

BUSINESS ACADEMY RUHR

Akademie für Digital Business



Social Media Frühstück für Unternehmen

**Social Media Werbung (Ads) –
Facebook+Instagram Kampagnen einrichten**



Holger Rohde

Geschäftsführung (CFO) BAR

Social Media Manager (IHK)

Kaufmann/Wirtschaftsdozent







Wir kümmern uns 😊



**Diese Präsentation stellen wir per Mail zur Verfügung, Sie brauchen nicht alles mitschreiben.
Dürfen Sie natürlich trotzdem 😊**





Ein Wunsch von Teilnehmenden 😊



**Kurze Vorstellung in 60
Sekunden. Für alle 😊**





Werbeanzeigen auf Social Media



Mit Ads gezielt neue Zielgruppen erreichen

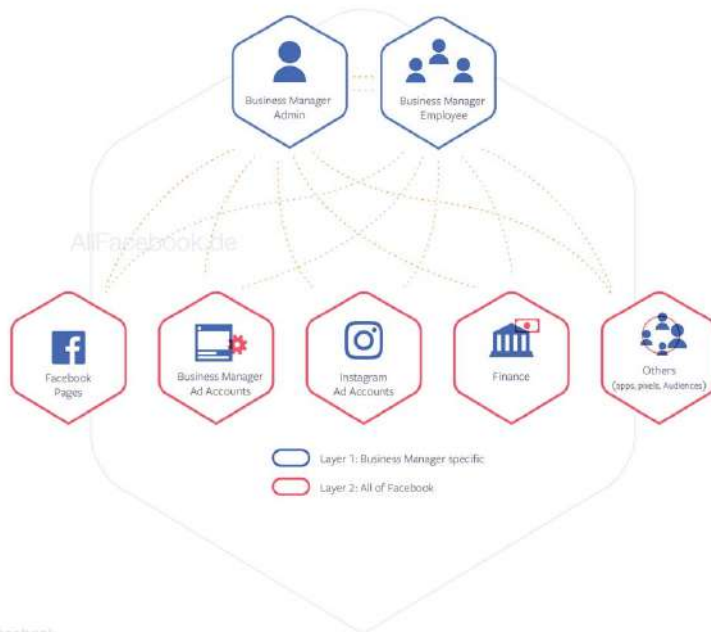


Etwas Humor zum Einstieg



Angepasste Werbemotive für die Plattformen 😊



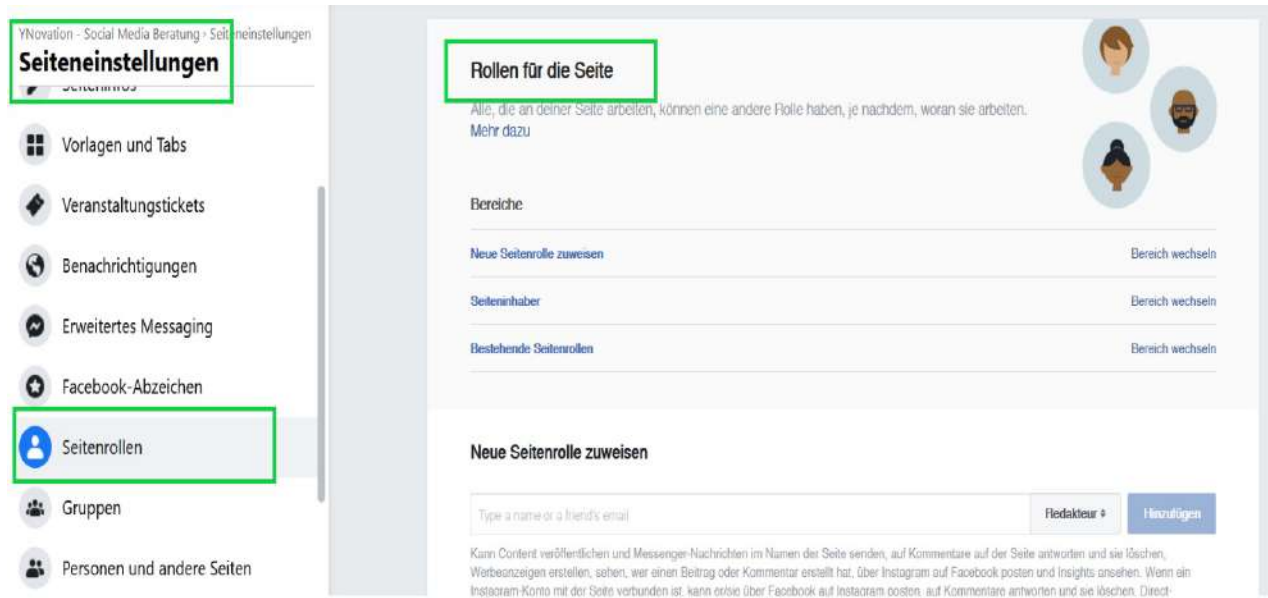


Quelle: Facebook

Werbetreibende Personen benötigen die Berechtigung einer Facebook Business-Seite oder eines Instagram Business-Kontos, um Werbeanzeigen erstellen zu können. Entweder als Berechtigung im privaten Profil oder vorzugsweise über den Meta-Business Manager



Voraussetzung – Zugriff auf das Ads-Konto



Ist im Unternehmen bereits ein Werbekonto eingerichtet und es fehlt lediglich der Zugriff darauf, muss zunächst die „Rolle“ angepasst werden.

