

Case Study: Poké Bowl Maaltijdbezorger

Facebook Ads Campagne Maand Juli

Dit is een case study van een marketingcampagne via Facebook ads voor een Poke Bowl maaltijdbezorger in de provincie Utrecht

In deze campagne is gefocust om door het gebruik van advertenties op Facebook en Instagram zoveel mogelijk mensen te laten converteren (= bestellingen te laten plaatsen).

Content voor de advertentie is aangeleverd door de klant en hier is een campagne omheen verzonden. Daarna zijn er met gedetailleerde targeting mogelijkheden meerdere doelgroepen gecreëerd. Er zijn daarna meerdere advertenties aangemaakt die qua doelgroep, beschrijving of content per advertentie verschilden. Uiteindelijk bleek dat bepaalde ads beter presteerden. Deze zijn toen opgeschaald en de slechter presterende gestopt. Dit was ook het gewenste doel van deze zogenaamde testfase.

Bij de advertentie konden mensen op de link klikken en werden ze naar de website van het bedrijf gestuurd om vanuit daar te bestellen.

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 met de speciale actie voor juli is uiteindelijk met succes afgerond.

Bedrijf

Grootte: 2 vestigingen in de provincie Utrecht

Beschrijving

Bedrijf 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 advertentie	Kopen op site	Aankopen op Facebook	Conversiewaarde websiteaankopen	ROAS voor aankoop voor website	Besteed bedrag	ROAS (rendement op advertentie)	Aankopen	Offline aankopen	Kosten per aankoop	Conversiewaarde aankopen
	Adset 1 - Conversies	113		€ 2.635,89	6,67	€ 395,29	6,67	113		€ 3,50	€ 2.635,89
	Interactie Loyaliteit retargeting - Conversies	85		€ 2.226,50	7,89	€ 282,16	7,89	85		€ 3,32	€ 2.226,50
	Adset 1 - Conversies Speciale Doelgroep	41		€ 987,42	5,11	€ 193,30	5,11	41		€ 4,71	€ 987,42
	Website Loyaliteit retargeting - Conversies	19		€ 534,93	8,73	€ 61,30	8,73	19		€ 3,23	€ 534,93
	Adset Retargeting Stap 1	23		€ 498,91	4,62	€ 107,91	4,62	23		€ 4,69	€ 498,91
	Adset 1 - Conversies - 20 T/M 40	4		€ 77,50	3,24	€ 23,91	3,24	4		€ 5,98	€ 77,50
	Adset 1 - Conversies - 41 T/M 60	2		€ 66,95	4,73	€ 14,16	4,73	2		€ 7,08	€ 66,95
	Adset 1 - Conversies - Vrouw Plaatsje 5	2		€ 38,50	4,38	€ 8,78	4,38	2		€ 4,39	€ 38,50
	Adset 1 - Conversies	1		€ 16,95		€ 0,00		1			€ 16,95
	Adset 1 - Conversies - Vrouw Plaatsje 1	1		€ 10,95	1,04	€ 10,57	1,04	1		€ 10,57	€ 10,95
	Adset 1 - Conversies Speciale Doelgroep - Android	1		€ 10,85	1,08	€ 10,09	1,08	1		€ 10,09	€ 10,85
	Resultaten van 13 advertentie sets			€ 0,00		€ 1.107,47					€ 0,00
		Totaal	Totaal		gemiddeld	Totaal besteed	gemiddeld	Totaal	Totaal	per actie	Totaal

Return On Ad Spend (ROAS) Calculator

Ad Spend

\$ 1107

Revenue from Ad Spend

\$ 10018

I don't know my revenue

[Calculate ROI](#)

Return on Ad Spend (ROAS)

TARGET (800%) \$8,856+

904.97%

Nice work!

Your ROAS is 904.97%. If you're getting over 800% ROAS, you're probably in a good spot.

[Learn more about your 904.97% ROAS](#)

Resultaat:	RAOS	Kosten per aankoop	Conversiewaarde	Advertentiekosten	Weergaven
Groot succes	9,05X	€2,49	€10.018	€1.107	246.808

Resultaten in detail

ROAS (Return on Advertising Spend)

ROAS laat zien hoeveel rendement (return) er is gemaakt op de totaal uitgegeven advertentiekosten (advertising spend).

In dit geval hebben we een ROAS van 9,05 behaald. Dit betekent dat elke euro die is uitgegeven aan advertentiekosten 9,05 euro aan conversiewaarde heeft opgeleverd. Het is ook duidelijk dat dit een hele goede ROAS is.

Kosten per aankoop

De kosten per aankoop laat zien hoeveel euro aan advertentiekosten het heeft gekost om een aankoop te krijgen. Hoe lager, hoe beter.

Aangezien in dit geval de gemiddelde bestelwaarde bij dit bestelrestaurant ongeveer €27 euro is zijn de kosten per aankoop dus enorm laag.

Conversiewaarde

Is de totale waarde aan omzet die deze advertentie campagne direct opgeleverd heeft. Dit meet alleen mensen die binnen 1 dag na het zien van een advertentie vanuit deze campagne of binnen 7 dagen na het klikken op een link een bestelling geplaatst hebben. Mensen die na deze toeschrijvingsperiode een bestelling gedaan hebben of die op een andere manier advertentiemateriaal hebben gezien worden dus niet hierin meegenomen. De totale omzet stijging die deze advertentiecampagne veroorzaakt heeft licht dus waarschijnlijk veel hoger (€17500+).

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 **246.808 keer bekeken**. Hiermee is de naamsbekendheid van het restaurant ook erg 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 het rendement dat op deze campagne is gemaakt ligt buitengewoon hoog.

Feedback

Aangezien in deze campagne met koude leads is gewerkt lag het conversiepercentage onder het gemiddelde. Indien er bij volgende campagnes met conversie funnels wordt gewerkt kan dit percentage aanzienlijk verhoogd worden. De totale opbrengsten zouden in het gunstigste scenario zelfs verdubbeld kunnen worden.