

## **Belajar facebook ad targeting dalam semalam**



Dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif harian dan waktu penggunaan rata-rata 35 menit per pengguna, Facebook menjadi tempat paling ideal untuk iklan B2C dan B2B. Facebook memiliki ratusan penargetan dan pilihan demografi iklan. Untuk mendapatkan hasil iklan yang maksimal, Anda harus menetapkan target. Bagaimana caranya?

### **Pahami dulu ragam jenis Facebook Ad targeting**

Seperti yang saya sebutkan, ada ratusan cara untuk menargetkan orang. Anda juga dapat menggunakan kombinasi beberapa metode penargetan di bawah ini:

Create a Saved Audience X

---

Audience Name

---

Custom Audiences ?

[Exclude](#) | [Create New](#) ▼

Locations ? People who live in this location ▼

United States

📍 **United States**

📍 Include ▼ |  Browse

[Add Locations in Bulk](#)

Age ? 18 ▼ - 65+ ▼

Gender ? All Men Women

Languages ?

**Potential Audience:**  
Potential Reach 235,000,000 people ?

**Audience Details:**

- Location - Living In:
  - United States
- Age:
  - 18 - 65+

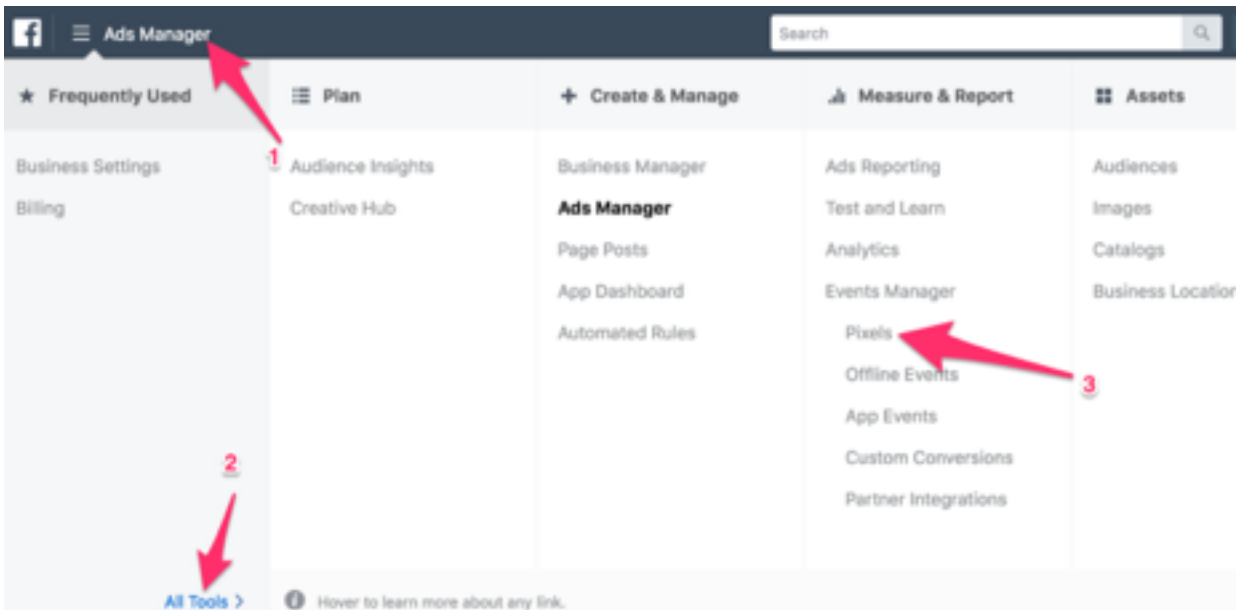
Cancel
Create Audience

- **Lokasi.** Anda dapat menargetkan pengguna menurut negara bagian, lokalitas, kode pos, negara, dll. Atau yang lebih spesifik, seperti menargetkan tempat bekerja dan tempat tinggal.
- **Demografi.** Demografi berarti data yang berkaitan dengan populasi, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, status pernikahan, dll.
- **Minat.** Minat sangat membantu dalam menentukan target pasar. Misalnya Anda memiliki toko eCommerce yang menjual VCD R & B, ini bisa menjadi bahan target.
- **Perilaku.** Perilaku ditargetkan menggunakan Facebook Pixel. Pixel adalah bagian dari kode yang melacak perilaku pengguna sehingga Anda dapat menampilkan iklan kepada orang-orang yang berperilaku tertentu
- **Keterlibatan.** Keterlibatan adalah ketika seseorang berkomentar, like, atau mengikuti Anda di media sosial.
- **Koneksi partner.** Metode periklanan ini menampilkan iklan berdasarkan perilaku pengguna yang diluncurkan dari Facebook. Misalnya, jika Anda adalah dealer mobil, targetkan pengguna yang baru-baru ini mengajukan permohonan untuk pinjaman mobil baru.
- **Pengoptimalan otomatis.** Gunakan banyak opsi demografi dan target di atas untuk membidik pemirsa yang bekerja untuk perusahaan Anda. Facebook akan secara otomatis mengoptimalkan audiens untuk Anda.

