

Bachelorprosjekt, fakultet TKD – Gruppe 4

Forprosjektrapport

Facebook Marketing API - OMG



Anh Thu Pham Le, Kjetil Huy Tran & Carl Frederik Mollen
02.01.2017

Forprosjektrapport

Prosjektinformasjon

Tittel: Facebook Marketing API

Deltagere: Kjetil Huy Tran, Anh Thu Pham Le og Carl Frederik Mollén

Dato: 02.01.2017

Oppdragsgiver: Online Media Group AS

Veileder: Eva Hadler Vihovde

Kontaktperson: Isak Løvli

1 Forord

Vi er en gruppe på tre studenter, der alle av oss kommer fra ingeniørfaget data ved Høgskolen i Oslo og Akershus. Vår oppdragsgiver er Online Media Group (OMG), og vi skal i samarbeid med dem forsøke å utvikle et verktøy for å ta ut potensialet i å kombinere annonsørenes egne data med de dataene Facebook tilbyr.

1.2 Introduksjon

Med omtrent 1.1 milliarder brukere leder foreløpig Facebook over sine konkurrenter og er derfor den mest brukte verktøylene innenfor sosiale medier per dags dato. Ettersom en syvende del av befolkningene befinner seg på Facebook, kan man hente ut og lage statistikker slik at man kan få tilgang til og bruke data som omhandler brukerens interesser over nettet. Med slik informasjon kan annonsører utnytte uthentet informasjon og bruke det på å forstå markedet.

OMG er et av de ledende bedriftene innenfor markedsføring på nett i Norge. Bedriften ble etablert i 2002 og har gjennom tiden vunnet flere priser. Deres interesse for brukere og deres aktiviteter på nett fører til at OMG blir tiltrukket til Facebook sin data over deres brukere. Deres ønske er å kunne ekstrakte data fra Facebook og lage en statistikk over brukerens handlinger og kunne kategorisere disse handlingene ut fra brukerens personalia. Med disse

interessene har derfor OMG annonsert en bachelor oppgave med hensikt om å kunne bruke Facebook sin API til å automatisere statistikker slik at de kan bruke uthentet data til å bli bedre i markedet.

2 Prosjekt mål

2.1 Berikelse av BI-systemer/Kundedata.

Det er svært mye aktiviteter (Likes, kommentarer, klikk, avspilling av film osv.) på Facebook knyttet til annonser som blir registrert i Facebook og tilgjengelig gjennom API. Det betyr at det er en mulighet for å hente ut data fra Facebook knyttet til spesifikke produkter og produktgrupper. Eksempelvis kan man se hva som karakteriserer (kjønn, alder, geografi, interesser osv.) de som er interessert i forskjellige produkter eller produktgrupper, og hente dataene ut til kundens BI-system. OMG ser for seg at man utbygge en mulighet til å hente ut disse dataene, og lager en visualiseringsmodul (rapportering) der man kan se på de dataene som Facebook tilgjengeliggjør. Et alternativ er å mate dataene inn i et eksisterende visualiseringssystem som for eksempel klipfolio.

2.2 Automatisering av markedsføring.

Grunnfunksjonaliteten i denne modulen vil være automatisk oppsett av Facebook-annonser. Det finnes mange muligheter for å hente ut data fra kunde- og produkt databaser og automatisk lage annonser. Det er en kritisk suksessfaktor for annonsering på Facebook at man sørger for relevante annonser til hver enkelt av målgruppene man markedsfører mot, og at man sørger for variasjon i budskapene. Dette betyr i praksis at et stort volum av variert annonsemateriale gir svært gode resultater på Facebook. Vi ser for oss at man bruker tid på å sette seg inn hvilke typer data som oftest finnes i CRMsystemer og produkt databser, og hvordan dissa dataene kan utnyttes sammen med dataene Facebook tilbyr i Marketing API'et. Det bør eventuelt lages en enkel modul for å definere hvordan annonsør-data skal sys sammen for å generere Facebook-annonser, slik at ikke-tekniske markedsførere kan tilpasse annonsene som skal legges ut.

2.3 Annen anvendelse.

Vi er åpne for forslag til annen anvendelse. Vi regner med at etter hvert som studentene får innsikt i dataene som er tilgjengelig i Facebook og hva bedrifter oftest har i CRM og produkt-databaser så vil flere muligheter komme opp.

3 Løsninger

4 Verktøy

5 Fremdriftsplan

	2. uke	4.uke	6. uke	8. uke	10. uke	12. uke	14. uke	16. uke	18. uke	20. uke
Planlegging										
Forprosjekt										
Kompetanse										
Utvikling										
Testing										
Implementering										
Vedlikeholde										
Prosjektrapport										

6 Risiko og feilanalyse

7 Konklusjon