



Facebook

Facebook blev grundlagt af Mark Zuckerberg i 2004, mens han studerede på Harvard University. Oprindeligt var Facebook et socialt netværk, der var beregnet til at være en onlineversion af Harvard's studenterkartotek, men det blev senere udvidet til andre universiteter og til sidst til offentligheden. I de følgende år oplevede Facebook eksplosiv vækst og blev en af de mest populære sociale medieplatforme i verden.



Brugere i verden

Ca. 1,9 mia.

Brugere i Danmark

4,1 mio.



Karakteriska

Billedbåret, tekst og video. Mulighed for at følge og kommentere billeder. Algoritmebaseret.



Begreber & gloser

Stories, opslag, Reels, følgere, Likes, Views, delinger, følgere og kommentarer



Belønning & samspil

Likes, Views, delinger følgere og kommentarer



Primære målgrupper

Ifølge DRs medieforskning var 65 % af danskerne på FB dagligt i 2022. Det er en bred population af danskere, der bruger platformen, men særligt fra 19-70 år (81% af brugerne)



Primære anvendelse

Holde kontakt til venner og bekendte, deltage i netværk (personlige, faglige, sport, hobby,). Facebook har haft en mission om at skabe mere værdifulde relationer mellem mennesker, og den mission skal du forstå og lære at 'tappe' ind i, hvis du som virksomhed vil have succes på mediet.



Vigtigt at vide

Tænk Facebook som en middag med vennerne. Her kan alt vendes fra ferier og børn til interesser som musik, havearbejde, dyr og så videre. Mange faglige områder finder vej ind i grupper, der kan være offentlige eller lukkede. Mange ser videoer uden lyd, så husk undertekster.



Markedsføring

Facebook har betalt annoncering. Det er vigtigt, at tonen i det generelle indhold også er tonen i annonceringen. Men da folk er blevet mere vant til at shoppe på nettet lokker gode tilbud nemt og du kan hurtigt trække folk fra interesse til køb.

Det vigtigste er, at dine budskaber passer til dit brand på tværs af platforme, så brugeren kan kende dig på tværs. Husk at lave markedsføring fra top til low funnel, med branding og awareness i top, lead generering i mid og remarketing i low. Du kan annoncere på stort set alle dele af platformen (feed, story etc.)



Annoncetyper

Der er flere annoncetyper, men disse er de vigtigste at kende:

- **Fotoannoncer:** Standardannoncen som inkluderer et foto, der kan være kvadratisk (1080 x 1080 px) eller liggende.
- **Videoannoncer:** Videoannoncer er stort set det samme som fotoannoncer, bare i videoformat. Disse kan også være firkantede eller liggende, de kan omfatte lyd og kan vare i op til 60 sekunder.
- **Karrusel-annoncer:** Karrusel-annoncer indeholder flere billeder eller videoer, som brugerne kan swipe gennem i det samme indlæg.



Placeringer

Udover almindelige annoncer i feedet, er der flere placeringer, hvor man kan lægge sit indhold på, bl.a.:

- **Stories annoncer:** Viser ikke i dit feed, men i dine historier. De skal være 1920 x 1080 px for at se bedst muligt ud. Der kan laves enten billed- eller videoannoncer med længdegrænser. Billeder vises i 5 sekunder, og videoannoncer kan have en længde på op til 15 sekunder. Når du opretter en story på Facebook, kan du dele billeder, videoer og opslag, som kun kan ses i 24 timer. Du kan altid gå tilbage til de historier, du har del, i dit historiearkiv.
- **Reels:** Med Reels kan du optage og redigere korte videoer. Her kan du tilføje musik, effekter og stemmeindtaling til de klip, du optager, samt administrere hvem der kan se dine reels eller bruge din lyd.



Priser

Minimum 1\$ = ca. 8 kr. pr. dag pr. annoncesæt



KPI'er

Views, kliks, modtagere på nyhedsbreve, salg/omsætning, trafik til hjemmeside