

Sinikukka Hoikkala 1704389 LTKV18KM

Merja Hölttä 1800283 LTKV18KM

Liisa Vellonen-Pitkänen 1800281 LTKV18KM

Päivi Rämä 1800274 LTKV18KM

FACEBOOK-YRITYSSIVUJEN

PERUSTAMISOHJE

Some-kampanjan suunnittelu

Asiakasprojekti 2018-2019

LT00AB06-3001

Päivi Hurri

2019



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	3
2	FACEBOOK.....	3
3	KÄYTTÄJÄTILIN LUOMINEN.....	4
4	YRITYSSIVU	6
5	JULKAISUJEN TEKEMINEN	9
5.1	Ajastettu julkaisu.....	10
6	MAINOSTAMINEN	11
6.1	Ohje mainosten luomiseen opastetun luonnin avulla mainosten hallinnassa	12
6.1.1	Kampanjan luominen	13
6.1.2	Mainosjoukon luominen	13
6.1.3	Luo mainos.....	14
6.2	Sivumainoksen luominen.....	15
7	HYÖDYT.....	16
	LÄHTEET.....	17

1 JOHDANTO

Tämä on someohje, jossa kerrotaan, miten Facebookin yrityssivu luodaan ja miten se pääpiirteittäin toimii. Kuvat havainnollistavat asiaa. Tämä ohje on tukena, jotta sivujen päivitys sujuisi mahdollisimman helposti, eikä siten aiheuta ylimääräistä päänvaivaa.

2 FACEBOOK

Facebook on yksi suurimmista sosiaalisen median kanavista. Se on maailmanlaajuinen internetsivusto, jossa ihmiset voivat kommunikoida hyväksymiensä ystäviensä kanssa ja olla osa erilaisia yhteisöjä. Facebookin käyttäjät ovat yhteydessä toisiinsa sillä perusteella, keitä he ovat hyväksyneet ystävikseen. Kun olet jonkun toisen ystävä, näet hänen kirjoittamansa päivitykset ja pystyt lähettämään heille yksityisviestejä.

Facebook-profiiliaan voi käyttää moneen eri tarkoitukseen sillä perusteella, minkälaista sisältöä sinne julkaisee. Jotkut pitävät siellä blogin tapaan kirjaa arkisista askareistaan. Toiset julkaisevat mielipiteitään, kuten esimerkiksi poliitikot. Toiset julkaisevat paljon internetistä löytämiään viihteellisiä kuvia ja videoita. Se toimii myös tehokkaana viestimenä esimerkiksi eri ammattien edustajien kesken tai jonkun yrityksen johtajan markkinointivälineenä. Päätät itse, millaista sisältöä haluat sivuillesi tuottaa – vain mielikuvitus on rajana.

Facebookin sivuja voi olla monenlaisia. Niitä ovat esimerkiksi jokin paikka tai paikallinen yritys, jokin muu yritys, jonka toimipaikka ei ole oleellinen palvelun tarjoamiseksi, brändi tai tuote, artisti, yhtye tai julkisuuden henkilö, viihdesivu tai aate tai yhteisö. Tässä ohjeessa keskitymme paikkaan tai paikalliseen yritykseen.

Kun perustat Facebookiin yrityssivun, voit kerätä ihmisiltä tykkäyksiä ja saat markkinoitua päivityksilläsi haluamiasi tuotteita ja palveluita. Ihmiset voivat myös jakaa tekemiäsi päivityksiä, jolloin viesti leviää hyvinkin nopeasti ja laajalle. Facebook tuo markkinoinnin lähelle ihmisiä. Monet seuraavat sieltä uutisia jopa päivittäin. Tapahtumasivujen avulla voi tehokkaasti mainostaa omia

tapahtumia. Ihmiset voivat siis ilmoittaa näin muille, mihin tapahtumiin he aikovat osallistua. Kun ystäväsi ilmoittaa osallistuvansa johonkin tapahtumaan, viesti tästä näkyy kaikkien hänen ystäviensä uutisvirrassa. Tapahtumasivut ovat kuitenkin eri asia kuin yrityssivu. Jokaiselle tapahtumalle luodaan yleensä oma erillinen sivunsa varsinkin, jos ne eivät kuulu minkään yrityksen piiriin.

