

Facebook Marketing



SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der Urlauber, der Tourist usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit ein.

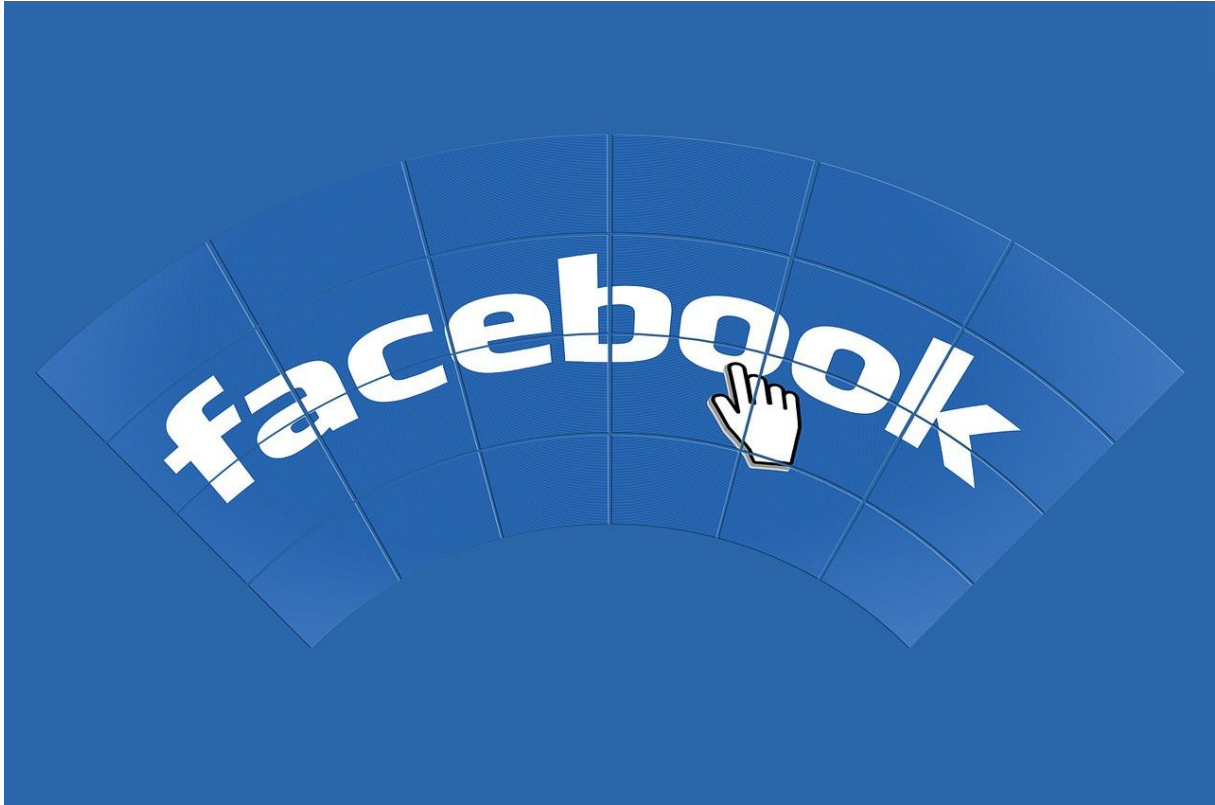
Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu Eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig –ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links, auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten. Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verleger sind für deren Aktivität nicht verantwortlich. Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben. Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, enthalten geistiges Eigentum, und dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung kopiert oder verändert werden.

Inhalt

Einleitung.....	4
Das Erstellen von gezielten Anzeigen.....	5
Verbesserung von der Klickrate	6
Innerhalb der Facebook Richtlinien bleiben	7
Einstellung Ihres maximalen Anzeigen- Angebots	7
CPC gegen Impressionen	8

Einleitung



Facebook ist die führende soziale Gemeinschaft online und Weltweit.

