelf.

Ga hiervoor op je pagina naar "Publicatietools" en klik links op "Formulieren voor leadadvertenties"

Naast elk formulier vind je de knop "Download" waarmee je de leads direct kan downloaden.

Een groot nadeel is wel dat het een handmatig proces is. Er worden door Facebook geen

mogelijkheden geboden om de leads automatisch in je e-mailmarketingprogramma te importeren.

Maar gelukkig zijn er tools op de markt waarmee je dit wel kan realiseren...

The screenshot shows the Facebook interface with the 'Publicatietools' menu highlighted. The 'Formulierenbibliotheek' table contains the following data:

Naam	Landinstelling	Gemaakt	Aantal leads	Leads
Test lead form	Nederlands	22 januari 2016 om 10:54	0	Download
FB Optimalisatie 001	Nederlands	14 januari 2016 om 13:54	1	Download

Naast elk formulier vind je de knop "Download" waarmee je de leads direct kan downloaden.

Een groot nadeel is wel dat het een handmatig proces is. Er worden door Facebook geen

mogelijkheden geboden om de leads automatisch in je e-mailmarketingprogramma te importeren.

Maar gelukkig zijn er tools op de markt waarmee je dit wel kan realiseren...



LEADS AUTOMATISCH IMPORTEREN IN JE E-MAILMARKETINGPROGRAMMA

We houden natuurlijk niet van handmatige acties. Gelukkig zijn er verschillende bedrijven die hierop in hebben gespeeld. Zij bieden oplossingen om leads automatisch te importeren in je e-mailmarketingprogramma (zoals Mailchimp, Aweber en GetResponse) te importeren. De oplossing die ik ken zijn:

- [Driftrock](#)
- [Connectio](#)

Zelf gebruik ik Connectio en daar ben ik enorm tevreden over. Ik gebruik deze tool ook voor verschillende klanten en het werkt als een trein.





HOE ZIT HET MET DE KWALITEIT VAN DE LEADS?

Een van [de veelgehoorde reacties op Facebook's lead advertenties is](#): "Wordt het dan niet té makkelijk voor de gebruiker?". Ja, het wordt wel erg makkelijk. Maar mensen zijn zich tegenwoordig steeds beter bewust van waar ze zich voor inschrijven. Bij een klant zie ik niet dat het té gemakkelijk, de leads stromen niet binnen. Maar de kosten zijn wel lager dan via andere kanalen.

Dan heb je nog te maken met fictieve accounts met bijbehorende fictieve e-mailadressen. Ja, dat klopt. Maar daar heb je met gewone e-mailinschrijvingen ook mee te maken. Het voordeel nu is dat het e-mailadres in ieder geval correct is ingevuld.

Ik zie vaak zat dat mensen een typefout maken bv. homail.com of bbedrijfsnaam.nl.

Dit voorkom je met lead ads.





LEAD ADVERTENTIE VS WEBSITE KLIK ADVERTENTIE

Bovenaan had ik het al over lead advertenties versus website klik advertenties, maar hier wil ik nog even iets dieper op ingaan.

Want, is een lead advertentie wel beter/goedkoper dan een website klik advertentie?

Veel websites zijn tegenwoordig responsive (heb je dit niet, dan zou ik hier snel voor gaan zorgen). Daardoor kunnen mensen op hun mobiel je pagina ook goed bekijken. Hier kan je meer informatie kwijt dan in een advertentie waardoor **de conversies van deze pagina mogelijk hoger kunnen zijn dan voor je lead advertentie.**

Zelf heb ik nog altijd baat bij de lead advertenties (**kosten liggen gemiddeld 25% lager**), maar dat hoeft voor jou niet zo te zijn.





LEAD ADS VOOR DESKTOP?

Lead ads zijn voorlopig alleen beschikbaar voor mobiele telefoons, maar er is goed nieuws.

Facebook lijkt de functie ook naar de desktop te gaan brengen.

Helaas wordt dit al sinds begin september op verschillende blogs genoemd, maar is de functie nog niet beschikbaar gekomen. Het is dus even afwachten tot dit beschikbaar komt.

Ik kan in ieder geval niet wachten.

FACEBOOK ADVERTENTIES OPTIMALISEREN?

Presult heeft jarenlange ervaring met het opzetten en optimaliseren van Facebook Campagnes.

Goedkopere leads, betere leads en meer omzet uit je advertenties halen?

Neem dan contact op met Presult!

Mail naar patrick@presult.nl of stuur even een bericht op onze Facebook pagina

www.facebook.com/Presult/

