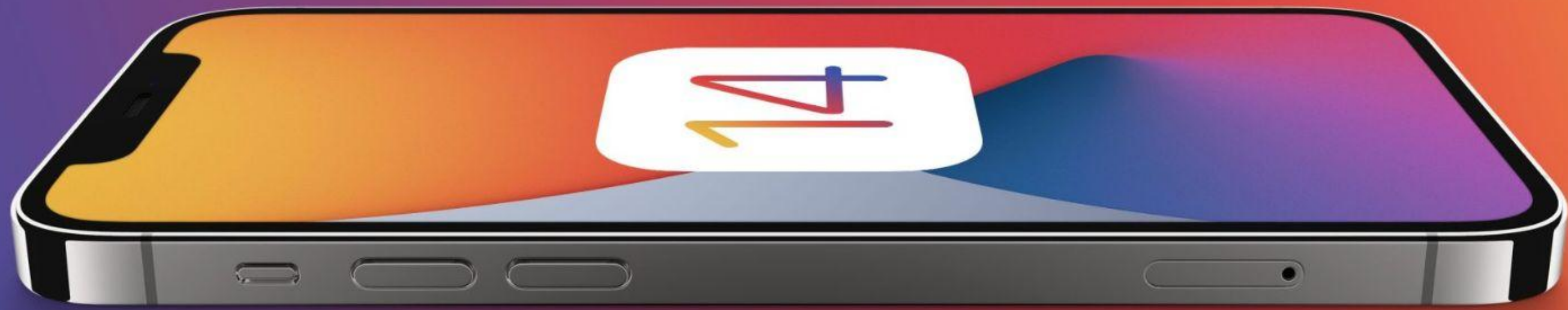


iOS 14.5



Överlevnadsguide: iOS 14.5 uppdateringen

CARLSTROM COACHING®

Allow "Facebook" to track
your activity across other
companies' apps and
websites?

[Here, in addition to other screens,
Facebook can explain why users
should allow tracking.]

Ask App not to Track

Allow

Iphone användare som har uppgraderat till senaste **iOS 14.5** kommer att få denna fråga från appar som spårar annonsering.

Det innebär att det blir **svårare för annonsörer att veta vilka annonser** som genererar försäljning, för de personer som väljer att inte bli "spårade".

CARLSTROM COACHING®



Saker som påverkas negativt

- Spårning av Leads, Lagt i varukorg och köp.
- “Underrapportering” av antal konverteringar.
- **Kostnad per konvertering** kommer se högre ut än vad den är i verkligheten.
- Svårare att **optimera** med mindre data.
- **Retargeting** till personer med iOS14 enheter.
- Mindre data för **Look-alike målgrupper**.



Detta påverkar enbart iPhone användare när de **uppgraderar** till iOS 14.5 och när de **klickar** att inte bli spårade.

Pixelspårning kommer att **fungera** som vanligt på **Android** och för dem som inte har något emot det.

facebook
Ads



Det här kommer **påverka ALLA annons-plattformar** och inte något som enbart “drabbar” Facebook.

Det är **Apple** som gör uppdateringen som en del i deras “App Transparency Framework”.

Fyllda evenemangstider: 6 av 8

Lägg till evenemang

Evenemangsnamn ⓘ

Värdeoptimering ⓘ

Konfigurerad
händelseanvändning ⓘ

Lead

1 Evenemang

×

Köp

Av

1 Evenemang

×

En förändring som sker är att vi nu **enbart** har tillgång till **8 stycken** mätbara **konverterings- händelser**.

Så därför behöver vi behöva **planera** och **prioritera** vad vi vill mäta lite bättre framöver.

Efter att ha klickat på annonsen

- 1-dagsklick
- 7-dagarsklick

Efter att ha klickat på eller visat annons

- 1-dagsklick eller -visning
- 7-dagarsklick eller 1-dagarsklick

Vi har nu ett kortare attributionsfönster på **7 dagar** (tidigare kunde vi spåra 28 dagar efter ett klick).

Vilket gör det **svårare för annonsörer** som säljer produkter/tjänster som har en “betänketid” från **klick till ett köp** som är **längre än 7 dagar**.

Några positiva saker



Du kommer **fortfarande** kunna generera **nya leads och kunder** som har iOS 14.5.

Konverteringarna kommer bara inte kunna härledas till dina annonskampanjer lika lätt i Facebook Ads Manager.