3 KÄYTTÄJÄTILIN LUOMINEN

Aloittaaksesi Facebook-tilin luomisen, mene sivulle <https://www.facebook.com/>. Tarvittaessa kielen voi vaihtaa sivun alareunasta. Sinun on rekisteröidyttävä Facebookiin henkilökohtaisilla tunnuksilla ennen kuin voit luoda yrityssivun. Rekisteröityminen tapahtuu täyttämällä etusivulla kysytyt tiedot (etunimi, sukunimi, puhelinnumero tai sähköpostiosoite, haluamasi salasana, syntymäaika sekä sukupuoli).

Luo uusi käyttäjätili

Se on ilmaista nyt ja aina.

Etunimi Sukunimi

Matkapuhelinnumero tai sähköpostiosoite

Uusi salasana

Syntymäaika

21 huhti 1994 Miksi minun pitää kertoa syntymäaikani?

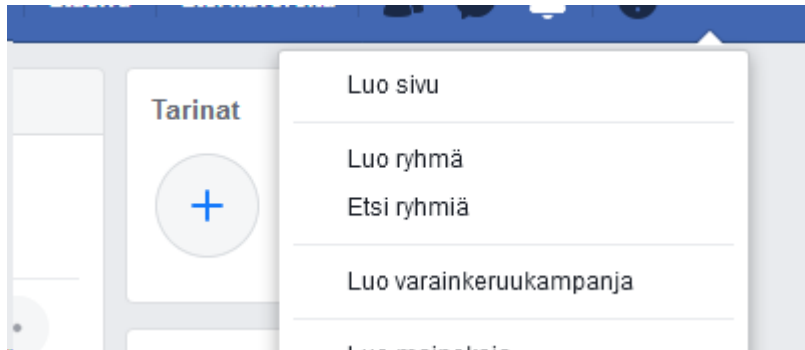
Nainen Mies

Valitsemalla Rekisteröidy hyväksyt käyttöehdot. Lue [Tietokäytäntö](#), joka kertoo tietojen keräämisestä, käytöstä ja jakamisesta, ja [Evästekäytäntö](#), joka kertoo evästeiden ja muiden vastaavien teknologioiden käytöstä. Saatat saada tekstiviesti-ilmoituksia. Voit lopettaa ilmoitukset milloin tahansa.

Rekisteröidy

Täytettyäsi kysytyt tiedot, paina “rekisteröidy”, jonka jälkeen vahvistetaan syntymäaika. Saat vahvistuskoodin joko tekstiviestillä tai sähköpostilla. Tämän jälkeen voit rekisteröityä Facebookiin puhelinnumerolla tai sähköpostiosoitteella ja antamalla salasanalla.

Kun olet kirjautuneena sisään omilla henkilökohtaisilla tunnuksillasi, pääset luomaan yrityssivun painamalla sivun yläreunasta oikealta nuolinäppäintä. Puhdotusvalikosta tulee esiin kohta "Luo sivu".



Valitse "Business or brand" ja syötä sivun nimi. Sen jälkeen sinun täytyy valita yrityksellesi jokin luokka. Kone antaa sinulle ehdotuksia luokasta, kun kirjoitat kenttään joitakin mielestäsi kuvaavia avainsanoja. Esim. Paikallinen yritys. Seuraavaksi kirjoita yrityksesi osoite (osoitteen voi piilottaa) ja halutessasi puhelinnumero. Paina "jatka". "Sivusto"- kohtaan voit laittaa omat www-sivunne. Seuraavaksi "Lisää profiilikuva" Sinulla täytyy olla koneellasi kuvat, jotka haluat lisätä. Seuraavaksi voit lisätä kansikuvan, eli kuvan, joka näkyy sivusi yläreunassa. Nyt sinulla on Facebook-sivut käytössäsi.



