



Judith de Rooij

Van scrollen naar shoppen: zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta

Afgelopen jaar

Groot nieuws



- ### laatste nieuws
- 13:51 - Urban Houten Culture Amsterdam lukt...
 - 12:45 - Algemeen directeur Martijn Bennis ver...
 - 12:30 - DMG Media lanceert BusinessWitver...
 - 12:12 - Alle Europese verspreidersbureaus in...
 - 11:52 - Aantien zet met film de toon in traditie...

arcke   

OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fuseren

18-06-2024 11:58 - Nieuws

De digitale marketingbureaus OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fuseren. De bureaus bundelen hun krachten om samen te werken aan een leidende rol op het gebied van data en performance marketing en een leidende positie in te nemen op de Europese markt.

NewPort Capital treedt toe als investeerder toe in een organisatie met bijna 200 werknemers, verspreid over locaties in Amsterdam, Arnhem, Breda, Dordrecht, Groningen, Gent (BE), en Groningen.

Beste Performance Agency van Europa worden

De nieuwe groep zet in op performance marketing en internationale groei. Het richt zich, door grondige expertise en innovatie, op het maximaliseren van meetbare resultaten voor klanten. Als voorloper van performance marketingbureaus in Nederland combineert het data, tech en klantgerichte strategieën met een passie om te excelleren. "Met Increase hebben we het winnen van awards altijd centraal gesteld in onze strategie. Dit draagt ons uit op een innovatief te zijn voor klanten, en het is een enorme motivatie voor het team. Ook in de nieuwe groep zetten we vol in op het winnen van awards op Europese schaal. We willen het beste performance agency van Europa zijn," aldus Martijn van Dijk, MD Increase.

Mark van Hattem aangesteld als CEO

Opnieuw en directeur van MvH Media, Mark van Hattem, komt aan het hoofd van de nieuwe groep Mark. De ontwikkeling in digital marketing gaat razendsnel. Om als bureau de juiste oplossing te kunnen blijven bieden is het belangrijk en voldoende omwring te hebben. Via zijn overtuiging dat creativiteit, en daarmee het succes voor onze klanten, bepaald wordt door schaal op het gebied van kennis en data. Opnamen maken om relevantie voor zowel klanten als talent in het vak, en een blijvende voorkeur is dan wel met de nieuwe bureaus gericht een goede gepersonaliseerde spreiding door de Benelux hebben. Daarom krijgen we de voorkeur van deze schaalvergroting ook direct doordat zij onze klanten en professionals."

Succes is geen toeval

De fusie brengt geleidelijke teams samen en zorgt voor een brede basis aan experts op alle gebieden van performance marketing. OrangeValley, MD OrangeValley, "Succes staat en valt bij het bouwen en breiden van geleidelijke teams en geleidelijke resultaten en awards halen. Het fundamenteel wordt geleid in onze Academy en de coaching van talenten door de beste talenten. Awards winnen is mooi maar succes is geen toeval. Dit resulteert in geleidelijke groei en succes."

"Bij AdResults zijn we niet alleen trots op onze erkenning als 'Great Place to Work', maar ook op de manier waarop we deze titel elke dag waarmaken. Om zes maanden tijdens een reis naar de markt worden we meer dan ooit uitgedaagd, het is een intensief avontuur waarbij dagelijkse transities en persoonlijke groei geleidelijk ontstaan. We bieden een unieke kans om te groeien in een omgeving die niet alleen focust op het behalen van resultaten, maar ook op het vinden van succes en persoonlijke ontwikkeling. Dit maakt AdResults de plek waar je niet alleen je carrière, maar ook jezelf naar een hoger niveau tilt, allemaal binnen een kader van vertrouwen, trots en plezier. Deze unieke cultuur gaat we in de groep verder ontwikkelen," aldus Robert Blijm, MD AdResults.

NewPort Capital aan boord

meest gelezen

- Antien larenen: grootschalige campagne teg...
- Martijn Hoffman en Oddo willen kinderen me...
- H&M, krijgt nieuwe naam: 100%
- Nationale Nederlanden en AdResulten helpe...
- Woensd vindt in Saama Sharma nieuwe par...

funk magazine up

Edith #387 Listen up, 'S audio! Ben je abonnee? Klik hier om de nieuwste editie van FUNK magazine te lezen.



funk library

Funk magazine biedt abonnees vanaf editie #315 een actiefunctie aan. Dat betekent dat alle digitale edities voor jou als abonnee bewaard blijven. Klik op de cover voor toegang tot de editie van Funk magazine en log in met je persoonlijk Funk account.



Nieuws - 6 April 2024 - 11:03

OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fuseren



De digitale marketingbureaus OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fuseren. Ze bundelen hun krachten om samen te werken aan een leidende rol op het gebied van data- en performance marketing op de Europese markt.

Voortdurend maakte de leiding van de respectievelijke bedrijven dat van de medewerkers bekend. In de nieuwe constellatie zal Mark van Hattem de functie bekleden van CEO. Een financieel directeur zal worden aangesteld.

Voortdurend blijven de bedrijven onder eigen naam opereren, maar er zal een overlopende nieuwe naam worden aangenomen.

Van Hattem leidt aan Emence uit: "Alle vier zien we dat meer schaal onze dienstverlening zal helpen. Met onze focus op performance marketing wordt meer schaal voor meer toegang tot kennis, innovatie en data. Dat is een trend die al langer zit in de bureauswereld. Wij kiezen ervoor om meer verdieping te zoeken in de performance marketingkanalen in plaats van in de breedte van de dienstverlening."

De nieuwe samenwerking resulteert in een organisatie met bijna 200 werknemers, verspreid over locaties in Amsterdam, Arnhem, Breda, Dordrecht, Groningen, Gent (BE) en Groningen. Financiële details over de transactie worden bekend gemaakt.

"We willen niet tractie maken in de arbeidsmarkt en Europees worden en stellen heel hoge kwaliteitsniveaus aan onszelf en de bedrijven die we willen toevoegen."

Samen met investeerder NewPort Capital zal een buy & build-strategie worden gevoerd. Dit Nederlandse private equity-fund heeft een meerderheidsbelang. NewPort richt zich op investeringen in gevestigde Nederlandse ondernemingen met een operationele jaarwinst van twee tot tien miljoen euro in de sectoren: ICT, food, verpakkingen, maakindustrie en financiële en zakelijke dienstverlening.

Een bevoorrecht deel van de klanten van OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase hebben internationale ambities. Met hun marketingovernames kunnen ze die ambities gaan vervolgen. Van Hattem en compagnons hebben meerdere regio's op de radar staan: Duitsland, Italië, Zwitserland, Scandinavië en het VK. "Het concrete plan moet nog nader worden krijgen. In de komende maanden ligt de focus op de versterking en integratie van de verschillende bedrijven. Parallel daaraan zullen we onze Europese ambities verder vorm geven."

MEER IN DIGITAL AGENCIES

- Digitale marketingbureau in de Benelux: achtergrond en toekomst
- Ethical Agency Summit komt naar Amsterdam
- Nieuwe naam, nieuwe partner voor Woensd
- Nieuwe kat Knessen voor inhoud
- Blue Dragon Groep zoekt Westin
- Publitas: Eerste buitenlands talent
- WPP stuurt AI-pact voor marketing met Google

MEER NIEUWS

- Blue Origins wordt Global Government Lead bij Microsoft
- 'Eif present online aankopen gaat terug'
- Reclamecolleges uit de gratie, nog maar 44%
- Google Maps wordt handiger voor elektrische auto's
- Dinmide krijgt subsidie om reizen te betalen met AI
- Sara-rechtersbureaus stappen in Nederland Ad startup
- Privacyrechtenhouder: platformen mogen gebruikers niet dwingen zich te laten volgen
- Riddermans omhult nieuw Haas Global over
- Breda's digitale advertentie in 2023 maar 5,7 miljard, groei van 5 procent
- Ook Burea moet Nederlandse gokker terugkopen

MEER NIEUWS

- Integratie naar TikTok toont wereldwijd belang van TikTok en iOS
- AI-chatbot 'Ella' moet heel 200 miljoen gebruikers

VACATURES

- PHP Developer
- Senior Accountmanager
- Data Engineer
- Social Media Manager

Nieuws - Persbericht Nieuws - Nieuwsbericht

OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fusie met investeerder NewPort Capital

Delen via:



Bron: ANP Persberichten Nieuws

18 april 2024, 11:54

De digitale marketingbureaus OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fuseren. De bureaus bundelen hun krachten om samen te werken aan een leidende rol op het gebied van data en performance marketing en een leidende positie in te nemen op de Europese markt. NewPort Capital treedt toe als investeerder om deze ambitieuze groei en uitbreiding van de nieuwe entiteit te ondersteunen. Deze samenwerking resulteert in een organisatie met bijna 200 werknemers, verspreid over locaties in Amsterdam, Arnhem, Breda, Dordrecht, Groningen, Gent (BE), en Groningen. Financiële details over de transactie worden niet bekendgemaakt.

Innovatieve technieken en strategische digital marketing expertise

De nieuwe groep zet in op performance marketing en internationale groei. Het richt zich, door grondige expertise en innovatie, op het maximaliseren van meetbare resultaten voor klanten. Als voorloper van performance marketingbureaus in Nederland combineert het data, tech en klantgerichte strategieën met een passie om te excelleren. "Met Increase hebben we het winnen van awards altijd centraal gesteld in onze strategie. Dit draagt ons uit op een innovatief te zijn voor klanten, en het is een enorme motivatie voor het team. Ook in de nieuwe groep zetten we vol in op het winnen van awards op Europese schaal. We willen het beste performance agency van Europa zijn," aldus Martijn van Dijk, MD Increase.