Neue Seitenrolle zuweisen

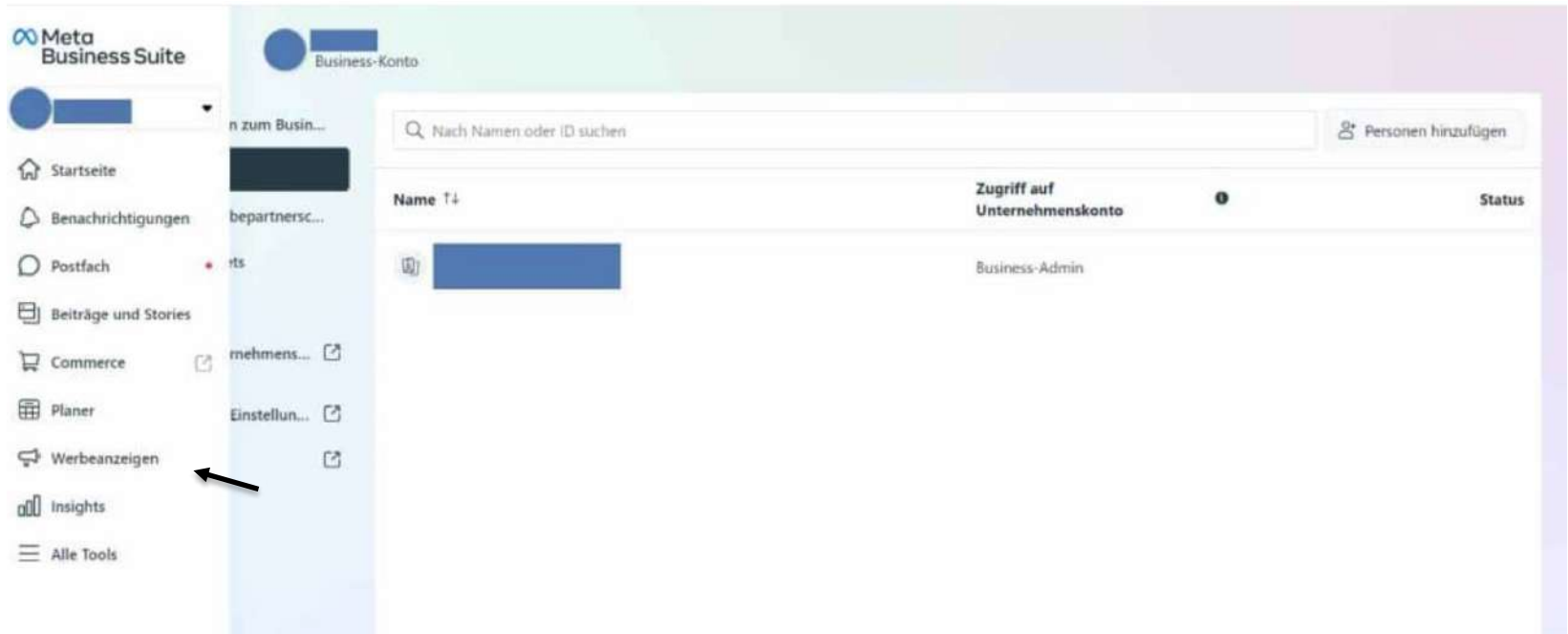
Type a name or a friend's email



- Administrator
- ✓ Redakteur
- Moderator
- Werbetreibender
- Analyst
- Benutzerdefiniert

Kann Content veröffentlichen und Messenger-Nachrichten im Namen der Seite senden, auf Kommentare auf der Seite antworten und sie löschen, Werbeanzeigen erstellen, sehen, wer einen Beitrag oder Kommentar erstellt hat, über Instagram auf Facebook posten und Insights ansehen. Wenn ein Instagram-Konto mit der Seite verbunden ist, kann er/sie über Facebook auf Instagram posten, auf Kommentare antworten und sie löschen. Direct-

