



PERFORMANCE MARKETING – WERBEANZEIGEN @SMC25

Lars Kroll Geschäftsführer SO.real GmbH

WARUM EIGENTLICH?

Warum ist das so?

- Social-Media-Plattformen kennen ihre Nutzer
- Haben ausführliche Personenprofile hinterlegt
- Sammeln im gesamten Netz Informationen
- Werbung wird aufgrund der „gemeinsamen“ Interessen nicht als Werbung wahrgenommen
- Erstellen ausführliche Bewegungsprofile ...
- **... via Sprache, Klicks, Social Plugins, Geocodes, Apps auf dem Smartphone etc.!**



Digitale Sichtbarkeit für mehr Kunden & Personal.

LARS KROLL

Geschäftsführer



UNSERE LEISTUNGEN

Social-Media-Betreuung
und -Outsourcing



Suchmaschinen-
optimierung



Social-Media-
Workshops



Kampagnen-
entwicklung



Grafikdesign, Video-Content-
Erstellung und Podcast-
Produktion



Social-Media- und
Suchmaschinen-
Werbeanzeigen



und vieles mehr

HINWEISE

Gender

- Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in dieser Präsentation die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter.
- Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

HINWEISE

Rechtshinweis bei unternehmenseigenen Unterlagen

- Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der die SO.real GmbH die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote sind untersagt.
- Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hiervon bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung der SO.real GmbH.

HINWEISE

Datenschutz auf Social Media

- Die Datenschutz-Aufsichtsbehörden betrachten die „Big Player amerikanischer Herkunft“ zurzeit als nicht datenschutzkonform“.
- Aus praktischer Datenschutzbeauftragten-Sicht gibt es viele Ansätze für eine andere Haltung:
 - Das „mangelhafte Datenschutz“-Verhalten von Facebook und Co. ist allen Nutzern bekannt.
 - Es wird niemand gezwungen, das Wagnis „FB und Co.“ einzugehen und auch „nicht einzugehen“.
- Die anderen „unbekannteren, aber datenschutzkonformen“ Social-Media-Kanäle sind zwar nicht an den Daten der Nutzer interessiert, wie lange diese Geschäftsmodelle bestehen, kann jedoch auch nicht vorhergesagt werden. Und ein häufigerer Wechsel der Social-Media-Hauptkanäle ist gerade bei Marketing und Kommunikation nicht im Überfluss hilfreich.
- Daher bitte rechtzeitig den Datenschutz einbinden.

UNTERSCHIEDE

Unterschiede

Suchmaschinenwerbung

- Nutzer informieren
- Nutzer im Moment der Kaufentscheidung einfangen
-  Oftmals teurer
-  Gute Conversion-Möglichkeiten

Social-Media-Werbung

- Inspirieren
- Bedarf wecken
- Messerscharfes Targeting auf Interessen
-  Auf das jeweilige Social Network beschränkt
-  Günstigere Preise möglich

ÜBERBLICK

ÜBERBLICK

Social Networks mit Werbemöglichkeiten



Mantra

**DON'T MAKE ADS.
MAKE CREATIVES!**

PERFORMANCE MARKETING



PERFORMANCE MARKETING

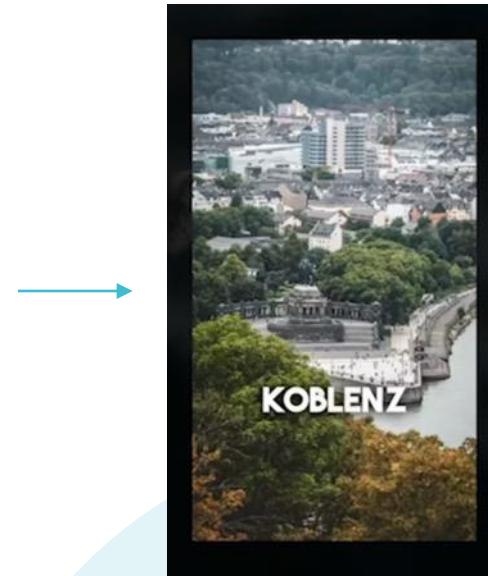
Beispiele



PERFORMANCE MARKETING

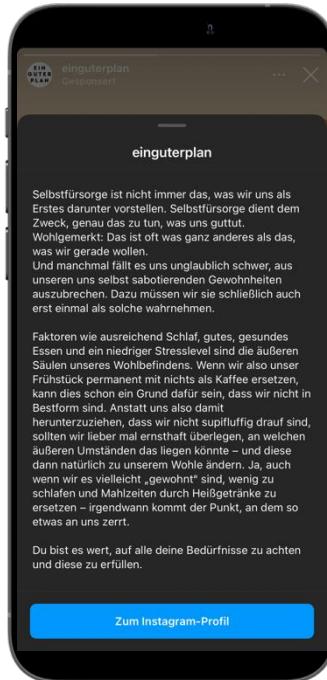
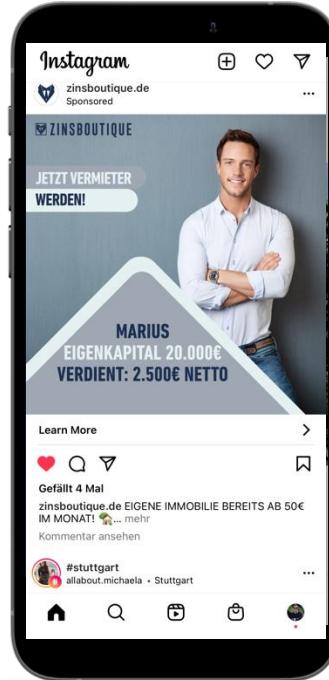
Nutzt hyperlokales Targeting

- Lokalmarketing mit Ortsbezug
- Zeigt eure Zielgruppe / Stadt / Region
- Wichtig im Text und visuellen Creative



BEISPIELE

Immobilien, Storytelling & Recruiting



SO BAUST DU EINEN FUNNEL AUF

Grundsätze:

- Welches Ziel soll erreicht werden?

- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Gibt es ein festgesetztes Werbebudget?
- Gibt es ein definiertes Zeitfenster?
- Welche Botschaft soll vermittelt werden?
- Welche Medien sollen eingesetzt werden?

UMSETZUNG

Funnel- / Kampagnen-Beispiel

1. **Reichweite und Sichtbarkeit** in der Region zum Beispiel mit interessanten Videos aus dem Unternehmen bzw. Beiträge die bereits gut performt haben
2. **Traffic-Anzeigen** an Personen, die Videos >50% gesehen haben und Fans (Immobilien, Jobangebote, Produkte)
3. Anzeigen zur **Fangewinnung / Abschluss** an Personen die bereits mit dem Unternehmen interagiert haben





BEITRÄGE BOOSTEN VS. BUSINESS MANAGER

BEITRÄGE BOOSTEN

Zielgruppe
Wer soll deine Werbeanzeige sehen?

Über Targeting ausgewählte Personen

Zielgruppendetails
Standort – Wohnhaft in Deutschland
Alter 18 - 65+

Personen, denen deine Seite gefällt

Personen, denen deine Seite gefällt, und ihre Freunde

Deine Custom Audiences

SO.real GmbH

Neu erstellen

Dauer
5 Tage Enddatum 05.02.2021

Gesamtbudget
Geschätzte Reichweite: 174 bis 504 Personen pro Tag
€ 10,00

Geschätzte Ergebnisse pro Tag
Erreichte Personen 174 - 504
Beitragsinteraktionen 85 - 245

Zahlungsübersicht
Deine Werbeanzeige läuft 5 Tage.

Gesamtbudget 10,00 € EUR





Nur verwenden,
wenn bereits
Zielgruppen im
Business Manager
angelegt wurden!

META BUSINESS MANAGER

Die Meta Business Suite ist die Contentzentrale für eure Social-Media-Arbeit auf den Meta-Plattformen; Der Business Manager die Kommandozentrale.



WAS IST DER FACEBOOK BUSINESS MANAGER?

WAS IST DER META BUSINESS MANAGER?



Kommandozentrale

- Verwaltung von Werbeanzeigen
- Zustand eurer Meta-Plattformen, Support und Hinweise
- Management eurer Business Plattformen Facebook, Instagram etc.
- Trennung von Privat- und Arbeitsleben
- Mehr Sicherheit bei der Verwaltung
- Ausgeklügeltes Rechtemanagement / Berechtigungen
- Medienverwaltung
- Zusammenarbeit mit Agenturen und Dienstleistern

Du bist dir
unsicher ob dein
Meta-Account
korrekt
eingerichtet ist?
Mach ein Termin
mit mir!



WARUM IST DER META BUSINESS MANAGER WICHTIG?

WARUM IST DER META MANAGER WICHTIG?



Darum:

- Mittels der Werbekonto-ID erhaltet ihr Zugang zu speziellen Support-Angeboten und könnt im Falle einer Sperrung oder Problemen, Kontakt mit Facebook aufnehmen.
 - Support: facebook.com/business/help/support
- Ihr habt alle eure Plattformen und Daten an einem Ort und könnt so viel flexibler Nachrichten, Contents, Statistiken und Co. verwalten
- Interner Algorithmus für Werbeanzeigen-Performance & Co.
- Weitere Informationen:
facebook.com/business/help/113163272211510

EINRICHTUNG DES META BUSINESS MANAGER

EINRICHTUNG DES META BUSINESS MANAGER

Meta Business Manager



Konto erstellen: facebook.com/business/help/1710077379203657

Link: business.facebook.com

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS



Meta Business Manager

Unternehmen verwalten



Abrechnung

Sieh dir den Zahlungsverlauf deiner Werbekonten an.



Events Manager

Verknüpfe die Daten von deiner Website, App oder deinem Store, um mehr Einblick in Kundenhandlungen zu erhalten.



Kontoqualität

Verwalte Werbeanzeigen, die gegen unsere Werberichtlinien verstößen und beantrage eine weitere Überprüfung.