Mark van Hattem aangesteld als CEO

Opnieuw en directeur van MvH Media, Mark van Hattem, komt aan het hoofd van de nieuwe groep Mark. De ontwikkeling in digital marketing gaat razendsnel. Om als bureau de juiste oplossing te kunnen blijven bieden is het belangrijk en voldoende omwring te hebben. Via zijn overtuiging dat creativiteit, en daarmee het succes voor onze klanten, bepaald wordt door schaal op het gebied van kennis en data. Opnamen maken om relevantie voor zowel klanten als talent in het vak, en een blijvende voorkeur is dan wel met de nieuwe bureaus gericht een goede gepersonaliseerde spreiding door de Benelux hebben. Daarom krijgen we de voorkeur van deze schaalvergroting ook direct doordat zij onze klanten en professionals."

Een geïntegreerd team dat steelt naar excellentie

De fusie brengt geleidelijke teams samen en zorgt voor een brede basis aan experts op alle gebieden van performance marketing. OrangeValley, MD OrangeValley, "Succes staat en valt bij het bouwen en breiden van geleidelijke teams en geleidelijke resultaten en awards halen. Het fundamenteel wordt geleid in onze Academy en de coaching van talenten door de beste talenten. Awards winnen is mooi maar succes is geen toeval. Dit resulteert in geleidelijke groei en succes."

OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase fusie met investeerder NewPort Capital

Met een actieve buy & buildstrategie wil NewPort Capital de nieuwe groep tot de meest in Europa maar op het gebied van performance marketing. Deze strategische samenwerking behelst een innovatieve, geleidelijke aanpak te leveren, gericht op het maximaliseren van meetbare resultaten voor klanten. Peter van der Aar, partner bij NewPort Capital, wil aan de wereldwijde werking van de & buildstrategie in de groei en voortbrengen in zijn op het gebied van innovatie, service richting de klant, en kennis voor talenten. In de digitale agency sector zijn wij succes voor een nieuw soort performance marketing specialist en wij geven de de combinatie van OrangeValley, MvH Media, AdResults en Increase door het uitbreiden van talent.

Over NewPort Capital

NewPort Capital richt zich op investeringen in gevestigde Nederlandse ondernemingen met een operationele jaarwinst van €2 tot €10 miljoen in de volgende sectoren: ICT, food, verpakkingen, maakindustrie en financiële en zakelijke dienstverlening. NewPort werkt graag met - onder andere - ondernemende managementteams bij het maximaliseren van waarde en waardecreatie.