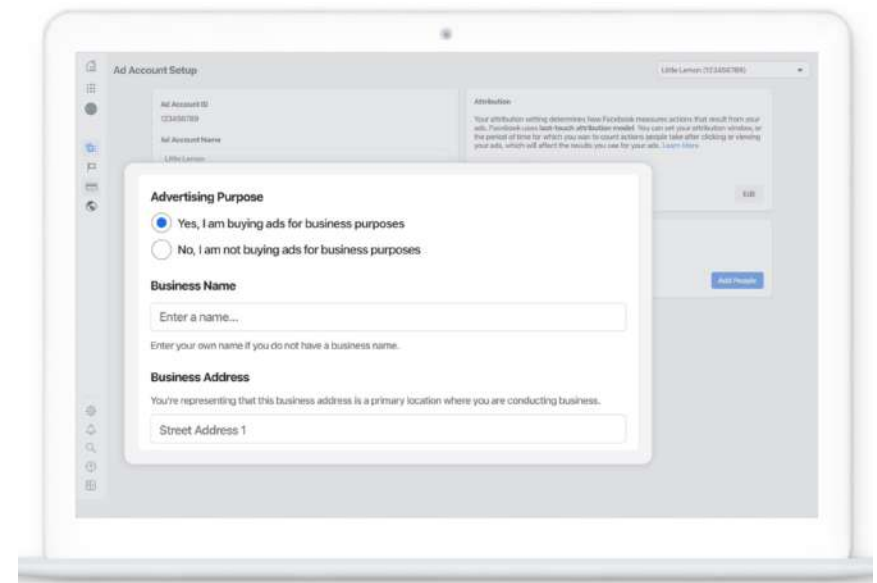
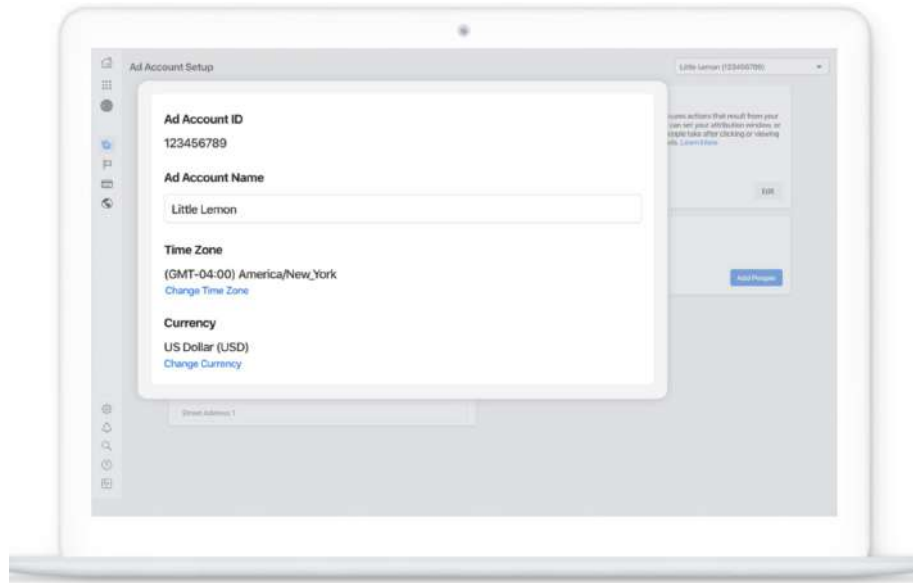




Quelle: <https://www.facebookblueprint.com/student/catalog>

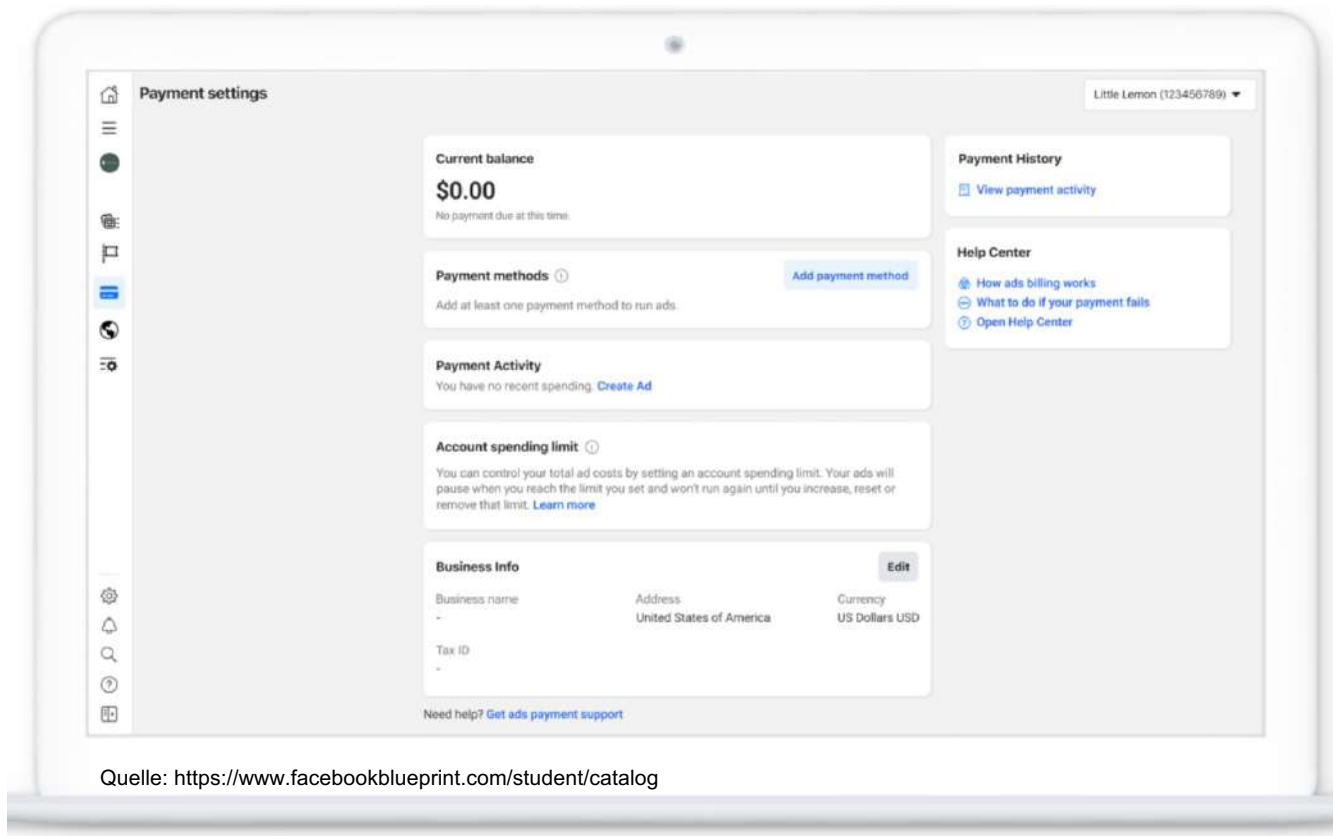
Rufe die Facebook-Startseite oder den Business Manager (Suite) auf. Klicke auf der linken Seite unter Entdecken auf **Mehr anzeigen**, um das Menü auszuklappen. Wähle dann Werbeanzeigen(-manager) aus.