Markensicherheit

Lege fest, wo deine Werbeanzeigen im Audience Network, in Instant Articles und in In-Stream-Video-Platzierungen gezeigt werden dürfen.



Medienbibliothek

Verwalte Bilder und Videos für deine Werbeanzeigen und Beiträge.



Store-Standorte

Verwalte deine Store-Standorte, damit Menschen Stores in ihrer Nähe über Facebook und Instagram finden können.



Unternehmenseinstellungen

Verwalte Personen, Inhalte und Integrationen, die mit deinem Unternehmen verknüpft sind.

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS



Meta Business Manager

Werbung



Automatische Regeln

Richte automatische Regeln ein, um deine Anzeigen zu verwalten.



Creative Hub

Entwirf Werbeanzeigen, sieh dir eine Vorschau an, teile die Inhalte deiner Anzeigen und arbeite gemeinsam mit anderen daran.



Werbeanzeigenmanager

Erstelle und verwalte Werbeanzeigen und tracke ihre Performance.



Werbekonto-Einstellungen

Verwalte die Einstellungen deiner Werbekonten, einschließlich Zahlungsmethoden und Benachrichtigungen.



Zielgruppen

Erstelle Custom Audiences, Lookalike Audiences oder gespeicherte Zielgruppen für deine Werbekampagnen.

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS



Meta Business Manager

Analyse und Berichterstellung



Analytics

Finde heraus, wie Personen auf verschiedenen Geräten, Plattformen und Websites mit deinem Unternehmen interagieren.



Attribution

Miss die Effektivität deiner Anzeigen über mehrere Kampagnen und Quellen hinweg.



Audience Insights

Entdecke, welche individuellen Faktoren deine Zielgruppe ausmachen, damit du effektive Werbeanzeigen erstellen kannst.



Brand Collabs Manager

Entdecke und verwalte deinen Branded Content.



Experimente

Erstelle Tests, um herauszufinden, wie du möglichst effektive Werbung schalten kannst.



Traffic-Analysebericht

Analyse von Trends im Zusammenhang mit Facebook-Impressionen und der Nutzung deiner Website oder App.



Werbeanzeigenberichte

Erstelle flexible Berichte, um die Performance von Werbeanzeigen zu analysieren und zu optimieren.

Wichtig bei Zusammenarbeit mit Influencern

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS



Meta Business Manager

Kundeninteraktion



Creator Studio

Erstelle Beiträge, erhalte Insights und beantworte Nachrichten von all deinen Seiten.



Seitenbeiträge

Erstelle unterschiedliche Beitragsarten, um mit einer Zielgruppe zu interagieren oder deine Seite hervorzuheben.

Produkte und Services verkaufen



Catalog Manager

Lade deine Artikel zur Verwaltung und für den Verkauf auf Facebook und Instagram hoch.



Commerce Manager

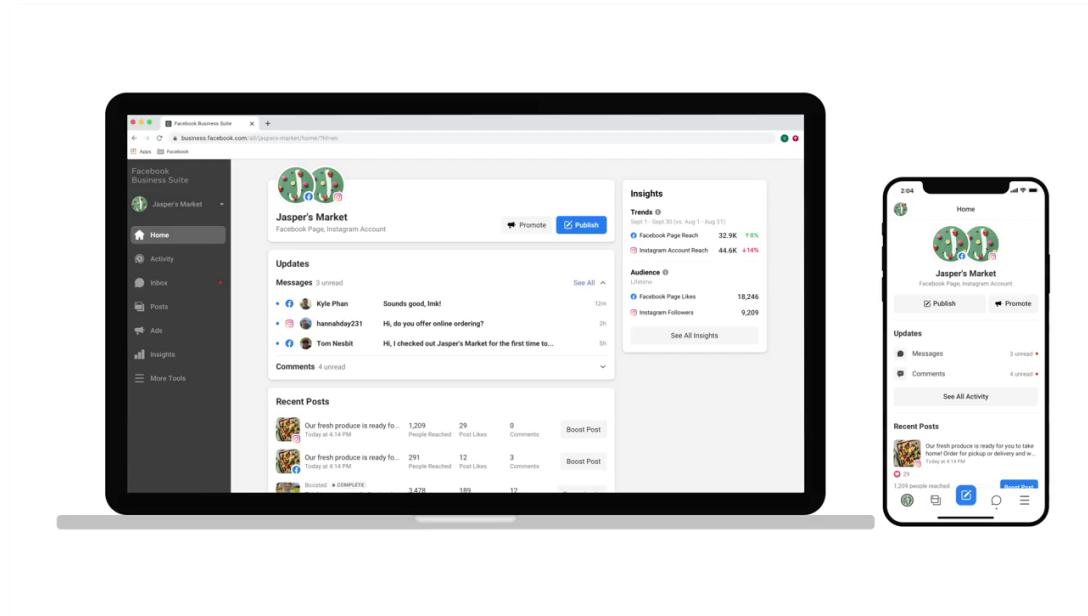
Verwalte deine E-Commerce-Verkäufe auf Facebook und Instagram, einschließlich Bestellungen, Insights und Auszahlungen.

WEITERE BEREICHE DES META BUSINESS MANAGERS



Good to know

- Die Business Suite gibt es auch als Mobile App
- Gerne schon einmal für das nächste Modul herunterladen
- So sieht das neue Design aus:

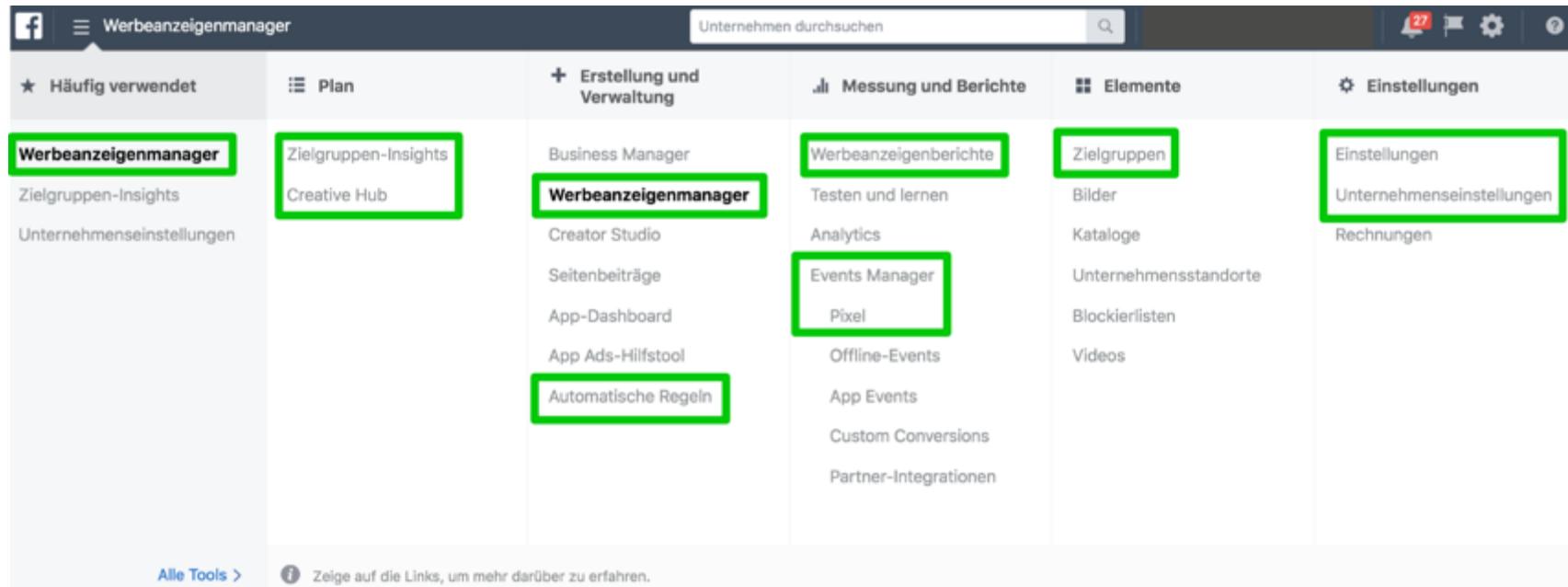


VORGEHEN PERFORMANCE MARKETING

UMSETZUNG EINER KAMPAGNE

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar includes the Facebook logo, the title 'Werbeanzeigenmanager', a search bar for 'Unternehmen durchsuchen', and various icons for notifications, settings, and help.