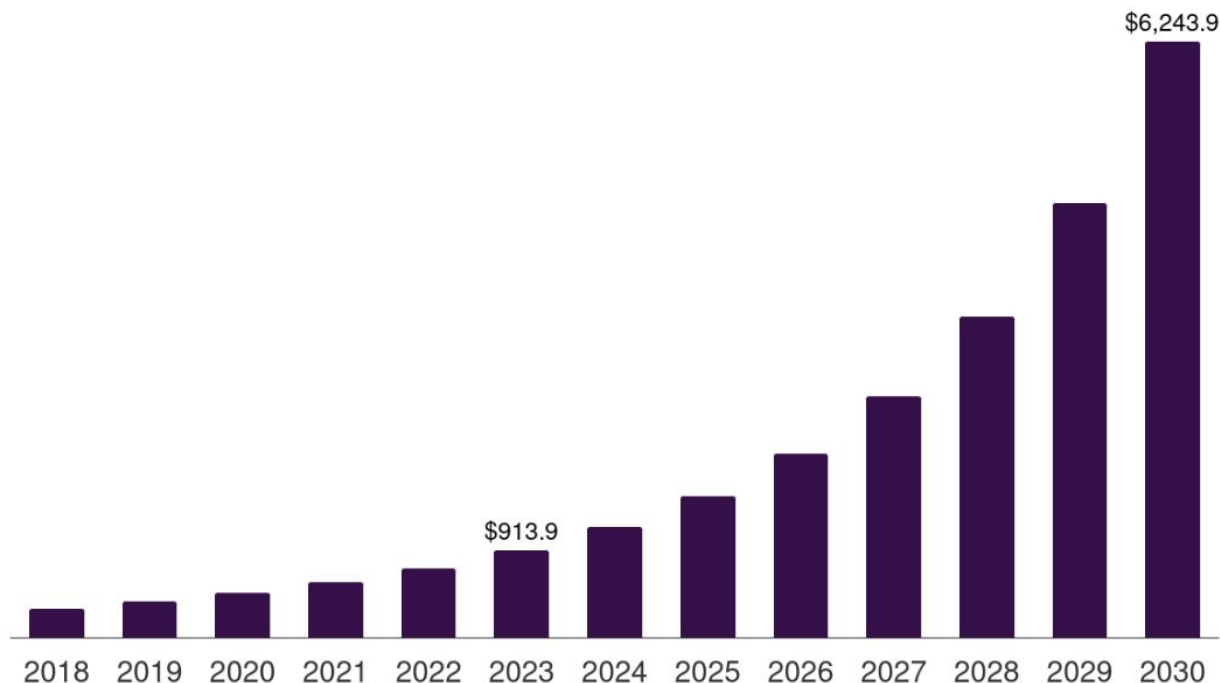
Dare to lead

 FOLLO

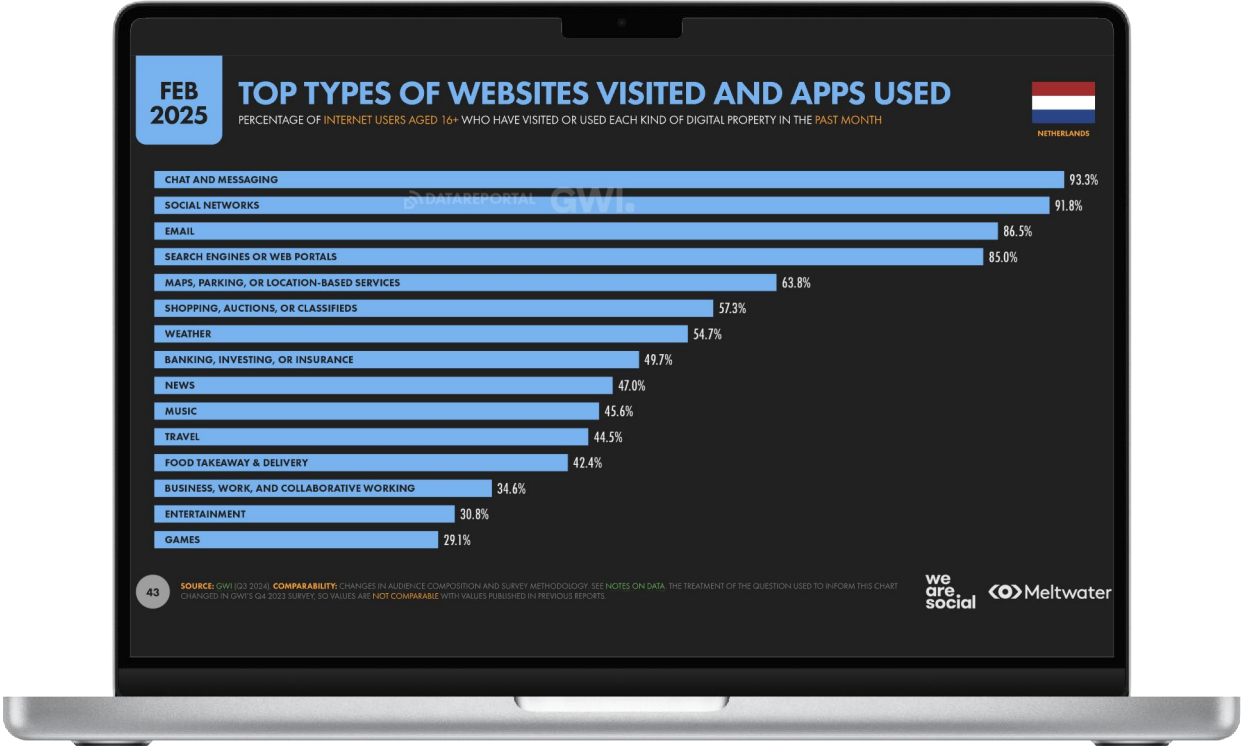


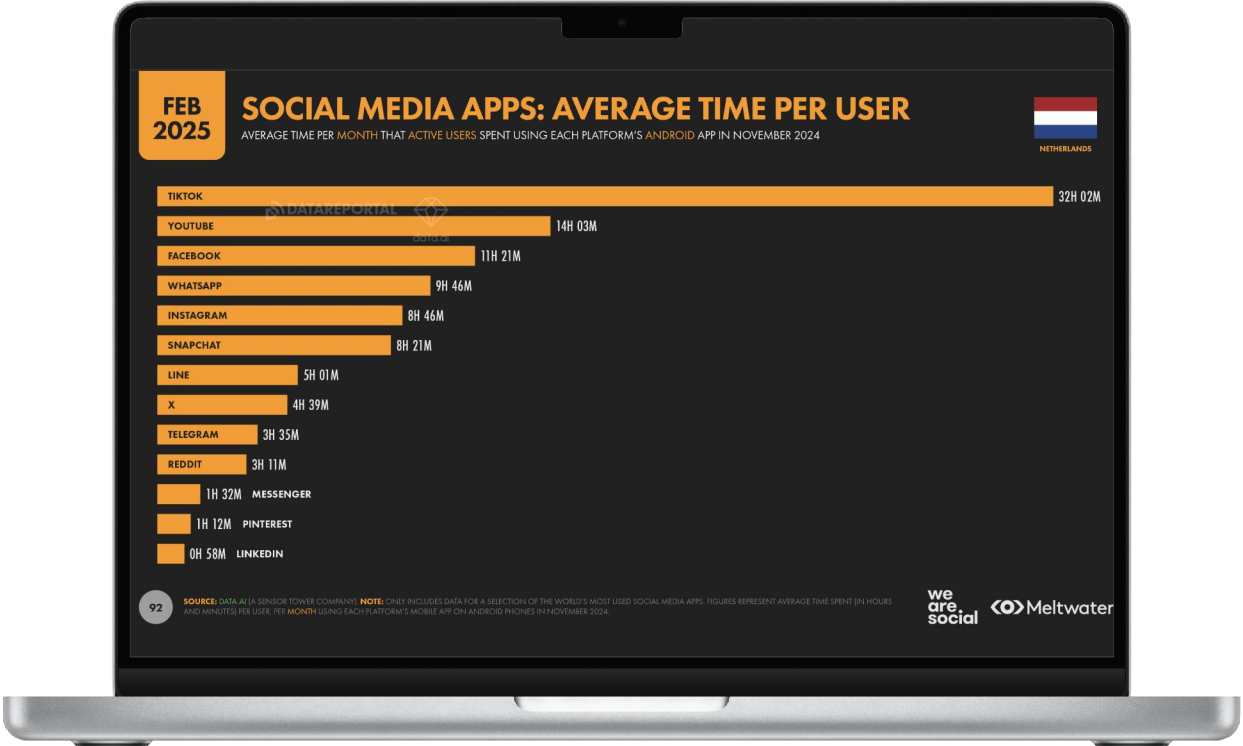
Verwachte groei social commerce

Global social commerce market size, 2018-2030 (US\$M)



Komende jaren
gaat de
wereldwijde
omzet vanuit
social commerce
nog groeien met
ruim 30%

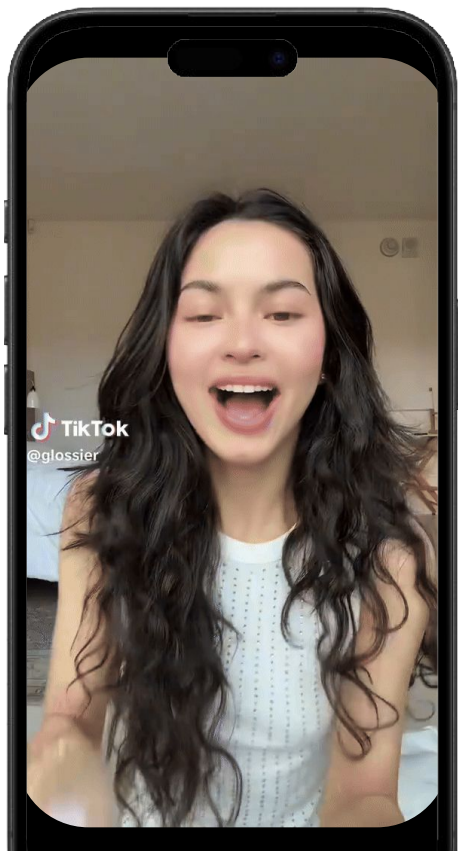




Niet alleen ons online gedrag
is aan het veranderen,
platformen passen zich hier
ook op aan

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta

Discovery Commerce



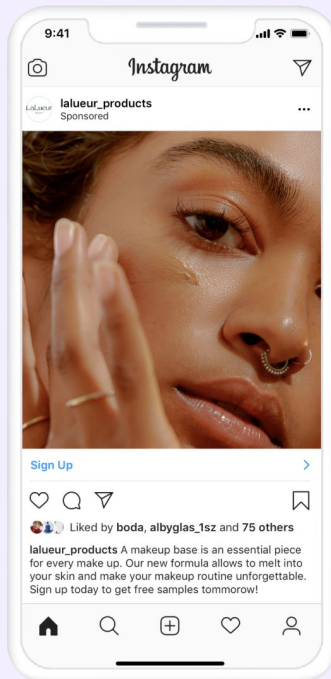
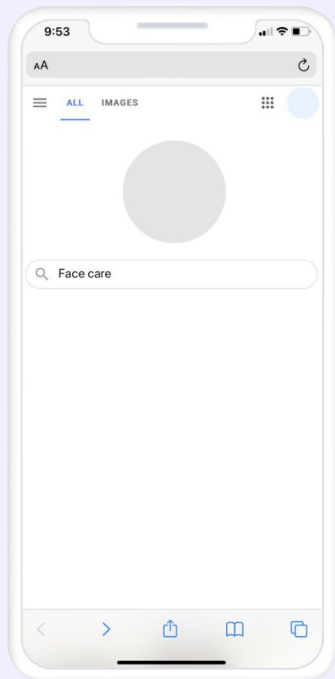
FOLLO

**75% van de
consumenten
ontdekt nieuwe
merken via social
media**

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta



Discovery Commerce



Van het actief zoeken naar producten, vinden de producten nu de doelgroep.

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta

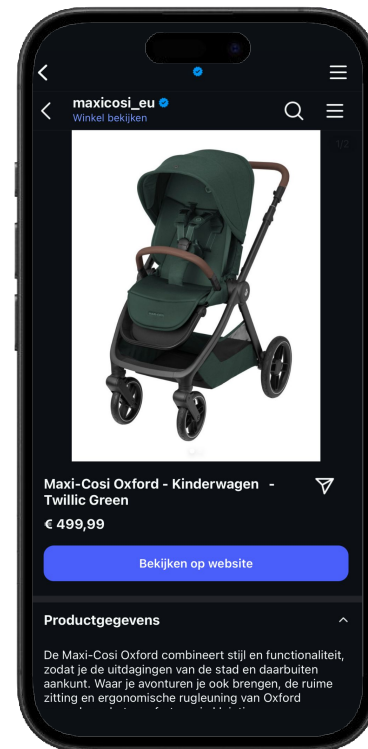
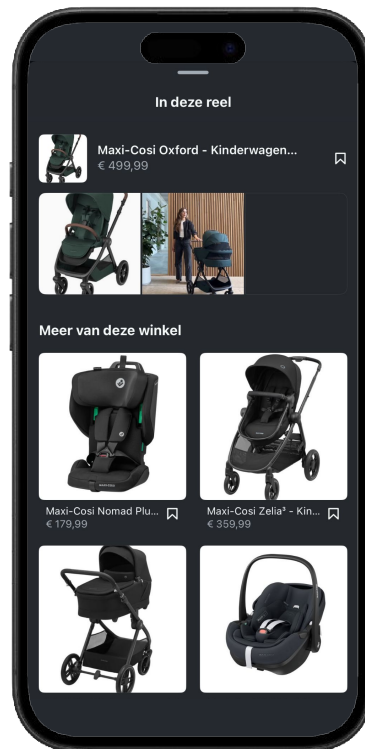


Always shopping

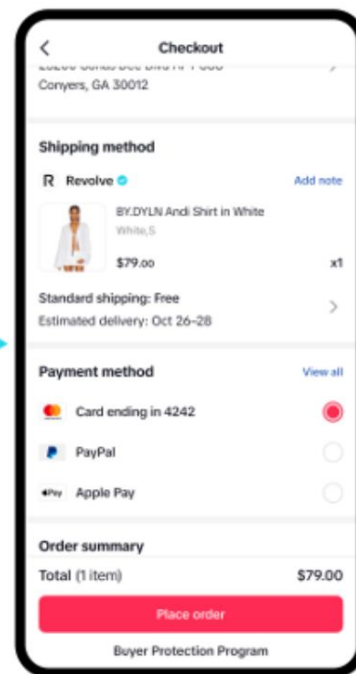
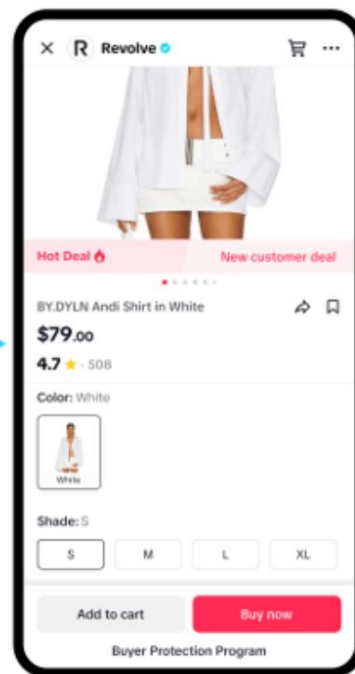
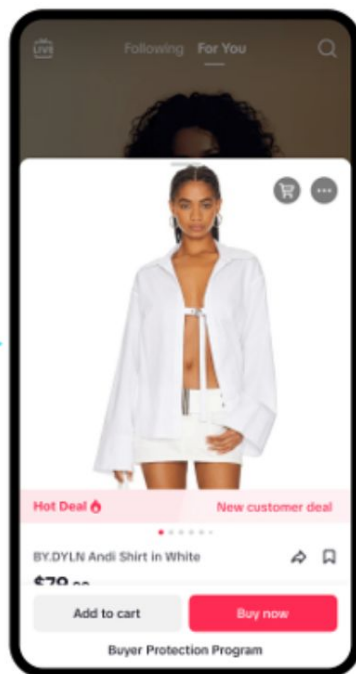
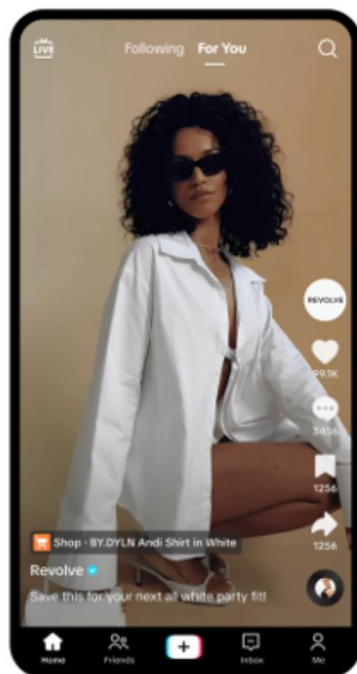
Hierdoor komen we in een 'always shopping' mindset.

