



# PERFORMANCE MARKETING – WERBEANZEIGEN @SMC25

**Lars Kroll**  
**Geschäftsführer S0.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



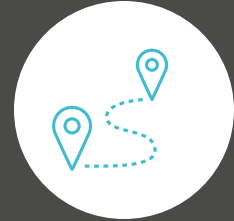
Suchmaschinen-  
optimierung



Social-Media-  
Workshops



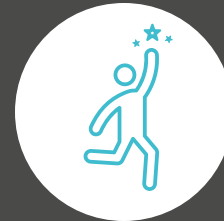
Kampagnen-  
entwicklung



Grafikdesign, Video-Content-  
Erstellung und Podcast-  
Produktion



Social-Media- und  
Suchmaschinen-  
Werbeanzeigen



und vieles mehr

# HINWEISE

## Gendern

- 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.





A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of concentric, rounded shapes. A solid teal circle is positioned on the right edge of this graphic, acting as a bullet point for the title.

# UNTERSCHIEDE



# PERFORMANCE MARKETING

## 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

A solid teal circle positioned to the left of the title.

# ÜBERBLICK

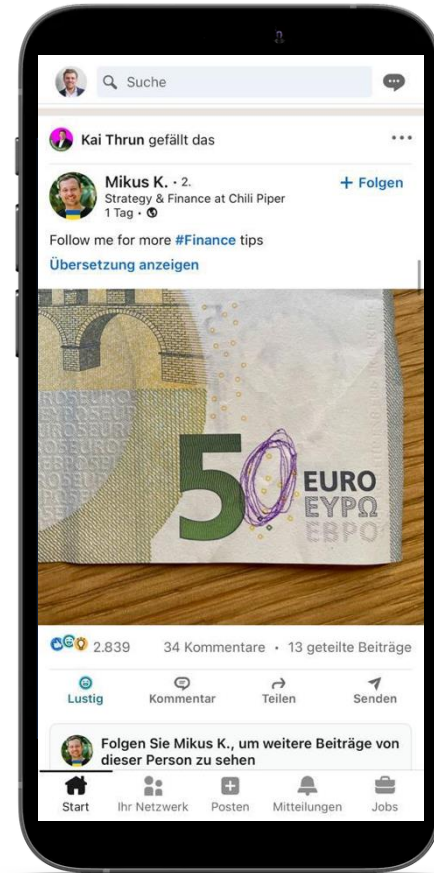
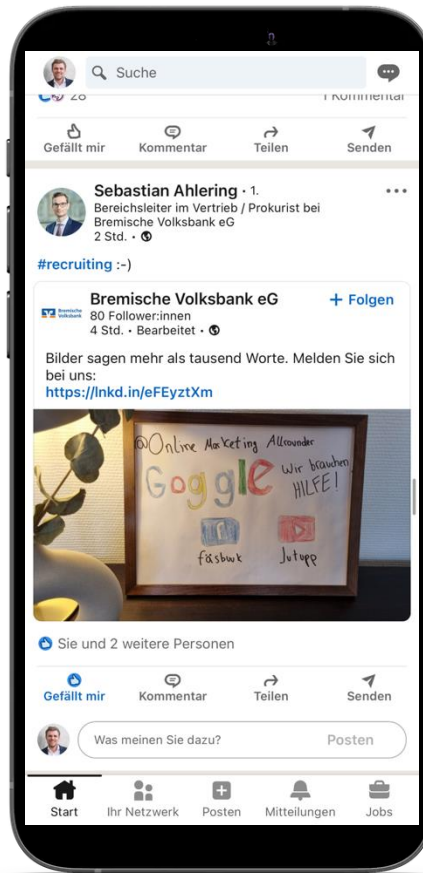
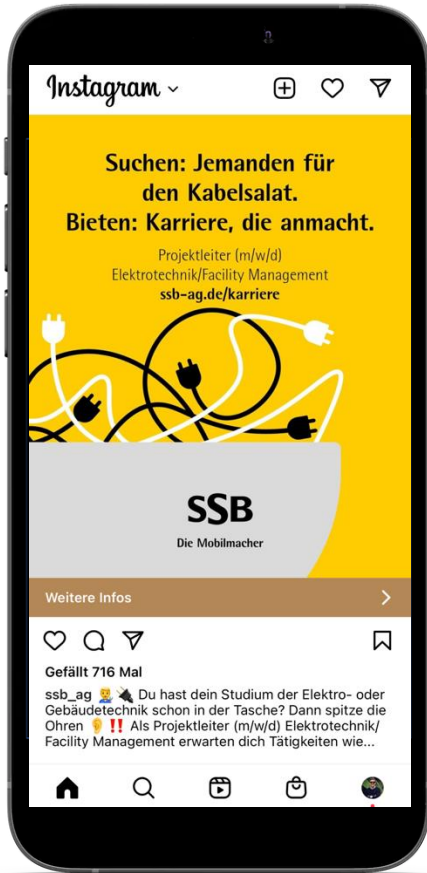
# ÜBERBLICK

Social Networks mit Werbemöglichkeiten



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

# PERFORMANCE MARKETING



# PERFORMANCE MARKETING

## Beispiele



# PERFORMANCE MARKETING

## Nutzt hyperlokales Targeting

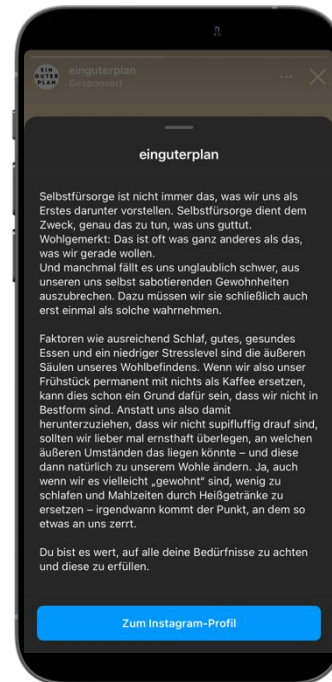
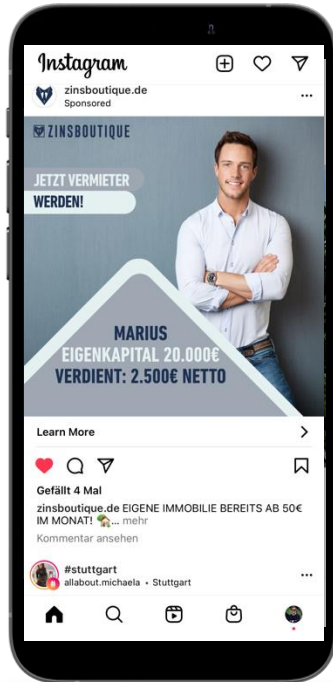
- Lokalmarketing mit Ortsbezug
- Zeigt eure Zielgruppe / Stadt / Region
- Wichtig im Text und visuellen Creative





# BEISPIELE

## Immobilien, Storytelling & Recruiting



A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the junction where the main graphic meets the text.

