

De Spiekbrief

Hoe bereik ik Facebookgebruikers?

Op Facebook bereik je gebruikers op 3 manieren:

1. **Organisch:** gratis bereiken van fans.
2. **Viraal:** gratis bereiken van vrienden van fans.
3. **Betaald:** betaald bereiken van gebruikers binnen een specifieke doelgroep.

Ik vertel je straks hoe je je bereik vergroot op deze drie manieren, en hoe je met meer potentiële klanten in contact komt. Eerst wil ik je vertellen hoe je maximaal profiteert van deze 3 manieren van bereik.

Populariteit is het sleutelwoord.

De populariteit van je bericht heeft enorm veel invloed op het bereik. Maar wat veel mensen niet weten, is dat de populariteit óók invloed heeft op de kosten voor het promoten van je bericht. Het aantal acties op een bericht bepaalt de populariteit ervan: hoe vaker je bericht geliket en gedeeld wordt en hoe vaker erop gereageerd en geklikt wordt, hoe populairder je bericht is. Hoe groter je bereik is. En hoe lager je promotiekosten zijn.

Dus, om maximaal te profiteren van de 3 manieren van bereik moet een bericht populair zijn!

Facebookmarketing.

Facebook wijzigde haar beleidsregels in augustus 2013 om het voor kleine en middelgrote bedrijven eenvoudiger te maken om marketingdoelen te bereiken. Sindsdien kunnen deze bedrijven winacties voeren op de tijdlijn van hun Facebookpagina. Deze acties heten 'tijdlijnacties'.

Een tijdlijnactie is een bericht waarin gebruikers wordt gevraagd om een actie uit te voeren op het bericht, om zo deel te nemen en kans te maken op een prijs. Bedrijven mogen gebruikers vragen om:

- het bericht te liken
- te reageren op het bericht.

Het is dus niet toegestaan om gebruikers te vragen om je bericht te delen of om erop te klikken!

Gebruikers vragen om je bericht te liken of erop te reageren kan op allerlei creatieve manieren. Een doordachte tijdlijnactie heeft, naast het bereiken van een groot publiek, ook andere doelen.

Tijdelijknacties zijn zeer geschikt om:

- Informatie te verzamelen over jouw doelgroep.
- Betrokkenheid met gebruikers te vergroten.
- Naamsbekendheid te vergroten.
- Interactie met fans te vergroten.
- Je product of dienst onder de aandacht te brengen.
- Je evenement onder de aandacht te brengen.
- In contact te komen met vrienden van fans.
- In contact te komen met nieuwe klanten.

Nu je weet wat een tijdelijknactie is en voor welke doelen je deze kunt inzetten, leg ik je uit hoe je maximaal kunt profiteren van de 3 manieren van bereik op Facebook.

Organisch bereik: fans gratis bereiken.

Organisch bereik is het bereik dat Facebook jou gratis geeft. Je kunt gebruikers op meerdere manieren organisch bereiken. Via het nieuwsoverzicht bereik je een bepaald percentage van je fans op organische wijze: zij zien jouw bericht voorbijkomen als ze het nieuwsoverzicht bekijken. Fans kunnen je bericht ook organisch zien wanneer ze jouw pagina bezoeken. Niet-fans kunnen jouw pagina natuurlijk ook bezoeken: zij zien je bericht dan ook organisch.

Bij het organisch bereiken van Facebookgebruikers richten wij ons op het nieuwsoverzicht. Dit is eenvoudiger te beïnvloeden dan gebruikers naar jouw pagina te leiden.

Hoe bevordert een tijdelijknactie het organische bereik van mijn bericht?

Organisch bereik op Facebook is sterk afhankelijk van de **populariteit** van een bericht. Populaire berichten worden bij méér fans in het nieuwsoverzicht getoond. De populariteit van een bericht wordt niet alleen bepaald door het aantal likes, shares (hoe vaak het gedeeld is) en reacties. Ook het aantal klikken op een bericht bepaalt de populariteit ervan. In een tijdelijknactie vraag je gebruikers om een actie uit te voeren (liken of reageren). Hoe meer acties gebruikers ondernemen, hoe populairder je bericht wordt. Dit bevordert het organische bereik van je bericht.

Viraal bereik: vrienden van fans gratis bereiken.

Viraal bereikte gebruikers zien jouw bericht omdat een van hun Facebookvrienden een actie heeft uitgevoerd op jouw bericht. Viraal bereik ontstaat door liken, delen en reageren op een bericht (zie Afbeelding 1).



Afbeelding 1. Viraal bereik door liken, delen en reageren op jouw bericht.

Als iemand jouw bericht liket, deelt of erop reageert, dan wordt deze actie getoond aan zijn of haar meest relevante vrienden. Dat zijn de Facebookvrienden met wie deze persoon recentelijk contact heeft gehad, zoals via de chat of een Facebookbericht. De interesses van zijn of haar vrienden bepalen ook of het bericht getoond wordt.

