



FACEBOOK ADS

Grundlagen & Potentiale

Referent: Robert Richter



Bremer Str. 65
01067 Dresden

Telefon: 0351 41798591
E-Mail: richter@imaos.de
Web: www.imaos.de



AGENDA

1. Einordnung & Ziele
2. Voraussetzungen
3. Kampagnentypen & Plattformen
4. Zielgruppen, Targeting & Creative
5. Messbarkeit
6. Optimierung
7. Links & News
8. Fragen

1. Einordnung & Ziele

- *Was sind Facebook Ads ?*
- *Welche Ziele kann ich damit erreichen?*



1. Einordnung & Ziele (2)

- Push:
Display Werbung /
Social Media Marketing
- Personen im sozialen
Umfeld erreichen
- organische Facebook
Reichweite häufig
schwach

ZIELE

Markenprägung

Fans generieren

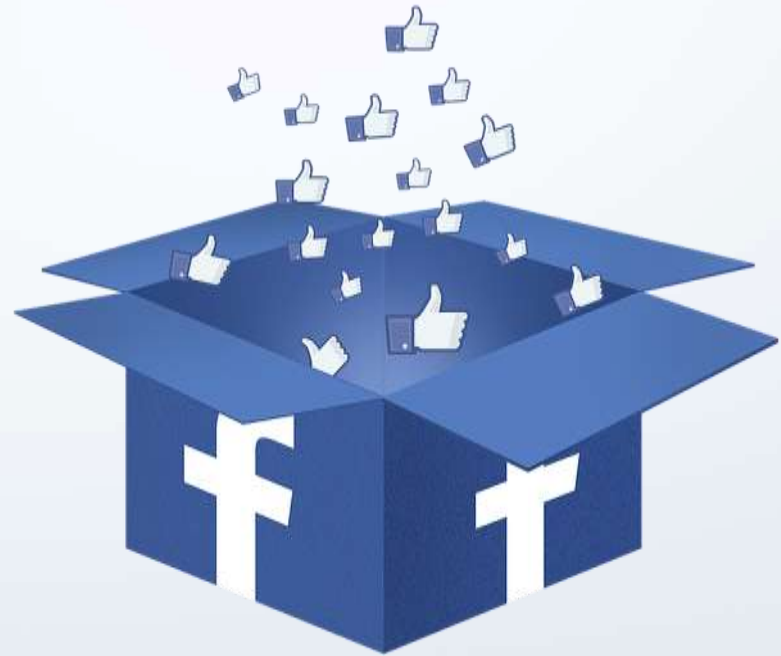
Leads generieren

Sales generieren

gezielt (neue) Produkte
bekannt machen

2. Voraussetzungen

- *Was benötige ich für erfolgreiche Facebook Ads?*



2. Voraussetzungen (2)












- Facebook Seite („Fanpage“) inkl. Impressum!
- mobile Webseite
- Tracking mittels Facebook Pixel
- angepasste Datenschutzerklärung
- Budget + Testbudget
- Zugang zum Werbeanzeigenmanager oder API

3. Kampagnentypen & Plattformen

- *Wie kann ich mit Facebook Ads effizient werben?*
- *Wo kann ich innerhalb von Facebook werben?*



3.1. Kampagnentypen

Auktion Reichweite und Frequenz		
Bekanntheit	Erwägung	Conversion
 Markenbekanntheit	 Traffic	 Conversions
 Reichweite	 Interaktionen	 Katalogverkäufe
	 App-Installationen	 Store Traffic
	 Videoaufrufe	
	 Leadgenerierung	
	 Nachrichten	

3.1. Kampagnentypen (2)

- **Steigere deine Markenbekanntheit!**
 - Erreiche Personen, die deinen Werbeanzeigen mit höherer Wahrscheinlichkeit Beachtung schenken.
- **Traffic !**
 - Sende mehr Personen z. B. eine Website, App oder Messenger-Unterhaltung.

