

ova.nl

# 31 Facebook Marketing Tips



Meer Bereik, Likes, Shares en  
Reacties op jouw Facebook  
Berichten

# 31 Facebook Marketing Tips voor meer Bereik, Likes, Shares en Reacties op jouw Facebook Berichten



## Vraag om een Like, Reactie, Tag of Share in je Facebook bericht

Door in je Facebook bericht te vragen of iemand een like wil achterlaten, of een reactie of iemand wil taggen of het bericht wil delen vergroot je simpelweg de kans dat iemand dit ook gaat doen. De wil is er vaak wel alleen soms moet je iemand even erop attenderen dat het mogelijk is en dat het wordt gewaardeerd.

Stel bijvoorbeeld eens de vraag 'Ken jij nog iemand voor wie dit mogelijk ook interessant is? Tag diegene dan even hieronder in de reacties, dat waardeer ik ;)' grote kans dat iemand daarop wel iemand zal gaan taggen.

## Betaal om je Facebook fans te bereiken

Je fans zijn bijna je belangrijkste doelgroep als het gaat om meer sales te draaien met je business of het verkrijgen van nieuwe leads.

Je fans zijn al geïnteresseerd in wat je doet en deze kennen je ook al vaak. Ze hebben al meerdere berichten van je gezien en mogelijk hebben ze ook al eens een aankoop gedaan bij je.

Vaak is het zo dat wanneer iemand je al een tijdje volgt en jij min of meer een connectie met diegene hebt opgebouwd, dat deze persoon eerder tot een actie zal overgaan.

Helaas is het zo dat Facebook jouw berichten niet altijd aan al jouw fans/likes toont, maar dit is simpel op te lossen. Al vanaf 1 euro per dag kun je je berichten 'boosten' aan bijvoorbeeld alle fans van jouw pagina. Hierdoor krijgt een veel grotere groep 'fans' jouw bericht te zien.

## Plaats je berichten strategisch op Facebook

Je wilt 'even' een bericht plaatsen, vijf minuten later zit je door je tijdlijn heen te scrollen en weet je niet meer waarvoor je eigenlijk naar Facebook bent gegaan... Herkenbaar?

Zo gaat het heel vaak, het is dus belangrijk om strategisch met Facebook om te gaan. Voor je het weet zit je de hele dag maar een beetje rond te hangen op Facebook en dat is nou niet bepaald productief.

Plan je berichten daarom in, door je berichten in te plannen ga je 1x naar je Facebook pagina en plan je bijvoorbeeld op 1 dag alle berichten voor de hele maand in. Je hoeft de hele maand niet meer terug naar Facebook en kunt je focussen op de dingen die er echt toe doen. Je onderneming ;)

## Gebruik een headline in je Facebook berichten

Wanneer je een bericht op Facebook plaatst begin dan met een headline, zeker wanneer je gaat adverteren op Facebook en de gene die je bereikt jou nog niet kennen. What's in it for me?

Iemand die jou nog niet kent zal zich afvragen waarom hij jouw post te zien krijgt en vraagt zich af wat je hem te bieden hebt. Zorg dat dit duidelijk is, schrijf een aantrekkelijke koptekst waarmee je iemand interesseert om je artikel te gaan

lezen.

## Kies je doelgroep strategisch

Om echt te gaan knallen op Facebook zul je moeten gaan adverteren, door te adverteren ga je een nieuwe doelgroep bereiken die geïnteresseerd zijn in jouw producten/diensten.

Kies je doelgroep daarom ook strategisch, je wilt ten slotte dat zo veel mogelijk mensen je bericht lezen maar ook vooral dat deze mensen relevant zijn aan jouw aanbod zodat zij met jou zaken kunnen doen.

Je kunt via Facebook jouw doelgroep enorm specifiek targeten. [Lees ook dit artikel over welke doelgroepen je echt moet bereiken!](#)

## Maak in je omslagfoto duidelijk waarom iemand jouw pagina moet volgen

Wanneer je adverteert ziet iemand je omslagfoto, wanneer iemand op je pagina komt zijn zij ook jouw omslagfoto. Je omslagfoto op je Facebook pagina is dus erg belangrijk, maak het interessant om jou te gaan volgen.