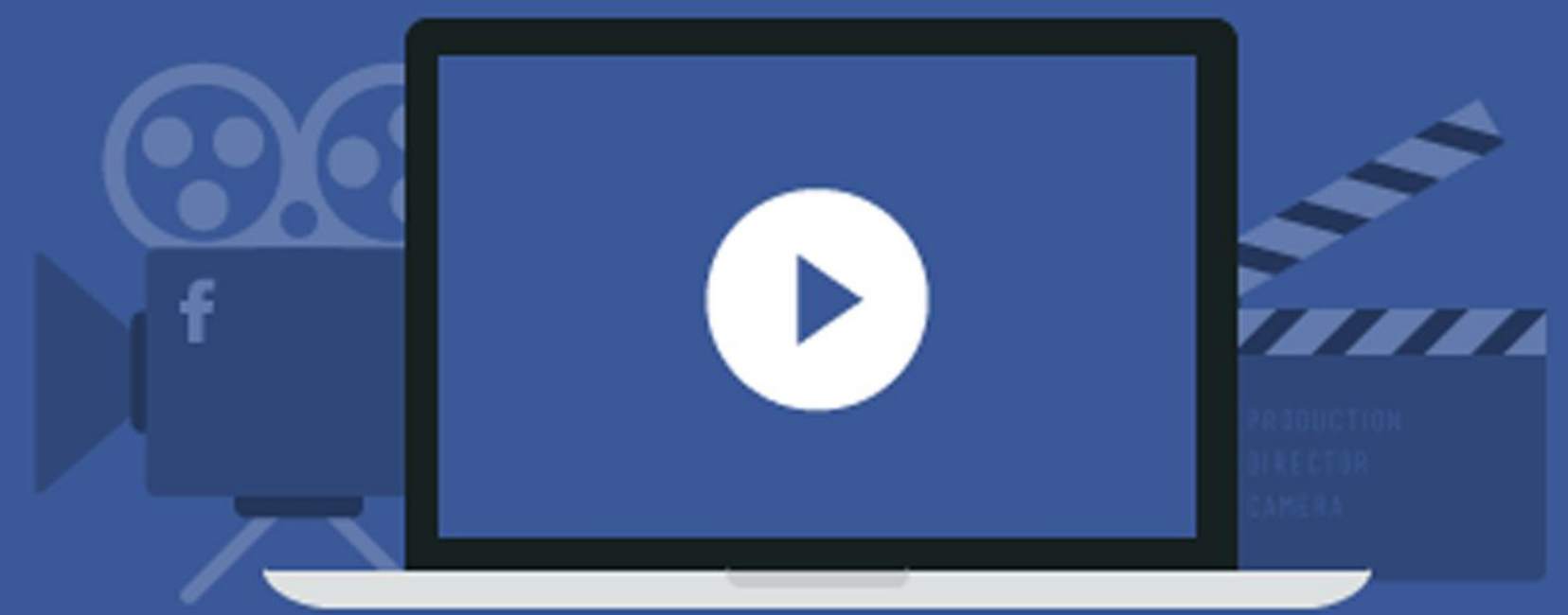


Några positiva saker

Du kan använda **UTM-taggar** för att spåra dina Facebookkampanjer i Google Analytics.

Du kan använda **programvara** som inte spårar med 3-parts cookies (tex. SegMetrics, Wicked Reports)

Några positiva saker



Facebook Video Retargeting

Kommer **fungera** precis lika bra **efter** iOS14.5 eftersom allt sker på Facebooks plattform.

Du kan nå personer som sett något av dina videor hela **365 dagar senare** (vs. 7 dagar).

Denna **retargeting målgrupp** är ofta väldigt lönsam och pricksäker!

