

Facebook lanceert Slideshow: nieuwe, lichte videoadvertenties

Facebook ontwikkelt voortdurend oplossingen die ervoor zorgen dat bij elk type verbinding een zo goed mogelijke gebruikservaring ontstaat, [\[ontwikkelen voor alle verbindingen,\]](#) uitdagingen van adverteerders worden opgelost en nieuwe vormen van creativiteit kunnen ontstaan; onderdeel van deze inspanningen is Facebook **slideshow**, een nieuwe, lichte videoadvertentie opgebouwd uit een aantal afbeeldingen. Deze advertenties zijn gemakkelijk in te zetten en moeten mensen kunnen boeien.

Mensen gebruiken verschillende verbindingssnelheden en verschillende type apparaten om verbinding te maken met Facebook. Bovendien verschuift de videoconsumptie steeds meer naar mobiel. Dit zorgt ervoor dat videoadvertenties een uitdaging vormen voor adverteerders. Slideshow biedt zowel een creatief hulpmiddel als een nieuwe advertentievorm dat adverteerders helpt om verhalen te vertellen in opkomende en snelgroeiende landen. Daarnaast kan het ook gebruikt worden door bedrijven die niet de middelen hebben om video's te produceren.

Dit zijn enkele van de extra voordelen die slideshow creëert voor adverteerders en mensen:

1. **Het geeft alle bedrijven de mogelijkheid om video in te zetten:** Video met slideshow kost minder tijd en vraagt om minder inzet van middelen. Bedrijven kunnen eigen beelden gebruiken of stockafbeeldingen in onze bibliotheek vinden.
2. **Een groter bereik door video's op alle apparaten:** Het kleine bestandsformaat helpt adverteerders om meer mensen te bereiken met in het oog springende video-advertenties, ongeacht het apparaat of de verbinding.
3. **Slideshow verbruikt minder data:** Een slideshow van 15 seconden kan wel tot vijf keer kleiner zijn dan een video van dezelfde lengte.

Recente test met slideshow videoadvertenties:

- In Kenia en Nigeria heeft **Coca-Cola** een videoadvertentie ingezet om aandacht te creëren rondom het nieuwe seizoen van de muzikale show Coke Studio Africa.
- Om het bereik van die advertentie te vergroten onder mensen die gebruik maken van langzame verbindingen of feature phones maakte Coca-Cola gebruik van screenshots van de video. Deze beelden van hoge kwaliteit werden in volgorde getoond in een slideshow, samen met tekst.

- De resultaten waren bemoedigend: De advertentie bereikte twee miljoen mensen - twee keer het doelbereik - en de attentiewaarde groeide in Kenia met tien punten.

Een uitgebreide blogpost over de introductie van slideshow videoadvertenties vind je hier: <https://www.facebook.com/business/news/slideshow>



OVER FACEBOOK

7N60 Communicatie is het PR bureau van Facebook in de Benelux.



Facebookpressroom