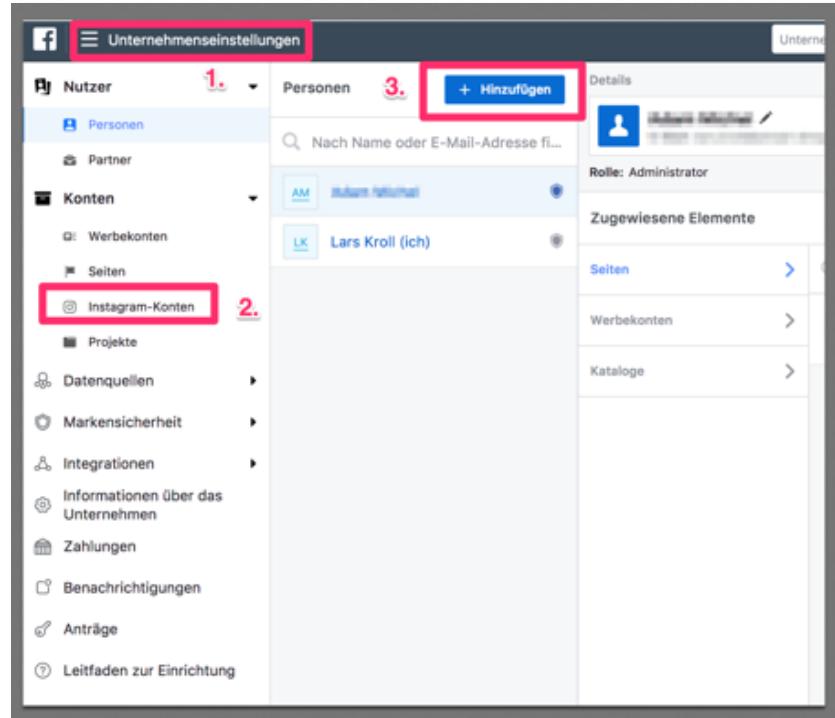
The main content area is organized into several sections:

- Häufig verwendet** (Often used):
 - Werbeanzeigenmanager** (highlighted)
 - Zielgruppen-Insights
 - Unternehmenseinstellungen
- Plan**:
 - Zielgruppen-Insights (highlighted)
 - Creative Hub (highlighted)
- Erstellung und Verwaltung**:
 - Business Manager
 - Werbeanzeigenmanager** (highlighted)
 - Creator Studio
 - Seitenbeiträge
 - App-Dashboard
 - App Ads-Hilfstool
 - Automatische Regeln (highlighted)
- Messung und Berichte**:
 - Werbeanzeigenberichte** (highlighted)
 - Testen und lernen
 - Analytics
 - Events Manager** (highlighted)
 - Pixel
 - Offline-Events
 - App Events
 - Custom Conversions
 - Partner-Integrationen
- Elemente**:
 - Zielgruppen (highlighted)
 - Bilder
 - Kataloge
 - Unternehmensstandorte
 - Blockierlisten
 - Videos
- Einstellungen**:
 - Einstellungen
 - Unternehmenseinstellungen (highlighted)
 - Rechnungen

At the bottom, there are links for 'Alle Tools >' and a help icon with the text 'Zeige auf die Links, um mehr darüber zu erfahren.'

Facebook & Instagram

- Business Manager einrichten:
 - business.facebook.com
 - Achtung Seitenverwaltung ändert sich
- Verknüpfung von Instagram und Facebook



Facebook & Instagram

- Verknüpfung von Instagram und Facebook

Eine Verbindung von Instagram mit Facebook ermöglicht Folgendes:

Bearbeitung deiner Instagram-Kontodetails über Facebook

Admins und Redakteure deiner Seite können dein Instagram-Konto direkt über Facebook verwalten

Verwaltung von Instagram-Kommentaren über die Seitenmanager-App

Administratoren, Redakteure und Moderatoren können Instagram-Kommentare direkt über das App-Postfach des Seitenmanagers verwalten

Lade den Seitenmanager über [App Store](#) oder [Play Store](#) herunter.

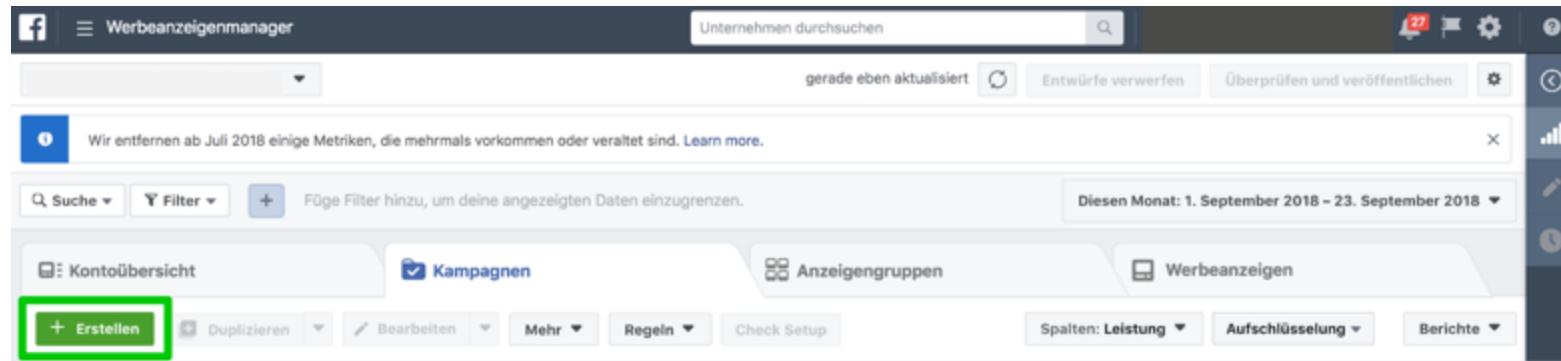
Erstellung von Instagram-Werbeanzeigen über Facebook

Werbeanzeigen, die auf Facebook erstellt werden, können auch auf Instagram verwendet werden

Los geht's.

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen

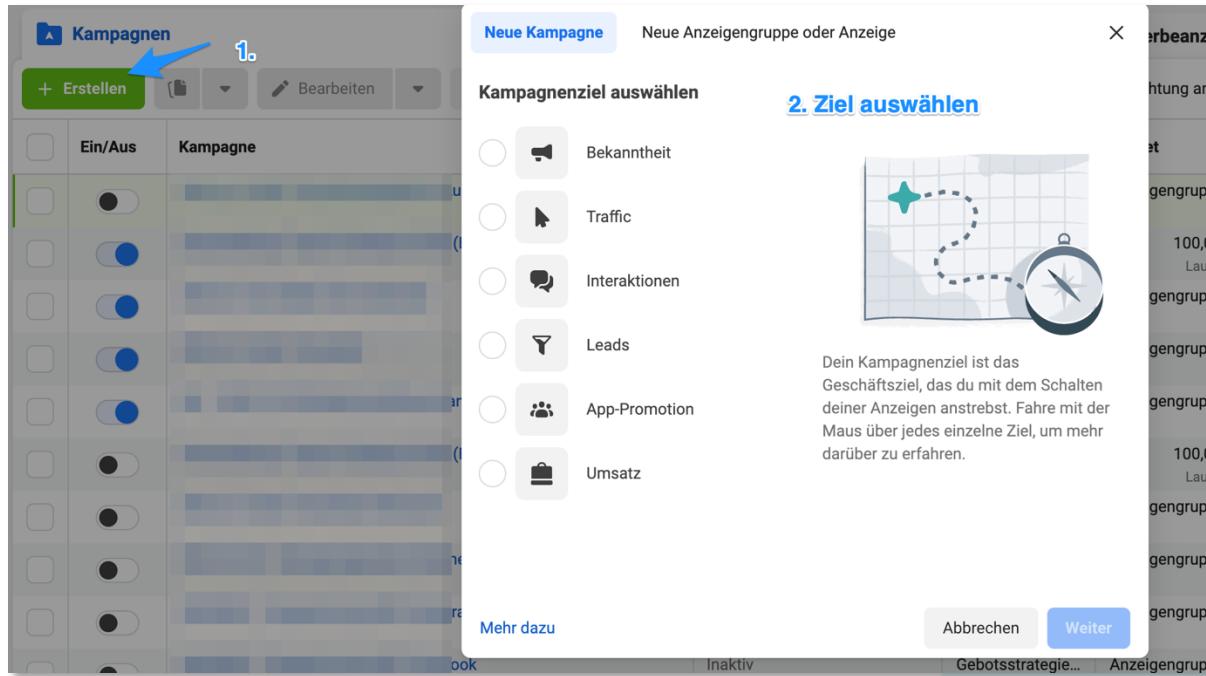


The screenshot shows the Facebook Ad Manager interface. At the top, there's a search bar for 'Unternehmen durchsuchen' (Search for companies) and a notification bar indicating 'gerade eben aktualisiert' (Just updated). Below the search bar, a message states: 'Wir entfernen ab Juli 2018 einige Metriken, die mehrmals vorkommen oder veraltet sind. Learn more.' (We are removing some metrics from July 2018 that appear multiple times or are outdated. Learn more.) The main navigation bar includes tabs for 'Kontoübersicht' (Account overview), 'Kampagnen' (Campaigns, which is the selected tab and highlighted with a blue checkmark), 'Anzeigengruppen' (Ad groups), and 'Werbeanzeigen' (Ads). Below the tabs are buttons for '+ Erstellen' (Create), 'Duplizieren' (Duplicate), 'Bearbeiten' (Edit), 'Mehr' (More), 'Regeln' (Rules), 'Check Setup', and dropdown menus for 'Spalten' (Columns), 'Aufschlüsselung' (Breakdown), and 'Berichte' (Reports). The interface is in German.