3.1. Kampagnentypen (3)

- Interaktionen
 - Erziele mehr Beitragsinteraktionen, „Gefällt mir“-Angaben, Veranstaltungszu-/absagen oder Beanspruchungen von Angeboten.
- Webseiten-Conversions
 - Rege Personen dazu an, wertvolle Handlungen auf deiner Webseite vorzunehmen, wie z.B. ein Produkt zu kaufen.
-> Facebook-Pixel zur Optimierung notwendig

3.2. Plattformen

- Facebook (Feed, Story, Marketplace, rechte Spalte)
- Instagram (Feed, Story, Explore)
- Audience Network (Video, Banner)
- Messenger (Postfach, Story)

4. Zielgruppen, Targeting & Creatives

- *Welche Zielgruppen & Nutzergruppen erreiche ich mit Facebook Marketing womit?*



4.1. Zielgruppen

- Custom Audience
 - Mailadressen von Kunden (Opt-In notwendig)
 - Webseitenbesucher (alle, 3d, 14d, 30d)!
 - App-Nutzer
 - Interaktionen mit der Facebook Seite!
- Lookalike Audience
 - auf Basis bestehender Zielgruppen ähnliche Nutzer finden



4.2. Targeting

- Ein- & Ausschließen vieler Parameter möglich
 - Demografie: Alter, Geschlecht
 - Standort(e)
 - Sprachen
 - Interessen
 - oft Überschneidungen
 - Vorschläge nutzen

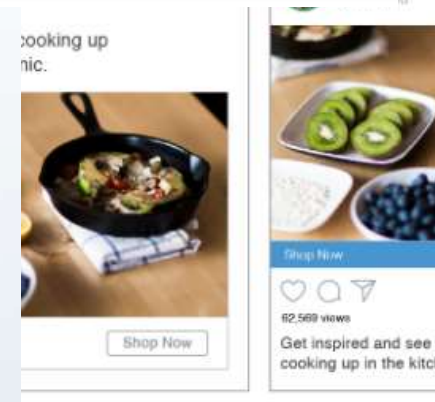
4.3. Creative

- Vielfältige Möglichkeiten

- Bestehender organischer Post!
- Linkpost -> Conversions
- Bildpost -> Bekanntheit
 - Shutterstock nutzbar!
- Video -> Bekanntheit, Erklärungsbedürftige Produkte
- Karussell -> Überblick
- Dynamic Creatives mit Katalog
- Instant Experience -> Schnelle Ladezeit, keine Cookies ☹️

- Tipps

- Link in Post oben einfügen
- Emojis nutzen
- Auffällige Bilder



5. Messbarkeit

- *Wie kann ich meine Kampagnen auswerten und deren Erfolg messen?*



5. Messbarkeit mittels Pixel

- 1 Facebook Pixel je Werbekonto
- Trennung nach Projekten
- viele Standardevents
- benutzerdefinierte Conversions
- Google Analytics utm Trackingparameter als url Parameter in Anzeige verwenden

6. Optimierung

- *Wie optimiere ich meine Kampagnen?*



6. Optimierung

- Zielgruppen sinnvoll aufteilen (nicht zu klein!)
- Budgets regelmäßig prüfen
- Frequenz der Anzeigen checken!
- Anzeige regelmäßig erneuern (max. 7 Tage)
- Gebotsreduzierung für Anzeigengruppen, die nicht gut performen
- zum Start automatische Gebote nutzen
- Tagesbudget / Anzeigengruppen >30€
- kurze URLs im Text oben einbinden!
- Relevanzfaktor als Indiz für Qualität (CPA!)

7. News & Links

- *Wo finde ich weitere Informationen und Hinweise?*



7. News & Links

- <https://www.facebook.com/hutterconsult/>
- <https://www.facebook.com/AdEspresso/>
- <https://www.facebook.com/marketingde/>
- <http://www.wordstream.com/blog/>

8. Fragen

- Ihre Fragen bitte!



Danke



Bremer Str. 65
01067 Dresden

Telefon: 0351 41798591
E-Mail: richter@imaos.de
Web: www.imaos.de