4 YRITYSSIVU

The image shows a screenshot of the Facebook page for Taidekeskus Salmela. The page layout includes a top navigation bar, a left sidebar with navigation options, a main content area with a cover photo and posts, and a right sidebar with recommendations and analytics. Five red circles with numbers 1 through 5 highlight specific elements: 1. The post creation box; 2. The cover photo; 3. The 'Sivun vihjeet' (Page tips) section; 4. The 'Vastausprosentti' (Response rate) section; 5. A post from Taidekeskus Salmela.

Kuva 1.

Kuvassa 1 näkyy yrityssivuston etusivu. Tässä esimerkkinä Taidekeskus Salmelan Facebook-sivu. Kohta 1. on kenttä, johon voi kirjoittaa haluamansa postauksen. Tekstin lisäksi siihen voi liittää kuvia ja/tai videon. Kuvan täytyy olla jpg-muodossa. Kun postaus julkaistaan, se on kaikkien luettavissa facebookissa. Yrityksesi etusivulla näkyy uutisvirrassa aikajärjestyksessä kaikki julkaisemasi postaukset.

Kohta 2. on kansikuva. Kansikuvaksi voi asettaa useamman kuvan, jotka ovat selattavissa diaesityksenä. Kuten tässä Taidekeskus Salmelan kansikuvassa,

kansikuva on hyvä palsta mainostaa esimerkiksi tapahtumia tai tuotteita. Kansikuvana voi olla myös vain yksi kuva. Kansikuvana on hyvä olla sellainen, että siitä ilmenee heti, mikä yritys on kyseessä. Kansikuva erottuu profiilistasi kaikista parhaiten, joten sen valinnalla on suurin merkitys.

Profiilikuva on kohdassa 3. Kuva kannattaa miettiä niin, että vaikka alkuperäinen kuva olisi neliskanttinen, se muuttuu ladattaessa ympyrän muotoiseksi. Jos yrityksellä on selkeä johtohahmo, voi profiilikuvassa olla esimerkiksi hänen kuvansa. Hyvä kuva voisi olla myös jokin miljöö tai rakennuksen kuva. Tai kuten tässä esimerkissä, yrityksen logo. Kuva täytyy valita siten, että se näkyy lopputuloksessa kokonaan. Kuvien täytyy olla jpg tiedostomuodossa. Esimerkiksi pdf ei kelpaa. Kuvien täytyy olla tässä muodossa myös postauksia (julkaisuja) tehtäessä.

Kohta 4. Sivun reunasta voi helposti navigoida sivulla.

Kohta 5. on pieni palsta, johon voi kirjoittaa pienen esittelyn yrityksestä.

Voit katsoa seuraajiesi tietoja kohdasta: Mainosten hallinta —> Työkalut —> Kohderyhmätiedot. Sivun näyttää sinulle mm. seuraajien sukupuolen ja iän sekä sijainnin. Voit sen perusteella miettiä, minkälaisia postauksia haluat tehdä, jotta se kiinnostaisi juuri sinun seuraajiasi.

Sivun kävijätiedoista pystyt näkemään esimerkiksi kuinka monta kävijää sivulla on ollut valitun ajanjakson aikana tai kuinka paljon uusia tykkäyksiä sivulla on. Pystyt myös kätevästi näkemään, mitkä julkaisut ovat saaneet eniten kattavuutta.



Sivun kävijätiedot

Sivun toiminta

Sivullasi vierailtiin 4,527 kertaa viimeisten 28 päivän aikana.

Uudet sivutykkäykset	73
Uudet seuraajat	72
Sivuston klikkaukset	3
Puhelinnumeron klikkaukset	0
Hae reittiohjeet -painikkeen klikkaukset	0
Sivun painikkeen klikkaukset	3

Tutki

19 t.