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

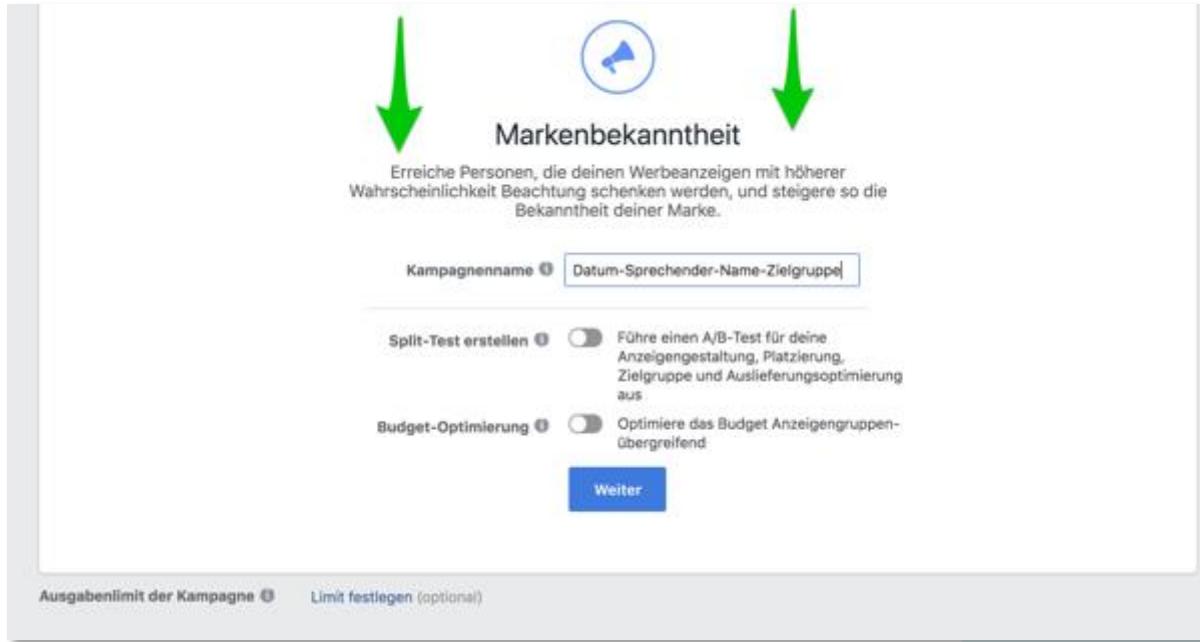
- Anzeige erstellen



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there is a list of existing campaigns with columns for 'Ein/Aus' (status) and 'Kampagne' (name). A blue arrow points to the green 'Erstellen' (Create) button at the top of this list, labeled '1.'. To the right, a modal window titled 'Neue Kampagne' (New Campaign) is open, with the sub-titler 'Neue Anzeigengruppe oder Anzeige' (New Ad Group or Ad). The modal is titled 'Kampagnenziel auswählen' (Select campaign goal) and contains the sub-titler '2. Ziel auswählen' (2. Select goal). It lists eight goal options with corresponding icons: Bekanntheit (Megaphone), Traffic (Mouse cursor), Interaktionen (Speech bubble), Leads (Filter), App-Promotion (User icon), and Umsatz (Briefcase). A map with a dashed line and a compass icon is shown, with the text: 'Dein Kampagnenziel ist das Geschäftsziel, das du mit dem Schalten deiner Anzeigen anstrebst. Fahre mit der Maus über jedes einzelne Ziel, um mehr darüber zu erfahren.' (Your campaign goal is the business goal you want to achieve with your ads. Move your mouse over each individual goal to learn more.) At the bottom of the modal are 'Abbrechen' (Cancel) and 'Weiter' (Next) buttons.

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



Markenbekanntheit

Erreiche Personen, die deinen Werbeanzeigen mit höherer Wahrscheinlichkeit Beachtung schenken werden, und steigere so die Bekanntheit deiner Marke.

Kampagnenname Datum-Sprechender-Name-Zielgruppe

Split-Test erstellen Führe einen A/B-Test für deine Anzeigengestaltung, Platzierung, Zielgruppe und Auslieferungsoptimierung aus.

Budget-Optimierung Optimiere das Budget Anzeigengruppen-übergreifend

Weiter

Ausgabenlimit der Kampagne Limit festlegen (optional)

Facebook & Instagram

- Wichtig, eventuell spezielle Anzeigenkategorie auswählen

Kategorien

Keine Kategorien angegeben

-  **Kredite**
Werbeanzeigen für Kreditkartenangebote, Fahrzeugkredite, Langzeitfinanzierungen o. Ä.
-  **Jobangebote**
Werbeanzeigen für Jobangebote, Praktika, professionelle Zertifizierungsprogramme o. Ä.
-  **Wohnraum**
Werbeanzeigen für Immobilienangebote, Eigenheimversicherungen, Hypothekenkredite o. Ä.
-  **Wahlwerbung bzw. Werbung zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen**
Werbeanzeigen zu gesellschaftlich relevanten Themen (wie Wirtschaft oder Traffic)

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

 Diese Werbeanzeige wird nicht geschaltet

Anzeigendetails

Promotion: Instagram-Beitrag: DU hast
...
Konto: \ [REDACTED]
Kampagne: Instagram-Beitrag: DU hast
...
Anzeigengruppe: Instagram Post

Details zu den Werberichtlinien

Werbeanzeige nicht konform
Richtlinienverstoß: Unrealistische Ergebnisse

Abgelehnt

Diese Anzeige verstößt gegen unsere Werberichtlinien



03 Zukunft

Finanzielle Freiheit schaffen: Werde Kundenberater bei der [REDACTED] nk! Hier vereinen wir finanzielle Expertise mit modernster Technolo

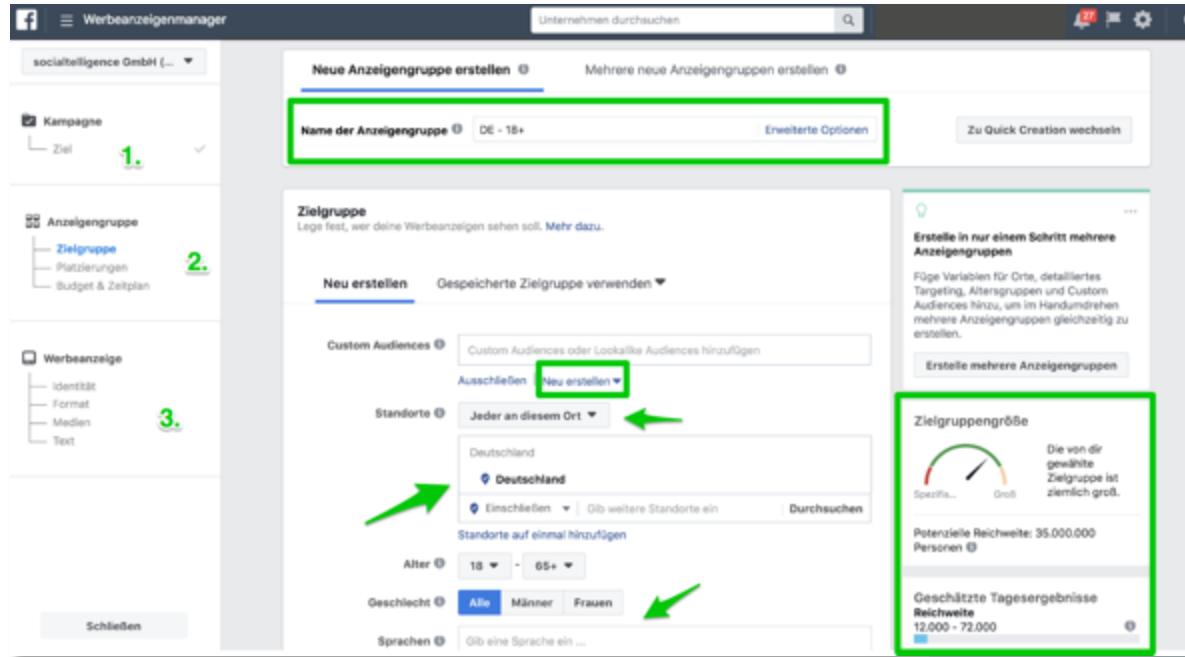


Werbeanzeige verstößt gegen folgende Werberichtlinie:
Diskriminierung

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



1. Ziel

2. Anzeigengruppe

3. Werbeanzeige

Neue Anzeigengruppe erstellen

Name der Anzeigengruppe: DE - 18+

Erweiterte Optionen

Zielgruppe

Neu erstellen

Standorte: Jeder an diesem Ort

Deutschland

Alter: 18 - 65+

Geschlecht: Alle

Sprachen: Gib eine Sprache ein ...

Zielgruppengröße

Speziell... Groß

Potenzielle Reichweite: 35.000.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite: 12.000 - 72.000

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen

Detailliertes Targeting ⓘ Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft ⓘ

Mindestanforderung

Interessen > Sport und Outdoor > Sport
Fußball

Demografie, Interessen oder Verhaltenswe... | Vorschläge | Durchsuchen

ES MUSS AUCH mindestens EINES der folgenden Merkmale zutreffen ⓘ ×

Weiter eingrenzen

Interessen > Zusätzliche Interessen
Fußball-Weltmeisterschaft

Demografie, Interessen oder Verhaltenswe... | Vorschläge | Durchsuchen

Weiter eingrenzen

Personen AUSSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft ⓘ ×

Ausschliessen

Interessen > Zusätzliche Interessen
Fußball-Bundesliga

Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen | Durchsuchen

Du kannst Personen ausschließen, um deine beabsichtigte Zielgruppe zu verfeinern. Solltest du Personen ausschließen wollen, beachte bitte, dass unsere Werberichtlinien unrechtmäßige Diskriminierung verbieten. Mehr dazu.

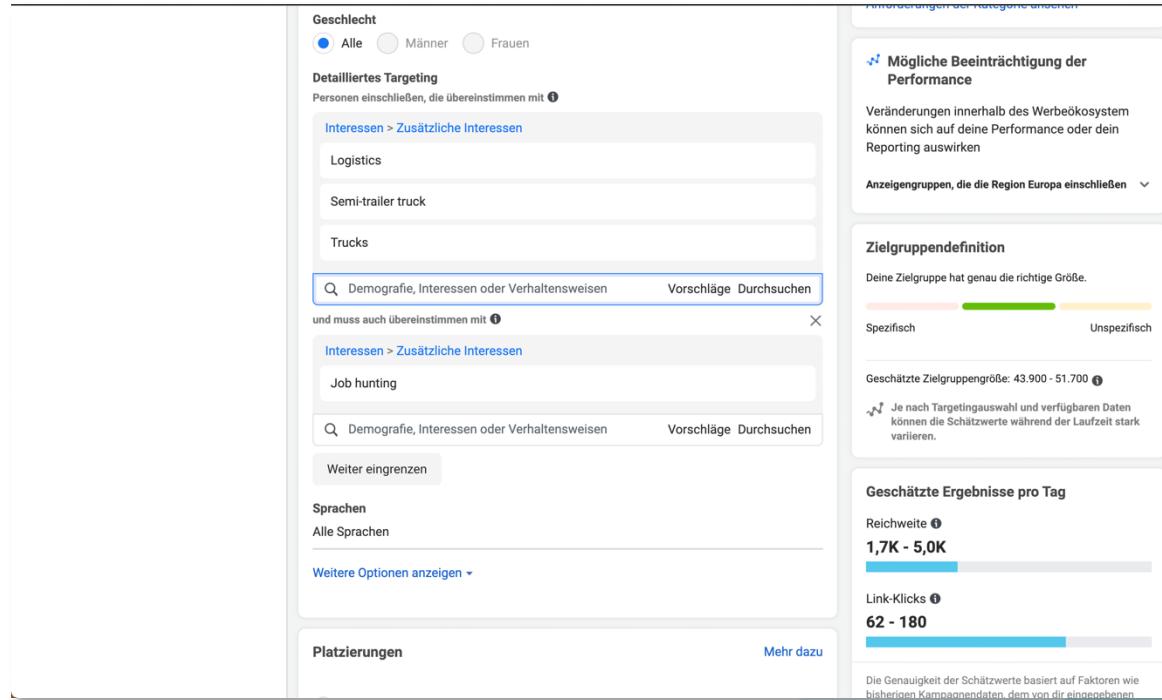
Tipp:

Alle Zielgruppen-eigenschaften, die ihr nicht targetieren könnt, als Schlagworte im Creative / Text verarbeiten!