Waar we ook scrollen, overal krijgen we berichten te zien met producten waar we mogelijk in geïnteresseerd zijn. Nog voor we er aan denken om het te kopen.



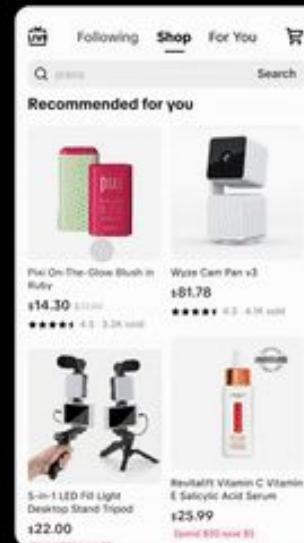
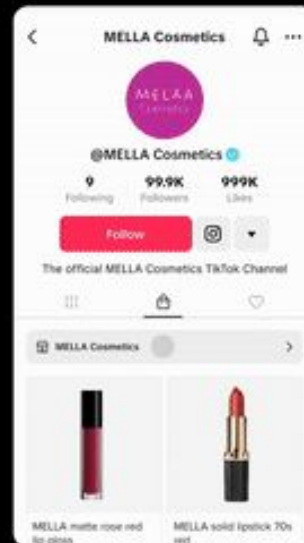


Dare to lead



Dare to lead

FOLLO



Zie social media meer als
inspiratie kanaal

[Alle](#) [Afbeeldingen](#) [Producten](#) [Productsites](#) [Nieuws](#) [Video's](#) [Korte video's](#) [Meer](#) [Tools](#)

[Campinggaz](#) [Big Green Egg](#) [CADAC](#) [Barbecue](#) [Tarrington House](#)

Gesponsord [:](#)



UITVERKOOP

KitchenBrothers
Houtskool BBQ - ...
€ 179,99 € 220

bol.com
Gratis verzending

Van Producthero



Kamado BBQ Urban
Chef Large | Ø 59 H...
€ 799,00

Intratuin
Gratis verzending

Van Producthero



Tarrington House
houtskoolbarbecue...
€ 103,33

makro.nl
+€ 9,98 verzendkosten

Van Adference Shopping



Kamado 18 Inch
Complete Set Van €...
€ 499,00

HGB-Trading
Gratis verzending

Van Channable



Weber Compact Kettle
47 cm barbecue - ...
€ 82,00

Coolblue
Gratis verzending
★★★★★ (2k+)

Van Producthero



Kamado barbecue - 21
inch - zwart - 75 x 13...
€ 499,00

Action
+€ 29,99 verzendkosten

Van Producthero

Productsites [:](#)

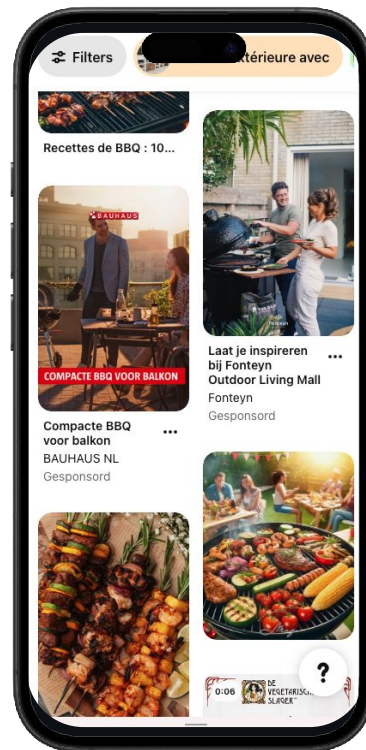
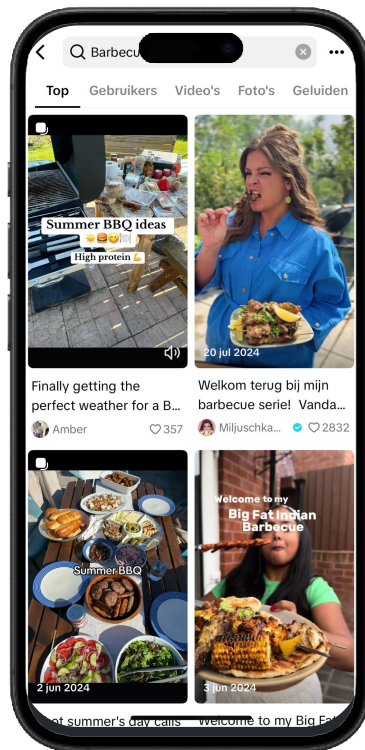
Barbecue
vergelijken en
kopen (maart
2025)



BBQ kopen?
Vergelijk meer dan

BBQ kopen

Barbecue
kopen?
Vergelijk
prijzen van
BBQ's bij BCC



Daarom vraagt social media om een andere aanpak

De klantreis op social media begint eerder:

- Creeër koopintentie
- Sfeerbeeld + context is key
- Producten combineren met lifestyle verhoogt de kans op conversie

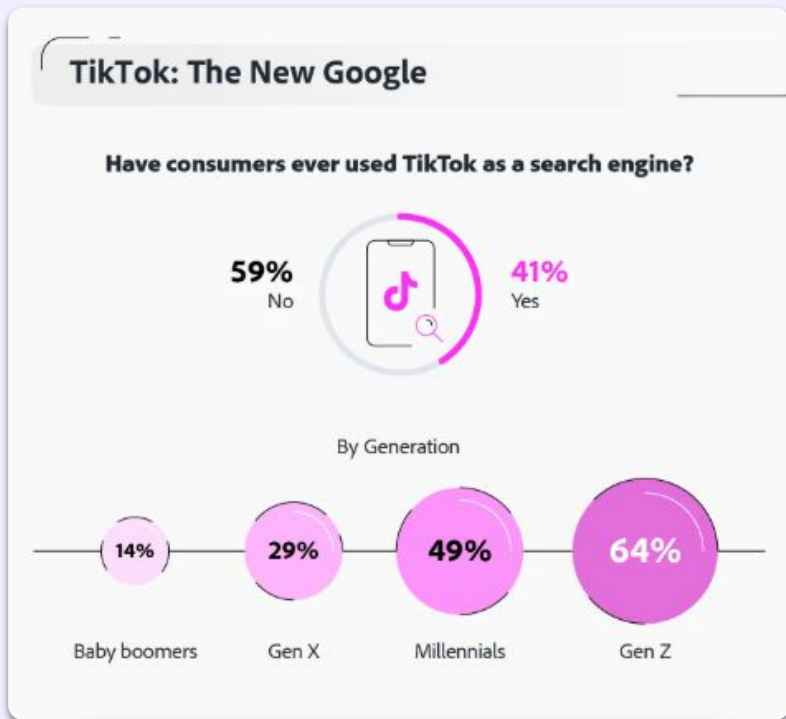


Social Search als basis van je strategie

64% van Gen Z gebruikt
TikTok regelmatig als
zoekmachine

TikTok is het nieuwe Google

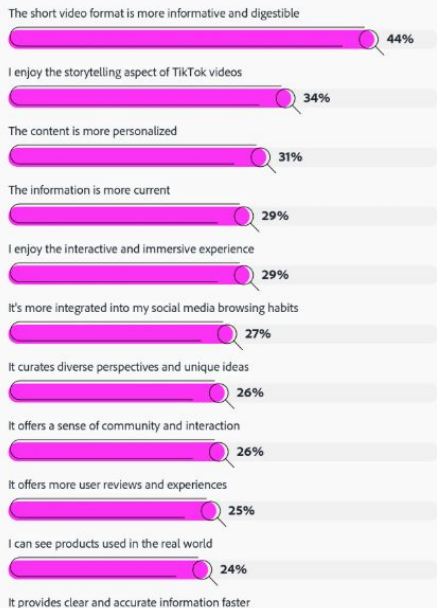
Niet alleen Gen Z, maar ook Millennials gebruiken TikTok als zoekmachine.



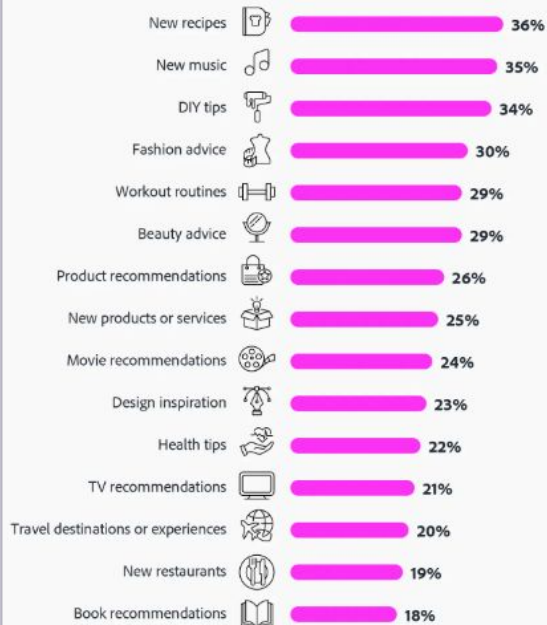
Redenen om via social media te zoeken

A Deep Dive Into TikTok Content Consumption

Why did consumers use TikTok instead of traditional search engines?



What have consumers looked for when using TikTok as a search engine?