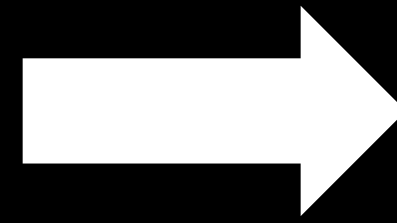


APP TRACKING TRANSPARENCY CODEX

Se till att bli 'Apple compliant'

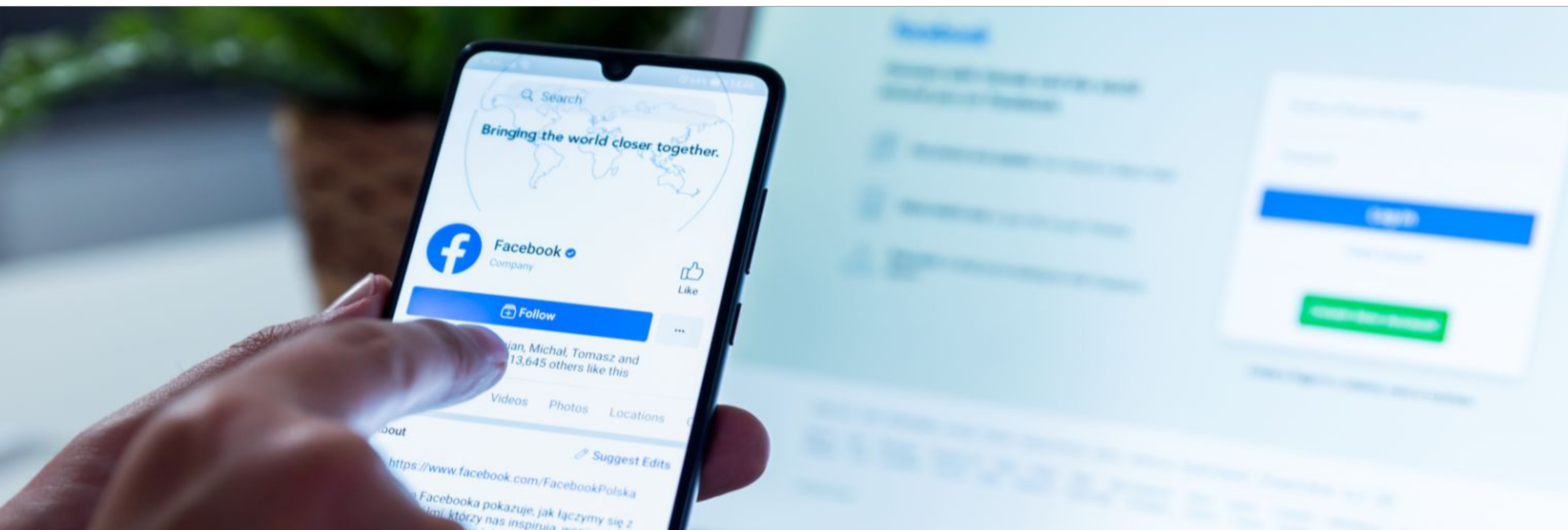
- ❑ Business Manager (BM) konto
- ❑ Verifiera din domän.
- ❑ Lägg till 2-steps verifiering
- ❑ Lägg till en extra person som Admin (i BM)
- ❑ Fixa "Samlad händelsespårning" (max. 8 st)

då får du **tillgång** till följande **spårning** (se nästa sida)
även från iOS14.5 användare ...



Apple Tracking -> Ads Manager

- **Fördröjning av resultatet** - Dock ingen realtids- rapportering och fördröjning i 3 dagar.
- **“Samlad händelsemätning”** Du får se den konvertering du valt i överst i listan.
- **Konverteringar** men visas endast på kampanjnivå.



Saker du kan göra nu

- ❑ Använd **UTM-spårning** för dina annonser.
- ❑ Installera Facebook Conversion **API** (CAPI)
- ❑ Generera **fler leads** (viktigare än någonsin)
- ❑ Kör mer **video retargeting** (skapa fler videor!)
- ❑ **Få koll på din data nu**, då märker du om rapporteringen (pixeln) inte stämmer.
- ❑ Följ stegen från Facebook - **vänta inte**
- ❑ **Annonsera på fler ställen** än enbart Facebook.



Håll dig informerad & få hjälp

- ❑ Håll dig informerad om vad som händer (saker ändras snabbt).
- ❑ Håll koll på dina kampanjer närmaste tiden.
- ❑ Utbildning & Support kan bli avgörande
- ❑ Ha tillgång till **experter** eller ett **"bollplank"** för feedback eller utvärdering.
- ❑ Kontakta mig om du behöver hjälp med detta.



Jonas Carlström

@carlstromcoaching

DIGITAL MARKNADSFÖRING FÖR E-HANDLARE & ENTREPRENÖRER

Webb: JonasCarlstrom.se

IG: [@carlstromcoaching](https://www.instagram.com/carlstromcoaching)