Plaats de benefits in je omslagfoto, waarom moet iemand jou volgen? Wat heb je hen te bieden? Wat maakt jou uniek? Wat kan iemand van jou verwachten? Wees duidelijk in wie je bent en wat je doet.

Bonustip: Plaats een pijl in de richting van de like button in je omslagfoto, zo gaat de aandacht van iemand naar de like button en zul je een positief verschil gaan zien in de hoeveelheid likes die je krijgt op je Facebook pagina.

## Neem je Facebook statistieken regelmatig door

In je Facebook statistieken vind je nuttige informatie om je Facebook pagina te optimaliseren, je vind er bijvoorbeeld op welke tijdstippen jouw doelgroep online is, en welke berichten het beste presteren op je pagina.

Door een kijkje te nemen bij je statistieken kun je veel leren over wat werkt en wat niet werkt. Je wilt natuurlijk zo goed mogelijke content creëren en zo veel mogelijk mensen bereiken. Hiervoor moeten zowel je content als de timing en targeting goed zijn.

# Review je Facebook advertentie campagnes

Wanneer je adverteert op Facebook, zorg dan dat je goede rapportages maakt over de prestaties van je advertentie. Hier kun je ontzettend veel van leren en de lessen die je hebt geleerd kun je in je volgende advertentie campagne weer goed gebruiken.

Nog steeds leer ik van iedere advertentie campagne en optimaliseren we de advertentie's iedere keer weer opnieuw. Zo kun je kijken of afbeeldingen met enkel tekst of juist met een afbeelding beter presteren, welke doelgroepen beter presteren, of de copywriting van je advertentie goed is maar ook hoe of je per klik moet willen betalen of per X aantal bereikte personen.

Wanneer je op grote schaal gaat adverteren is het een must om je Facebook rapporten goed op orde te hebben. [In dit artikel lees je alles over Facebook Rapportages.](#)

## Splittest je Facebook advertenties

Het klinkt heel fancy dat 'splittesten' maar eigenlijk is het heel simpel. Je maakt gewoon twee advertentie's aan waarin je kijkt welke beter presteert. Iedere keer leer je zo wat werkt en wat niet werkt.

De perfecte Facebook advertentie is een proces, je zult dus moeten gaan testen wat in jouw markt voor jou werkt. Dit is niet voor alles en iedereen hetzelfde. Ook niet iedere afbeelding presteert evengoed. Adverteren zit vol verrassingen ;)

Houd het wel leuk, ga geen tientallen splittesten tegelijk opzetten, dan raak je het overzicht kwijt.

## Koop GEEN Facebook Likes

Facebook likes kopen is echt een 'not-done' op Facebook. Ik kan me heel goed voorstellen dat je graag meer Facebook likes wilt, maar daar zijn andere en vooral betere manieren voor.

Wanneer je Facebook likes koopt worden deze mensen, en vaak ook robots, betaald per klik. Vaak zijn het nepprofielen en deze zijn dus niets waard. Je gaat nooit een euro verdienen aan deze profielen. Je kunt dus beter investeren in waardevolle likes.

In dit artikel over Facebook likes kopen ga ik verder in op welke manieren beter voor je zullen werken >>

## Gebruik geen externe tools om je berichten te plaatsen

Wanneer je berichten plaatst via externe tools zoals HootSuite en Buffer bijvoorbeeld kan het zijn dat je berichten anders worden getoond, en dan ook vooral minder worden getoond.

Daarbij komt dat Facebook zelf natuurlijk als eerste alle updates op haar eigen platform zal uitrollen, en dat je bij het gebruiken van dergelijke tools altijd achter de feiten aan zult lopen.

