

Facebook presenterar senaste uppdateringarna och ge oss en inblick i de förändringar som komma skall i Q4. Bolaget ökar transparensen och kommer möjliggöra för användare att aktivt ta bort spåren de lämnar efter sig genom Facebooks pixel på tredjepartssidor. Hur påverkar det annonsörerna?

Vi säger hej då till relevanspoängen

Sedan 2015 har vi som annonsörer på Facebook använt oss av relevanspoäng och ett enda värde har bestämt framgången för en annons. Ett högt relevanspoäng har inneburit att annonsen har visats för fler och därmed har kostnaden per visning blivit lägre. Hur relevanspoängen har fungerat i detalj har varit komplext att förstå.

I maj månad introducerade Facebook istället 3 nya parametrar för att mäta kvalitén på en annons och hur många den bör visas för. Jakten på relevanspoäng är över. Annonserna mäts numera enligt nedan:

- Kvalitet – Hur bra är annonsens upplevda kvalitet jämfört med andra annonser som vill nå ut till målgruppen?
- Konverteringsgrad – Här tittar Facebook på hur väl en annons förväntas konvertera användare i jämförelse med andra annonser som har samma typ av målsättning och som riktar sig till likadan målgrupp.
- Engagemangsgrad – Facebook uppskattar den förväntade engagemangsgraden för en annons och hur den står sig mot andra annonser som också vill synas mot en specifik målgrupp.

Pixelspårning

I Q4 kommer Facebook möjliggöra för användare att på ett enkelt sätt ta bort de spår **vi som** användare lämnar efter oss på tredjepartssidor, där pixelspårning gjorts. Anledningen till att Facebook ökar sin transparens är för att användarna återigen ska känna sig trygga på plattformen, och att möjligheten att påverka finns! Utan trygga användare förlorar plattformen sin trovärdighet.

Samtidigt står annonsörerna för Facebooks intäkter och givetvis ligger det mycket tester bakom ett sådant här beslut. Estimeringarna tyder på att det här inte ska innebära stora förändringar för oss som annonsörer.

"Tekniken är under ständig utveckling, varför vi ser det här som en del av det naturliga jobb vi har i att hålla oss uppdaterade kring förändringar och jobbar hela tiden med nya sätt att optimera vår annonsering. Vi får också handfasta tips om hur vi ska fortsätta optimera resultaten. Några sådana saker är tex. automatiska placeringar samt att optimera kampanjbudgeten. Charmen med att jobba digitalt är att det konstant utvecklas och förändras", säger Julia Bejnö, Head of Digital på KSMG.

Exponering av annonser

Facebook samarbetar idag med 40% av de mest nedladdade apparna i världen med syfte att exponera sina användare för relevanta annonser, även utanför Facebooks plattform. Den här annonseringen kallar Facebook för "Audience Network" och det har tidigare varit relativt svårt att kontrollera i vilken kontext annonserna ska synas i.

I och med att Facebook nu introducerar lagerfilter ökar kontrollen kring var annonserna syns. Standardlagret här innebär att allt kontroversiellt innehåll utesluts. Möjligheterna till än mer kontroll finns nu för kunderna i form av blockeringslistor. Facebook är helt transparenta med vilka appar och hemsidor de samarbetar med vilket möjliggör för oss som annonsör att ha full kontroll över vilka kontexter våra kunders annonser syns i.

"Åsikten att Audience Network tidigare att genererat mindre kvalitativa resultat förkastar vi och ser snarare att det här är en möjlighet att exponeras i en kontext där innehållet matchar användarens beteendemönster även utanför Facebooks plattform. Genom att inkludera Audience Network så blir en potentiell kund/kandidat exponerad för rätt innehåll vid rätt tillfälle", säger Julia Bejnö, Head of Digital på KSMG.

Samtidigt rekommenderas också Automatiska placeringar för att optimera exponeringen av annonserna. "The Facebook newsfeed" är idag en väldigt liten del av den exponering en annons vanligtvis får. Idag är det snarare en mix av exponeringar från feeden, stories, instream videos, messenger och Facebooks samarbetspartner (Audience Network).

För frågor kontakta:

Lisa Hasselström +46 76 650 58 35, lisa.hasselstrom@ksmq.se
COO/Vice VD på KSMG