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



The screenshot shows the targeting configuration for a Facebook & Instagram ad. The interface is divided into several sections:

- Geschlecht:** All (selected), Men, Women.
- Detailliertes Targeting:** Personen einschließen, die übereinstimmen mit [Interessen > Zusätzliche Interessen](#).
 - Logistics
 - Semi-trailer truck
 - TrucksSearch bar: [Vorschläge](#) [Durchsuchen](#)
- Andere Kriterien:** Anforderungen der Kategorie erreichen, Mögliche Beeinträchtigung der Performance (Veränderungen innerhalb des Werbeökosystems können sich auf deine Performance oder dein Reporting auswirken), Anzeigengruppen, die die Region Europa einschließen.
- Zielgruppendefinition:** Deine Zielgruppe hat genau die richtige Größe. A slider from [Spezifisch](#) to [Unspezifisch](#). Estimated target group size: 43.900 - 51.700.
- Geschätzte Ergebnisse pro Tag:** Reichweite: **1,7K - 5,0K**, Link-Klicks: **62 - 180**.
- Platzierungen:** [Mehr dazu](#)

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen

Platzierungen
Zeige deine Werbeanzeigen den richtigen Personen an den richtigen Orten an.

Automatische Platzierungen (empfohlen)
Deine Werbeanzeigen werden deiner Zielgruppe automatisch dort angezeigt, wo sie am wahrscheinlichsten die besten Ergebnisse erzielen. Für dieses Ziel werden u.a. die folgenden Platzierungen ausgewählt: Facebook, Instagram, Audience Network und Messenger. [Mehr dazu](#).

Platzierungen bearbeiten
Wenn du Platzierungen entfernst, erreichst du möglicherweise weniger Personen, und die Wahrscheinlichkeit, dass du deine Ziele erreicht, sinkt. [Mehr dazu](#).

Geräte
Alle Geräte (empfohlen) ▾

Asset Customization ⓘ
Wähle alle Platzierungen aus, die Asset Customization unterstützen

Plattformen

Plattform	Ausgewählt
Facebook	✓
Feeds	✓
Instant Articles	✓
In-Stream-Videos	✓
Rechte Spalte	✓
Vorgeschlagene Videos	✓
Marketplace	✓



WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Erstellen einer Werbeanzeige
- Budget-Beispiel-Rechnung
 - Reichweite konservativ: 620
 - Laufzeit: 100 Tage
 - = Reichweite / Kampagne: $62.000 = \text{Alle Personen } 1x$ erreicht
 - Falls die Zielgruppe größer ist
 - a) Budget erhöhen
 - b) Zielgruppe spezifizieren

Budget & Zeitplan
Legte fest, wie viel du ausgeben möchtest und wann deine Werbeanzeigen erscheinen sollen.

Budget 5,00 €
5,00 EUR
Der tatsächlich pro Tag ausgegebene Betrag kann variieren.

Zeitplan Meine Anzeigengruppe ab heute fortlaufend schalten
 Start- und Enddatum festlegen
Du wirst nicht mehr als 35,00 € pro Woche ausgeben.

Anzeigenschaltung optimiert für Steigerung der Werbeerinnerung - Wir stellen deine Werbeanzeigen so bereit, dass sich eine maximale Anzahl an Personen an deine Werbeanzeigen erinnert. Um die Auslieferungsoptimierung zu verbessern, führen wir bei einigen Mitgliedern deiner Zielgruppe eventuell Umfragen durch.

Gebotsstrategie Niedrigste Kosten - Erhalte die meisten Impressionen für dein Budget

Wofür bezahlst du? Impression

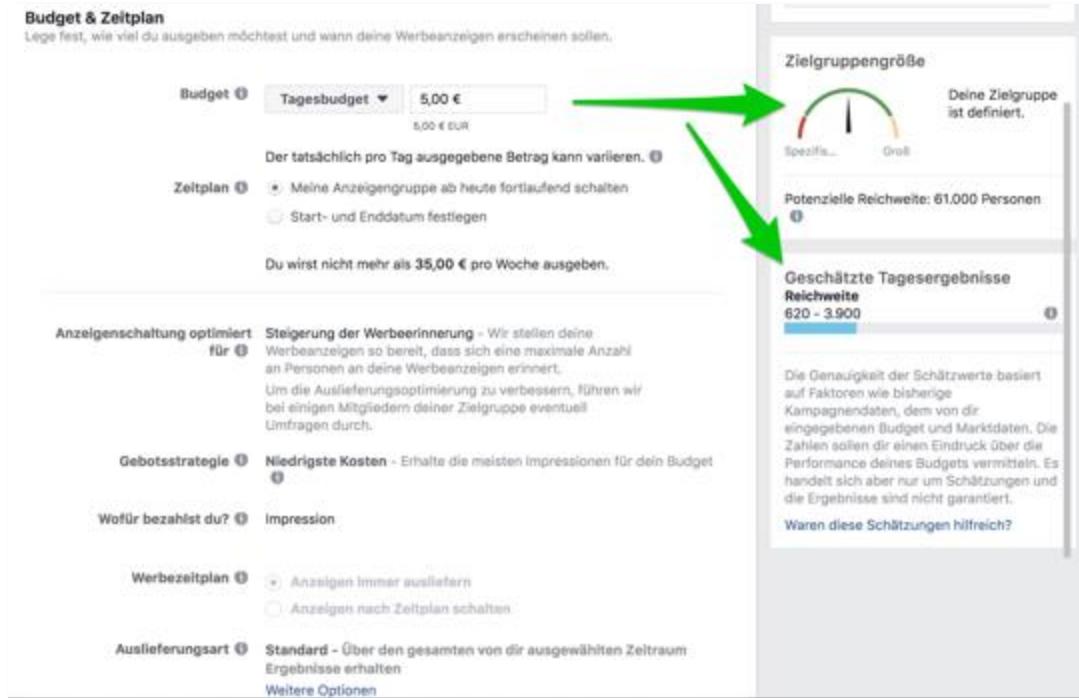
Werbezeitplan Anzeigen immer ausliefern
 Anzeigen nach Zeitplan schalten

Auslieferungsart Standard - Über den gesamten von dir ausgewählten Zeitraum Ergebnisse erhalten
[Weitere Optionen](#)

Zielgruppengröße
Deine Zielgruppe ist definiert.
Spezif... Groß
Potenzielle Reichweite: 61.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse
Reichweite: 620 - 3.900

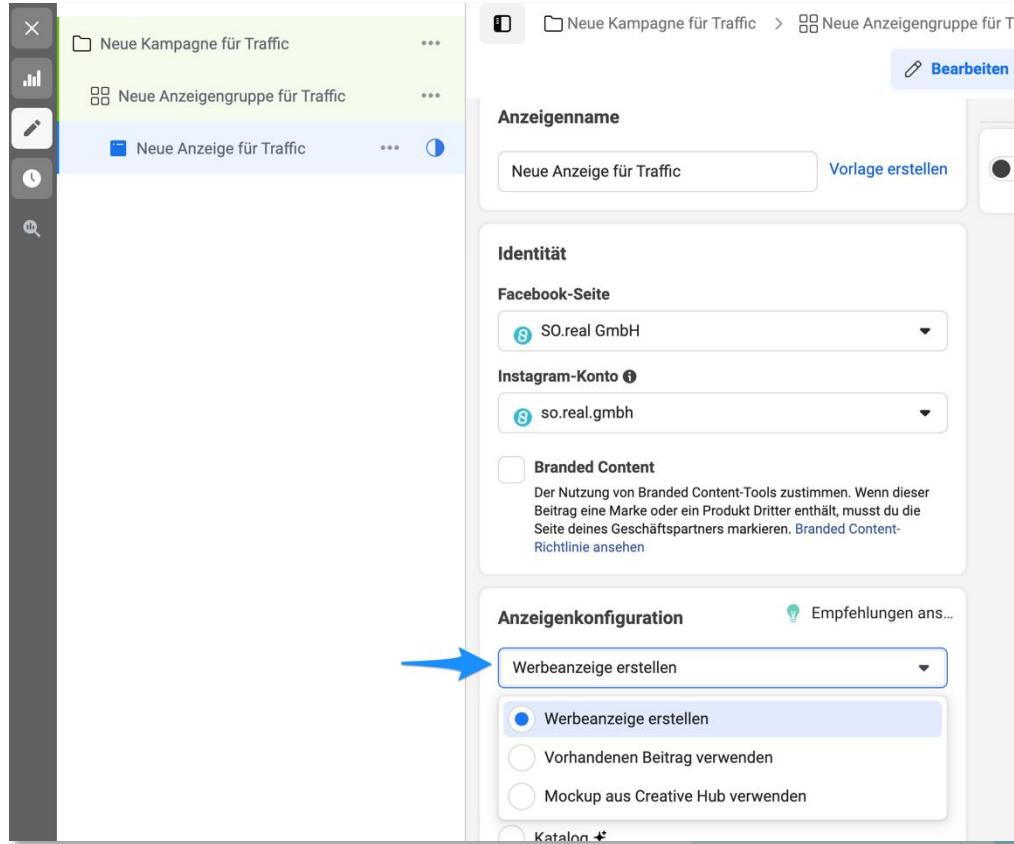
Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, den von dir eingegebenen Budget und Marktdaten. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.
Waren diese Schätzungen hilfreich?



WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen

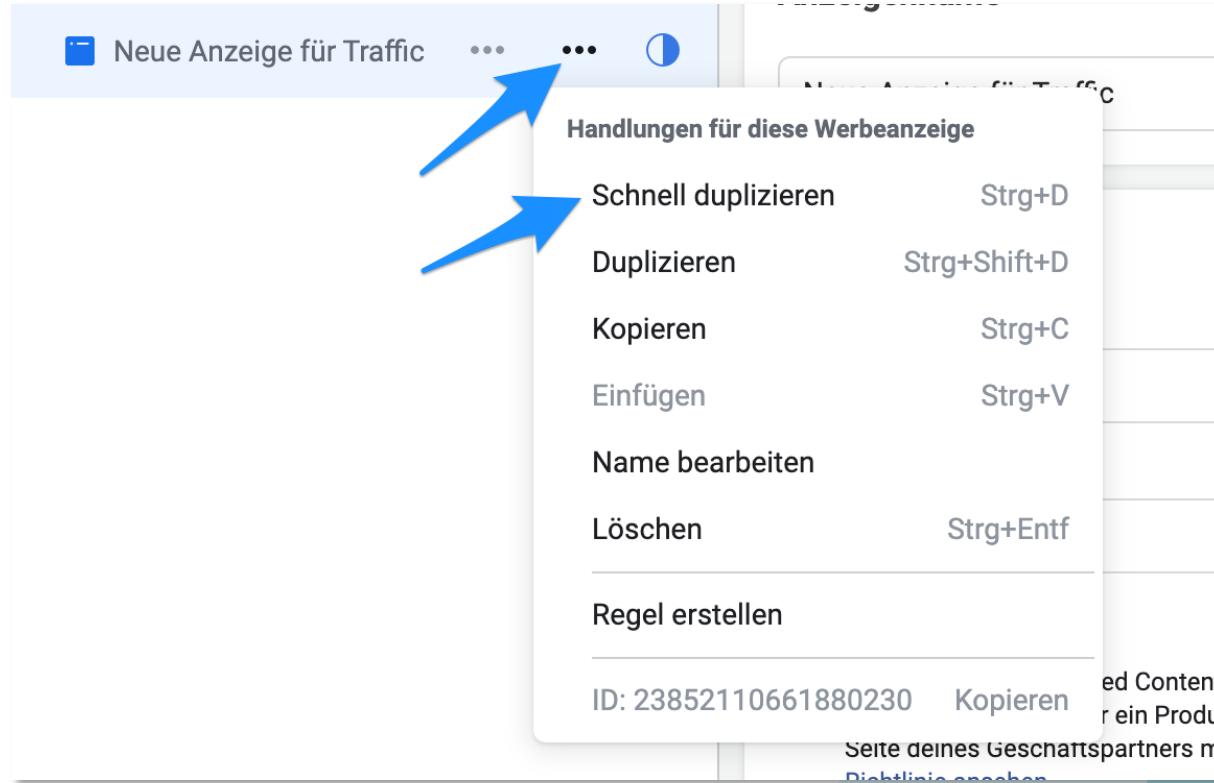


The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, a sidebar lists campaign structures: 'Neue Kampagne für Traffic', 'Neue Anzeigengruppe für Traffic', and 'Neue Anzeige für Traffic'. The 'Neue Anzeige für Traffic' item is selected and highlighted with a blue background. The main panel is titled 'Neue Kampagne für Traffic > Neue Anzeigengruppe für Traffic' and contains the following fields:

- Anzeigename:** Neue Anzeige für Traffic (with a 'Vorlage erstellen' button)
- Identität:**
 - Facebook-Seite: SO.real GmbH
 - Instagram-Konto: so.real.gmbh
- Branded Content:** A checkbox with a description: 'Der Nutzung von Branded Content-Tools zustimmen. Wenn dieser Beitrag eine Marke oder ein Produkt Dritter enthält, musst du die Seite deines Geschäftspartners markieren. Branded Content-Richtlinie ansehen'.
- Anzeigenkonfiguration:** A section with a blue arrow pointing to the 'Werbeanzeige erstellen' (Create Ad) button. Below it are three radio button options:
 - Werbeanzeige erstellen (selected)
 - Vorhandenen Beitrag verwenden
 - Mockup aus Creative Hub verwenden
 - Katalog