## Tingkatkan konversi secara dramatis dengan Facebook Pixel

Facebook Pixel adalah kode unik yang Anda pasang di backend website Anda. Kode ini akan melacak perilaku pengguna di situs sehingga Anda dapat menargetkan pengunjung web berdasarkan perilaku mereka. Tujuan menggunakan Pixel adalah untuk mengoptimalkan Iklan Facebook Anda dan audiens berdasarkan perilaku pengguna dan data yang dikumpulkan. Lalu, bagaimana cara memasang Pixel ini?

Pertama, buat Pixel untuk situs Anda. Masuk ke Ads Manager, klik All Tools, kemudian pilih Pixels.



Anda akan diminta untuk menyiapkan Pixel, menyetujui persyaratan, dan menamai Pixel. Kemudian, menginstalnya di situs Anda. Pilih menginstal Pixel secara manual.



### Use an Integration or Tag Manager

Facebook pixel currently integrates with **BigCommerce**, **Google Tag Manager**, **Magento**, **Segment**, **Shopify**, **Squarespace**, **Wix**, **WooCommerce** and many more. [Learn about platform integrations.](#)



### Manually Install the Code Yourself

We'll walk you through the steps to install the pixel code.



### Email Instructions to a Developer

Send the installation instructions to a developer to install the pixel code for you.

Untuk menginstal kode, Anda cukup copy-paste ke header website.

## 2 Copy the entire pixel code and paste it in the website header

Paste the pixel code at the bottom of the header section, just above the `</head>` tag. Facebook pixel code can be added above or below existing tracking tags (such as Google Analytics) in your site header.

☐ Use Advanced Matching ⓘ

Improve the ability to match site visitors to people on Facebook by passing additional site visitor information (such as email address or phone number). [Learn more about advanced matching and data security.](#)

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '474047202730902');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

Temukan kode `<head>` di website Anda. Instal Pixel di dalam header. Sebagai contoh, lihat ini:

```
<!-- Example -->
!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <script>...</script>
    insert_pixel_code_here
  </head>
```

Selanjutnya, Anda akan menyiapkan event khusus yang ingin Anda lacak. Perilaku yang akan Anda lacak disebut Events. Misalnya, untuk melacak Lead Generation, Anda akan beralih ke tombol Lead Generation, kemudian copy-paste kode snippet ke bagian `<script>` dari halaman tempat Anda melacak prospek, seperti ini:

## Add the events you'd like to track

Select the event categories that are meaningful to your business, and choose how you'd like to track them.