Je kunt bij Facebook zelf prima berichten plaatsen en inplannen. Zelf hebben we ook een tijdje met externe tools gewerkt maar eigenlijk werkt Facebook zelf gewoon makkelijker en beter. Ook bereik je nog eens meer personen. Super ;)

## Plaats geen YouTube video's op Facebook

YouTube video's worden door Facebook heel klein weergegeven, Facebook maakt die video's niet bepaald aantrekkelijk om te kijken. Daardoor krijg je minder interactie op YouTube video's en worden ze uiteindelijk dus minder vaak getoond aan Facebook gebruikers.

Logisch eigenlijk ook als je er bij gaat stilstaan, Facebook is bezig om met haar eigen video platform de concurrentie aan te gaan met YouTube. Facebook wilt dus eigenlijk dat iedereen Facebook video's gaat plaatsen.

Heb je toch een video die op YouTube staat en wil je die graag op je Facebook profiel delen? Download die video dan eerst met behulp van een YouTube Downloader en upload de video vervolgens weer op Facebook.

Wanneer je Facebook video gaat omarmen zul je zien dat je veel meer personen bereikt met een Facebook video dan met een YouTube video.

Wil je meer views op je YouTube video's via Facebook? Wat je wel kunt doen is een Facebook video plaatsen op je Facebook pagina en vervolgens als Call-to-Action een link naar je YouTube kanaal plaatsen. Zo kunnen gebruikers na je video zich toch nog abonneren op jouw YouTube kanaal.

## Gebruik afbeeldingen in je Facebook berichten, of juist niet...

Wat je van veel 'Social Media Experts' zult horen is dat je afbeeldingen moet toevoegen aan je Facebook content, want dat werkt beter...

Bij deze tip ga ik daar tegenin, de meest succesvolle campagne die ik heb gedraaid op Facebook (op het moment van schrijven) bevatte enkel en alleen een tekstuele tekst, en dus GEEN afbeelding.

MAAR dit wil dus niet zeggen dat dit altijd zo is. Over het algemeen ben ik het er wel mee eens dat afbeeldingen de aandacht trekken en dat je hierdoor vaak meer klikken krijgt op je advertentie.

Het gebruiken van een afbeelding in je advertentie is dus typisch een gevalletje wat je moet splittesten ;)

## Houd je berichten kort, of juist niet...

Soms moet je alle 'regels' van social media overtreden. Bijna iedere social media marketeer zal zeggen dat je je social media berichten kort en to the point moet houden want de tijd die iemand op Facebook zit wordt schaarser.

Wat ik mee maak in de praktijk is dat lange berichten soms beter werken dan korte berichten. Je kunt alle bezwaren van personen al wegnemen op Facebook. De klikken zijn soms iets duurder maar het conversiepercentage van de landingspagina is vervolgens hoger.

Sterker nog, wanneer je langere berichten schrijft kun je veel beter een verhaal kwijt en emotie in je bericht. Door het vertellen van verhalen zijn mensen veel meer geboeid en is de kans om hen te converteren vele malen groter.

Ook de lengte van je berichten raad ik je aan om te splittesten. De resultaten kunnen weleens verassend zijn ;)

## Reageer op de reacties van je Facebook pagina, of toch niet...

Nog iets wat veel social media marketeers aanraden maar wat niet per definitie de waarheid is. Veel marketeers zullen je vertellen dat je op alle reacties die binnen komen moet reageren, het is ten slotte SOCIAL media.

Het is met name belangrijk dat er interactie plaats vind op je berichten. Dit kun jij zelf doen door te reageren maar dit is absoluut niet noodzakelijk. Het is belangrijk om te kijken wat de resultaten zijn uit social media en of het het waard is om hier je tijd in te investeren.

Wat wel waar is is dat je door te reageren een sterkere band opbouwt met je klanten / fans. Hierdoor krijg je een betere connectie en zul je eerder over kunnen gaan op het converteren van je klanten.