# **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?

## 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



A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the intersection of these shapes, acting as a visual separator between the graphic and the title text.

# **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

Tag

5



Enddatum

05.02.2021

## Gesamtbudget

Geschätzte Reichweite: 174 bis 504 Personen pro Tag

€ 10,00



Artur Derr und 16 weitere ... 1 Kommentar

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Alle Vorschauen ansehen

## Geschätzte Ergebnisse pro Tag

Erreichte Personen 174 - 504

Beitragsinteraktionen 85 - 245

## Zahlungsübersicht

Deine Werbeanzeige läuft 5 Tage.

Gesamtbudget 10,00 € EUR



SO.real GmbH

Gepostet von Lars Kroll · 8 Std. ·

Letzte Woche durfte Nathalie Kern die digitale Jahresaufaktveranstaltung der [Volksbank Hohenlohe](#) als Moderatorin begleiten. Die Veranstaltung unter dem Motto „Segel setzen – Gemeinsam Kräfte bündeln“ wurde live aus dem professionellen Studio der [Bausparkasse Schwäbisch Hall](#) gestreamt.

Es war ein wirklich schöner Tag und ein mehr als gelungenes Event. Das lag insbesondere an der tollen Teamarbeit, der professionellen Organisation, einer super Technik, Ton, Regie und Mas... [Mehr ansehen](#)



Erreiche mit diesem Beitrag mehr Menschen

Du kannst für 10 € bis zu 924 Personen pro Tag erreichen, wenn du deinen Beitrag bewirbst.

126  
Erreichte Personen

44  
Interaktionen

Beitrag bewerben

17

1 Kommentar



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.**



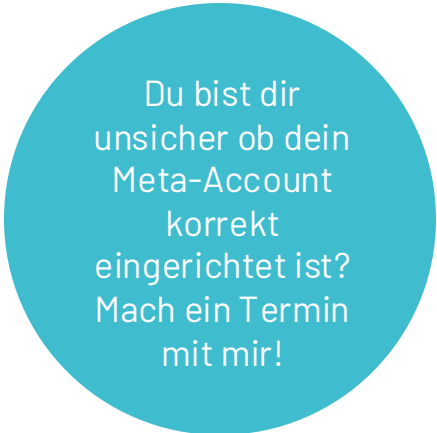
A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned to the left of the main title text.

# **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 Rechtemanagment / Berechtigungen
- Medienverwaltung
- Zusammenarbeit mit Agenturen und Dienstleistern

A large teal circle containing white text.

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

A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the junction where the text begins.

# **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](https://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](https://facebook.com/business/help/113163272211510)

A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the junction where the main graphic meets the text area.

# **EINRICHTUNG DES META BUSINESS MANAGER**

# EINRICHTUNG DES META BUSINESS MANAGER

## Meta Business Manager



Konto erstellen: [facebook.com/business/help/1710077379203657](https://facebook.com/business/help/1710077379203657)

Link: [business.facebook.com](https://business.facebook.com)

A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the intersection of these shapes, acting as a bullet point for the title.

# **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.



#### Kontoqualität

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



#### Medienbibliothek

Verwalte Bilder und Videos für deine Werbeanzeigen und Beiträge.



#### Unternehmenseinstellungen

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



#### Events Manager

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



#### Markensicherheit

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



#### Store-Standorte

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



# 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

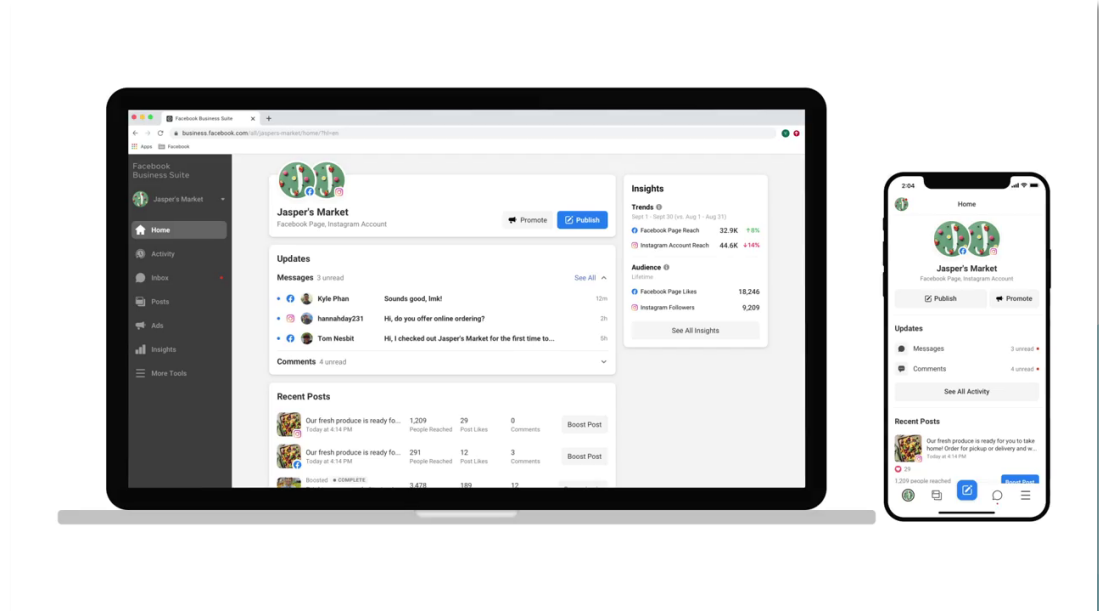
Verwalte deine E-Commerce-Verkäufe auf Facebook und Instagram, einschließlich Bestellungen, Insights und Auszahlungen.