Het meest wordt er gezocht naar inspiratie op TikTok, maar daarnaast ook op Instagram en Pinterest.

Redenen om voor Social Media te kiezen?

- Visuele resultaten
- Persoonlijk aspect
- Actuele informatie

TikTok, Pinterest en Meta geven
geen data weer zoals Google doet

Weet hoe je doelgroep zoekt

Google

Festival outfit dames

Festival outfit lange broek

Tomorrowland festival outfit

Glitter festival outfit

Milshake festival outfit

YouTube

Festival outfit try on

Festival outfit haul

How to make a festival outfit

Outfits to wear to a festival

Festival look

Pinterest

Festival outfit inspiration

Festival outfit koud weer

Festival outfit glitter

Festival outfit Nederland

Festival outfit ideas

TikTok

Festival outfit ideas

Festival outfit inspo

Festival outfit winter

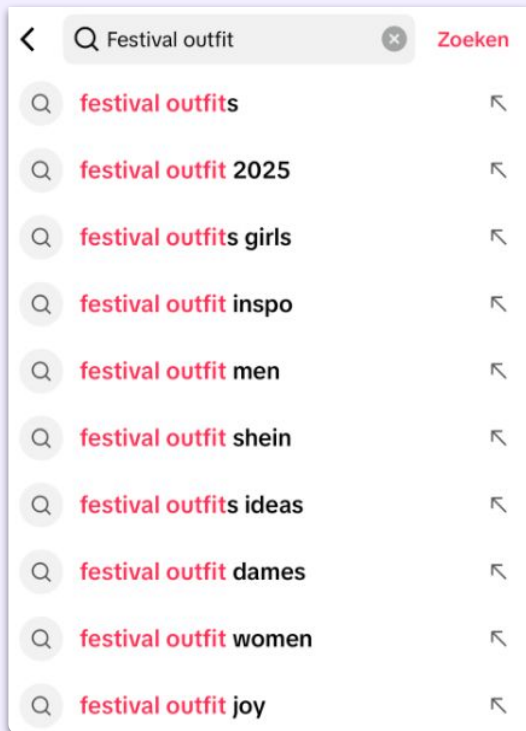
Festival outfit cold weather

Festival outfit 2025

Doe hiervoor zoekwoordonderzoek

Handmatig door het intypen van een zoekwoord om zo te komen tot:

- Resultaten die hier op worden geplaatst
- Auto suggesties



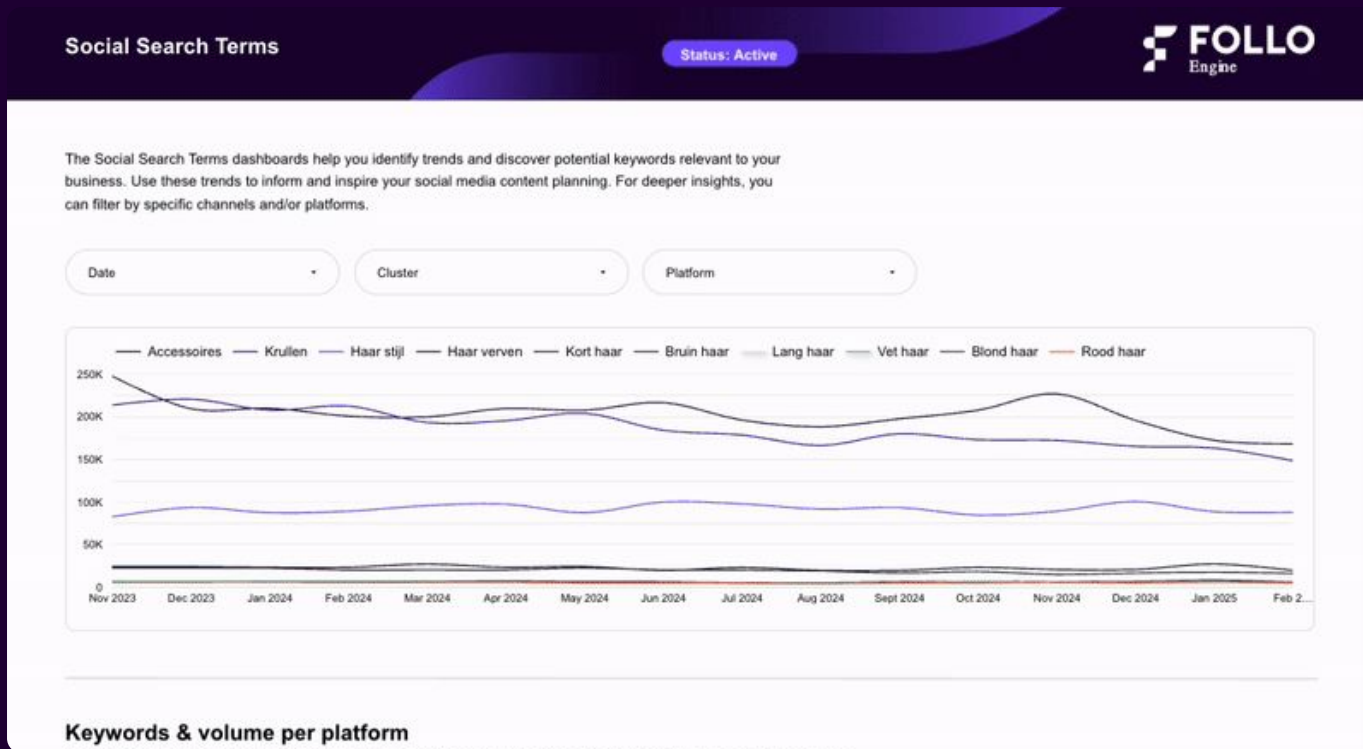
Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta



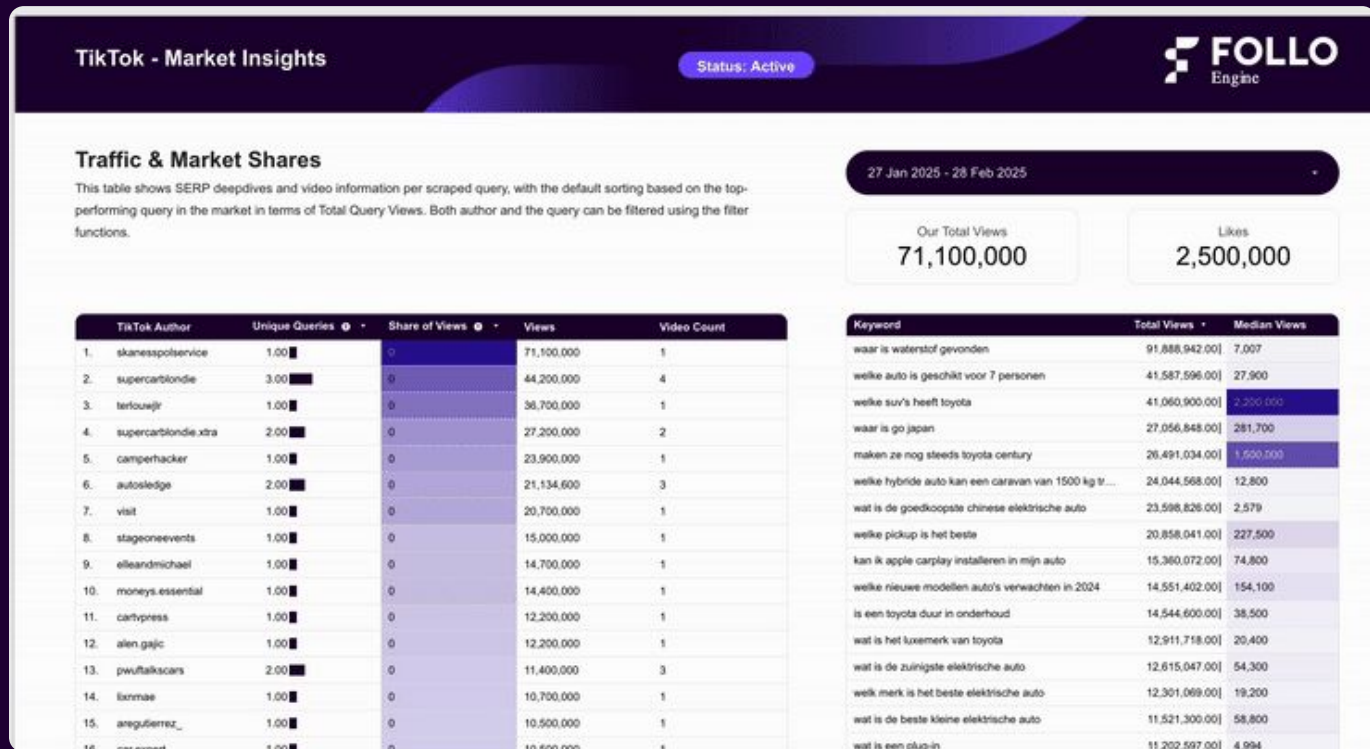
Of automatiseer het

Keyword insights en suggesties met:

