

Testaa ja mittaa

Oikea kohderyhmä
löytyy kokeilemalla.



- Millainen mainos toimii?
- Millaisella mainoksella tavoitat tietyn tyyppiset ihmiset?
- Kuinka paljon mainos ohjaa liikennettä haluttuun kohteeseen, kuten tuotteen sivulle verkkokaupassa, tai verkkosivuston yhteydenottolomakkeelle?

Kun olet määritellyt tavoitellun kohderyhmän, mieti myös mittarit, millä tavoitavuutta voi mitata. **Tärkeimpänä mittarina toimii konversio**, eli kuinka paljon loppujen lopuksi saadaan esimerkiksi kauppaa tai yhteydenottoja tietyn mainoksen kautta?

Tee useampi vähän erilainen mainos ja kerää dataa niiden katselijoista. Kun datasta saa suodatettua avainlukumä, näet, millainen mainonta tehoaa parhaiten juuri sinun tavoittelemaasi kohderyhmään. Jatkossa voit panostaa juuri kohderyhmääsi parhaiten purevan mainosmateriaalin tekemiseen.

Somemarkkinoinnissa asia voidaan selvittää testaamalla erilaisia mainoksia ja analysoimalla dataa, jota eri mainosten katselukerroista kertyy. **Mittareina toimivat mm.**

- katselukertojen määrä
- katselijoiden ikäjakauma
- sukupuoli
- reaktiot (tykkäykset, kommentit, jaot)
- linkkien klikkaukset

Mittaustapoja ja välineitä on paljon (kuten somekanavien omat seurantatyökalut ja Google Analytics). Paljon löytyy myös mittaamiseen ja analysointiin erikoistuneita ammattilaisia, joiden apuun voi luottaa, jos oma aika tai osaaminen ei riitä.