# 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:



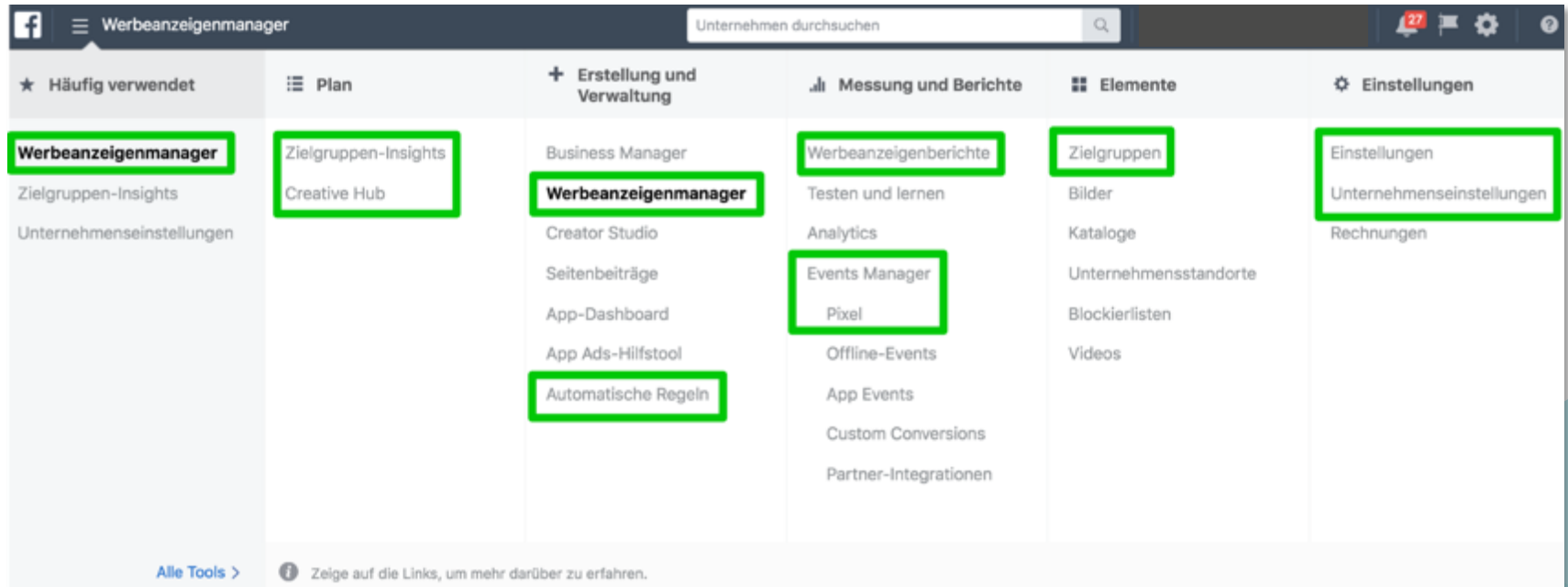
# **VORGEHEN PERFORMANCE MARKETING**

A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned at the intersection of these shapes, acting as a visual anchor for the title.

# UMSETZUNG EINER KAMPAGNE

# WERBEANZEIGEN

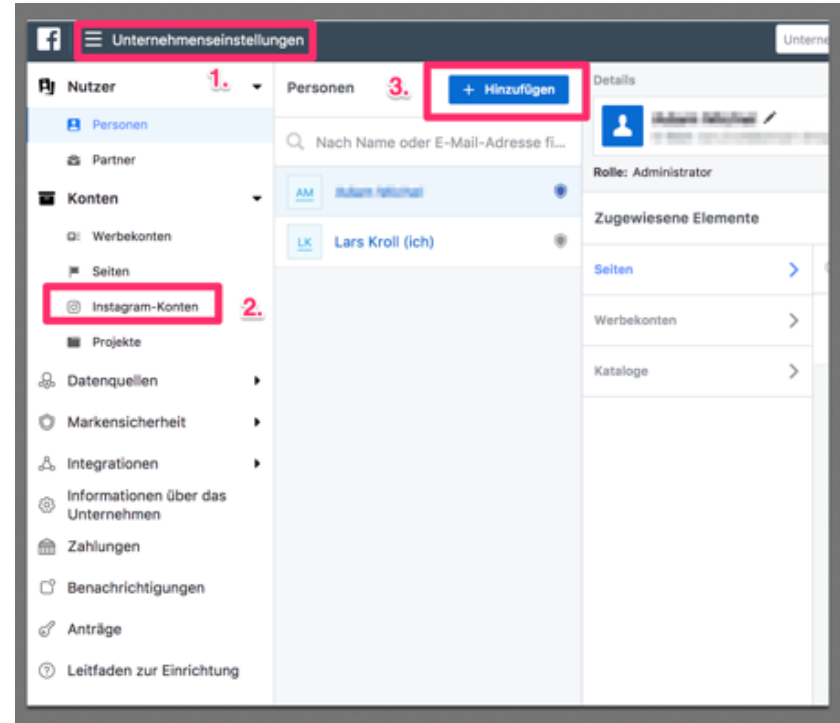
## Facebook & Instagram



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Business Manager einrichten:
  - [business.facebook.com](https://business.facebook.com)
  - Achtung Seitenverwaltung ändert sich
- Verknüpfung von Instagram und Facebook





# WERBEANZEIGEN

## 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**

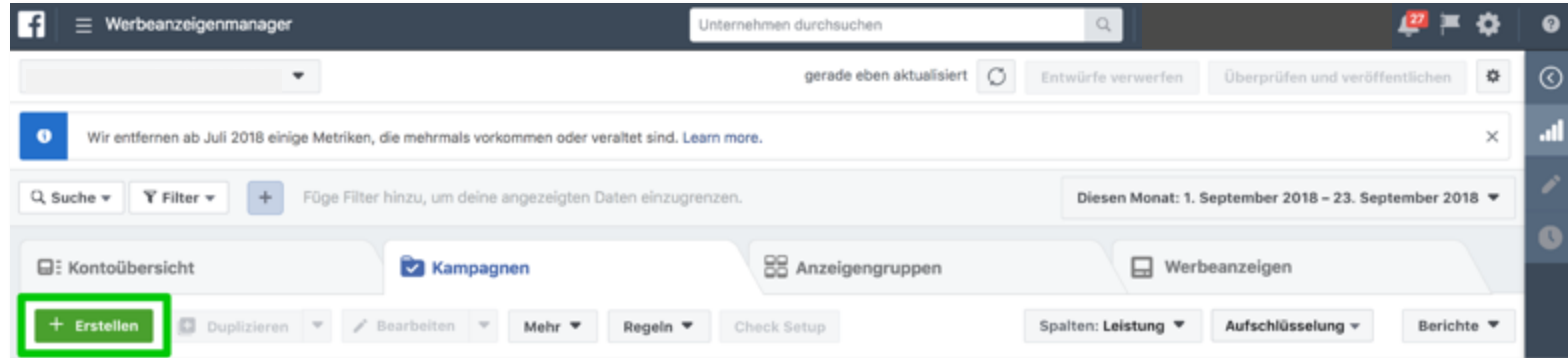
Werbeanzeigen, die auf Facebook erstellt werden, können auch auf Instagram verwendet werden

[Los geht's.](#)

# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

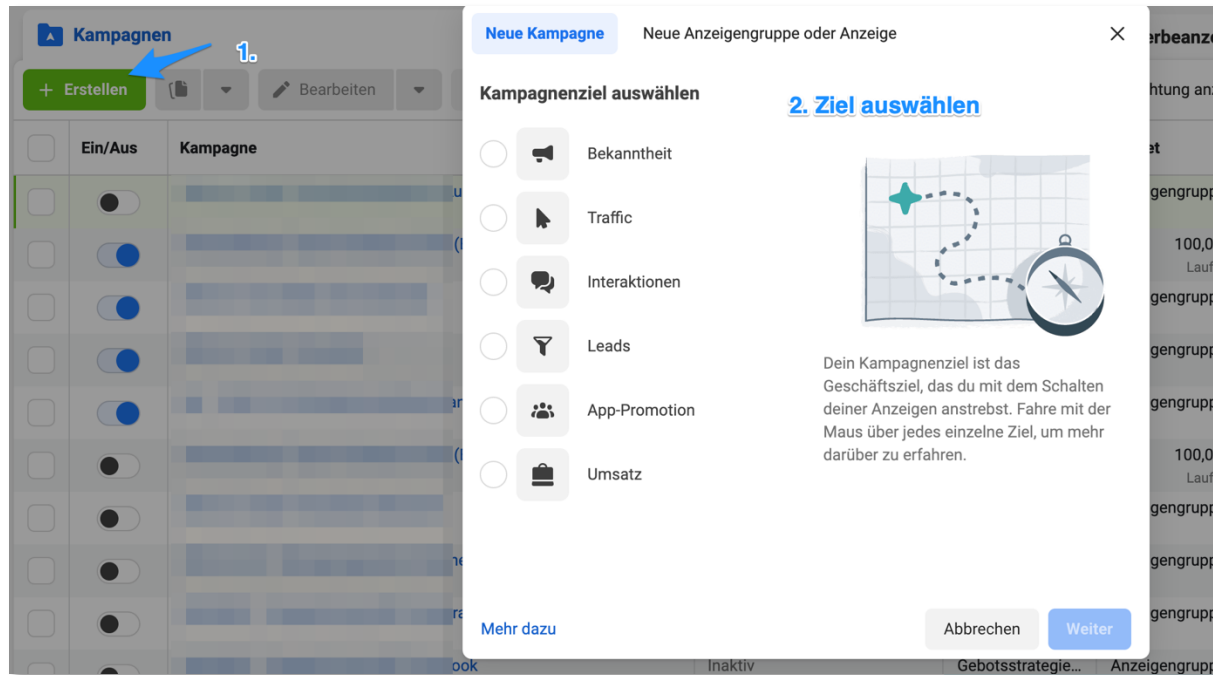
- Anzeige erstellen



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

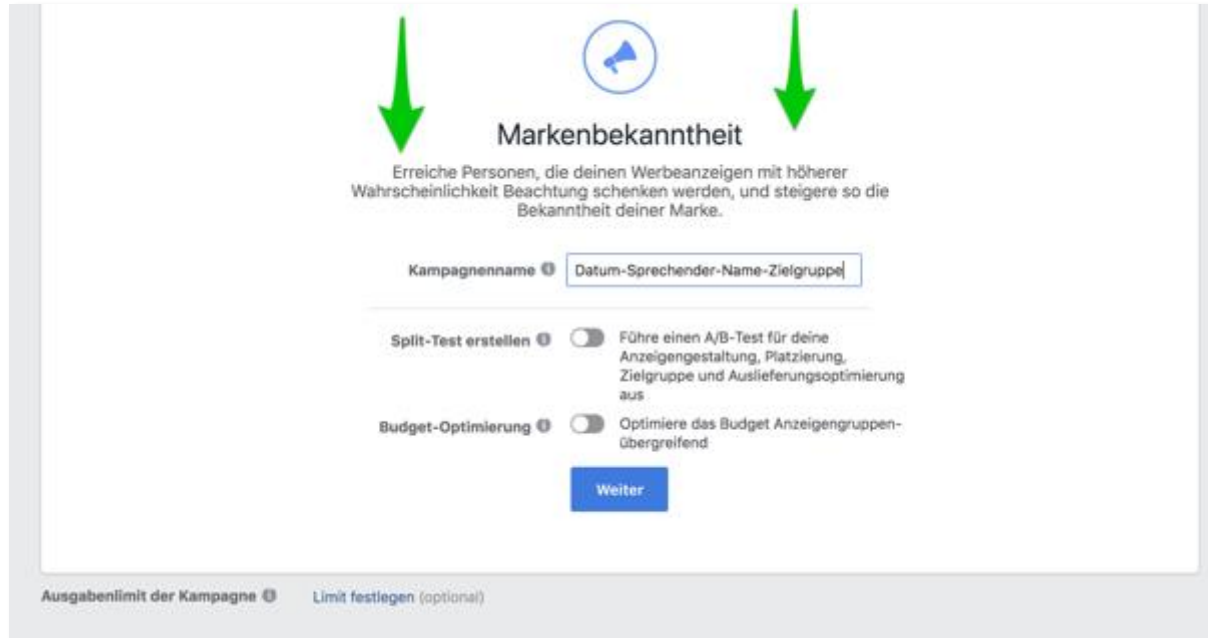
- Anzeige erstellen



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



**Markenbekanntheit**

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

Kampagnenname ⓘ

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

Budget-Optimierung ⓘ ☐ Optimierte das Budget Anzeigengruppen-übergreifend

**Weiter**

Ausgabenlimit der Kampagne ⓘ Limit festlegen (optional)





# WERBEANZEIGEN

## 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**

Werbeanzeige

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

---

Details zu den Werberichtlinien

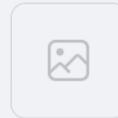
Werbeanzeige nicht konform

Richtlinienverstoß: [Unrealistische Ergebnisse](#)