- Views
- Trends

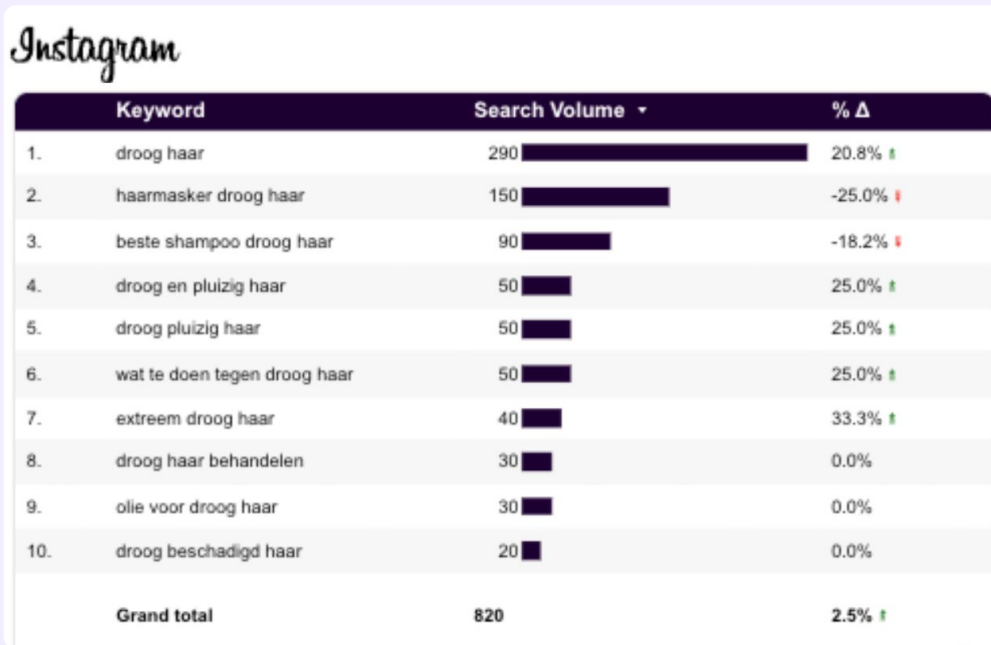


En zie wie goed scoren op deze keywords



- Views per Keyword
- Competitor Insights
- Top Accounts
- Share of Views
- Rank Tracker

Social Search Strategie



Met behulp van de stijgende en dalende trends op termen content aanpassen naar dat wat op dat moment relevant is voor jouw producten.

Dit heeft impact op advertenties en organische content



beautyplaza.com_nl De koude maanden kunnen je haar uitdrogen, maar wij hebben dé verzorging die je nodig hebt!

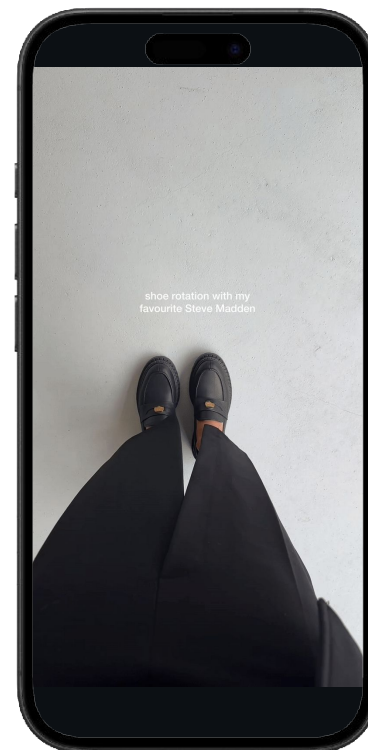
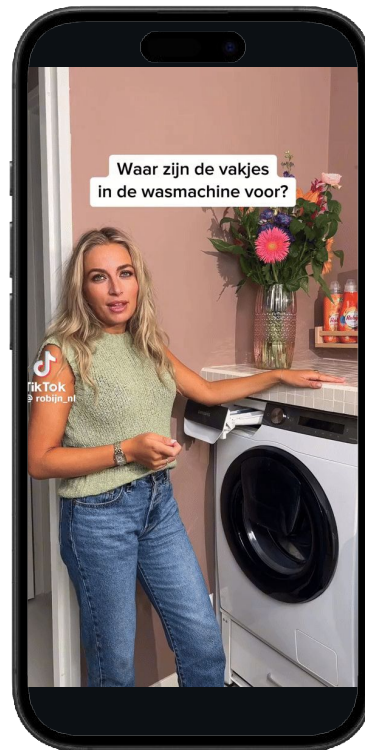
- ✦ Kérastase Nutritive 8H Magic Night Serum – Voor intensieve nachtverzorging.
- ✦ Balmain Silk Perfume – Voor glans en bescherming.
- ✦ CHI Argan Oil Plus Moringa Oil Conditioner – Voor hydratatie en voeding.
- ✦ ORS Coconut Oil Nourishing Conditioner – Voedt en verzacht.
- ✦ Davines Nourishing Vegetarian Miracle Conditioner – Voor beschadigd haar.
- ✦ Aveda Nutriplenish Masque – Diepe voeding voor droog haar.
- ✦ NAK Hydrate Shampoo – Voor zachte en gehydrateerde lokken.

#haarspullen #haarspullennl #foreverybeautymoment
#beautyplaza #beautyplazanl #drooghaar #winteressentials
#haarverzorging

Door het verwerken van de tekst in de image, copy en hashtags zagen we met het boosten van de post een daling in CPM van **23%**.

Daarnaast behaalde het bericht organisch **+236% meer bereik** dan berichten die niet geoptimaliseerd waren op populaire social search terms

Ga de concurrentie aan met je
échte concurrenten



Werk samen met creators

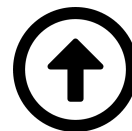
- **Vertrouwd door consumenten** – 79% van de mensen vertrouwt User-generated Content (UGC) meer dan merkcontent.
- **Hoger engagement** – UGC scoort beter dan traditionele advertenties.
- **Verhoogt conversies** – Echte ervaringen leiden tot meer aankopen.



De kracht van User Generated Content



Waar merkcontent vaak gestyled en commercieel oogt, voelt UGC authentiek, spontaan en persoonlijk aan.



+64%

CTR



+17%

Engagement



-72%

kosten
per ThruPlay

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta

FOLLO

En maak gebruik van gepersonaliseerde content



ChatGPT 4o ▾



Maak een beeld van een fashionable jonge vrouw, begin 20. Ze heeft een zomerse look en loopt richting de duinen en draagt bijgevoegde schoenen. Het beeld moet op een realistisch model lijken en inspireren. Het gaat om de schoenen, beide voeten moeten dus goed zichtbaar zijn in het beeld met de schoenen. Het is een zomerse dag en andere, Nederlandse vrouwen, kunnen zich in haar verplaatsen waardoor ze extra geïnspireerd raken. Maak het beeld op hoge resolutie.

Zet packshots eenvoudig om naar lifestyle beelden



- Content afgestemd op iedere type persoon in je doelgroep
- Eenvoudig en op schaal
- Kosten besparend

Eén product, diverse doelgroepen

- Type interieur
 - Modern interieur
 - Industrieel interieur
- Ouders
 - Jongens, tiener kamer
- Studenten
 - Studentenkamer



Ik wil dat je deze bijgevoegde kast in een modern interieur zet, het is in een woonkamer en het moet inspireren om de kast te kopen. Het is een net interieur. Daarnaast is de woonkamer ook aangekleed met planten en staan er spullen in de kast

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta

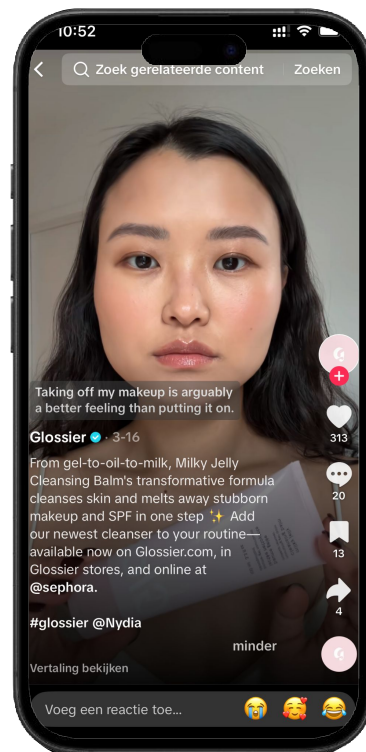
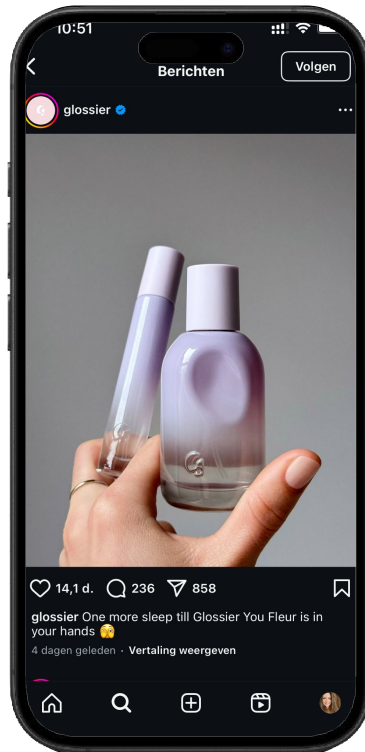
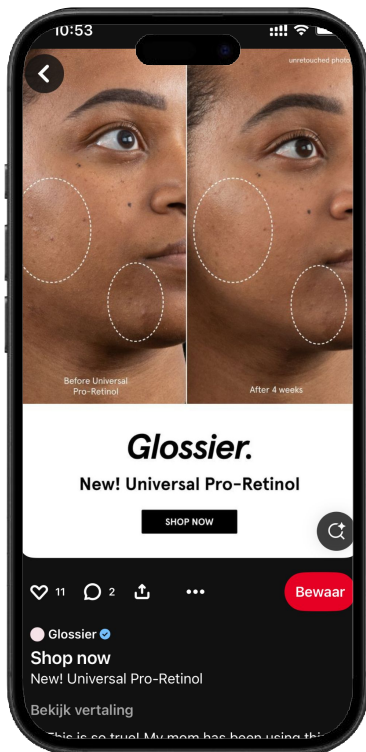
Eén product, diverse doelgroepen



Optimaliseer per kanaal

Pinterest vs. Instagram vs. TikTok

Pinterest	Instagram	TikTok
Zoeken en ontdekken staat centraal	Content verspreid via volgers	Content verspreid via interesses
Wishlist georiënteerd	Connectie met bestaande netwerk staat centraal	Discovery staat centraal
Shoppable opties	Esthetiek en branding dominant	Creativiteit & authenticiteit
Statische visuals	Meer focus op feed en stories	Short format video
Langdurige levensduur van content	Afhankelijk van advertenties	Hoog organisch bereik potentie



Optimaliseer product feed beschrijvingen voor Social Search



♡ 📌 ...