Wähle in den Optionen für Währung und Zeitzone deinen Werbezweck, den Namen des Unternehmens und die Geschäftsadresse aus.






Quelle: <https://www.facebookblueprint.com/student/catalog>





Klicke auf das Kreditkartensymbol auf der linken Seite, um die Zahlungseinstellungen aufzurufen. Um Anzeigen schalten zu können, muss mindestens eine Payment-Methode angelegt werden.




< **Zahlungsinformationen hinzufügen** X


Zahlungsmethode hinzufügen

Bankeinzug 

Debit- oder Kreditkarte    

PayPal 

Werbegutschrift


Deine Zahlungsmethoden werden sicher gespeichert.
[Es gelten die Nutzungsbedingungen](#)

Weiter

Aktuell ist die Abrechnung via Sepa-Mandat,
Kreditkarten, Paypal und über Guthaben möglich.

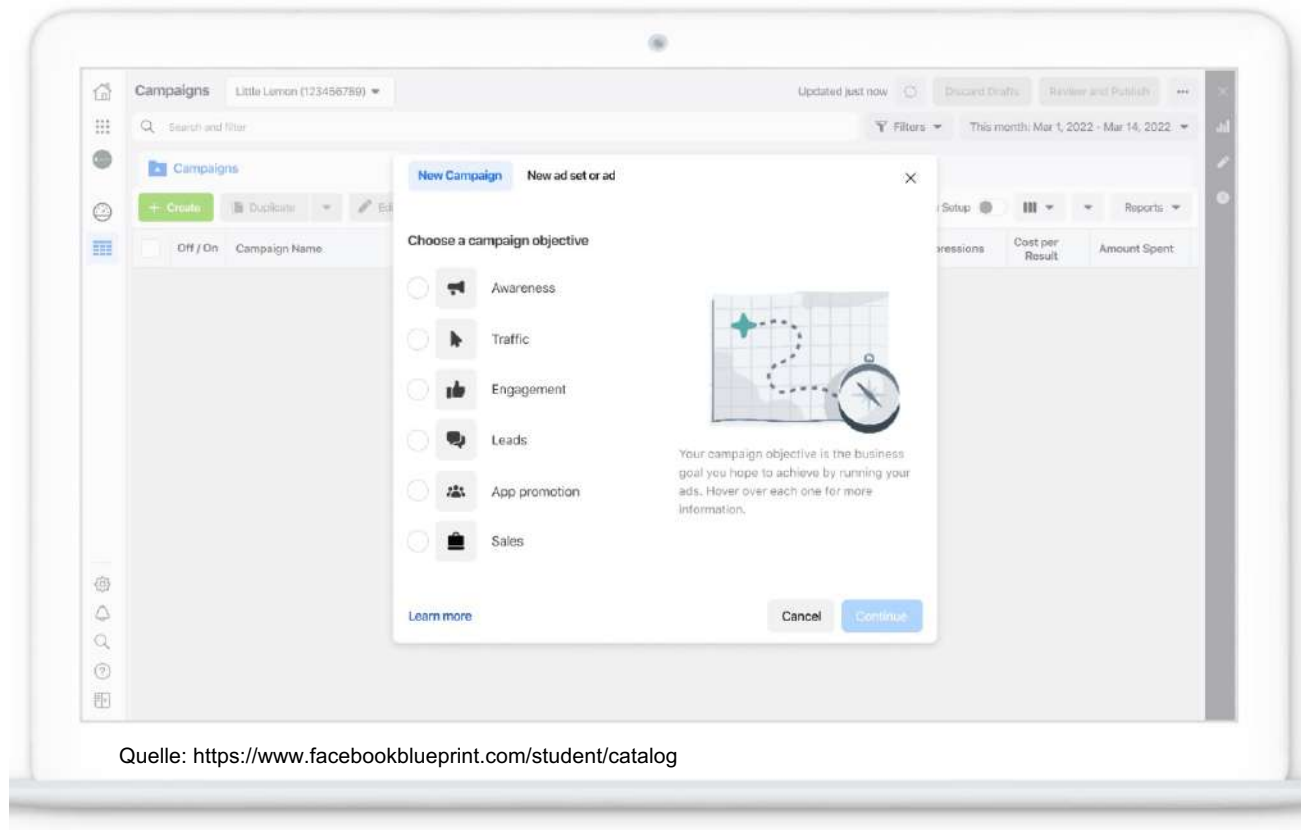
Kampagnenstruktur



Jede Werbeanzeige beginnt mit einer Kampagne, diese kann aus mehreren Anzeigengruppen bestehen, die wiederum mehrer Anzeigen verwalten können