### Abgelehnt

Diese Anzeige verstößt gegen unsere Werberichtlinien



#### 03 Zukunft

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

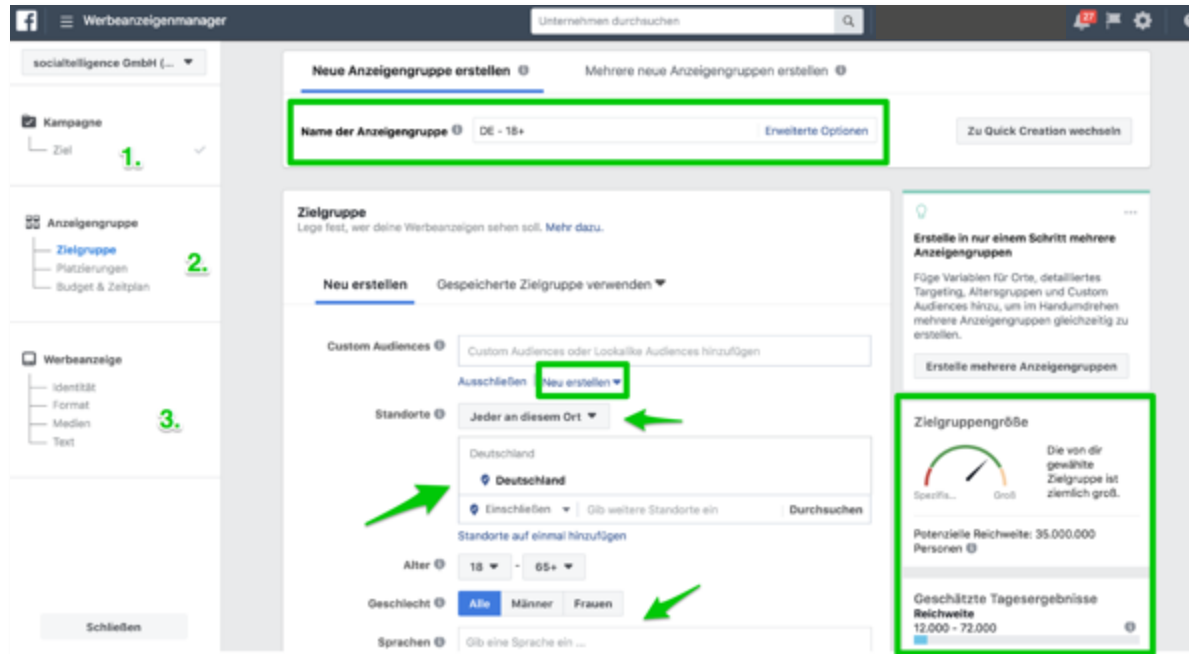


Werbeanzeige verstößt gegen folgende Werberichtlinie:  
**Diskriminierung**

# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface with the following elements:

- Left Sidebar:** Contains navigation links for 'Kampagne', 'Ziel', 'Anzeigengruppe', and 'Werbeanzeige'. The 'Ziel' step is marked with a green '1.', 'Anzeigengruppe' with a green '2.', and 'Werbeanzeige' with a green '3.'.
- Top Bar:** Includes the Facebook logo, a search bar, and notification icons.
- Main Content Area:**
  - Neue Anzeigengruppe erstellen:** A green box highlights the 'Name der Anzeigengruppe' field, which contains 'DE - 18+'. A button 'Erweiterte Optionen' is next to it.
  - Zielgruppe:** A section titled 'Legs fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. Mehr dazu.' with a sub-section 'Neu erstellen'. A green box highlights the 'Neu erstellen' dropdown menu. Below it, the 'Standorte' field is set to 'Jeder an diesem Ort'. A green arrow points to the 'Deutschland' location selection. Another green arrow points to the 'Alter' field, which is set to '18 - 65+'. A third green arrow points to the 'Geschlecht' field, which is set to 'Alle'.
  - Zielgruppengröße:** A green box highlights a section showing a gauge for 'Zielgruppengröße' and 'Potenzielle Reichweite: 35.000.000 Personen'.

# 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 Verhaltenswei... **Vorschläge** **Durchsuchen**

**ES MUSS AUCH mindestens EINES der folgenden Merkmale zutreffen ⓘ** ✕

**Weiter eingrenzen**

Interessen > Zusätzliche Interessen  
**Fußball-Weltmeisterschaft**

Demografie, Interessen oder Verhaltenswei... **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:

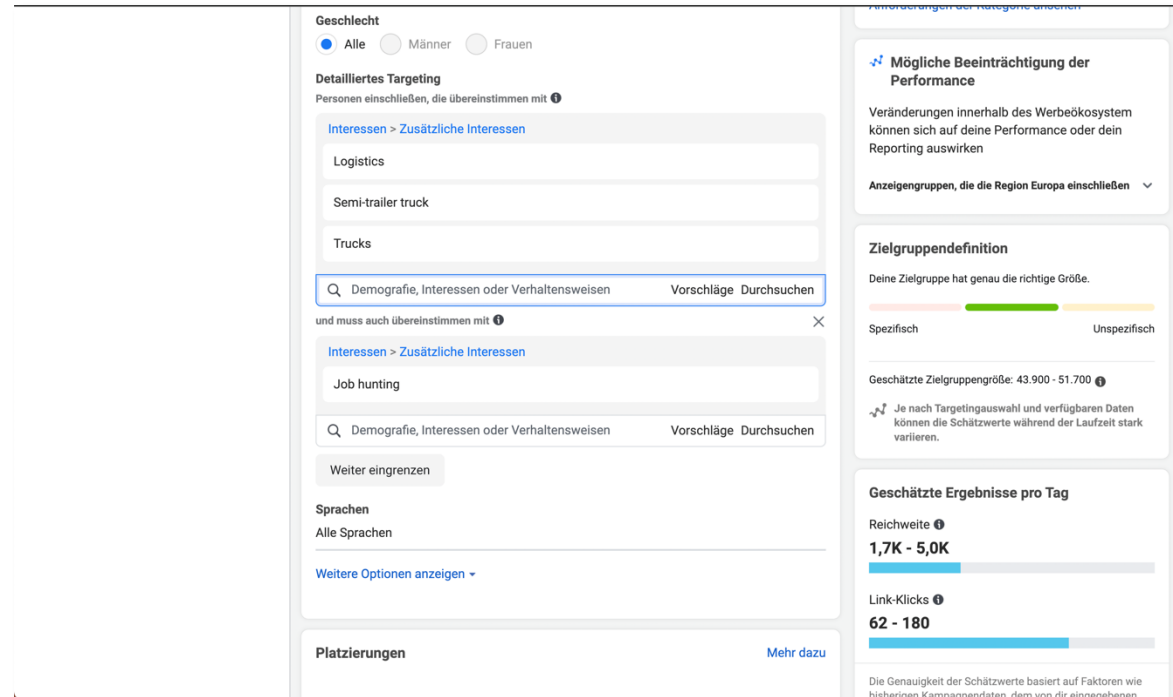
Alle Zielgruppeneigenschaften, die ihr nicht targetieren könnt, als Schlagworte im Creative / Text verarbeiten!



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Anzeige erstellen



The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. It is divided into several sections:

- Geschlecht:** Radio buttons for ☒ Alle, ☐ Männer, and ☐ Frauen.
- Detailliertes Targeting:** A section for refining the audience. It includes a search bar with the text "Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen" and a "Vorschläge Durchsuchen" button. Below the search bar, there are two lists of interests: "Logistics", "Semi-trailer truck", "Trucks" and "Job hunting".
- Zielgruppendefinition:** A section showing the estimated audience size. It includes a progress bar from "Spezifisch" to "Unspezifisch" and the text "Geschätzte Zielgruppengröße: 43.900 - 51.700".
- Geschätzte Ergebnisse pro Tag:** A section showing the estimated reach and link clicks. It includes a progress bar for reach from "1,7K" to "5,0K" and a progress bar for link clicks from "62" to "180".

At the bottom, there is a section for "Platzierungen" (placements) with a "Mehr dazu" link.