Sivun kattavuus

▲ 15.3 t. 28 viime päivää

4,527

Sivun näyttökerrat

▲ 3.4 t. 28 viime päivää

Facebookin yrityssivuilta löytyy sivujen päivittämisen ja käyttämisen tueksi seuraavia työkaluja:



Työkalut

JAKAMISEN TYÖKALUT



Kuvat



Julkaisuluonnokset



Ajastetut julkaisut



Videot

YRITYSTYÖKALUT



Mainosten hallinta



Tapaamiset



Tapahtumat



Ryhmät



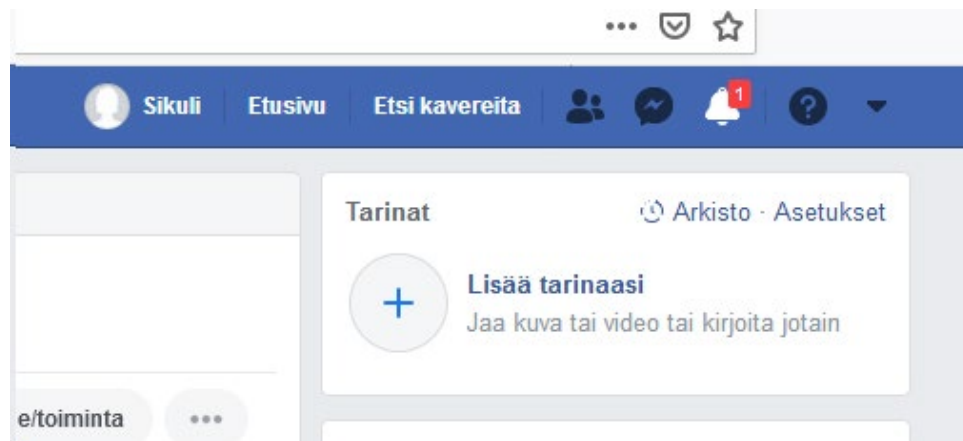
Työpaikat

Ohjeet näiden työkalujen käyttämiseen löytyvät myös Facebookista. Nämä ja paljon muitakin ohjeita löydät sivun oikeasta yläkulmasta.

Facebookin ohje- ja tukikeskuksen sivuilta osoitteesta https://fi-fi.facebook.com/help/?helpref=hc_global_nav löytyy paljon ohjeita Facebook-sivujen käyttämiseen ja ylläpitoon.

5 JULKAISUJEN TEKEMINEN

Julkaisut ovat hyvä olla ytimekkäitä ja selkeitä. On hyvä, jos sen pystyy lukemaan nopeasti. Voit kertoa julkaisuissa esimerkiksi työntekijöistänne, mikä tuo lisää mielenkiintoa seuraajille.



Voit lähteä liikkeelle esimerkiksi mallilla yllätys, tarina ja fakta. Kun julkaisu sisältää kaikki nämä elementit, se herättää lukijassa mielenkiinnon. Yllätys saa lukijan pysähtymään julkaisusi ääreen, tarina jää hyvin mieleen, ja fakta informoi potentiaalista asiakasta palveluittesi luokse.

Jos päivität profiiliasi aktiivisesti, se tavoittaa enemmän yleisöä. Ajantasainen ja säännöllisesti päivittyvä yrityssivu antaa lukijalle hyvän ja ammattimaisen kuvan yrityksestä. Videopostaukset ovat hyviä, koska ne antavat paljon informaatiota lyhyessä ajassa ja niitä on mielenkiintoista katsoa. Kuvat vangitsevat katsojansa myös paremmin kuin pelkkä teksti.

Yritä panostaa julkaisuissasi laatuun. Liian yksipuoliset postaukset eivät myöskään ole hyviä. Kun julkaisut erottuvat toisistaan ja tuovat aina jotain uutta, on seuraajankin mielenkiintoisempi selata päivityksiä. On myös tärkeää,

että vastaat sinulle tuleviin kysymyksiin ja viesteihin ja olet näin aktiivinen so-messa. Se luo luotettavuutta.


