

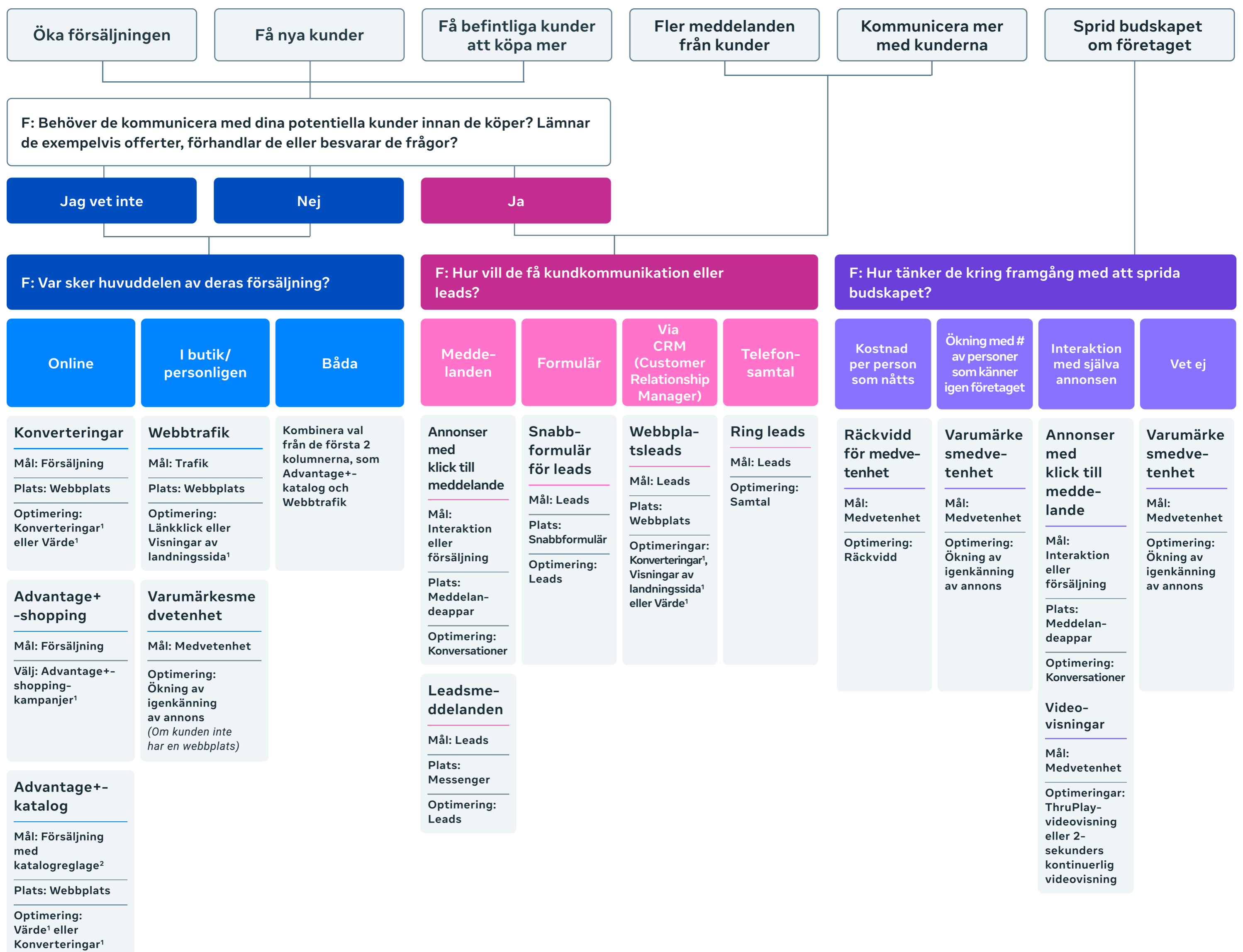
# Byråer och Meta. Rätt annonstyp för alla kunder

Meta har utformat de olika annonstyperna så att de ger relevanta resultat i enlighet med kundernas affärsmål. Som byrå kan ni stärka kundkampanjerna genom att välja rätt målsättning, optimering och destination under annonskonfigurationen.