# 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 erreichst, sinkt. [Mehr dazu.](#)

**Geräte**  
Alle Geräte (empfohlen) ▼

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

**Plattformen**

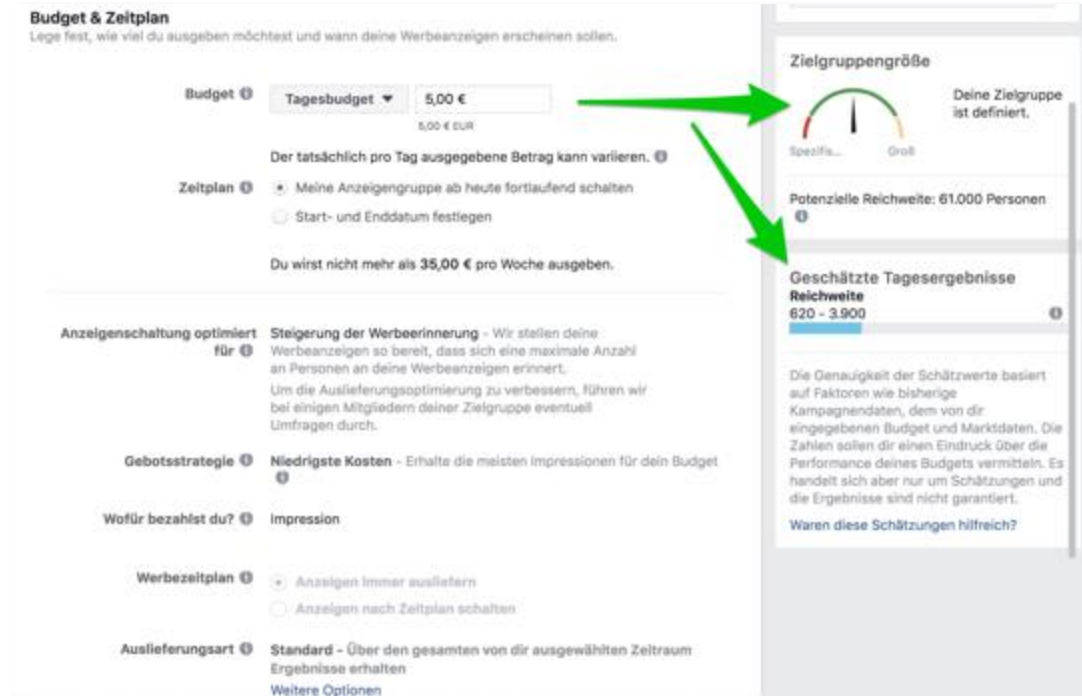
Facebook	✓
Feeds	✓
Instant Articles	✓
In-Stream-Videos	✓
Rechte Spalte	✓
Vorgeschlagene Videos	✓
Marketplace	✓



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

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



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

**Budget** <sup>?</sup> Tagesbudget ▼ 5,00 €  
5,00 € EUR

Der tatsächlich pro Tag ausgegebene Betrag kann variieren. <sup>?</sup>

**Zeitplan** <sup>?</sup> ☒ Meine Anzeigengruppe ab heute fortlaufend schalten  
☐ Start- und Enddatum festlegen

Du wirst nicht mehr als 35,00 € pro Woche ausgeben.

**Anzeigenschaltung optimiert für** <sup>?</sup> **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** <sup>?</sup> **Niedrigste Kosten** - Erhalte die meisten Impressionen für dein Budget <sup>?</sup>

**Wofür bezahlst du?** <sup>?</sup> Impression

**Werbezeitplan** <sup>?</sup> ☒ Anzeigen immer ausliefern  
☐ Anzeigen nach Zeitplan schalten

**Auslieferungsart** <sup>?</sup> **Standard** - Über den gesamten von dir ausgewählten Zeitraum Ergebnisse erhalten  
Weitere Optionen

**Zielgruppengröße**  
Deine Zielgruppe ist definiert.  
Spezifisch... Groß  
Potenzielle Reichweite: 61.000 Personen <sup>?</sup>

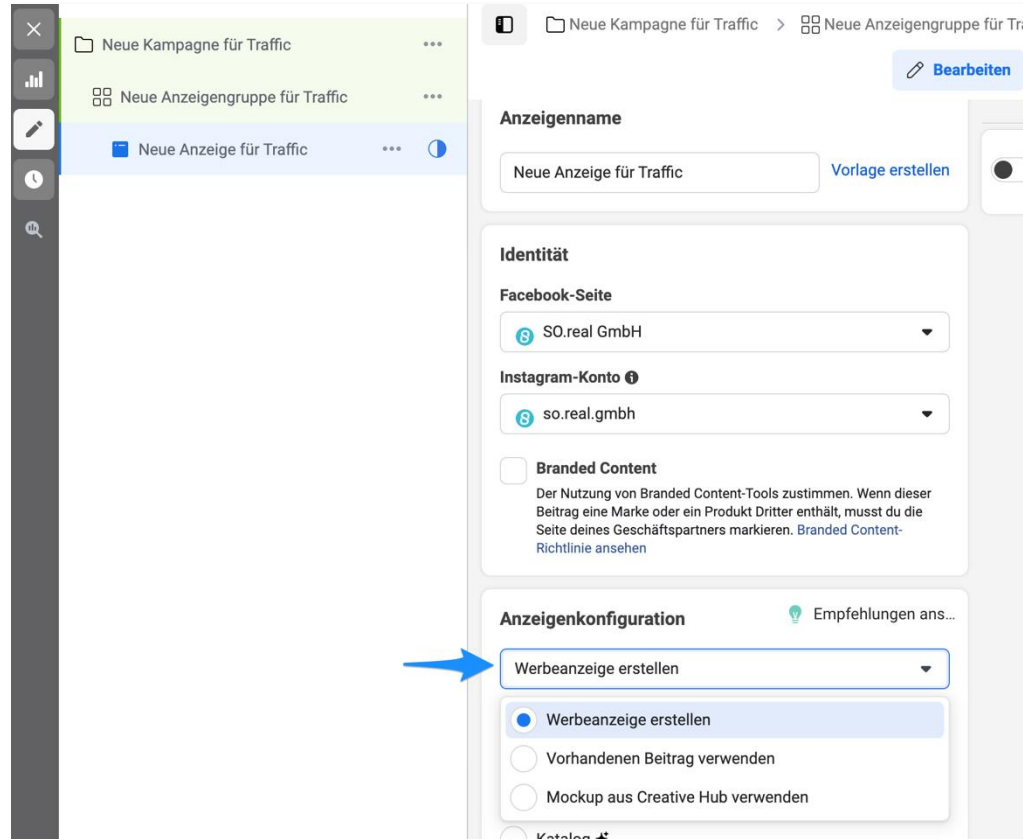
**Geschätzte Tagesergebnisse**  
**Reichweite**  
620 - 3.900 <sup>?</sup>

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem 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 displays the SO.real advertising interface. On the left, a sidebar contains navigation icons. The main area shows a hierarchy: 'Neue Kampagne für Traffic' > 'Neue Anzeigengruppe für Traffic' > 'Neue Anzeige für Traffic'. The 'Neue Anzeige für Traffic' item is selected and highlighted in blue. A blue arrow points to the 'Werbeanzeige erstellen' button in the 'Anzeigenkonfiguration' section. The 'Anzeigenkonfiguration' section includes a dropdown menu with 'Werbeanzeige erstellen' selected, and three radio button options: 'Werbeanzeige erstellen' (selected), 'Vorhandenen Beitrag verwenden', and 'Mockup aus Creative Hub verwenden'. The 'Identität' section shows 'Facebook-Seite' as 'SO.real GmbH' and 'Instagram-Konto' as 'so.real.gmbh'. The 'Branded Content' section has a checkbox and a description.

