

# Campagnechecklist: Haal het meeste uit uw campagnes



## 1 Account instellen

Hebt u de **Insight Tag** op uw website geplaatst?

Tip

Zodra u de tag op uw website hebt geplaatst, voeg dan alle domeinen toe aan uw account onder 'Insight Tag' in Campagnebeheer.

Hebt u de **demografische gegevens** voor uw website ingesteld?

Tip

Gebruik de resultaten om uw targeting bij te stellen.

Doet u al aan **retargeting**?

Tip

Maak in Matched Audiences segmenten aan en zorg ervoor dat ze tijd hebben om te groeien tot 300+ leden voordat u uw campagne start.

Hebt u **conversies** aangemaakt?

Tip

LinkedIn kan niet met terugwerkende kracht gegevens verzamelen, dus stel dit in voordat u uw campagne start.

## 2 Campagne instellen

Hebt u een **vaste indeling voor de namen** van uw campagnes ingesteld?

Tip

Gebruik een consistente indeling om uw campagnes eenvoudig te bekijken en te identificeren. Voorbeeld: LOB\_Eerste\_Campagne Naam producttype\_Doelgroep Targeting\_Overige vereisten Details (bijvoorbeeld PO-nummers)

Hebt u een **campagne doelstelling geselecteerd**?

Tip

U kunt dit niet meer aanpassen nadat uw campagne is gestart.

Hebt u een **taal en advertentie-indeling** voor uw campagne geselecteerd?

Tip

U kunt dit niet meer aanpassen nadat u uw campagne hebt opgeslagen, dus selecteer uw gewenste taal en advertentie-indeling nu al.

## 3 Doelgroep

Hebt u **targeting** toegepast om uw gewenste doelgroep te bereiken?

Tip

Zorg ervoor dat uw doelgroep groot genoeg is om uw campagne te bezorgen (raadpleeg het tabblad Voorspellingen).



Wilt u **Doelgroep uitbreiden** inschakelen?

Tip

Dit helpt u nieuwe doelgroepen te bereiken en is automatisch ingeschakeld. Klik om uit te schakelen.

Hebt u een **advertentie-indeling** gekozen?

Tip

Stem uw indeling af op uw campagnedoelstelling en beschikbare assets.

Wilt u het **LinkedIn Audience Network** inschakelen?

Tip

Doe dit om uw doelgroep te bereiken op een premium netwerk van uitgevers, naast de LinkedIn-activiteitsfeed. Dit is automatisch ingeschakeld. Tik om uit te schakelen.

4

Bieden en budget

Is uw **bod** concurrerend?

Tip

We raden aan om een bod te doen aan de hoge kant van het voorgestelde bodbereik of automatisch bieden in te schakelen.

Hebt u een **dagelijks en totaalbudget** ingesteld?

Tip

Maak gebruik van een contentkalender om uw budget vast te stellen.

Hebt u een **einddatum ingesteld voor uw campagne?**

Tip

Indien nodig kunt u de datum aanpassen, maar daardoor stopt uw campagne op de geselecteerde datum.

Hebt u **conversies** toegepast op uw campagnes?

Tip

Wanneer u campagnes dupliceert of nieuwe campagnes toevoegt, zorg ervoor dat u conversies toevoegt aan de campagne. Deze worden niet automatisch toegevoegd.

5

Advertentie

Hebt u **4 advertenties** in elke campagne?

Tip

Maximaliseer uw bereik en frequentie door minimaal vier verschillende advertenties toe te voegen aan iedere campagne.

**Houdt u meer bij dan alleen klikken?**

Tip

Maak gebruik van externe URL-trackers, de LinkedIn-tool voor het bijhouden van conversies en/of het bijhouden van weergaven om activiteiten op de site na het klikken te volgen.

6

Na de lancering van de campagne

**Rapporteert of controleert u** regelmatig?

Tip

Zorg ervoor dat u uw voornaamste doelstelling kent en weet wat succes is. Bekijk de maatstaven die gerelateerd zijn aan uw KPI's om te optimaliseren.

Gebruikt u **leadformulieren?**

Tip

Stel een herinnering in om uw leads regelmatig te downloaden. Leads worden maar 90 dagen opgeslagen op LinkedIn.

Meer informatie

Aan de slag