Hier nur mal ein paar Zahlen (Stand Mai 2015)

- ✓ 1,44 Milliarden aktive Nutzer hat Facebook im Monat
- ✓ 800 Millionen Menschen nutzen WhatsApp
- ✓ 700 Millionen Menschen nutzen Facebook Gruppen
- ✓ 600 Millionen Menschen nutzen den Messenger
- ✓ 300 Millionen Menschen nutzen Instagram
- ✓ 45 Milliarden Nachrichten werden pro Tag verschickt
- ✓ 4 Milliarden Videoaufrufe generiert Facebook pro Tag
- ✓ Es gibt 2 Millionen Werbeaccounts auf Facebook
- ✓ 1,25 Milliarden Menschen nutzen Facebook mobil, 581 Millionen Menschen davon nutzen Facebook nur noch mobil
- ✓ 2,99 US\$ Umsatz machte Facebook pro Nutzer in Europa im letzten Quartal
- ✓ 307 Millionen Menschen in Europa nutzen Facebook
- ✓ 936 Millionen Menschen nutzen Facebook jeden Tag

Mit ca. 1,441 Milliarden aktiven Facebook-Nutzern, hat es nie einen besseren Weg gegeben sie zu vergrößern und die Nachricht über so einen massiven Kundenstamm zu sehen.

Das bedeutende bei der Werbung mit Facebook, ist die Flexibilität und Reichweite Ihrer Werbeanzeigen sehr groß.

Sie können Ihre Anzeigen besonders effektiv und einfach gestalten, sodass sie nur für bestimmte Gruppen oder Segmenten von Leuten anpassen, die z.B. Informationen innerhalb ihres Profils enthalten wie Geschlecht, Position oder persönliche Präferenzen.

Z.B. wenn Ihr Produkt für alleinerziehende Mütter hergestellt wird, könnten Sie Ihre Anzeige so entwickeln, dass sie nur für die erscheint, die in ihrem Profil angezeigt haben, dass sie alleinerziehende Mütter sind.

Oder z.B. auch für die die Interessen an ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen ihres Profils haben, die in einer Gemeinschaft oder in einer Gruppe sind und durch andere Anzeigen mit dem gleichen Profil verbunden wurden.

Los geht's!

Das Erstellen von gezielten Anzeigen

Um gute gewinnbringende Anzeigen zu erstellen müssen Sie die Facebook Auswahl verwenden und so ihre auf den Zielmarkt beruhenden Anzeigen anfertigen.

Mit Facebook können Sie Ihre Anzeige so definieren, dass sie nur bei den spezifischen Leuten erscheint, basiert auf Alter, Position, Geschlecht, Interessen, Liebhaben usw. Oder bei gegründeten Gruppen, die innerhalb der Facebook Gemeinschaft verbunden sind.

Sie müssen Marktforschung betreiben um ihren Zielmarkt genau definieren zu können und so ihre Anzeige spezifisch gestalten zu können. Facebook pflegt ein Qualitätskontrollsystem, um sicher zu stellen, dass die Anzeigen, die während ihres Gemeinschaftsaufenthaltes laufen, sich innerhalb der Richtlinien bewegen und somit die Mitglieder nicht gestört werden können.

Nutzen Sie ihr Qualitätskontrollsystem, um wichtige Anzeigen zu entwickeln, die im Markt hervortreten um die Aufmerksamkeit der potentiellen Käufer zu gewinnen.

Denken Sie auch an den Verstand, der auf der Facebook Werbung basiert. Das heißt, dass Ihre Anzeigen automatisch ausgelöst werden, wenn ein Benutzer auf ihre Seite gelangt.

Die Besucher von ihrer Anzeige können auch helfen die Qualität während der Gemeinschaft beizubehalten und zu verbessern.

Verbesserung von der Klickrate

Ihr Klick auf die Anzeige spielt eine wichtige Rolle um den Gewinn zu verbessern und über den Zielmarkt hinaus zu reichen.