## Ga 'behind the scenes'

Mensen vinden het leuk om te zien wat er achter de schermen gebeurt. Laat je zelf zien, laat zien wie het bedrijf is. Jezelf achter een logo verstoppen is ouderwets ;)

Door foto's en verhalen van achter de schermen te delen met jouw doelgroep maak je een sterke connectie, jouw doelgroep krijgt het gevoel jou echt te kennen en het creëert vertrouwen waardoor een potentiële klant eerder een aankoop bij jou zal doen.

## Gebruik Canva.com om afbeeldingen te maken

Het maken van mooie afbeeldingen kan soms best een opgave zijn wanneer je geen designer of vormgever bent.

Met Canva.com kun je ook als niet-vormgever hele toffe afbeeldingen maken. Het is super makkelijk, je kiest een afbeelding en plaatst daar vervolgens met twee klikken op de knop een tekst overheen.

Ook kun je heel gemakkelijk elementen aan je afbeelding toevoegen en heeft Canva.com een gratis design school. Je leert dus alles over de trends en hoe je mooi kunt vormgeven.

Canva.com zelf is gratis, je kunt er voor kiezen om hun stockfoto's te gebruiken alleen dan betaal je 1 euro per stockfoto die je hebt gebruikt. Je kunt natuurlijk ook altijd je eigen foto's nog gebruiken.

## Pas retargeting toe op Facebook

Wanneer je met een klein budget wilt gaan adverteren op Facebook raad ik je aan om zeker retargeting te gaan toepassen. Hiermee kun je jouw eigen websitebezoekers een advertentie laten zien op Facebook.



Jouw eigen websitebezoekers zijn op jouw website gekomen omdat ze bijvoorbeeld via google zochten op een artikel welke op jouw website staat, of omdat jouw website is aangeraden door iemand anders. Dit betekent dat de bezoeker echt geïnteresseerd is in wat jij te bieden hebt.

Deze doelgroep is dus super krachtig om te gebruiken wanneer je gaat adverteren op Facebook. Dit is ook de eerste doelgroep die je moet gaan aanmaken!

## Maak gebruik van je websitebezoekers

Je websitebezoekers zijn een enorm warme doelgroep en die kun je zeker gebruiken om je Facebookpagina effectiever te maken en te laten groeien.

Heb je er bijvoorbeeld weleens aan gedacht om een 'like-box' op je website te plaatsen. Je ziet dan direct wie jouw pagina liken en jouw websitebezoekers kunnen dan ook direct jouw pagina liken. Ook geeft het direct een stukje vertrouwen omdat andere mensen jouw pagina al hebben geliked.

Ook kun je een 'custom audience' aanmaken van je websitebezoekers, zo kun je hen altijd targeten via Facebook en hen speciale aangepaste advertentie's laten zien.

Ook kun je mensen laten reageren via Facebook. Wanneer iemand dat op jouw blog reageert dan kunnen zijn/haar vrienden dit zien. Er vanuit gaande dat een deel van de vrienden dezelfde interesses heeft als die persoon zijn dit waardevolle personen om dit mee te delen.

Social Sharing of te wel BetaalSociaal is ook een enorm krachtige tool om jouw bereik via Social Media vanaf je website enorm te laten groeien. Wat je met BetaalSociaal kunt doen is dat je bepaalde content zoals een ebook of een korting kunt verbergen. Personen moeten dan eerst een bericht delen via bijvoorbeeld Facebook voordat ze toegang krijgen.

## Maak gebruik van de resources die je al hebt

Heb jij al een grote following op Twitter of heb je al een emaillijst? Maak daar dan gebruik van! Deel jouw Facebookpagina en berichten via deze kanalen en vergroot hiermee het bereik van jouw facebookpagina.

Heb je een fysieke winkel, vraag dan aan je klanten of ze je pagina willen liken voor bijvoorbeeld 5% korting of een gratis flesje water. Zeker als fysieke winkel

kun je op deze manier super snel groeien met je Facebookpagina. Wanneer je in een winkelcentrum bent gevestigd heb je de inloop al.