Facebook toont paginabeheerders niet hoeveel gebruikers viraal worden bereikt. Het virale bereik wordt bij het organische bereik opgeteld (zie Afbeelding 2).

▼ **Wat is het verschil tussen organisch, viraal en betaald bereik?**

Het bereik van een bepaald bericht is afhankelijk van de mate waarin mensen er iets mee doen.

- **Organisch bereik:** het aantal unieke personen dat je bericht heeft gezien in hun nieuwsoverzicht of op je pagina, inclusief de personen die het bericht hebben gezien door een verslag dat is gedeeld door een vriend(in) toen hij/zij je bericht leuk vond, op je bericht reageerde of je bericht deelde, een vraag beantwoordde of op een evenement reageerde.
- **Betaald bereik:** het aantal unieke personen dat je bericht heeft gezien via een advertentie.

Opmerking: viraal bereik wordt nu gerekend als deel van het organische bereik.

Je leest het antwoord van Help voor desktopversie. Lees meer informatie in [onze andere helpcentrums](#).

Afbeelding 2. Screenshot van het helpcentrum van Facebook (2013).

Ik heb artikelen gelezen waarin staat dat Facebook het virale bereik bij het organische bereik optelt om de statistieken eenvoudiger en overzichtelijker te maken. Maar ik denk niet dat dit de voornaamste reden is geweest: volgens mij is het vooral een slimme truc geweest om het minder op te laten vallen dat pagina's organisch minder fans bereiken. De informatie uit het screenshot wordt inmiddels niet meer getoond in het helpcentrum van Facebook.

In 2013 werd er in je statistieken dus nog onderscheid gemaakt tussen organisch,iraal en betaald bereik. Afbeelding 3.1 laat zien dat er zo'n 400 gebruikers viraal zijn bereikt. Afbeelding 3.2 laat de statistieken van eind 2014 zien. Je weet dat er tussen de 0 en 3252 gebruikers viraal bereikt zijn, omdat het virale bereik wordt meegeteld bij het organische bereik; het exacte virale bereik wordt niet meer getoond.

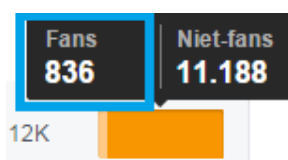


Afbeelding 3.1. Statistieken bereik in maart 2013.



Afbeelding 3.2. Statistieken bereik in november 2014.

Het is nog wel mogelijk om te zien hoeveel fans jouw bericht heeft bereikt:



Afbeelding 3.3. Statistieken organisch bereik in november 2014

Omdat organisch bereik het gratis bereik van je fans is (en viraal bereik het gratis bereik van vrienden van je fans), weet je nu dat van de 3.252 "organisch" bereikte gebruikers slechts 836 fans zijn (de pagina had ongeveer 1000 fans). Van die fans is ook een deel betaald bereikt, dus het exacte virale bereik is niet te achterhalen. Wat ik op basis van deze statistieken wél kan zeggen, is dat er (3.252 - 836) **minimaal 2.416 gebruikers viraal zijn bereikt**. Viraal bereik mag dus absoluut niet worden vergeten!

Hoe bevordert een tijdlijnactie het virale bereik van mijn bericht?

Viraal bereik is 100% afhankelijk van acties, dus liken, delen en reageren op je bericht. Tijdlijnacties bevorderen het virale bereik van je bericht, omdat je gebruikers vraagt om **het bericht te liken** en/of **te reageren op het bericht**. Dit vergroot de populariteit van je bericht, waardoor er meer gebruikers viraal worden bereikt (zie Afbeelding 1).

Een enorm voordeel van viraal bereik is dat jouw bericht samen met de naam van een Facebookvriend wordt weergegeven in het nieuwsoverzicht. Dit beïnvloedt het gedrag van gebruikers positief: als een Facebookgebruiker ziet dat een vriend deelneemt aan jouw tijdlijnactie, zal hij of zij sneller geneigd zijn om zelf ook deel te nemen.

Betaald bereik: gebruikers binnen een specifieke doelgroep betaald bereiken

Door advertentietegoed te kopen, koop je betaald bereik op Facebook. Net zoals je Google kunt betalen om je website bovenaan in Google weer te geven, kun je Facebook betalen om jouw bericht weer te geven in het nieuwsoverzicht van gebruikers binnen jouw doelgroep.

Hoe bevordert een tijdlijnactie het betaalde bereik van mijn bericht?

Betaald bereik kost geld. Nu is de vraag: "Hoeveel geld?" Hoeveel je betaalt is afhankelijk van de populariteit van je bericht: hoe populairder je bericht is, hoe minder je betaalt. Daarom is het belangrijk dat zo veel mogelijk van de gebruikers die je bericht zien een actie uitvoeren op jouw bericht.

Facebook geeft het aantal acties op je bericht weer in een percentage dat ze "doorklikratio" noemen (CTR: Click Through Rate). Dit is het aantal kliks op je advertentie gedeeld door het aantal keer dat je advertentie is getoond, weergegeven als een percentage. Doordat tijdlijnacties veel acties oproepen en dus snel populair zijn, zorgen ze voor minimale kosten.