Jos joku (esim. Leirikoululainen) tekee päivityksen Leirikeskuksesta, voi Leiri-keskus jakaa tämän päivityksen omille sivuilleen painamalla julkaisun alareu-nasta "Jaa". Näin julkaisu ilmestyy Leirikeskuksen omille sivuille.

5.1 Ajastettu julkaisu


Facebookiin on mahdollista ajastaa julkaisuja valmiiksi. Ajastamisen ohjeet löytyvät Facebookin ohje- ja tukikeskuksen kohdasta julkaiseminen. Nämä ja paljon muitakin ohjeita löytyy WWW-osoitteesta [https://fi-fi.face-book.com/help/389849807718635](https://fi-fi.facebook.com/help/389849807718635)

Julkaisu siis voidaan luoda etukäteen ja ajastaa sen julkaiseminen sivuille myöhempänä ajankohtana. Tässä ohje siihen kuinka julkaisu ajastetaan ja mi-ten ajastettuja julkaisuja hallitaan.

Julkaisun ajastaminen:


1. Ala luoda julkaisuasi sivusi aikajanan yläosassa.
2. Klikkaa  **Julkaise**-kohdan vieressä ja valitse **Ajasta**.
3. Valitse **Julkaisu**-kohdan alapuolella päivämäärä ja kellonaika, jolloin haluat julkaista julkaisun.
4. Valitse **Ajasta**

Ajastetun julkaisun uudelleenajastaminen, muokkaaminen tai poistaminen:

1. Valitse sivusi yläreunassa **Julkaisutyökalut**.
2. Valitse vasemmanpuoleisessa sarakkeessa **Ajastetut julkaisut**.
3. Valitse julkaisu, jota haluat muokata.
4. Muokkaa julkaisua klikkaamalla **Muokkaa**. Voit myös klikata  ja jul-kaista, ajastaa julkaisun uudelleen tai poistaa sen.

Jos haluat nähdä ajastetun julkaisun kaikkien muokkausten historian, valitse **Näytä muokkaushistoria**.

Voit myös valita päivämäärän ja kellonajan, jolloin sivujulkaisusi näyttäminen uutisissa lopetetaan:

1. Ala luoda julkaisuasi sivusi aikajanan yläosassa.
2. Klikkaa **Jaa nyt**  ja valitse **Ajasta**.
3. Jos haluat julkaista julkaisun heti, poista **Julkaisu**-asetus käytöstä klikkaamalla.
4. Ota **Lopeta uutisjakelu** -asetus käyttöön klikkaamalla ja valitse päivämäärä sekä kellonaika, jolloin haluat lopettaa julkaisun näyttämisen uutisissa.
5. Klikkaa **Julkaise** tai **Ajasta**.

Julkaisu lakkaa näkymästä uutisissa, mutta näkyy edelleen sivusi aikajanalla.

6 MAINOSTAMINEN

Facebook-mainonnalla saat laajan kattavuuden ja pystyt kohdentamaan mainontasi tarkasti haluamallesi kohderyhmälle. Lisäksi se on edullista verrattuna moneen muuhun mainontaan. Klikkaushinnat vaihtelevat pääsääntöisesti 0,10 ja 0,50 euron välillä.

Facebook-mainontaa voi kohdentaa seuraavilla kohdistusvaihtoehdoilla:

- Sijainti (esimerkiksi koko Suomi tai yksittäisiä kaupunkeja)
- Ikä
- Sukupuoli
- Kielet
- Kiinnostunut (naisista, miehistä, miehistä ja naisista, määrittelemätön)
- Parisuhdetilanne (sinkku, parisuhteessa, naimisissa, kihloissa, avoliitto, eronnut jne.)
- Koulutustaso (ammattillinen tutkinto, ylioppilas, korkeakoulututkinto jne.)
- Koulutusalat
- Koulut (kohdista mainontaa tiettyjen koulujen oppilaille)
- Opiskeluvuodet
- Työnantajat (listasta löytyy vain suuryrityksiä)
- Työnimikkeet
- Toimialat (liittyen työhistoriaan)