Schritt 1: Kampagne auswählen



Quelle: <https://www.facebookblueprint.com/student/catalog>

Es gibt aktuell sechs verschiedene Ziele:
Bekanntheit, Traffic, Interaktionen, Leads, App-Promotion und Umsatz.
Zunächst also ein passendes Ziel festlegen.
Für verschiedene Ziele müssen mehrere Kampagnen angelegt werden.



Schritt 2: Anzeigengruppe anlegen

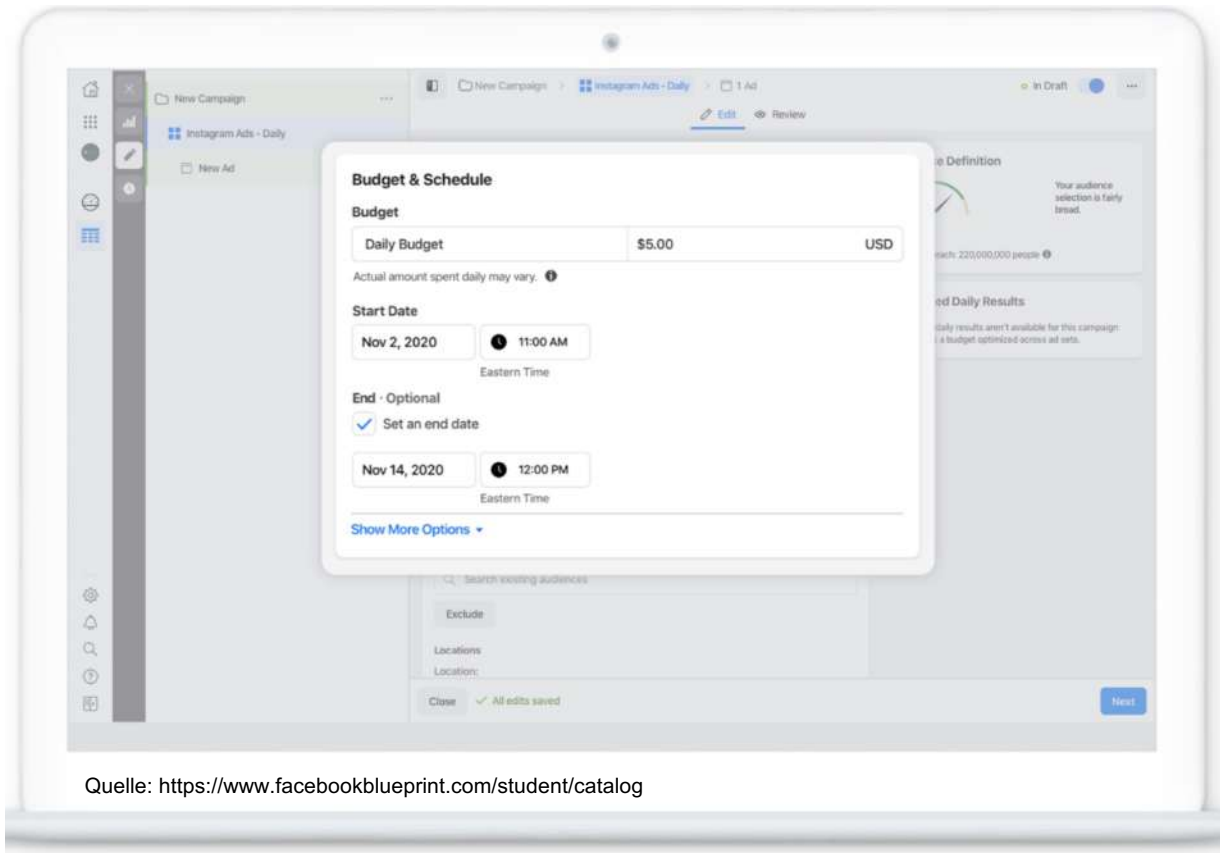
The screenshot displays the Facebook Ads 'New Ad Set' configuration interface. On the left, a navigation sidebar shows 'New Campaign', 'Ad Set', and 'Ad'. The main content area is titled 'New Ad Set' and includes an 'Edit' button and a 'Review' button. The 'Placements' section is the primary focus, featuring two options: 'Advantage+ Placements (Recommended)' (selected) and 'Manual Placements'. A tooltip for 'Advantage+' states: 'Advantage+ products, including Advantage+ Placements, use our most advanced ad technology to help maximize your campaign performance with less effort from you.' Below this, the 'Optimization & Delivery' section is visible, with 'Optimization for Ad Delivery' set to 'Conversions' and a 'Cost Control' field containing '\$X.XX USD'. To the right, the 'Audience definition' section shows 'Your audience selection is fairly broad' and a reach of '181 - 523'. Below that, 'Estimated Daily Results' are shown based on a 7-day click and 1-day view conversion window, with conversions estimated as '< 10'. At the bottom right, there are 'Back' and 'Next' buttons.