Neue Kampagne für Traffic > Neue Anzeigengruppe für Traffic > Neue Anzeige für Traffic

**Anzeigenname**

Neue Anzeige für Traffic [Vorlage erstellen](#)

**Identität**

**Facebook-Seite**

SO.real GmbH

**Instagram-Konto**

so.real.gmbh

☐ **Branded Content**

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** [Empfehlungen ans...](#)

Werbeanzeige erstellen

☒ Werbeanzeige erstellen

☐ Vorhandenen Beitrag verwenden

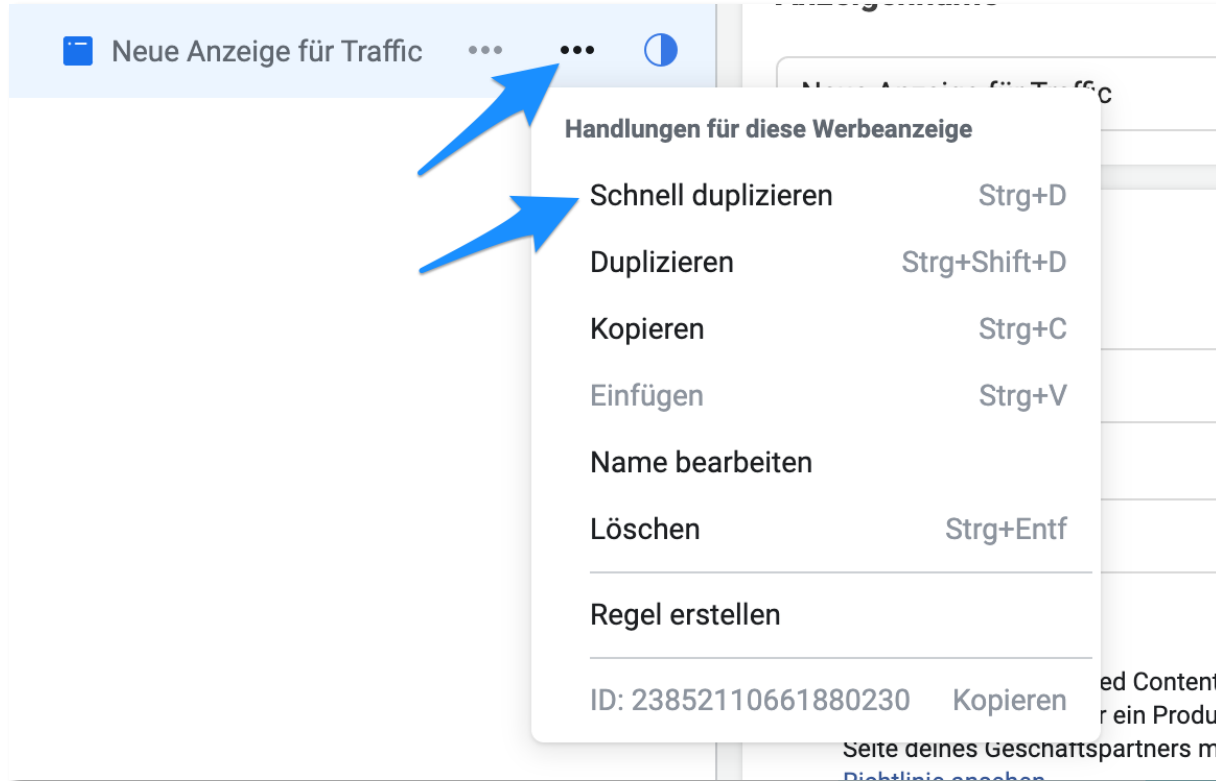
☐ Mockup aus Creative Hub verwenden

☐ Katalog

# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

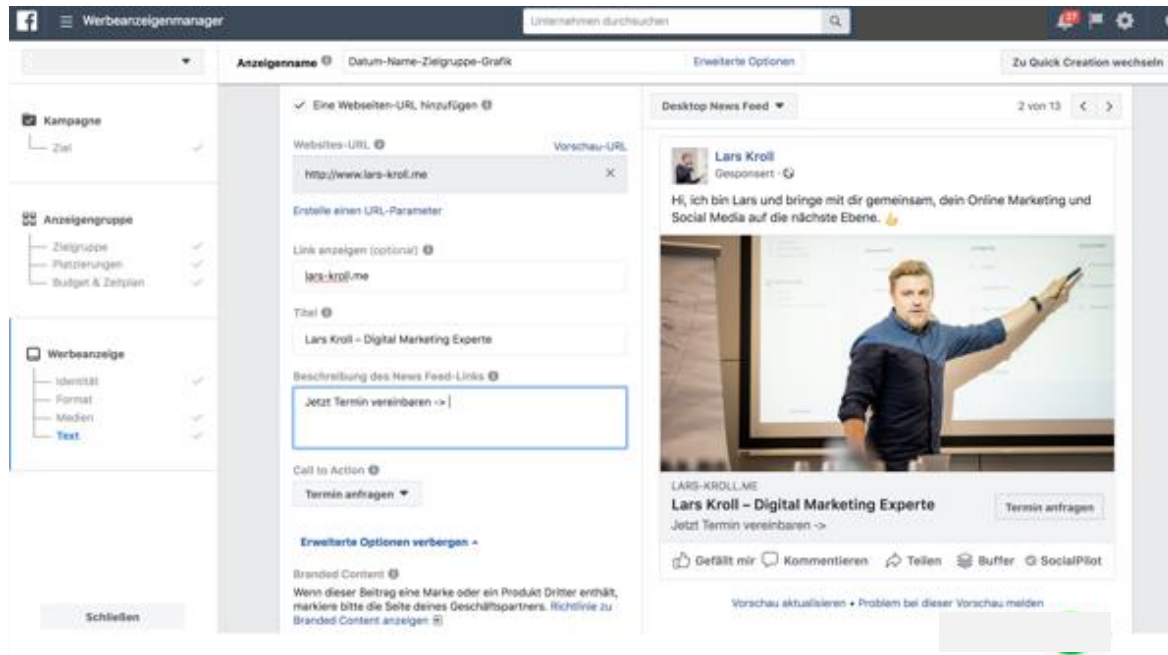
- A/B-Testing



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

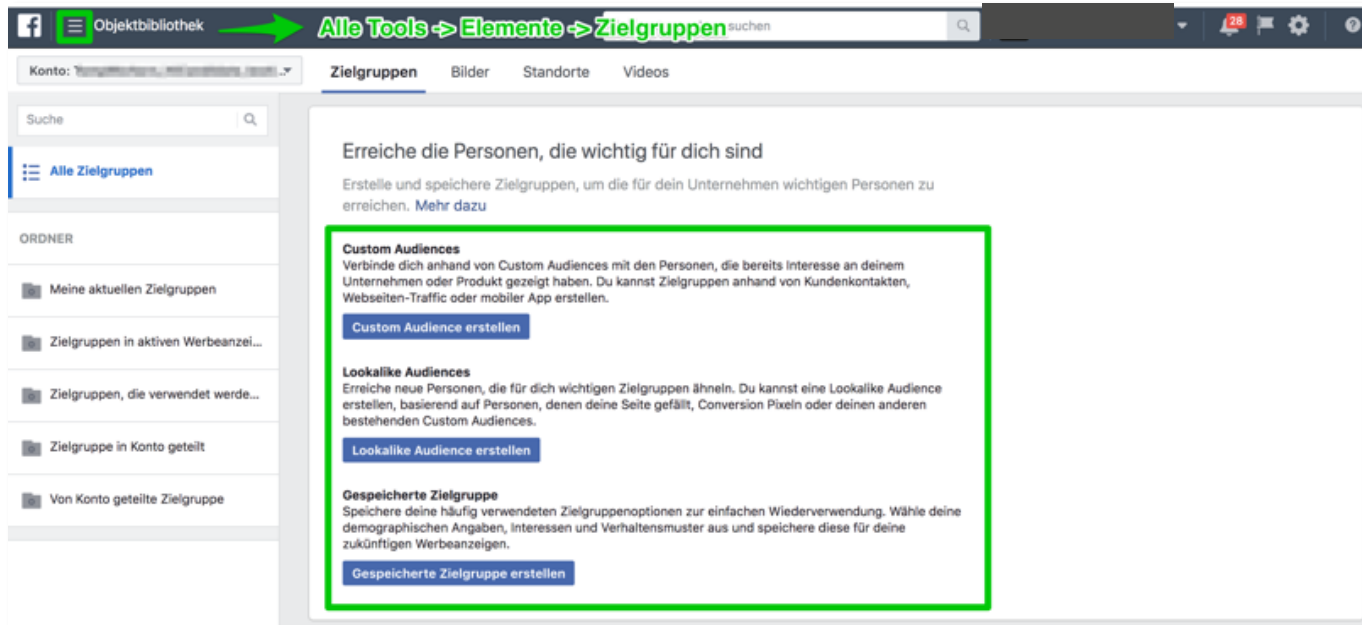
- Anzeige erstellen



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

