



## Sisältö on euroja tärkeämpää - mainoksissakin

Facebook-mainonta on vaaleissa hyvin yleistä ja kohtuullisen kustannustehokasta. Sen aloittamisessa on kuitenkin nähtävä hiukan vaivaa. Mainoksia luodessa kannattaa muistaa, että hyvä sisältö on markkinointiin käytettyjä euroja tärkeämpää.

### Ennakovalmistelut mainosten näyttämiseksi

Sinulla on oltava julkinen sivu Facebookissa, jotta voit mainostaa sen julkaisuja, henkilökohtainen profiili ei riitä. Voidaksesi aloittaa poliittisen mainonnan, sinun tulee hakea Facebookilta [valtuutusta](#) sen tekemiseen. Näin teet sen:

- **Sinun on oltava mainostavan sivun ylläpitäjä.** Jos joku toinen on luonut sivun, pyydä häntä päivittämään sinulle ylläpitäjän oikeudet.
- **Sivulla on oltava käytössä kaksivaiheinen todennus**, eli vahvistuskoodilla turvattu kirjautuminen. Laita ominaisuus päälle oman Facebook-profiilisi asetuksista kohdasta "Turvallisuus ja sisäänkirjautuminen". Facebook-salasanasi syötettyä pääset lisäämään puhelinnumerosi, minne saat vahvistusviestin. Syötä viestin koodi pyydettyyn kenttään.
- **Tunnistaudu vahvistamalla henkilöllisyytesi Facebookille.** Se tapahtuu lähettämällä kuva omasta henkilöllisyystodistuksesta. Vahvistus hyväksytään yleensä 48 h sisällä.
- **Ilmoita poliittisten mainosten maksajataho.** Se voit olla sinä itse, jolloin tiedot poimitaan henkilökohtaiselta mainostililtäsi. Toinen vaihtoehto on syöttää kenttään maksajan, esim. paikallisosaston tiedot. Yhdistyksen nettisivujen url-osoitteen ja sähköpostin tulee olla yhdenmukaiset. Facebook tarkistaa niiden oikeellisuuden vahvistuskoodien avulla, jotka lähetetään ilmoitettuun puhelinnumeroon ja sähköpostiin.
- **Linkitä poliittisen sivun yhteyteen mainostilisi.** Syötä henkilökohtaiselle mainostilillesi voimassa olevan luottokortin tiedot ja mahdolliset maksurajat.

### Mainosten tekeminen

Valitse mainoksen kuva(t) koneelta / kännykältä tai aiemmista postauksista. Luo kuvien yhteyteen sopivat tekstit sekä toimintakehote, esimerkiksi viestin lähettäminen tai nettisivuilla vierailu. Yhdestä mainoksesta voi tehdä useita eri versioita, joista Facebook näyttää automaattisesti eniten parhaiten toimivaa kokonaisuutta.

Valitse mainokselle kohderyhmä. Hyödynnä potentiaalisen äänestäjäsi ominaisuuksia. Älä kuitenkaan rajaa yleisöä liian kapeaksi, sillä Facebook oppii



mainosta näyttäessään, millaiset ihmiset siihen parhaiten reagoivat, ja näyttää sitä jatkossa enemmän samankaltaisille käyttäjille. Pidä alue kuitenkin vaalipiirisi sisällä.

Facebookin oppimisen vuoksi kannattaa pitää mainosta näkyvissä vähintään viikko. Testaa muutaman euron päiväbudjetilla parhaita sisältöjä ja käytäntöjä, ennen kuin sijoitat suurempia summia yksittäisiin mainoksiin.

Facebookin työkalun *Meta Business Suiten* kautta voit ajastaa julkaisuja ja tehdä mainoksia ohjatusti. Ympäristö toimii tietokoneen selaimella, mobiilissa sitä varten täytyy ladata erillinen sovellus. Jos sinulla on Instagram-tili, voit yhdistää sen julkiseen poliitikko-sivuusi ja ajastaa julkaisuja Meta Business Suiten kautta.

### Millainen on hyvä mainos?

Yleisenä ohjeena kannattaa muistaa, että hyvä sisältö on mainoksissakin aina markkinointiin käytettyjä euroja tärkeämpää. Mieti siis miksi haluat mainoksilla saavuttaa. Onko sinulla jotain sanottavaa, joka vetoaa kohderyhmääsi? Muista, että ihmiset kirjautuvat sosiaaliseen mediaan viihtymään, eivät katsomaan mainoksia!

Tunteisiin vetoava luonnollinen sisältö voi herättää sosiaalisessa mediassa enemmän huomiota, kuin tuhansille ihmisille näytetty neutraali mainos. Jos huomaat jonkin julkaisun saavan erittäin paljon positiivista huomiota, sitä voi helposti ja nopeasti mainostaa suoraan klikkaamalla julkaisun alapuolelta "Mainosta julkaisua". Tällöin valitset julkaisulle kohderyhmän ja budjetin tavallisen mainoksen tapaan.

Inspiraatiota mainoksiin voi vilkaista Facebookin [mainoskirjaston](#) poliittisista mainoksista. Käytäthän omissa mainoksissasi vain sellaisia kuvia ja videoita, joihin sinulla on käyttö lupa.

### Tutki, opi, kehity!

Lopuksi kannattaa seurata, miten mainoksiin reagoidaan. Toimivatko ihmiset, kuten heitä kehoitit toimimaan? Kun olet testannut esimerkiksi useampia linkin sisältäviä mainoksia, voit vertailla, mikä mainos tuotti suhteellisesti eniten klikkauksia. Onko parhaiten menestyneillä mainoksilla jotain yhteistä tekijää, kuten kuva sinusta tai selkeä toimintakehote? Hyödynnä hyviä käytäntöjä uudelleen muissa mainoksissa.

## Tehtävät

**7. Tee tarvittavat ennakkovalmistelut** Facebook-markkinoinnin aloittamiseksi.

**8. Etsi julkaisu**, jonka teit 4. tehtävässä, määrittele sopiva kohderyhmä sille ja markkinoi sitä pienellä summalla.