Quelle: <https://www.facebookblueprint.com/student/catalog>

Auf Anzeigengruppenebene werden passende **Platzierungen** für die Anzeigen ausgewählt, dies kann automatisch oder manuell erfolgen.



Schritt 3: Budget und Zeitplan bestimmen



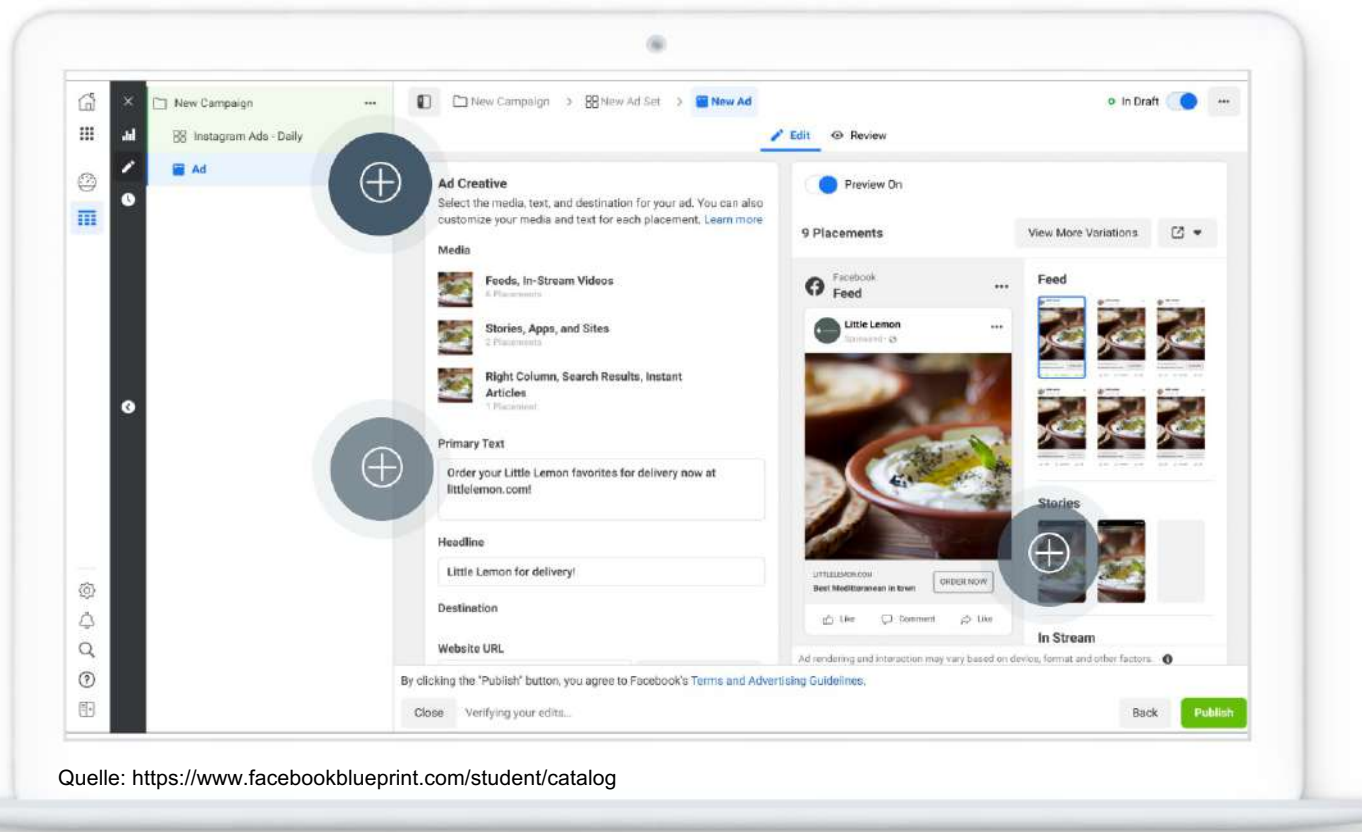
Quelle: <https://www.facebookblueprint.com/student/catalog>

In der Anzeigengruppenebene wird danach ein **Budget** festgelegt und optional noch ein **Zeitplan** bestimmt.

Tipp: Zunächst mit kleinen Budgets beginnen und später anpassen.



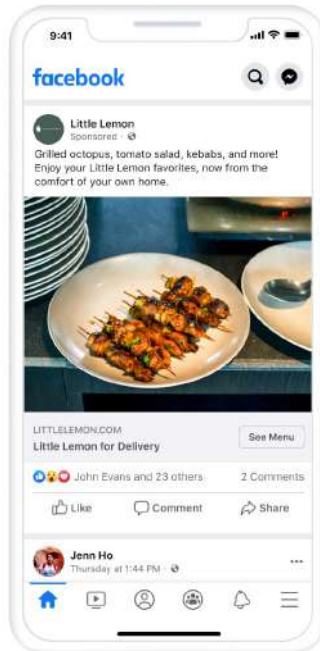
Schritt 4: Werbeanzeige gestalten



In der eigentlichen Werbeanzeige werden nun Texte, Fotos oder Grafiken sowie Videos kreativ angelegt und können in einer Vorschau betrachtet werden. Noch ein Klick auf Veröffentlichen+Fertig!