- Sukupolvi (suuret ikäluokat, X-sukupolvi, Y-sukupolvi)
- Vanhemmuus (vanhemmat, vanhemmat lasten iän mukaan, tulevat vanhemmat)
- Elämäntapahtumat (etäsuhde, juuri muuttaneet, uusi parisuhde, vasta kihlautuneet, vuosipäivä 30 päivän kuluessa, uusi työpaikka jne.)
- Kiinnostuksen kohteet (kymmeniä valmiita vaihtoehtoja, lisäksi voit lisätä esimerkiksi muita yrityksiä)
- Käyttäytymiset (useita erilaisia vaihtoehtoja, kuten Facebook-sivun ylläpitäjät, uudesta teknologiasta kiinnostuneet, verkko-ostajat jne.)

Suurimmassa osassa kampanjoista tärkeimmät kohdistusasetukset ovat ikä, sukupuoli, sijainti sekä kiinnostuksen kohteet. Juuri kiinnostusten kohteiden avulla mainokset voidaan kohdistaa tarkasti tuotteistasi ja palveluistasi kiinnostuneille ihmisille.

Erilaisia kohderyhmiä kannattaa myös testata. Tämä onnistuu niin, että teet samat mainokset kahdelle eri kohderyhmälle ja määrittelet molemmille esimerkiksi yhtä suuret budjetit. Näin voit seurata, miten kukin kohderyhmä reagoi mainoksiisi. Näet esimerkiksi klikkausprosentin ja klikkaushinnan sekä suoria tuloksia haettaessa myös tulosten määrän kustakin kohderyhmästä. Tulosten perusteella voit optimoida budjetin käyttöä niin, että keskität budjetin vain parhaiten toimivaan kohderyhmään.

Kun valmistaudut mainostamaan Facebookissa, tulee sinun valita mainostavoite, mainosmuoto, kohderyhmä ja mainossijoittelu. Mainos voidaan luoda opastetulla luonnilla tai pikaluonnilla. Opastettu luonti kannattaa valita, jos et ole käyttänyt Facebook-mainoksia ja haluat vaihteittaiset ohjeet tai jos haluat mieluummin käyttää perinteistä mainosten hallinnan opastettua luontia. Pika- luonti sopii, olet kokenut mainostaja ja tunnet Power Editorin mainostenluontiprosessin.

6.1 Ohje mainosten luomiseen opastetun luonnin avulla mainosten hallinnassa

Luo mainos mainosten hallinnan opastetussa luonnissa siirtymällä suoraan [mainosten luontiin](#) tai valitsemalla **+Luo** aloittaaksesi. Jos näet pikaluonnin, voit vaihtaa takaisin opastettuun luontiin klikkaamalla **Siirry opastettuun luontiin** luontiprosessin yläosassa. Sinun on luotava kokonainen kampanja ja mainosjoukko, ennen kuin voit julkaista mainoksen käyttämällä opastettua luontia.

6.1.1 Kampanjan luominen

Sinun on ensin luotava kampanja. Määrität kampanjasi kokonaistavoitteen tällä tasolla.

1. [Valitse listasta tavoite](#), joka on parhaiten liiketoimintatavoitteidesi mukainen.
2. Kirjoita kuvaava kampanjan nimi **Kampanjan nimi** -kenttään.
3. Voit luoda **A/B-testin** tällä tasolla.
4. Voit ottaa **Kampanjabudjetin optimoinnin** käyttöön tällä tasolla.

6.1.2 Mainosjoukon luominen

Kun olet luonut kampanjasi, voit siirtyä luomaan mainosjoukkosi. Määritä kohdentaminen, budjetti, aikataulu, tarjous ja sijoittelu mainosjoukossa.

