

Case Study: Makelaardij

Facebook Ads Campagne (1,5 maand)

Dit is een case study van een marketingcampagne via Facebook ads voor een Makelaardij in de provincie Noord-Brabant.

In deze campagne is gefocust om door het gebruik van advertenties op Facebook en Instagram mensen via een funnel (trechter) tot nieuwe klant te laten converteren. In de eerste stap werd er een lead magneet (een gids met 10 tips voor een betere verkoop(prijs)) gebruikt waar potentiële klanten hun gegevens achter konden laten in ruil voor het downloaden van de gids. In de tweede stap werden deze "warme leads" en bezoekers van de website van de makelaardij geretarget met een advertentie waar ze een gratis waardebeoordeling van hun huis werd aangeboden.

Samen met de klant hebben wij de uitgebreide strategie opgesteld en ideeën voor content voor de advertenties. Hierna is de desbetreffende content door onze content ontwerper ZZP'er geproduceerd. De verschillende advertenties met verschillende soorten content en targeting mogelijkheden zijn toen gestart en uiteindelijk na het testen van deze variabelen hebben we goed presterende advertenties gevonden. Deze zijn toen opgeschaald en de slechter presterende gestopt. Dit was ook het gewenste doel van deze zogenaamde testfase.

Doordat wij met onze test strategie al heel snel winnende advertenties hebben gevonden en deze snel konden opschalen hebben we een heel hoog rendement weten te behalen.

De campagne is uiteindelijk met succes afgerond.

Bedrijf

Grootte: 1 vestiging in de provincie Noord-Brabant.

Beschrijving

Makelaardij had Facebook en Instagram profielen waar ze wekelijks goede content op plaatsten maar maakten nog niet gebruik van Facebook & Instagram advertenties.

Resultaten Facebook Ads Campagne

Aan/uit	Naam advertentieset	Resultaten ↓	Bereik	Weergaven	Kosten per resultaat	Besteed bedrag	Eindigt op
<input type="checkbox"/>	Adset 1	30 Leads op Facebook	7.994	16.302	€ 5,56 Per lead op Facebook	€ 166,78	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Makelaar	8 Leads op Facebook	3.803	6.663	€ 7,35 Per lead op Facebook	€ 58,76	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Nieuwe plaatje 1	5 Leads op Facebook	2.043	2.993	€ 5,95 Per lead op Facebook	€ 29,77	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Mannen	4 Leads op Facebook	1.426	1.854	€ 4,86 Per lead op Facebook	€ 19,42	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Tekst kort	3 Leads op Facebook	1.040	1.323	€ 4,44 Per lead op Facebook	€ 13,31	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Nieuwe plaatje 1 - 35 T/M 45	2 Leads op Facebook	1.997	3.276	€ 14,89 Per lead op Facebook	€ 29,78	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Kopie	2 Leads op Facebook	1.916	2.342	€ 10,08 Per lead op Facebook	€ 20,16	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 2 - Nu is het moment	2 Leads op Facebook	626	858	€ 4,66 Per lead op Facebook	€ 9,31	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Retargeting	1 Lead op Facebook	516	1.451	€ 15,21 Per lead op Facebook	€ 15,21	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Volkswagen	1 Lead op Facebook	1.215	1.549	€ 14,60 Per lead op Facebook	€ 14,60	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset 1 - Makelaar - Onroerendgoedmakelaar & Hypoth...	1 Lead op Facebook	1.231	1.569	€ 14,72 Per lead op Facebook	€ 14,72	Lopend
	> Resultaten van 16 advertentiesets	62 Leads op Facebook	15.064 personen	44.917 Totaal	€ 7,14 Per lead op Facebook	€ 442,85 Totaal besteed	
Aan/uit	Naam advertentieset	Resultaten	Bereik	Weergaven	Kosten per resultaat	Besteed bedrag	Eindigt op
<input type="checkbox"/>	Adset Waardebeoordeling Tilburg	4 Leads op Facebook	5.889	10.776	€ 35,05 Per lead op Facebook	€ 140,20	Lopend
<input type="checkbox"/>	Adset Retargeting - NIEUW	2 Leads op Facebook	1.066	6.053	€ 55,15 Per lead op Facebook	€ 110,29	Lopend

Resultaat: Groot succes	Warme leads: 62 Kosten per lead: €7,14 (Benchmark = +/- €14)	Hete leads: 6 Kosten per lead: €41,74 (Benchmark = +/- €30)	Totale waarde huizen hete leads €2,85 Miljoen	Advertentiekosten €693,3	Weergaven 61.746
--	---	--	--	---	-----------------------------------

Resultaten in detail

Leads:

Dit is een marketingterm voor mensen die hun gegevens achtergelaten hebben bij een bedrijf en dus een potentiële klant zijn.

Warme leads:

Dit zijn in dit geval leads die hebben laten zien in het algemeen interesse te hebben in het verkopen van hun huis en in tips om hier een hogere waarde hier uit te halen maar die nog niet helemaal zeker zijn hiervan. Het conversiepercentage van hoeveel leads er omgezet kunnen worden in een klant ligt hier dus ook een stuk lager.

Hete leads:

Dit zijn in dit geval leads die de makelaardij expliciet hebben uitgenodigd om kennis te maken en een waardebeoordeling van hun huis te laten uitvoeren. Het conversiepercentage ligt bij deze leads dus erg huis aangezien deze bijna zeker zijn dat ze hun huis willen verkopen.

Kosten per lead:

Dit zijn de kosten die er voor de advertenties betaald zijn gedeeld door het aantal leads dat dat heeft opgeleverd. Hoeveel advertentiekosten er omgerekend dus betaald zijn per lead.

Totale waarde huizen hete leads:

Dit zijn de waarden van de huizen die via de advertenties zijn aangemeld voor een waardebeoordeling bij de makelaardij.

Advertentiekosten

Zijn de totale kosten die zijn uitgegeven aan het uitvoeren van advertenties op Facebook & Instagram.

Weergaven advertenties

Het advertentiemateriaal van deze campagne is in het totaal **61.746 keer bekeken**. Hiermee is de naamsbekendheid van de makelaardij ook enorm gegroeid.

Conclusie

De social media advertentie campagne die gevoerd is voor deze klant is een enorm succes geworden. Er zijn enorm veel mensen bereikt en er zijn buitengewoon veel leads voor een lage prijs geworven met een hoge totale woningwaarde.

Feedback

Er zouden nog meer stappen aan de funnel kunnen worden toegevoegd zoals een promo filmpje als eerste stap maar in dit geval was daar niet genoeg budget voor deze makelaardij. Het toevoegen van stappen in de funnel kan wel voor veel betere resultaten zorgen aangezien ongeïnteresseerde mensen sneller kunnen worden weg gefilterd en het advertentiebudget dus efficiënter kan worden besteed.