Schritt 5: Ergebnisse auswerten



Kampagnentrends Letzte 7 Tage ⓘ

Ergebnisse ▾

+ Erstellen



Brand Video 2023

Aktiv

Link-Klicks

164 ↓ 17,2 %



Eine laufende Kampagnen sollte regelmäßig überwacht und optimiert werden. Das Community-Management ist auch bei Ads wichtig, da Kunden direkt interagieren können.



- Bei den verwendeten Medien müssen die entsprechenden Rechte (Urheber) beachtet werden
- Pixel-Tracking und die Auswahl von eigenen Kundensegmenten ist nur nach Zustimmung erlaubt (DSGVO beachten)
- Grundsätzliche Werberegeln wie Irreführung, Täuschung, unlauterer Wettbewerb (UWG) usw. sind zu beachten





Facebook-Pixel

Ein Pixel für Conversion Tracking, Optimierung und Remarketing.



1. Erstelle und installiere dein Pixel

Erstelle dein Facebook-Pixel in nur wenigen Sekunden und kopiere anschließend den Code einfach in den Header deiner Webseite.



2. Custom Audiences erstellen

Erstelle Zielgruppen einfach basierend auf den Aktivitäten auf deiner Webseite. Beziehe alle Personen ein, die deine Seite besuchen, oder lege Regeln für Personen fest, die bestimmte Seiten besuchen oder bestimmte Handlungen vornehmen.



3. Verfolge die Handlungen, die für dich relevant sind

Das Pixel verfolgt automatisch Besuche auf deiner Webseite. Du kannst auch Ereignisse hinzufügen, um bestimmte Handlungen zu verfolgen, wie z. B. das Ansehen bestimmter Inhalte, das Hinzufügen von Produkten zu einem Einkaufswagen oder Käufe.