1. Anna kuvaava mainosjoukon nimi **Mainosjoukon nimi** -kenttään.
2. Valitse kohderyhmäsi Voit valita kohderyhmän ominaisuuksia, kuten iän, sukupuolen, sijainnin ja kiinnostuksen kohteet. Voit valita **Tallenna tämä kohderyhmä** -vaihtoehdon tulevaa käyttöä varten.
3. Valitse mainoksesi sijoittelut. Tässä määrität, haluatko mainostesi näkyvän Facebookissa, Instagramissa vai Audience Networkissa.
 - Voit valita **Automaattiset sijoittelut**, jos haluat antaa meidän näyttää mainoksesi paikoissa, joissa ne todennäköisesti menestyvät parhaiten.
 - Voit myös valita mainoksesi sijoittelut manuaalisesti valitsemalla **Muokkaa sijoitteluita**.
4. Valitse avattavasta **Mainosten jakeluun optimointi** -valikosta, miten haluat meidän jakelevan mainoksia. Valitset tuloksen, jonka yrität saavuttaa, ja me näytämme mainokset ihmisille, jotka todennäköisimmin antavat sinulle tuloksen, jolle optimoit.

5. Määritä budjettisi ja aikataulusi.
 - Määritä **Päivittäinen budjetti**, joka on keskimääräinen summa, jonka olet valmis käyttämään mainosjoukkoon joka päivä.
 - Voit myös määrittää **Kokonaisbudjetin**, joka on summa, jonka olet valmis käyttämään mainosjoukkoon koko näyttämisen aikana.

6.1.3 Luo mainos

Kun olet luonut kampanjasi ja vähintään yhden mainosjoukon, voit siirtyä mainoksesi luontiin. Tässä valitset mainoksesi luovan sisällön ja lisäät tekstin.

1. Valitse sivusi. Kaikkiin mainoksiin tarvitaan liittyvä Facebook-sivu.
2. Valitse mainosmuoto. Valitse haluamasi mainosmuoto useista eri vaihtoehtoista, joihin kuuluvat muun muassa: **karuselli**, **yksittäinen kuva tai video** tai **kokoelma**. Voit luoda diaesityksen, jos valitset **Yksittäinen kuva tai video** -muodon.
3. Valitse luova sisältö tai media, jota haluat käyttää mainoksellesi.
 - Jos haluat ladata uutta mediasisältöä, valitse **Lisää kuvia** tai **Lataa video**. Jos haluat selata aiemmin ladattuja kuvia ja videoita, valitse **Selaa kirjastoa**.
 - Valitse **Tarkista sijoittelut**, jos haluat esikatsella tai muokata mediatiedostoja, jotka valitset eri sijoitteluisissa.
4. Lisää teksti, jonka haluat mainoksesi näyttävän.
 - Aiempien valintojesi mukaan saatat nähdä vaihtoehtoja esimerkiksi toimintokutsupainikkeen lisäämiseksi tai pikselin valitsemiseksi.
5. Esikatsele mainostasi ja valitse **Vahvista**.
 - Kun teet tilauksen ensimmäistä kertaa, sinua pyydetään antamaan maksutietosi.

Kampanjasi on nyt julkaistu (odottaa Facebookin tarkistusta). Sinun ei tarvitse tarkistaa ja julkaista; se julkaistaan välittömästi.

6.2 Sivumainoksen luominen

Sivumainoksen luominen onnistuu helposti Facebookin mainosten ohje- ja tukikeskuksen ohjeella, joka löytyy www-osoitteesta https://www.facebook.com/business/help/507612906001199?helpref=page_content#