**Beauty of Joseon Relief Sun Aqua
Fresh Rice + B5 SPF50++++**

€ 18,99

Little Wonderland

[Website bezoeken](#)

Productgegevens ^

Deze lichte, hydraterende SPF biedt een hoge bescherming tegen de zon en verzacht en voedt de huid met rijstextract en vitamine B5, voor een frisse, niet-vette finish.



♡ 📌 ...

**Beauty of Joseon Relief Sun Aqua
Fresh Rice + B5 SPF50++++**

€ 18,99

Little Wonderland

[Website bezoeken](#)

Productgegevens ^

Deze lichte, hydraterende zonnebrandcrème biedt een hoge bescherming tegen de zon en verzacht en voedt de huid met rijstextract en vitamine B5, voor een frisse, niet-vette finish.

Door producten te optimaliseren naar de termen waar op wordt gezocht zagen we en **uplift** van **+250%** op organische productweergaven binnen Pinterest.

Aanvullende informatie

<code>skin_care_concern</code> Type: list of strings	Indicates if the item is meant to alleviate a particular skin care issue. For general health concerns, such as obesity or blood pressure, use the <code>health_concern</code> attribute. Values may be similar to the <code>skin_type</code> attribute - "dry cracked skin" may be a concern, but "dry" is a skin type. Sample values: <code>Dry Skin</code>, <code>Cellulite</code>, <code>Wrinkles</code>, <code>Eczema</code>, <code>Rosacea</code>, <code>Blemishes</code>, <code>Blackheads</code>. - To provide multiple values using a single feed <code>skin_care_concerns</code> field, the acceptable input format is '<code>Dry Skin</code>', '<code>Cellulite</code>', '<code>Wrinkles</code>', '<code>Eczema</code>', '<code>Rosacea</code>', '<code>Blemishes</code>', '<code>Blackheads</code>'. - To provide multiple values with one value per feed field, use feed field names, such as <code>skin_care_concerns[0]</code>, <code>skin_care_concerns[1]</code>. For example, the acceptable attribute value input format for fields such as this is <code>Dry Skin</code>.
<code>skin_tone</code> Type: string	Describes the color or shade of skin that a product is targeted for. This is separate from Color Name of the product. <code>Olive</code> may be a color name from the manufacturer and the type of skin tone the product is targeting. Allowed values: <code>Fair</code>, <code>Light</code>, <code>Medium</code>, <code>Neutral</code>, <code>Olive</code>, <code>Dark</code>.
<code>skin_type</code> Type: string	Indicates the general skin type that the product is intended for on the oily/dry spectrum. Sample values: <code>Oily</code>, <code>Dry</code>, <code>Combination</code>, <code>Sensitive</code>.

Categorie-specifieke velden

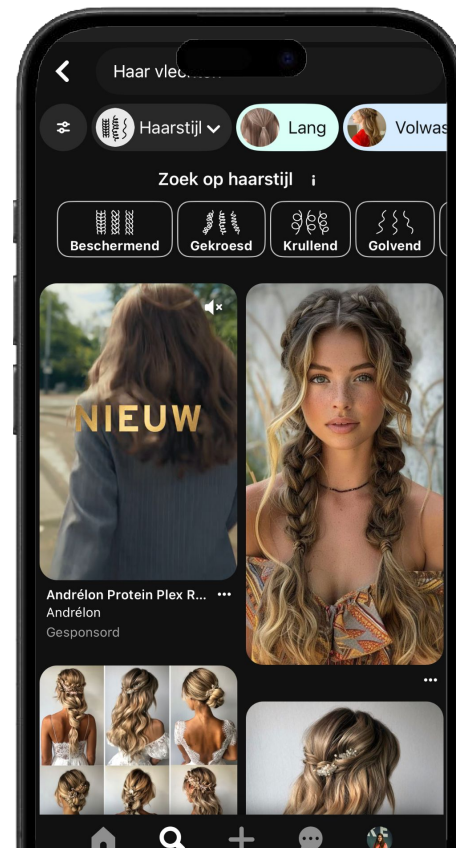
"Huidprobleem: Rimpels, Doffe / Vermoeide huid, Pigmentatie / Pigmentvlekken, Productformulier: Vloeibaar, Ingrediënten: Hyaluronzuur, Niacinamide, Beta-Glucan, Niet-actieve ingrediënten: Alcohol, Parabenen, Siliconen (-cone, -siloxane), minerale oliën, Sulfaten (SLS/SLES)"

Minder

Voor diverse branches

Platformen hebben veel 'verborgen' velden voor verschillende product types:

- Beauty en gezondheid
- Kleding, schoenen en accessoires
- Meubels
- Sieraden
- Elektronica
- Baby en kids



Maak advertenties op schaal

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta



240 gepersonaliseerde advertenties, één slimme opzet

The image displays a workflow for creating personalized ads. On the left, a spreadsheet titled 'Locations - Automated Feed' lists 14 locations in Berlin. A formula in cell B8, `=CONCATENATE(C8,"*",D8)`, is shown. The spreadsheet data is as follows:

	A	B
1	id	location_name
2	1	Bergmannkiez, Berlin
3	2	Charlottenburg, Berlin
4	3	Checkpoint Charlie, Berlin
5	4	Friedenau, Berlin
6	5	Friedrichshain, Berlin
7	6	Kreuzberg, Berlin
8	7	Mitte, Berlin
9	8	Moabit, Berlin
10	9	Pankow, Berlin
11	10	Prenzlauer Berg, Berlin
12	11	Schöneberg, Berlin
13	12	Sprengelkiez & Brüsseler Kiez, Berlin
14	13	Wedding, Berlin
15	14	Westend, Berlin

The FOLLO interface on the right shows a 'Campaign' setup for 'Conversions - Purchase - Acquisition - Automated - 11/2021'. It includes a 'General' tab with campaign details and a 'Tracking' tab with UTM parameters. A list of 14 ad sets is shown, each corresponding to a location from the spreadsheet. The ad sets are:

Name	Status	Facebook Page	Instagram Account
Atavieska	Active	Ruokaboksi	ruokaboksi
Aukko	Active		
Espoo, Ita	Active		
Haukilahti	Active		
Helsinki, Etela	Active		
Juonuu	Active		
Kaivola	Active		
Kemi	Active		
Kempala	Active		
Kiviniemi	Active		
Kokkola	Active		
Family_Alavieska	Active	2384929...	
Family_Aukko	Active	2384929...	
Family_Espoo, Ita	Active	2384929...	
Family_Haukilahti	Active	2384929...	
Family_Helsinki, E...	Active	2384929...	
Family_Isalmi	Active	2384929...	
Family_Juonuu	Active	2384929...	
Family_Kaivola	Active	2384929...	
Family_Kemi	Active	2384929...	
Family_Kempala	Active	2384929...	

The ad sets are used to create 240 personalized ads. The ads are displayed in a grid, showing the ad creative and the location name. The ads are titled 'Nog 38 dagen tot het eindexamen Engels' and 'WIJ HELPEN GRAAG MET EEN EXAMENTRAINING!'.

Laat data, locatie en timing samenwerken

We koppelden actuele examentrainingen aan doelgroepkenmerken én timing – volledig geautomatiseerd en schaalbaar.

- Op basis van locatie, vak en leerweg
- Met dynamische countdown tot het examen
- 240 varianten automatisch gegenereerd en ingesteld

Hiermee brachten we creatie- en campagnetijd terug van 40 uur naar slechts 6 uur!



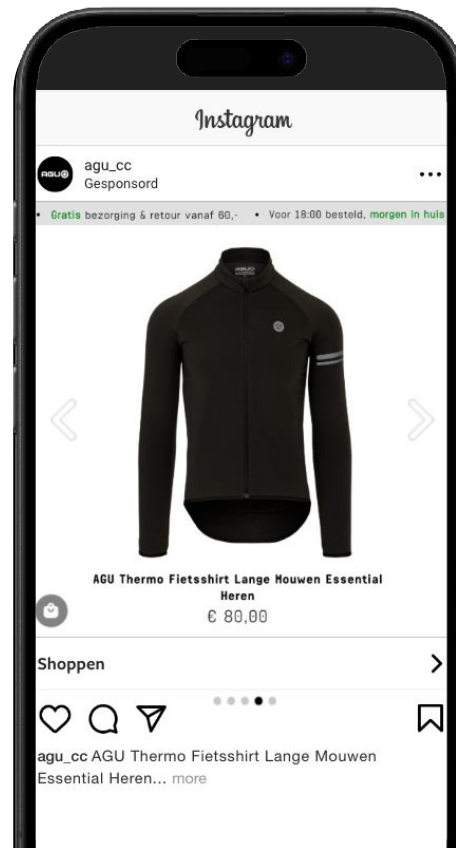
Van content op schaal naar conversie op schaal