☐ Purchase

☒ Generate Lead

[Hide Instructions](#)

**Track Event on Page Load**

Track Event on Inline Action

### Copy generate lead event code

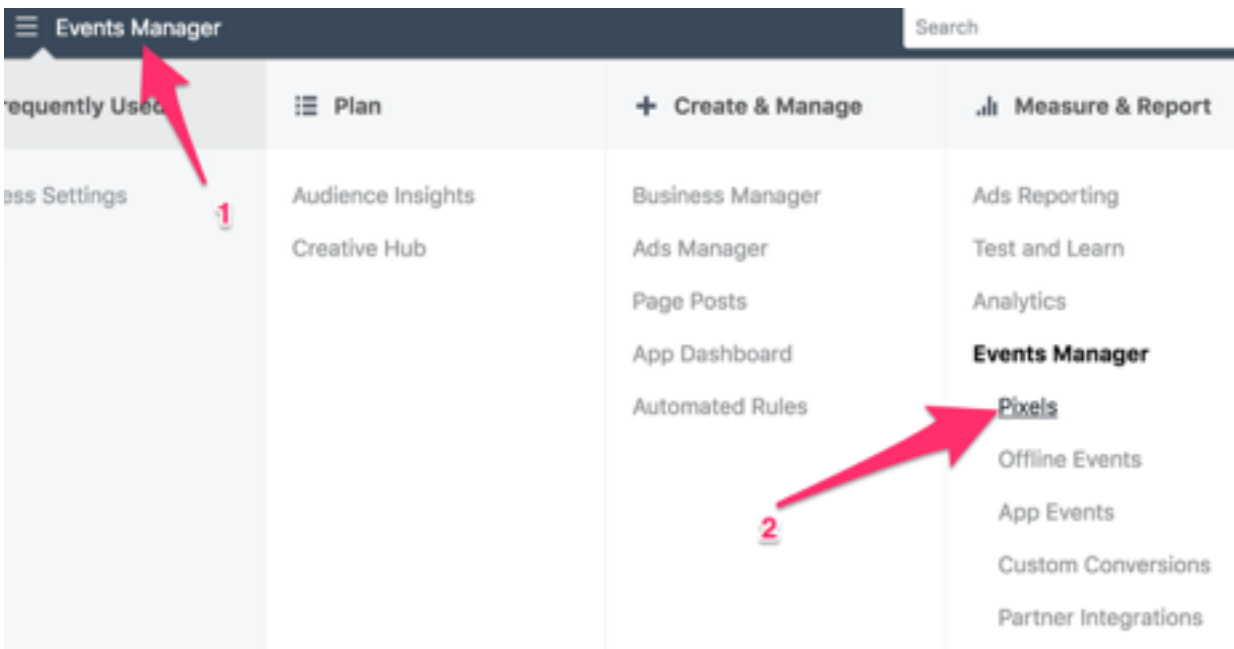
Copy the event code snippet. You can **add parameters** to send additional on-page data.

☐ Send Event Parameters ⓘ

```
<script>
  fbq('track', 'Lead');
</script>
```

### Cara set up Event Tracking untuk Pixel yang sudah ada

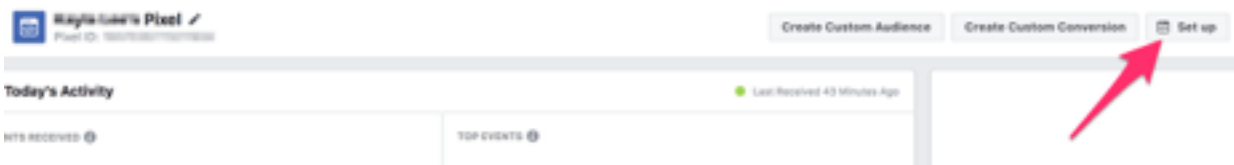
Jika Anda sudah menggunakan Pixel dan ingin mulai melacak Events baru, buka halaman Events Manager kemudian pilih Pixels.



Selanjutnya, klik Details.



Kemudian, klik Set Up.



Langkah ini akan membawa Anda kembali ke opsi untuk menginstal kode snippet secara manual. Klik instal secara manual dan ikuti langkah-langkah di atas untuk menginstal kode.



### Use an Integration or Tag Manager

Facebook pixel currently integrates with **BigCommerce**, **Google Tag Manager**, **Magento**, **Segment**, **Shopify**, **Squarespace**, **Wix**, **WooCommerce** and many more. [Learn about platform integrations.](#)



### Manually Install the Code Yourself

We'll walk you through the steps to install the pixel code.



### Email Instructions to a Developer

Send the installation instructions to a developer to install the pixel code for you.