Den här lathunden hjälper dig att välja rätt annonstypsstrategi för nya kundpitchar eller offertförfrågningar, även med begränsad kundinformation.

En lathund för byråer som ska pitcha till nya kunder.

## Vad vill kunden uppnå med sin kampanj?



<sup>1</sup> Kräver pixel och helst API för konverteringar

<sup>2</sup> Kräver en katalog

## Snabbreferensguide för annonstyp och bransch

Din potentiella kunds bransch kan också ge ledtrådar om vilken annonstyp som passar bäst, även om du bara har begränsad information inför en pitch. Använd listorna nedan för vanliga mål och framgångsmått per bransch samt de bästa annonstyperna för att uppnå respektive mål.

Förbrukningsvaror		
Producerar produkter som primärt säljs via tredje part (webbplatser eller fysiska butiker)		
Vanliga mål	Framgångsmått	Pitcha det här
Öka onlineförsäljningen och få nya kunder → Se e-handel för egen webbplats		
Driva trafik till butik	Avkastning på annonskostnad (ROAS) mellan kanaler  Fler fysiska besökare	<b>Webbtrafik</b> (Målsättning: Trafik, Plats: Webbplats, Optimering: Länkklick eller visningar av landningssida <sup>1</sup> , bevisad ökning av konsumentavsikten att besöka butiker)  <b>Varumärke: medvetenhet</b> (Målsättning: Medvetenhet, Optimering: Ökning av igenkänning av annons)
Öka försäljningen via tredje part	Avkastning på annonskostnad (ROAS, mellan kanaler)  Kostnad per klick (CPC)  Trafikvolym	<b>Webbtrafik</b> (Målsättning: Trafik, Plats: Webbplats, Optimering: Länkklick eller visningar av landningssida <sup>1</sup> , där tredje part inte tillåter Meta-pixeln)  <b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> eller värde <sup>1</sup> , där tredje part tillåter en pixel)

E-handel		
Säljer primärt via sin egen e-handelswebbplats		
Vanliga mål	Framgångsmått	Skicka dem hit
Öka onlineförsäljningen	Kostnad per köp eller resultat (CPP eller CPR)  Avkastning på annonskostnad (ROAS)	<b>Advantage+-shoppingkampanjer</b> (Målsättning: Försäljning, Välj: Advantage+-shoppingkampanjer <sup>1</sup> )  <b>Advantage+-katalogannonser</b> (Målsättningar: Försäljning med katalogreglage <sup>2</sup> , Plats: webbplats, Optimering: värde <sup>1</sup> eller konverteringar <sup>1</sup> )  <b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> eller värde <sup>1</sup> )
Få nya kunder online	Kostnad per förvärv	<b>Snabbformulär för leads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads av hög kvalitet)

<b>Underhållning</b> Specialiserar sig på underhållningsrelaterade produkter (filmer, TV, ljudstreaming, sport), personer och händelser (både personligen och virtuellt)		
Vanliga mål	Framgångsmått	Skicka dem hit
Sälj biljetter	Kostnad per köp eller resultat (CPP eller CPR) Avkastning på annonskostnad (ROAS)	<b>Advantage+-shoppingkampanjer</b> (Målsättning: Försäljning, Välj: Advantage+-shoppingkampanjer <sup>1</sup> )  <b>Advantage+-katalogannonser</b> (Målsättningar: Försäljning med katalogreglage <sup>2</sup> , Plats: Webbplats, Optimering: Värde <sup>1</sup> eller konverteringar <sup>1</sup> )  <b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> eller värde <sup>1</sup> )
Få fler prenumerationer	Avkastning på annonskostnaden (ROAS)	<b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> eller värde <sup>1</sup> , diskutera olika <a href="#">standardhändelser</a> som "slutför registrering" eller "starta provperiod")
Få nya kunder	Kostnad per förvärv	<b>Advantage+-katalogannonser</b> (Målsättningar: Försäljning med katalogreglage <sup>2</sup> , Plats: Webbplats, Optimering: Värde <sup>1</sup> eller konverteringar <sup>1</sup> , låt målgrupperna vara breda)  <b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> , diskutera olika <a href="#">standardhändelser</a> som "schemalägg")