Dus: Als jouw bericht 100 gebruikers bereikt, maar slechts 1 van die gebruikers voert een actie uit op je bericht (1 op de 100 is een CTR van 1%), dan zullen de kosten hoger zijn dan wanneer 10 van deze 100 gebruikers een actie uitvoeren (10 op de 100 is een CTR van 10%).

Om de kosten zo laag mogelijk te houden, is het belangrijk dat je je tijdlijnactie bij de juiste doelgroep promoot. Op die manier heb je een zo hoog mogelijk CTR.

Gemiddelde kosten per klik: € 0,04

Bereik ?	Frequentie ?	Weergaven ?	Klikken ?	Doorklikratio (CTR) ? ▾	Kosten per klik (CPC) ?	Acties ?
7.783 personen	1,99 Per persoon	15.500 Totaal	1.355 Totaal	8,742% Per weergave	€ 0,04 per klik	844 Totaal
765	1,85	1.417	344	24,277%	€ 0,02	283
464	1,64	761	93	12,221%	€ 0,02	46
734	1,18	867	74	8,535%	€ 0,07	8
1.677	1,18	1.982	145	7,316%	€ 0,03	75
852	1,17	1.000	69	6,900%	€ 0,04	35
5.948	1,59	9.473	630	6,650%	€ 0,04	397

Gemiddelde kosten per klik € 0,02

Bereik ?	Frequentie ?	Weergaven ?	Klikken ?	Doorklikratio (CTR) ? ▾	Kosten per klik (CPC) ?	Acties ?
8.754 personen	1,38 Per persoon	12.119 Totaal	1.461 Totaal	12,055% Per weergave	€ 0,02 per klik	826 Totaal
683	2,65	1.812	351	19,371%	€ 0,01	200
7.889	1,26	9.902	1.102	11,129%	€ 0,02	587
122	1,40	171	5	2,924%	€ 0,08	20
218	1,07	234	3	1,282%	€ 0,25	19

Conclusie:

Een populaire tijdlijnactie bereikt meer fans en meer vrienden van fans, waardoor de kosten voor het betaald promoten van je bericht extreem laag zijn.

Wat bepaalt het succes van je tijdlijnactie?

Het succes van je tijdlijnactie hangt vooral af van wat jij aan je gebruikers vraagt: welke actie voeren ze uit? Focus niet alleen op meer fans en een groter bereik, maar focus vooral ook op de gebruikers zelf: verplaats je in hen en bedenk of je tijdlijnactie sociaal is. Met andere woorden: zou jij dit ook vragen aan een vriend, kennis of klant? Zou jij deze actie zélf uitvoeren als iemand anders of een ander bedrijf dat aan jou zou vragen?

In de meest succesvolle tijdlijnacties wordt om een reactie gevraagd die bijna automatisch bij de gebruiker opkomt. Als er een prijs aan gekoppeld is, zullen meer gebruikers actie ondernemen en daadwerkelijk reageren met een antwoord op je vraag.

Wil jij ook het liefst direct aan de slag met succesvolle tijdlijnacties?

Ben jij er nu ook van overtuigd dat tijdlijnacties **jouw** pagina een boost kunnen geven? Ben je ervan overtuigd dat het vrij zinloos is om langer afhankelijk te blijven van het huidige bereik van jouw pagina? Wij onthullen al onze geheimen over tijdlijnacties!

Bespaar een hoop tijd en gedoe: maak gebruik van onze kennis en jarenlange ervaring.

Ben jij een actiegerichte ondernemer en heb je geen tijd of zin om zelf uit te zoeken wat wel en niet werkt? Wil jij gewoon knallen? Dan is dit interessant voor jou!

Wij hebben een SUPERPRAKTISCHE STAP-VOOR-STAPCURSUS samengesteld. Hierin onthullen wij al onze geheimen over succesvolle tijdlijnacties, van de perfecte looptijd tot hoe je een tijdlijnactie promoot bij de juiste doelgroep.

De cursus bestaat uit een e-book en diverse video's. Je kunt letterlijk over mijn schouder meekijken en mij stap voor stap nadoen. Eenvoudiger dan dit kan het niet! Je kunt de cursus in principe aan een stagair geven en laten uitwerken.

Wil jij weten wat je exact leert in deze cursus?

Klik dan op onderstaande afbeelding. Je wordt automatisch doorverwezen naar de pagina waar je alles over deze cursus vindt.



De cursus is direct beschikbaar!

Dit betekent dat je ook direct aan de slag kunt met het e-book en de video's.

We hebben op dit moment nog een tijdelijke **aanbieding** die jou meer dan **45% korting** geeft!

Je investering in deze cursus is echt een schijntje voor wat je ervoor terugkrijgt. Je verdient je aankoopbedrag al met je eerste tijdlijnactie terug, dubbel en dwars!

Tot aan de andere kant!

Let op: Deze cursus staat tijdelijk online en is dus niet altijd te koop!