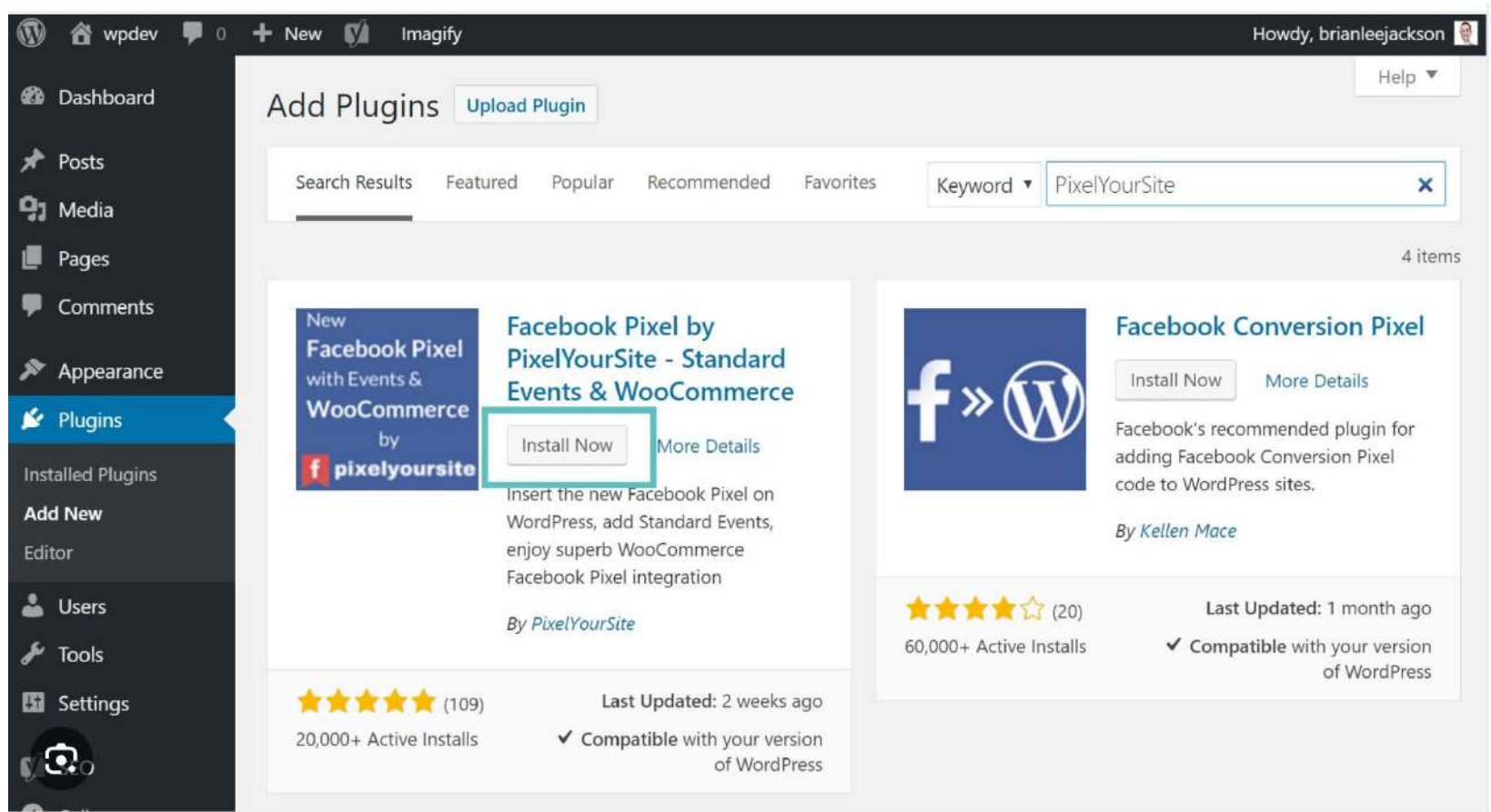
Pixel erstellen

1.024 x 541

Um den Erfolg von Kampagnen messen zu können, ist eine Schnittstelle (Pixel) erforderlich.



Pixel als PlugIn für Wordpress



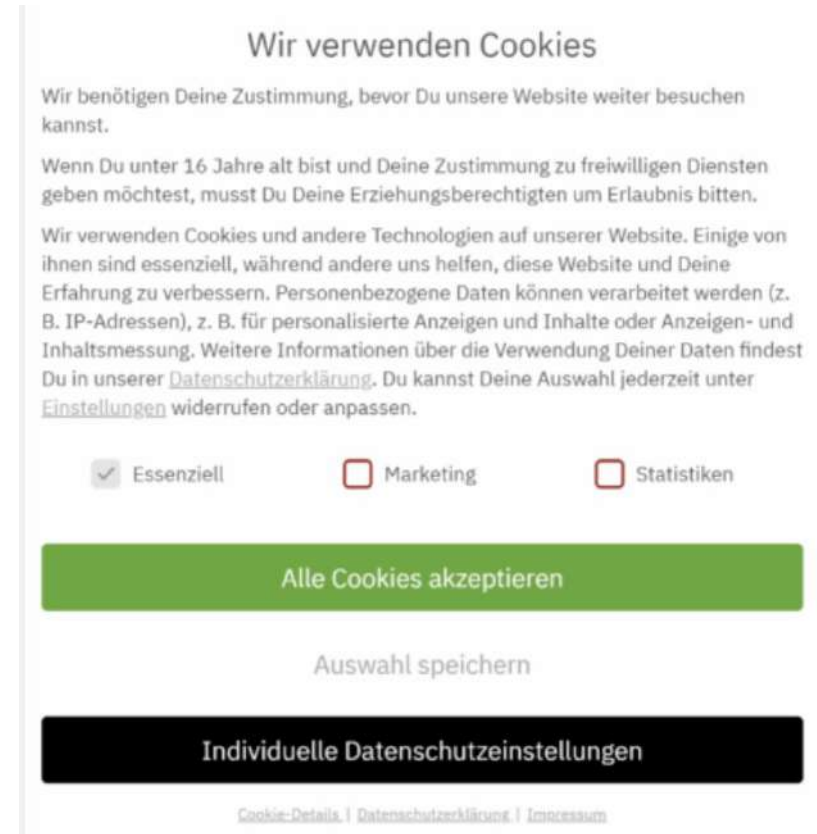
Die technische Umsetzung kann einmalig per Pixel-Code oder bequemer über ein PlugIn in der eigenen Homepage erfolgen



Zustimmung für Pixel auf der HP einholen



Für die DSGVO-konforme Verwendung muss die Einwilligung vorab auf der Homepage oder dem Shop erfolgen. Also bitte die entsprechende Cookie-Erlaubnis anpassen.



- Bild- und Videoformate anpassen
- Hochwertige Medien verwenden
- Medien und Texte im Vorfeld bereitstellen
- Rechtssichere Gestaltung wählen
- Zielgruppe bilden (Buyer-Persona)
- Zahlungsdetails / Abrechnungswege bestimmen
- Monitoring und Controlling sicherstellen
- Budgetplan bestimmen / Erfolg messen
- Kampagnen im Unternehmen bekannt machen







Wir gehen „Live“ 😊





Google Ads

Nächstes Thema:

Google Ads einrichten mit Keywords + Performance Max

LIVE und Schritt für Schritt am 31.8.2023



Business Academy Ruhr GmbH

Wallstraße 2 · 44137 Dortmund

Tel: 02 31 / 700 888 30

Fax: haben wir nicht 😊

Mail: info@business-academy-ruhr.de

Web: www.business-academy-ruhr.de



facebook.com/Business.Academy.Ruhr



Business Academy Ruhr GmbH



[@BARuhr](https://twitter.com/BARuhr)



youtube.com/user/BusinessAcademyRuhr



flickr.com/photos/business-academy-ruhr



[#BARuhr](https://www.instagram.com/BARuhr)



Wie hat es Ihnen gefallen?
Themenwünsche für Folgetermine? 😊