## Maak een Facebook groep aan

Maak een groep aan op Facebook over een bepaald onderwerp waar jij business in doet. Het mooie aan een Facebook groep is dat deze kan groeien, ook zonder jou.

Wanneer je een Facebook groep aanmaakt over een specifiek interesse gebied zullen mensen zelf een community gaan worden en ook anderen uitnodigen om lid te worden van de groep.

Voor de eerste leden moet je natuurlijk wel even moeite doen, maar als je eenmaal een actieve groep hebt gecreëerd dan gaat de groep ook uit zichzelf groeien.

Jij als eigenaar van de groep kunt berichten plaatsen en vastzetten in de groep, hier kun je bijvoorbeeld een bericht plaatsen met de oproep om jouw pagina ook te liken.

## Post strategisch & consistent op je Facebook pagina

Op welke tijdstippen en dagen jouw doelgroep online is en wanneer je dus het beste kunt posten, dat vind je in de statistieken van je Facebook pagina. Hier kun je dus een strategie uit gaan opmaken maar hoe vaak moet je dan een bericht plaatsen?

Hoe vaak je een bericht plaatst maakt niet zoveel uit, belangrijk is dat je dit consistent doet. Of je nu 2x per dag een bericht plaatst of 6x per dag het is om het even, als je fans maar er op aan kunnen dat je iets plaatst met enige regelmaat.

Je bericht wordt slechts aan een klein percentage van je Facebook fans getoond en een tijdlijn raakt nooit vol je kunt dus gerust 2, 4 of 6x per dag posten maar zorg ervoor dat het interessant is! Kwaliteit gaat ALTIJD boven kwantiteit.

## Begin met het maken van Facebook Video's

Facebook geeft voorrang aan Facebook video's ten opzichte van YouTube video's. Met Facebook video's krijg je een veel groter bereik dan met andere

video's of berichten, dit omdat Facebook de concurrentie aan is gegaan met YouTube wat betreft video.

Ook wanneer je gaat adverteren moet je echt eens een Facebook video proberen, je krijgt op het moment van schrijven een super groot bereik tegen lage advertentiekosten. Dit is het moment om in video marketing te gaan duiken en gebruik te maken van de kansen die er vandaag de dag voor je liggen.

## Adverteer op Facebook

Facebook adverteren staat op het punt waar Google Adwords 10 jaar geleden stond, je kunt nu nog goedkoop adverteren en mega-resultaten krijgen door te adverteren op Facebook.

Je kunt je business onwijs vergroten door je doelgroep te vergroten, via Facebook kun je letterlijk voor een paar cent per websiteklik adverteren. Probeer het eens uit ;)

## Conversies VS. Likes & Shares

Zo'n twee weken geleden was ik op bezoek bij een klant, waarvoor ik adverteer op Facebook, om de resultaten van de afgelopen maand door te nemen. De klant gaf aan dat het aantal likes & shares op de advertentie tegenviel...

Het ging om een advertentie met als doel om nieuwe naam en emailadressen op de mailinglijst te krijgen, over die aantallen was hij dan wel weer tevreden.

Er waren letterlijk 5 likes. 2 reacties en 0 shares op die advertentie, maar wel honderden nieuwe naam en emailadressen waar hij direct nieuwe sales uit wist te krijgen.

Tijdens die meeting heb ik uitgelegd dat een advertentie 1 doel heeft, in dit geval meer naam en emailadressen. We kunnen natuurlijk ook een advertentie aanmaken die voor veel likes en shares gaat zorgen maar dat levert niet direct resultaat op, het bouwen aan een mailinglijst wel.

Wanneer er geen likes, reacties of shares op je bericht komen kan het nog wel zijn dat de advertentie super goed presteert. Het is dus absoluut niet erg wanneer je een keer geen interactie op je bericht is. Als het bericht maar voldoet aan het doel wat jij voor ogen hebt met het bericht.

