



Case-study: de kracht van targeting & Facebook advertising.
Online advertising zorgt dat FNV offline verder door blijft groeien

Federatie Nederlandse Vakbeweging

Met meer dan 1 miljoen leden is FNV (Federatie Nederlandse Vakbeweging) de grootste vakbond van Nederland. Voor haar leden onderhandelt FNV met de overheid en werkgevers en sluit zij ieder jaar honderden cao's af. Ze voert campagnes op belangrijke thema's en geeft gastlessen, visiebijeenkomsten en kenniscolleges door het hele land.

Om de visie en strategie van FNV verder te ontwikkelen, wil FNV doormiddel van het visietraject in contact komen met leden en niet-leden. Tijdens het visietraject wordt er per thema op diverse onderwerpen gefocust, waaronder inkomen, werk en sociaal domein. In het verleden is het lastig gebleken om mensen te bereiken en ze te motiveren om naar een thematische bijeenkomst te komen, vooral de doelgroep van mensen die geen lid zijn bleek lastig te bereiken.

Om zowel leden als niet-leden te attenderen op bijeenkomsten over thema's die iedereen aangaan heeft FNV, in samenwerking met S&D Interactive Media, een speciale Facebook campagne ingericht. Er is immers uit onderzoek gebleken dat de achterban van FNV veelvuldig gebruik maakt van Facebook.

Adverteren op Facebook

Een verstandige keuze van FNV. Adverteren op Facebook biedt bedrijven namelijk bij uitstek de gelegenheid om de naamsbekendheid en het bereik te vergroten. Met meer dan 1,5 miljard gebruikers wereldwijd en 9,6 miljoen actieve Nederlandse gebruikers is Facebook dé plek om in contact te komen met (potentiële) klanten. Of in het geval van FNV: leden en vooral ook potentiële leden.

S&D Interactive Media is met de wensen van FNV aan de slag gegaan en is een Facebook campagne gestart. In totaal moesten er achttien visiebijeenkomsten en drie kenniscolleges worden gepromoot. Bijeenkomsten die ook nog eens door heel Nederland waren verspreid zodat niemand daar heel lang voor zou moeten reizen, en zowel voor leden als niet-leden toegankelijk waren.

Acht verschillende thema campagnes

Om een zo optimaal mogelijk bereik te realiseren, maar ook de kwaliteit van de advertenties te waarborgen, heeft S&D Interactive Media de Facebook campagne opgesplitst in acht verschillende campagnes. Bij het inrichten van de campagnes is rekening gehouden met de interesses en eigenschappen van de FNV-doelgroep. Zo heeft iedere bijeenkomst een thema dat specifiek voor een bepaalde doelgroep interessant is. Dit had als gevolg dat er specifieke advertenties per bijeenkomst en doelgroep zijn aangemaakt om op deze wijze de relevantie van de advertenties te waarborgen.

1. FNV Campagne Algemeen (leden)
2. FNV Campagne Algemeen (niet-leden)
3. FNV Economisering & Globalisering (leden)
4. FNV Technologie & Anders werken (leden)
5. FNV Demografische- & klimaatveranderingen (leden)
6. FNV Economisering & Globalisering (niet-leden)
7. FNV Technologie & Anders werken (niet-leden)
8. FNV Demografische- & klimaatveranderingen (niet-leden)

Facebook targeting

In het tonen van de juiste advertentie aan leden van FNV zat niet de uitdaging. De uitdaging zat hem vooral in het lokaliseren en benaderen van de niet-leden. Het selecteren van een relevante doelgroep kan het verschil tussen een succesvolle of minder succesvolle Facebook campagne zijn. Gelukkig biedt Facebook uitstekende targeting mogelijkheden om relevante doelgroepen te selecteren.

Om de doelgroep 'niet-leden' zo goed mogelijk te targeten heeft S&D Interactive Media de interesses, eigenschappen, demografische factoren en devices van reeds bestaande likes van de FNV Facebook pagina's geanalyseerd. Door vervolgens de combinatie van vergelijkbare doelgroepen en interesses per thema te gebruiken was het voor S&D Interactive Media mogelijk om de niet-leden campagnes zo relevant mogelijk in te richten.

Resultaat: volle zalen

En met succes! In een periode van vijf maanden hebben de Facebook campagnes meer dan 1,4 miljoen advertentievertoningen behaald. Maar wat vooral belangrijk is, de Facebook campagnes hebben ervoor gezorgd dat in totaal 620 leden en niet-leden één van de FNV-bijeenkomsten hebben bezocht. En dat was wat FNV voor ogen had. Elke bijeenkomst kon maximaal tussen de 30 à 40 deelnemers accommoderen. Door de inzet van Facebook is er een gemiddelde van 34,4 deelnemers per bijeenkomst gerealiseerd.

FNV Vakbond
Gesponsord ·

Vind de pagina leuk

Kom naar de bijeenkomst over Technologie & Anders werken in Amsterdam. Praat mee!

Meld je nu aan voor de visiebijeenkomst: Technologie & Anders werken

FNV Visiebijeenkomsten
Zit er straks een robot op jouw werkplek? Kom naar een bijeenkomst over Technologie en Anders werken. Meld je aan!

WWW.FNV.NL | DOOR FNV

Meer informatie



“Wij zijn heel blij dat SDIM voor ons een Facebook campagne heeft ontwikkeld, waarmee we heel gericht de juiste doelgroepen konden bereiken. Op het moment dat de bijeenkomsten vol zaten, kon de campagne per direct aangepast worden. De samenwerking met SDIM verliep zeer prettig. SDIM is een bureau dat zich goed verplaatst in de wensen van de klant, en deze kan vertalen in een aansprekende campagne.”

Claudia Busato, Communicatieadviseur FNV

Vergroot ook uw doelgroep op Facebook

Wilt u net als FNV uw doelgroep op Facebook vergroten? Wilt u Facebook-gebruikers naar uw website sturen of uw producten verkopen door middel van Facebook? Neem dan vrijblijvend contact op met S&D Interactive Media via 023-7114401 of stuur een e-mail naar contact@sdim.nl.

Copyright

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van S&D Interactive Media worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, offset, fotokopie of microfilm of in enige digitale, elektronische, optische of andere vorm of (en dit geldt zo nodig in aanvulling op het auteursrecht) het reproduceren ten behoeve van een onderneming, organisatie of instelling of voor eigen oefening, studie of gebruik welk(e) niet strikt privé van aard is of voor het overnemen in enig dag-, nieuws- of weekblad of tijdschrift (al of niet in digitale vorm of online) of in een RTV-uitzending. Onder deze disclaimer valt ook het per email doorsturen van dit document of het hergebruiken van passages anders dan voor diegene waarvoor zij oorspronkelijk is bedoeld.