1. Siirry Facebook-sivullesi.
2. Klikkaa sivun vasemmassa alakulmassa **Markkinoi**-painiketta.
3. Valitse **Markkinoi sivuasi**.
Huomautus: Olemme valinneet kuvan ja tekstin mainoksellesi. Näet, miltä se näyttää pöytäkoneen uutisissa, mobiililaitteen uutisissa ja Facebookin oikeassa sarakkeessa. Jos haluat muuttaa mainoksesi kuvaa tai tekstiä, klikkaa **MuokkaaMainoksen luova sisältö** -kohdan vieressä.
4. Etsi nyt **Kohderyhmä**-osio. Voit nähdä useita kohderyhmävaihtoehtoja. Jos klikkaat **Luo uusi kohderyhmä**, valitse kohderyhmä, jota olet jo käyttänyt, tai klikkaa **Luo uusi kohderyhmä**, jos haluat luoda kohderyhmän seuraavien ominaisuuksien perusteella:
 - sukupuoli
 - ikä
 - sijainti
 - Kiinnostuksen kohteet, demografiatiedot ja käyttäytymiset.
5. Määritä **budjettisi** valitsemalla esitötetty budjetti tai klikkaamalla **Valitse omasi** ja kirjoittamalla mukautettu budjetti.
6. Määritä **kesto** klikkaamalla jotain ehdotettua ajanjaksoa. Voit myös valita tietyn päättymispäivän **Mainostamisen päättyminen** -kohdassa.
7. Tarkasta maksutapasi.
Vinkki: Jos haluat käyttää eri maksutapaa, klikkaa **Muuta**.
8. Klikkaa **Markkinoi**.

Lisää vinkkejä Facebook-mainontaan löytyy seuraavilta sivustoilta:

- Facebook Business mainostan ohje- ja tukikeskus, Aloittelijan opas mainostamiseen Facebookissa, <https://fi-fi.facebook.com/business/help/337584869654348>

Valitse: Valmistautuminen mainostamaan Facebookissa – luo – mainoksen luominen – voit valita joko opastetun luonnin tai pikaluonnin

- Mediashake, Toimiiko facebook-mainonta? <https://www.media-shake.fi/facebook-mainonta/>
- Blogi, Neljä vinkkiä tehokkaampiin Facebook-mainoksiin, <https://www.kuulu.fi/blogi/4-vinkkia-tehokkaampiin-facebook-mainoksiin/>

7 HYÖDYT

Facebookilla on erittäin paljon käyttäjiä. Tieto leviää siellä nopeasti. Pienikin yritys voi saada siellä paljon näkyvyyttä ilmaiseksi. Ihmiset viettävät siellä paljon aikaa. Arvonnoilla voi saada mainostettua helposti. Kun joku tykkää julkaisemastasi päivityksestä, myös tykkääjän ystävät näkevät tämän. Nykyään lähes kaikki ovat Facebookissa, joten annat yrityksestä myös paremman kuvan, jos käytät sitä aktiivisesti ja sinut tavoittaa sieltä. Kynnys ottaa yhteyttä on pienempi Facebook-sivujen kautta.

LÄHTEET

Facebook ohje- ja tukikeskus. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://fi-fi.facebook.com/help/>

Facebook-ylläpitäjän muistilista. Blogi. Saatavissa: <https://flowhouse.fi/facebook-sivun-yllapitajan-muistilista>

Mainokset ja mainostetut julkaisut. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.facebook.com/business/help/507612906001199?helpref=page_content#

Näin luot Facebook yrityssivun. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.salescommunications.fi/blog/nain-luot-facebook-yrityssivun>

Näin teet yrityksellesi oman Facebook-sivun. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://miiaylinen.fi/yrityksen-facebook-sivun-perustaminen>

Pulkkinen, Essi. Somevinkki 5: Luo menestyksekkäs Facebook-yrityssivu. <https://www.kuulu.fi/blogi/luo-menestyksekkas-facebook-yrityssivu/> Haettu 18.4.2019

Pulkkinen, Taru. Facebook-yrityssivun luominen. <https://www.kuulu.fi/blogi/facebook-yrityssivun-luominen/> Haettu 18.4.2019

Suomen digimarkkinointi. Facebook yrityssivu ja sillä erottuminen. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/facebook-yrityssivu-ja-silla-erottuminen> Haettu 18.4.2019