## Focus niet op pagina likes

Het is onwijs leuk om veel pagina likes te krijgen op je Facebook pagina en veel ondernemers focussen zich hier dan ook op. Maar als je veel pagina likes wilt dan kun je deze net zo goed kopen. Naar mijn visie zijn pagina likes leuk maar niet een hoofddoel.

Pagina likes moet een bijzaak zijn, je bent op Facebook aanwezig om business te doen en aan je bedrijf te werken. Je kunt beter 3 likes hebben en via een advertentie duizenden mensen bereiken die relevant voor je zijn dan 10.000 likes hebben waarvan de helft neppe profielen zijn.

Focus op het resultaat wat je uit Facebook krijgt, niet zozeer op de pagina likes van je pagina. Je kunt nog zo veel likes hebben op je pagina maar dit betekent niet dat je succesvol bent.

## Pagina likes VS. emailadressen

Het bouwen aan je Facebook strategie is ontzettend waardevol maar besef je wel dat je bouwt aan iets wat niet van jezelf is. Je bouwt aan iets wat van Facebook is, wanneer Facebook minder populair wordt dan ben je hetgeen je hebt opgebouwd kwijt.

Om deze reden is het van belang om je Facebook fans en pagina likes te converteren naar leads. Je doel moet zijn om van deze fans hun naam en mailadres op een mailinglijst te krijgen. Een mailinglijst is namelijk van jou, en die kun je altijd mailen met iets nieuws of met updates over hetgeen je doet.

Een combinatie van Facebook en email is het meest krachtige, doe dus met enige regelmaat een campagne waarmee je de naam en emailadressen van je fans krijgt en op een maillijst kunt plaatsen.

## Plaats niet meer dan 20% tekst op je afbeeldingen

Een afbeelding is visueel, die hoort niet vol te staan met tekst. Zo vindt ook Facebook, van Facebook mag je afbeelding voor 20% uit tekst bestaan wanneer je gaat adverteren. Houd je hier ook aan...

Wanneer een bericht op Facebook viraal gaat wil je dit soms wel eens stimuleren door je bericht te 'boosten' maar wanneer je afbeelding meer dan 20% tekst

bevat kan dit niet, en kun je dus niet het maximale uit je bericht halen.

## Boost je 'winners'

In plaats van al je berichten te boosten kun je ook alleen je 'winners' extra boosten. Wanneer een bericht meer aandacht krijgt dan een gemiddeld bericht kun je dit zien als een 'winner'. Je herkent deze posts aan het grotere bereik, meer reacties, meer likes & meer shares dan een normale post.

Van je 'winners' weet je al dat deze posts aanslaan en dus is het goed om deze berichten te boosten voor een maximaal bereik. Je kunt hiermee ook direct je doelgroep uitbreiden.

## Maak een 'lookalike' audience

Wanneer je aan het adverteren bent is één van de doelgroepen die je zeker weten moet aanmaken een look a like audience. Je kunt in Facebook een klanten bestand van jouw bestaande klanten uploaden en Facebook zoekt dan personen die lijken op de personen die al eens een product of dienst bij jou hebben afgenomen en maakt hier een doelgroep van.

Wanneer je jouw bereik enorm wilt vergroten is dit ideaal, en vertrouw op Facebook ;) Facebook heeft onwijs veel data en weet wel wat ze aan het doen zijn. Dit klusje kun je gerust aan Facebook over laten.

## Plaats verschillende type content

Wissel het type content dat je plaatst af, zo blijft het altijd leuk om jouw pagina te volgen. Niet iedereen consumeert de content op dezelfde manier. Sommige mensen hebben de voorkeur aan een video en sommige mensen hebben een voorkeur voor tekst.

Door verschillende type content te plaatsen blijft je pagina interessant voor jouw gehele doelgroep. Soms is het lastig om te bedenken wat je nu weer moet posten, om die reden heb ik nog een blog geschreven met meer dan 40 ideeën voor verschillende type content. [Lees hier meer over content ideeën voor Facebook >>](#)