Facebook & Instagram

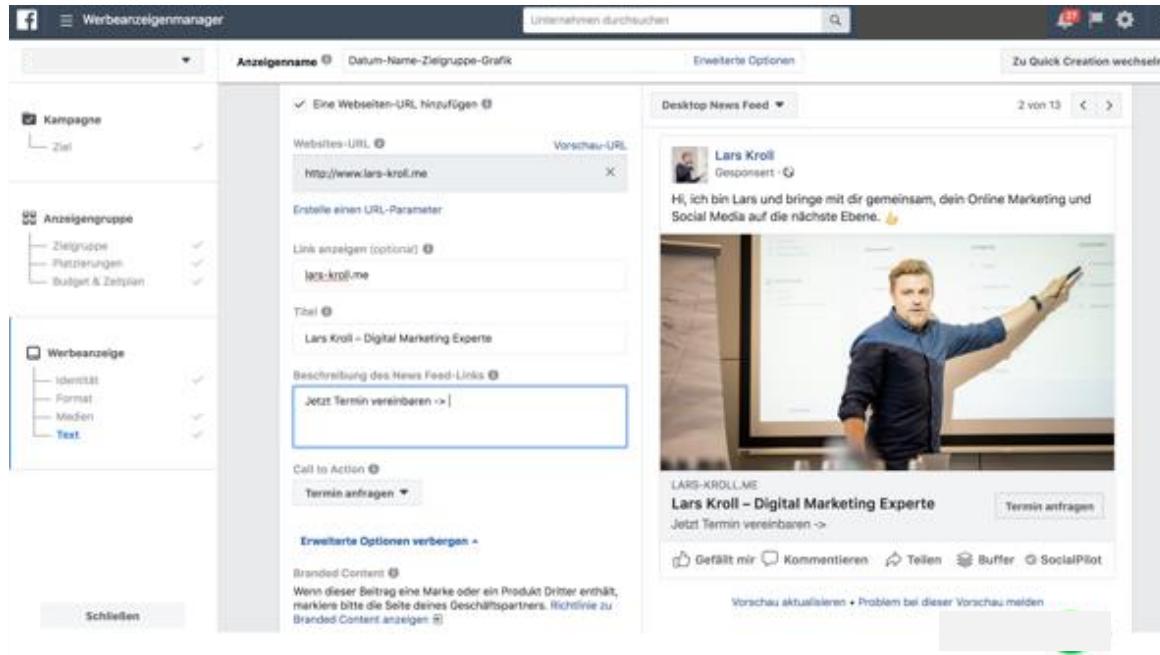
- A/B-Testing



WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

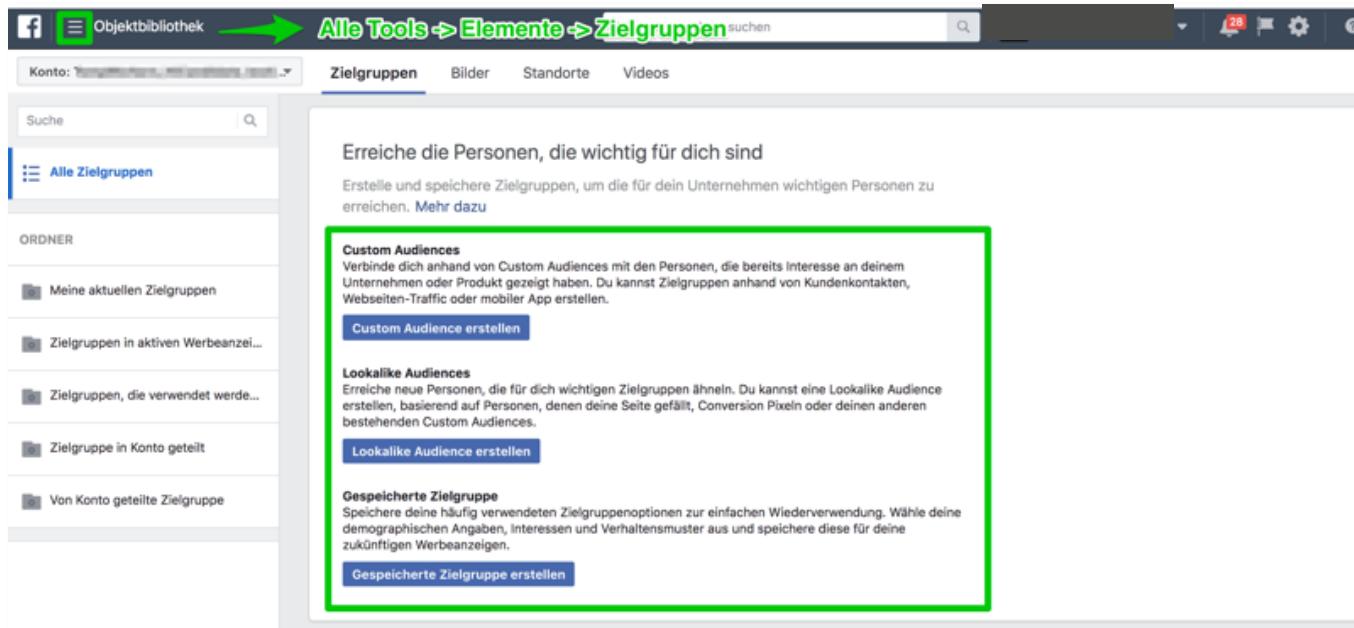
- Anzeige erstellen



The screenshot shows the Facebook Ad Manager interface for creating a new advertisement. The left sidebar shows the campaign structure: 'Kampagne' (with 'Ziel' selected), 'Anzeigengruppe' (with 'Zielgruppe', 'Platzierungen', and 'Budget & Zeitplan' selected), and 'Werbeanzeige' (with 'Identität', 'Format', 'Medien', and 'Text' selected). The main panel is titled 'Anzeigename' and shows a checkbox for 'Eine Websiten-URL hinzufügen' which is checked. The 'Websiten-URL' field contains 'http://www.lars-kroll.me'. Below it, there's a field for 'Link anzeigen (optional)' with 'lars-kroll.me' entered. The 'Titel' field contains 'Lars Kroll - Digital Marketing Experte'. The 'Beschreibung des News Feed-Links' field has the placeholder 'Jetzt Termin vereinbaren ->'. The 'Call to Action' section has a dropdown set to 'Termin anfragen'. At the bottom, there's a section for 'Erweiterte Optionen verbergen' with a note about 'Branded Content' and a checkbox for 'Branded Content anzeigen'. On the right, a preview window shows a news feed post from 'Lars Kroll' with the text 'Hi, ich bin Lars und bringe mit dir gemeinsam, dein Online Marketing und Social Media auf die nächste Ebene. 👍'. Below the preview, the URL 'LARS-KROLL.ME' and the title 'Lars Kroll - Digital Marketing Experte' are displayed, along with a 'Termin anfragen' button. At the bottom of the preview window, there are social sharing buttons for 'Gefällt mir', 'Kommentieren', 'Teilen', 'Buffer', and 'SocialPilot'. The bottom of the main panel has a 'Schließen' button.

Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen -> Zielgruppen (Look-A-Likes, Custom Audience)



Alle Tools > Elemente > Zielgruppen suchen

Zielgruppen Bilder Standorte Videos

Erreiche die Personen, die wichtig für dich sind

Erstelle und speichere Zielgruppen, um die für dein Unternehmen wichtigen Personen zu erreichen. [Mehr dazu](#)

Custom Audiences
Verbinde dich anhand von Custom Audiences mit den Personen, die bereits Interesse an deinem Unternehmen oder Produkt gezeigt haben. Du kannst Zielgruppen anhand von Kundenkontakten, Websiten-Traffic oder mobiler App erstellen.

[Custom Audience erstellen](#)

Lookalike Audiences
Erreiche neue Personen, die für dich wichtigen Zielgruppen ähneln. Du kannst eine Lookalike Audience erstellen, basierend auf Personen, denen deine Seite gefällt, Conversion Pixeln oder deinen anderen bestehenden Custom Audiences.

[Lookalike Audience erstellen](#)

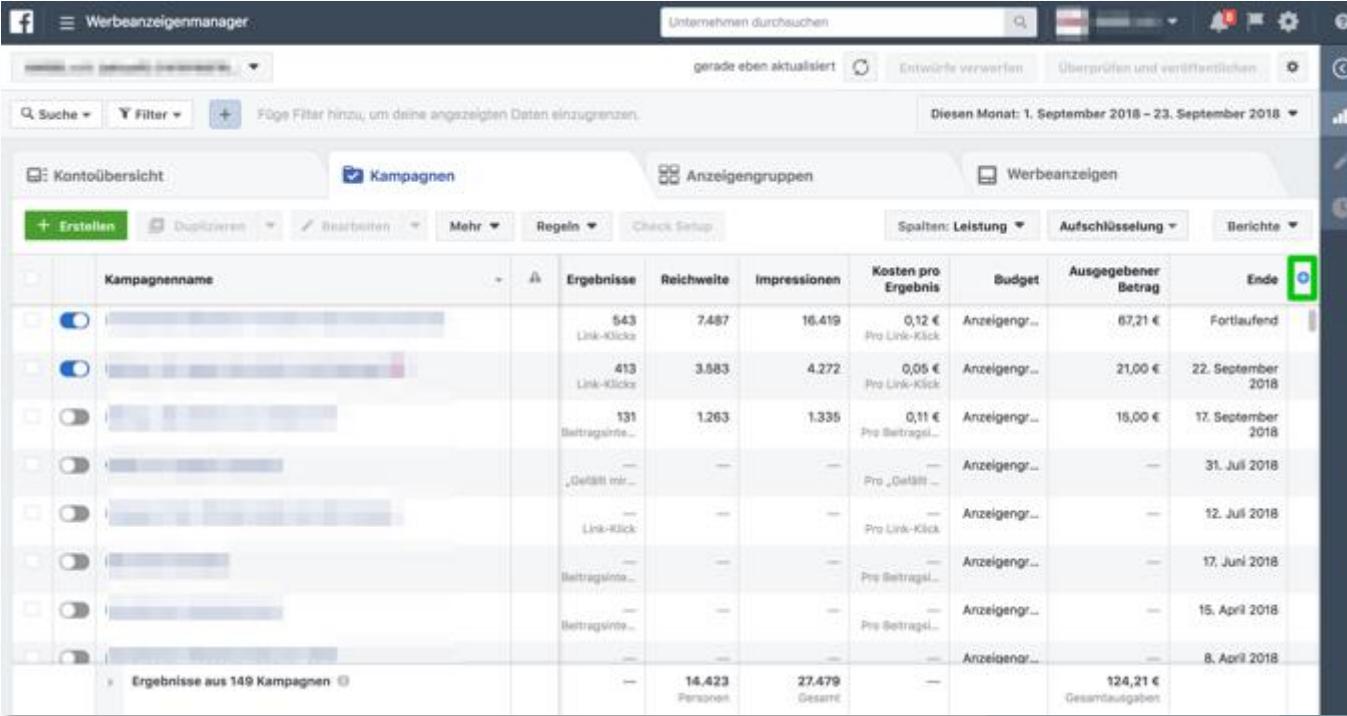
Gespeicherte Zielgruppe
Speichere deine häufig verwendeten Zielgruppenoptionen zur einfachen Wiederverwendung. Wähle deine demografischen Angaben, Interessen und Verhaltensmuster aus und speichere diese für deine zukünftigen Werbeanzeigen.

[Gespeicherte Zielgruppe erstellen](#)

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Analyse



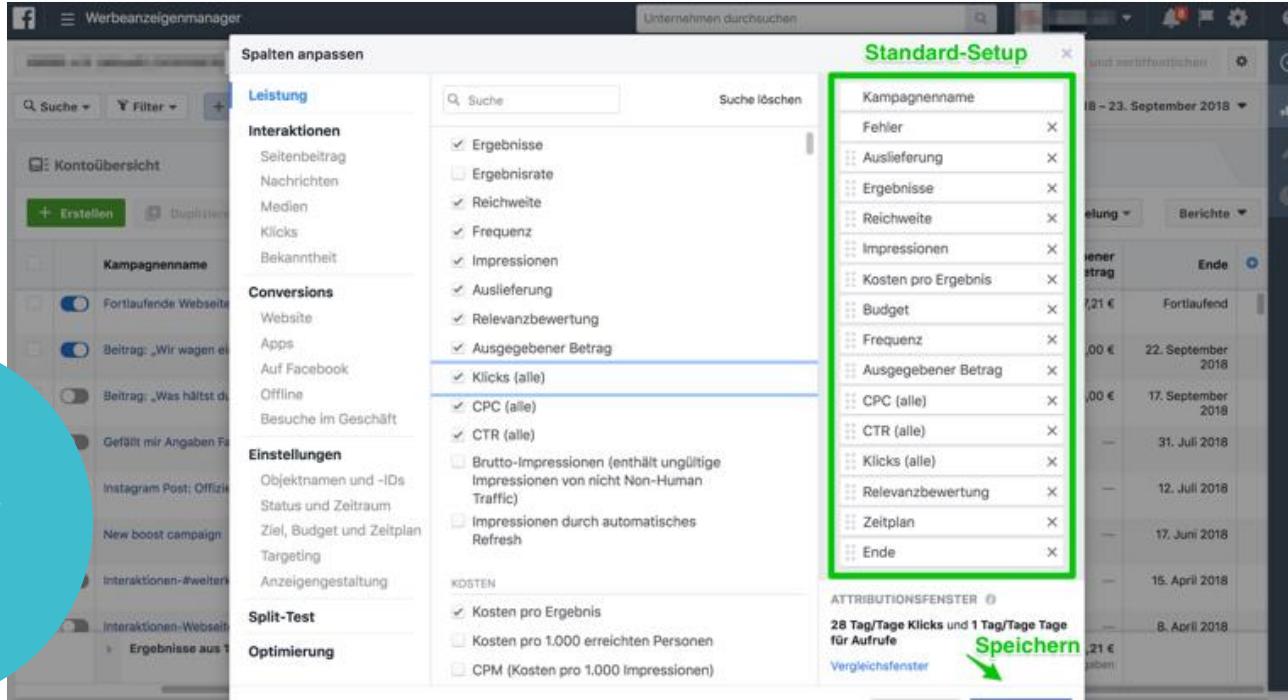
The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface with the following data for 149 campaigns:

Kampagnenname	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Budget	Ausgegebener Betrag	Ende
543 Link-Klicks	7.487	16.419	0,12 € Pro Link-Klick	Anzeigengruppe...	87,21 €	Fortlaufend	
413 Link-Klicks	3.983	4.272	0,05 € Pro Link-Klick	Anzeigengruppe...	21,00 €	22. September 2018	
131 Beitragshinte...	1.263	1.335	0,11 € Pro Beitragshint...	Anzeigengruppe...	16,00 €	17. September 2018	
„Gefällt mir...	—	—	Pro „Gefällt mir...	Anzeigengruppe...	—	31. Juli 2018	
Link-Klick	—	—	Pro Link-Klick	Anzeigengruppe...	—	12. Juli 2018	
—	—	—	Pro Beitragshint...	Anzeigengruppe...	—	17. Juni 2018	
—	—	—	Pro Beitragshint...	Anzeigengruppe...	—	15. April 2018	
—	—	—	Pro Beitragshint...	Anzeigengruppe...	—	8. April 2018	
Ergebnisse aus 149 Kampagnen	—	14.423 Personen	27.479 Gesamte		124,21 € Gesamtausgaben		

WERBEANZEIGEN

Facebook & Instagram

- Analyse



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there's a sidebar with sections like 'Leistung', 'Interaktionen', 'Conversions', 'Einstellungen', 'Split-Test', and 'Optimierung'. The main area shows a table with columns for 'Kampagnenname', 'Fehler', 'Auslieferung', 'Ergebnisse', 'Reichweite', 'Impressionen', 'Kosten pro Ergebnis', 'Budget', 'Frequenz', 'Ausgegebener Betrag', 'CPC (alle)', 'CTR (alle)', 'Klicks (alle)', 'Relevanzbewertung', 'Zeitplan', and 'Ende'. A green box highlights the 'Standard-Setup' section of the table. At the bottom, there's an 'ATRIBUTIONSFENSTER' with the text '28 Tag/Tag Klicks und 1 Tag/Tag für Aufrufe' and a 'Speichern' button with a green arrow pointing to it.

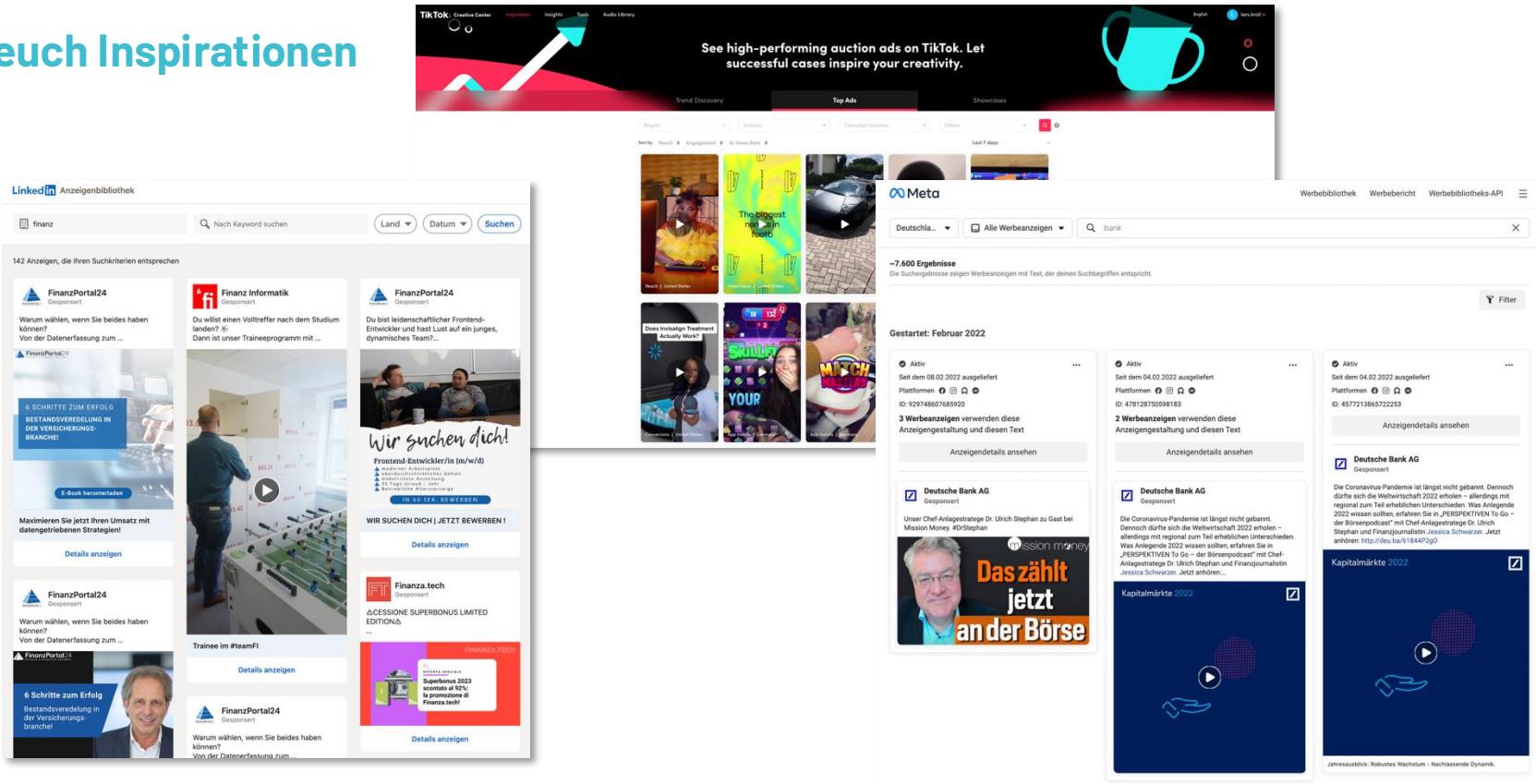
Wir über-
nehmen die
Werbe-
schaltung für
dich!

→ Buch dir
einen Termin

TIPPS UND BEST CASES

TIPPS UND BEST CASES

Holt euch Inspirationen



The collage illustrates various advertising platforms and examples of successful ads:

- LinkedIn Anzeigenbibliothek:** A search results page for the keyword "finanz" showing 142 ads. Examples include:
 - FinanzPortal24:** "Warum wählen, wenn Sie beides haben können? Von der Datenerfassung zum ...".
 - Finanz Informatik:** "Du willst einen Volltreffer nach dem Studium landen? Dann ist unser Traineeprogramm mit ...".
 - FinanzPortal24:** "Du bist leidenschaftlicher Frontend-Entwickler und hast Lust auf ein junges, dynamisches Team?...".
 - FinanzPortal24:** "6 SCHritte ZUM ERFolg BESTANDSVEREDELUNG IN DER VERSICHERUNGS-BRANCHE! E-Book herunterladen".
 - FinanzPortal24:** "Maximieren Sie jetzt Ihren Umsatz mit datengetriebenen Strategien! Details anzeigen".
 - FinanzPortal24:** "Warum wählen, wenn Sie beides haben können? Von der Datenerfassung zum ...".
 - FinanzPortal24:** "6 Schritte zum Erfolg Bestandsveredelung in der Versicherungs-branche".
 - Finanz Informatik:** "Trainee im #teamFI Details anzeigen".
 - FinanzPortal24:** "Warum wählen, wenn Sie beides haben können? Von der Datenerfassung zum ...".
 - Finanza.tech:** "ACCESIONE SUPERBONUS LIMITED EDITION. Details anzeigen".
- TikTok Creative Center:** A screenshot of the TikTok interface with an arrow pointing to the "Inspiration" tab. The text "See high-performing auction ads on TikTok. Let successful cases inspire your creativity." is displayed.
- SO.real Werbebibliothek:** A search results page for "bank" showing 7,600 results. Examples include:
 - Deutsche Bank AG:** "Seit dem 08.02.2022 ausgeliefert. Plattformen: Facebook, Instagram, YouTube. ID: 472948607685923".
 - Deutsche Bank AG:** "2 Werbeanzeigen verwenden diese Anzeigengestaltung und diesen Text".
 - Deutsche Bank AG:** "Seit dem 04.02.2022 ausgeliefert. Plattformen: Facebook, Instagram, YouTube. ID: 4577213865722233".
 - Deutsche Bank AG:** "Die Coronavirus-Pandemie ist längst nicht gebannt. Dennoch durfte sich die Weltwirtschaft 2022 erholen – allerdings nicht so stark wie der Test erhofft. Was Anfang 2022 wissen sollten, erfahren Sie in „PERSPEKTIVEN To Go – der Börsepodcast“ mit Chef-Analysten Ulrich Stephan und Finanzjournalistin Jessica Schwarz. Jetzt anhören: <http://de.ba/1844P2g0>
- SO.real Werbebibliothek API:** A search results page for "bank" showing 7,600 results. Examples include:
 - Deutsche Bank AG:** "Gestartet: Februar 2022".
 - Deutsche Bank AG:** "Anzeigendetails ansehen".
 - Deutsche Bank AG:** "Anzeigendetails ansehen".
 - Deutsche Bank AG:** "Anzeigendetails ansehen".
 - Kapitalmärkte 2022:** "Kapitalmärkte 2022".
 - Kapitalmärkte 2022:** "Jahresausblick: Robustes Wachstum - Nachlassende Dynamik".

BE REAL.
GET DIGITAL.
STAY HUMAN.

VIELEN HERZLICHEN DANK!

STAY CONNECTED!

LARS KROLL

SO.real GmbH

Lars.Kroll@so-real.de

www.so-real.de

Gerne bieten wir weitere
Unterstützungsleistungen.

**Meldet euch bitte gerne:
so-real.de/termine**

Social-Media-Newsletter



KI-Verordnung 🤖



VIELEN DANK FÜR DEINE TEILNAHME



0711 / 25296081



Lars.Kroll@so-real.de



www.so-real.de



RECHTSHINWEIS

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der SO.real GmbH die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote ist untersagt. Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung von der SO.real GmbH.

Stuttgart, den 20.03.2020



RECHTSINWEIS

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der SO.real GmbH die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote ist untersagt. Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung von der SO.real GmbH.

Stuttgart, den 19.10.2022