Es ist wichtig immer einen Blick auf ihre Anzeige zu werfen, damit sie Probleme sofort beheben können oder Anpassungen vornehmen können um ihre gesamte CTR zu verbessern.

Wenn in Ihrer Anzeige die CTR zu niedrig ist, kann sie aus Facebook entfernt werden. Gewöhnlich sollten Ihre Anzeigen nie unterhalb eines 2% Umrechnungssatzes fallen.

Es ist am einfachsten die CTR zu verbessern mit einer gezielt erforschten Anzeige. Wenn sie möchten, dass ihre Anzeige nur bei denen erscheint welche dieselben Interessen haben, müssen sie sicherstellen, dass ihr Anzeigentext oder irgendwelche verwendeten Images nur direkt mit ihrer Kundenbasis verbunden werden.

Denken sie daran, dass die verschiedenen Anzeigen innerhalb der Facebook-Gemeinschaft geprüft werden, welche am besten laufen, in Bezug auf die Industrie und den Markt.

Sie sollten auch darauf achten zu welcher Tageszeit ihre Anzeige erscheint. Sie können zudem wählen ob ihre Anzeige nur zu bestimmten Zeiten erscheint.

Denken Sie an die Zeitzone ihres Zielmarktes, so dass ihre Anzeige zur richtigen Zeit ihres Zielmarktes erscheint.

Innerhalb der Facebook Richtlinien bleiben

Es ist wichtig zu verstehen, wie Facebook arbeitet und was erlaubt ist. Facebook ist mit den Arten der Anzeigen sehr flexibel im Bezug darauf was innerhalb der Gemeinschaft gezeigt werden darf und was nicht.

Jedoch sind Bilder oder Text nicht erlaubt, die als beleidigend gelten können.

Einstellung Ihres maximalen Anzeigen- Angebots

Einer der wichtigsten Aspekte der Einrichtung einer wirkungsvollen Facebook Anzeige ist das maximale Tages- Angebot (Ihr Budget) das sie bereit sind zu zahlen. Je höher ihr Angebot ist, desto mehr Klicks (pro Tag) erhält Ihre Anzeige.

Wenn sie eine Anzeige mit Facebook erstellen, werden sie ein maximales Angebot beruhend auf ihren Anzeige- Fokus vorschlagen und dann den Zielmarkt ins Visier nehmen.

Es ist wichtig, immer ein Blick darauf zu haben, wie sich ihre Anzeige entwickelt, so dass sie durch die Klickraten und die gesamte Reaktion auf Ihre Anzeige verbessern können.

Wenn Sie eine Werbeanzeige mit Facebook herstellen, schlagen sie ein Maximalangebot vor, das auf Ihren Anzeigen basiert und auf den Zielmarkt fokussiert ist (beruhend auf Ihrer persönlichen Konfiguration und Vorlieben).

Sie können so anfangen, dass sie ihr maximales tägliches Angebot ein bisschen tiefer ansetzten, als das was vorgeschlagen wurde, während Sie Ihre Umrechnungssätze der Anzeige verbessern, damit Sie das meiste für Ihr Geld erhalten!

CPC gegen Impressionen

Mit Facebook können Sie Anzeigen entwickeln, mit denen Sie entweder für Impressionen zahlen, oder auf die Zahl der Klicks die auf Ihrer Anzeige beruhen.

Wenn Sie gerade mit der Facebook – Anzeige begonnen haben empfehle ich die Kosten pro Klick zu wählen (CPC), damit Sie Ihre Anzeigen genau prüfen können und nur für Klicks zahlen aber nicht für Ansichten.

Sie können immer Ihr Anzeigeformat den Kosten Pro Klick ändern um später eventuell andere Alternativen zu wählen.

Ich wünsche Dir viel Erfolg mit Facebook!