Context is alles

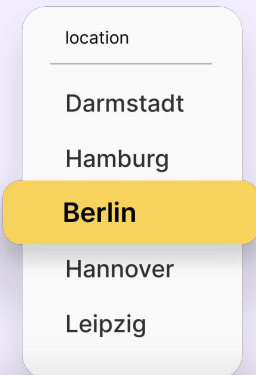
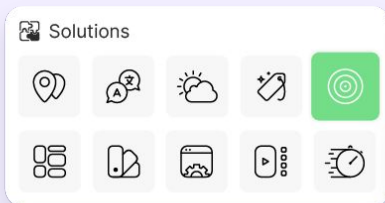
Eén standaard advertentie:

- Bereikt verschillende mensen op diverse locaties
- Niet passend bij het seizoen, het weer of de omgeving
- Met andere behoefte en motivatie

Content moet matchen bij de gebruiker



Maak slim gebruik van automatisering en data



	Campaign Name	Status	Spend	Impresions	Clicks	CPM
☒	 Instagram_Campaign	☒ Sync completed 24/06/2023 at 14:22	€ 325.45	8,561	8,567	€ 8.60
☒	 Facebook_Campaign	☒ Sync completed 28/06/2023 at 11:56	€ 2,399.80	70,548	4,864	€ 14.42
☒	 Instagram_Campaign	☒ Sync completed 20/06/2023 at 12:32	€ 1,024.15	48,422	4,349	€ 6.38
Total Campaign: 258				181,603 Total Impressions		

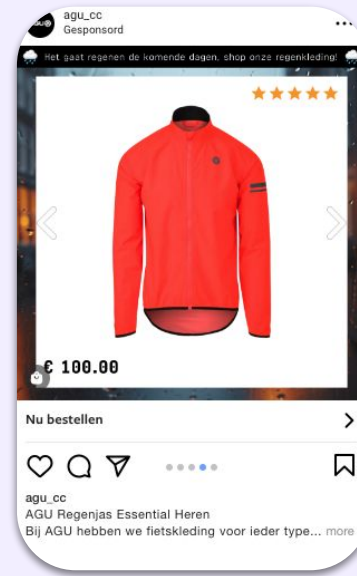
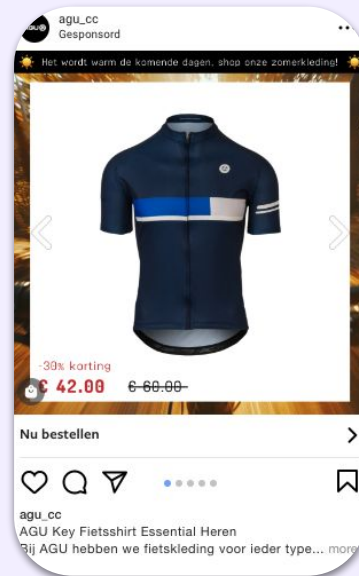


Relevantie is key

Hoe zorg je dat je met je advertenties relevant blijft voor elke gebruiker, ongeacht waar ze zich bevinden of wat de omstandigheden zijn? Eén generieke boodschap sluit vaak niet aan: iemand in de regen heeft iets heel anders nodig dan iemand in de volle zon.

- Koppelen van weerdata per locatie
- Productselecties o.b.v. het weer
- Geautomatiseerde templates op het juiste moment

Iedere gebruiker krijgt zo een advertentie te zien die past bij de situatie waarin hij of zij zich bevindt.



**Van relevant naar realtime:
inspelen op actualiteit met
slimme data**

Social Search Terms

Status: Active

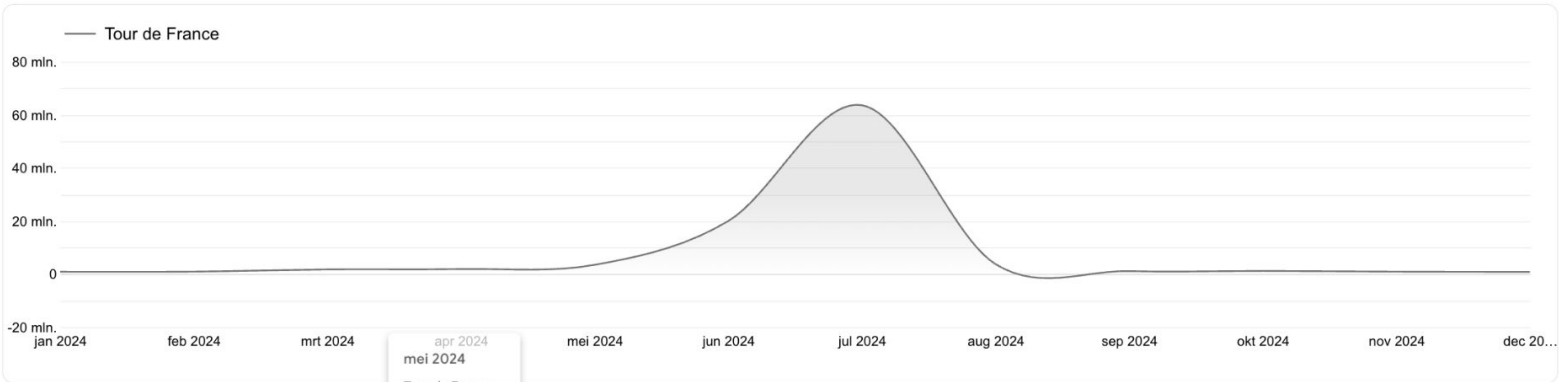


The Social Search Terms dashboards help you identify trends and discover potential keywords relevant to your business. Use these trends to inform and inspire your social media content planning. For deeper insights, you can filter by specific channels and/or platforms.

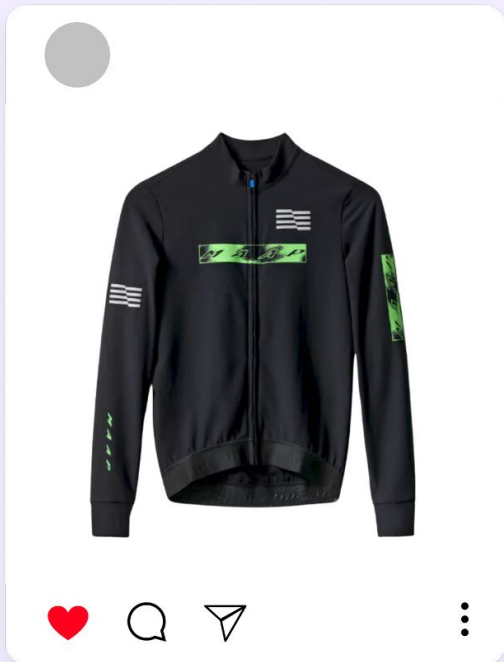
Date

Cluster

Platform



Actualiteit met slimme data



Hoe kunnen we actuele
rit en winnaar data
koppelen aan
producten?

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta



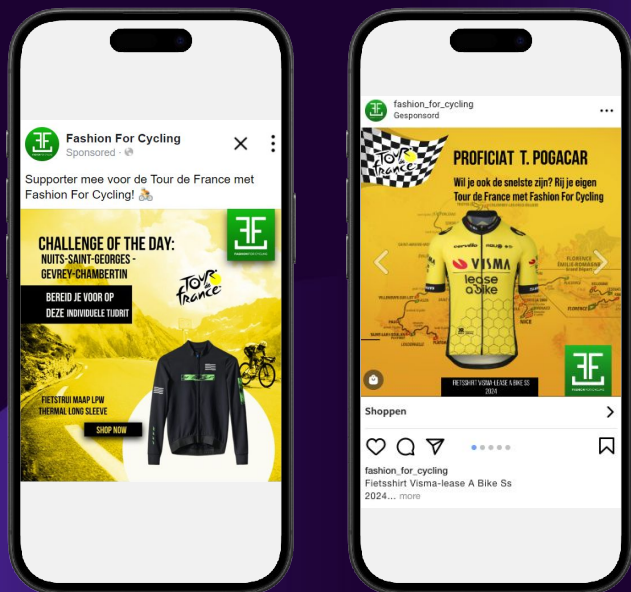
Design, data en automatisering

Wat hadden we hiervoor nodig?

- Geautomatiseerde koppeling met actuele informatie
- 7 templates
- 7 product selecties

id	ad_name	product_set_id	template_id	status
1	Hill Ride	7204739201749381	40726	PAUSED
2	Mountain ride	830285729506829	40726	PAUSED
3	Flat ride	720381638405927	40726	PAUSED
4	Individual time tr	018493827169503	40726	PAUSED
5	Winner VISMA	769302518694738	40730	PAUSED
6	Winner QUICK-S	175930672957394	40730	PAUSED
7	Winner General	185037593720917	40730	ACTIVE

Zo verkoop je slim je producten via TikTok, Pinterest en Meta



+206%

Stijging in
conversieratio

+50%

Stijging in engagement

-58%

Daling in kosten per klik

FOLLO



206% stijging in conversieratio door het inspelen op actualiteiten

Challenge

Hoe breng je relevante content tijdens de Tour de France direct onder de aandacht bij (amateur)wielrenners? Fashion for Cycling adviseert per type rit welke producten passen.

Approach

Dagelijks werd Tour de France data opgehaald voor twee advertentietypes:

- Type rit van de dag + bijpassende producten
- De shirt van het team dat had gewonnen + naam

Results

Dankzij het actualiseren van de content zagen we een stijging van 206% in conversieratio door de gehele funnel!

Key take aways

1. Social search als nieuw startpunt van de klantreis
2. Inspireer met content die aansluit bij zoekgedrag, context en moment
3. Gebruiks creators & UGC
4. Automatiseer en personaliseer op schaal
5. Gebruik data slim, van weer tot trends, van locatie tot live evenementen

Scan de QR code voor
Social Search insights!





Judith de Rooij

judith.derooij@folloagency.com

Thank You!