<b>Hälsa</b> Undersöker hälsorelaterade frågor och/eller erbjuder medicinrelaterade tjänster		
Vanliga mål	Framgångsmått	Skicka dem hit
Skapa nya leads	Antal leads	<b>Snabbformulär för leads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads)  <b>Webbplatsleads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Webbplats, Optimeringar: Konverteringar, visningar av landningssida eller värde)  <b>Leadsmeddelanden</b> (Målsättning: Leads, Plats: Messenger, Optimering: Leads)
Få fler leads av hög kvalitet	Leads av hög kvalitet	<b>Snabbformulär för leads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads av hög kvalitet)
Få fler bokningar online	Kostnad per bokning	<b>Advantage+-katalogannonser</b> (Målsättningar: Försäljning med katalogreglage <sup>2</sup> , Plats: Webbplats, Optimering: Värde <sup>1</sup> eller konverteringar <sup>1</sup> , låt målgrupperna vara breda)  <b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: Konverteringar <sup>1</sup> , diskutera olika <a href="#">standardhändelser</a> som "schemalägg")

Professionella tjänster		
Säljer primärt tjänster, exempelvis inom juridik, fastigheter, evenemangsplanering, finansiell rådgivning eller bostadsrenovering		
Vanliga mål	Framgångsmått	Skicka dem hit
Skapa nya leads	Antal leads	<p><b>Snabbformulär för leads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads)</p> <p><b>Webbplatsleads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Webbplats, Optimeringar: Konverteringar, visningar av landningssida eller värde)</p> <p><b>Leadsmeddelanden</b> (Målsättning: Leads, Plats: Messenger, Optimering: Leads)</p>
Få fler leads av hög kvalitet	Leads av hög kvalitet (antal ledas som konverterar)	<b>Snabbformulär för leads</b> (Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads av hög kvalitet)
Driva trafik till butik	Fler spontanbesökare	<p><b>Webbtrafik</b> (Målsättning: Trafik, Plats: Webbplats, Optimering: Länkklick eller visningar av landningssida<sup>1</sup>, bevisad ökning av konsumentavsikten att besöka butiker)</p> <p><b>Varumärke: medvetenhet</b> (Målsättning: Medvetenhet, Optimering: Ökning av igenkänning av annons)</p>
Få fler bokningar online	Kostnad per bokning	<p><b>Konverteringar</b> (Målsättning: Försäljning, Plats: Webbplats, Optimering: "Schemalägg" händelse)</p> <p><b>Snabbformulär för leads</b>(Målsättning: Leads, Plats: Snabbformulär, Optimering: Leads med <a href="#">fält för tidsbokning</a>)</p>

Detaljhandel		
Säljer via fysiska butiker, med eller utan egen e-handelswebbplats		
Vanliga mål	Framgångsmått	Pitcha det här
Öka onlineförsäljningen och få nya kunder → Se e-handel för egen webbplats		
Driva trafik till butik	<p>Avkastning på annonskostnad (ROAS för kanaler)</p> <p>Fler besökare i butik (mäts via butiksspårning, gästböcker eller informationsutbyte vid försäljningsstället)</p>	<p><b>Webbtrafik</b> (Målsättning: Trafik, Plats: Webbplats, Optimering: Länkklick eller visningar av landningssida<sup>1</sup>, bevisad ökning av konsumentavsikten att besöka butiker)</p> <p><b>Varumärkesmedvetenhet</b> (Målsättning: Medvetenhet, Optimering: Ökning av igenkänning av annons)</p>