

# Ukur dan kelola iklan Anda

Setelah iklan Anda dijalankan, Anda dapat melacak kinerja dan menyunting kampanye di Pengelola Iklan Facebook.

Dengan alat tersebut Anda dapat melihat apakah salah satu versi iklan Anda bekerja lebih baik dari yang lainnya, atau apakah iklan Anda tidak ditayangkan dengan efisien, dan buat penyesuaian yang tepat.

Ada beberapa Matrik yang dapat anda jadikan acuan untuk menilai performa dari iklan anda:

## 1. Hasil (*Result*)

Metrik hasil menunjukkan seberapa baik kinerja kampanye iklan Anda berdasarkan tujuan bisnis dan pengaturan yang Anda pilih. Anda dapat menggunakannya untuk membandingkan kinerja antar kampanye serupa dan mengidentifikasi area yang memiliki peluang untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

## 2. Jangkauan (*Reach*)

Jumlah orang yang melihat iklan Anda sedikitnya satu kali. Jangkauan mengukur berapa banyak orang yang terpapar pesan Anda selama kampanye iklan. Jangkauan Anda bisa dipengaruhi oleh tawaran, anggaran, dan penargetan pemirsa Anda

## 3. Jumlah yang dibelanjakan

Perkiraan jumlah total uang yang Anda belanjakan untuk kampanye, set iklan, atau iklan Anda selama jadwalnya

## 4. CTR (Semua)

Persentase waktu orang melihat iklan Anda dan melakukan klik (semua). CTR yang bagus versi kami adalah diatas 2%, jika dibawah itu anda perlu memperbaiki flyer dari iklan anda karena kurang menarik.

## 5. Landing page Views

Jumlah berapa kali seseorang mengklik sebuah tautan iklan dan kemudian berhasil memuat halaman web tujuan atau Pengalaman Instan. Untuk melaporkan tayangan halaman tujuan, Anda harus membuat piksel Facebook.

Landing page view seharusnya selaras dengan hasil (result) jika landing page view anda rendah atau dibawah 50% dari hasil anda maka anda harus mengoptimasi landing page anda, kebanyakan orang yang melakukan klik kepada iklan anda akan kabur jika terlalu lama menunggu loading landing page anda