## Cara sukses membangun audiens Facebook

Membangun audiens Facebook membutuhkan waktu lama karena untuk hasil terbaik, Anda ingin audiens menjadi spesifik, tetapi tidak terlalu spesifik. Langkah pertama dalam menciptakan audiensi yang sangat spesifik yakni dengan mengenal pribadi pelanggan. Anda dapat membuat avatar pelanggan untuk membantu Anda mengatur Facebook Audiences yang sukses. Berikut ini contoh avatar pelanggan yang baik. Perhatikan seberapa spesifiknya:



CUSTOMER AVATAR

AGENCY ERIC

GOALS AND VALUES

Goals:

- Eric wants to...
- Increase agency business
- Increase the capabilities of his team
- Scale his business

Values:

- Eric is committed to...
- Professional development for he and his employees
- Providing value for his clients
- Using "white hat" marketing principles

Age: 40

Gender: Male

Marital Status: Married

#(Age of Children: 2 (Age 8 & 10)

Location: Orlando, Florida

CHALLENGES & PAIN POINTS

Challenges:

- Eric is challenged with...
- Scaling his agency business
- Finding , training and retaining top marketing talent
- Keep his marketing skills sharp while being CEO.

Pain points:

- Eric's pain points are...
- Fear of losing business to competitors
- Fear of his agency falling behind the digital marketing scene

SOURCES OF INFORMATION

Books: Good to Great / Think & Grow Rich

Magazines: Wired / Fast Company

Blogs/Websites: AdAge / DigDay / Social Fresh

Conferences: Content Marketing World / SXSW

Gurus: Jay Baer / Joe Pulizzi / Christopher Penn

Other: Spends time on LinkedIn looking for talent

Quote: "I surround myself with people smarter than me."

Occupation: Digital Marketing

Job Title: CEO/Founder

Annual Income: \$150,000

Level of Education: College Graduate

Other: Spends time on LinkedIn looking for talent

OBJECTIONS & ROLE IN PURCHASE PROCESS

Objections to the sale:

- Does the training fit an existing service or a new service he can offer to his clients.
- How long he and his team member will be "out of pocket" doing the training

Role in the Purchase Process:

- Eric is the decision maker. He buys digital marketing training to keep himself and his team sharp. He's not worried about the price point if he knows the training will give he and his team an edge in the marketplace.

Selain itu, ada tiga jenis audiens Facebook. Setiap jenis memiliki kelebihanannya masing-masing, coba cermati ini:

## Reach the People Who Matter to You

Create and save audiences to reach the people who matter to your business. [Learn More](#)

### Custom Audiences

Connect with the people who have already shown an interest in your business or product with Custom Audiences. You can create an audience from your customer contacts, website traffic or mobile app.

Create a Custom Audience

### Lookalike Audiences

Reach new people who are similar to audiences you already care about. You can create a lookalike audience based on people who like your Page, conversion pixels or any of your existing Custom Audiences.

Create a Lookalike Audience

### Saved Audience

Save your commonly used targeting options for easy reuse. Choose your demographics, interests, and behaviors, then save them to reuse in future ads.

Create a Saved Audience

- **Facebook Saved Audiences.** Yakni audiens yang dapat Anda buat, simpan, dan gunakan lagi pada campaign selanjutnya. Jika Anda tahu demografi target pasar Anda dengan baik, Anda dapat menggunakan info itu untuk membuat audiens untuk digunakan kembali di berbagai campaign.
- **Facebook Custom Audiences.** Yakni kategori konversi tertinggi. Unggah daftar email atau nomor telepon prospek di mana Anda ingin menampilkan iklan. Anda juga dapat mengatur pengecualian untuk email atau nomor pada daftar itu.
- **Facebook Lookalike Audiences.** Setelah Anda membuat beberapa Custom Audiences, Anda dapat mulai menggunakan opsi Lookalike Audiences untuk menargetkan pengguna yang serupa dengan target yang Anda tetapkan dalam Custom Audiences.

Source:

<https://sproutsocial.com/insights/facebook-ad-targeting/>

<https://unsplash.com/>