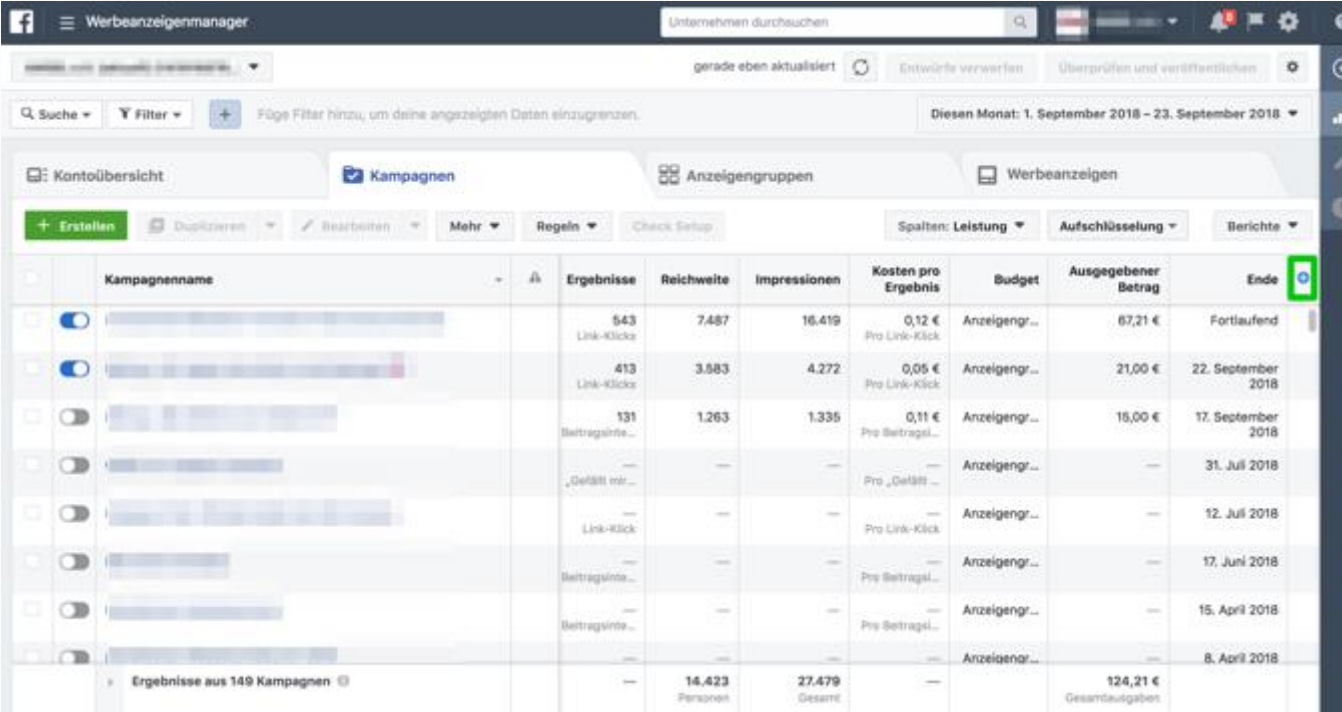
- Anzeige erstellen -> Zielgruppen (Look-A-Likes, Custome Audience)



# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Analyse



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs for 'Kampagnen', 'Anzeigengruppen', and 'Werbeanzeigen'. Below the tabs, there's a table of campaigns. The table has columns for 'Kampagnenname', 'Ergebnisse', 'Reichweite', 'Impressionen', 'Kosten pro Ergebnis', 'Budget', 'Ausgegebener Betrag', and 'Ende'. A green box highlights the 'Ergebnisse' column header. The table lists several campaigns with their respective metrics and end dates. At the bottom, there's a summary row for 'Ergebnisse aus 149 Kampagnen'.

Kampagnenname	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Budget	Ausgegebener Betrag	Ende
[Redacted]	943 Link-Klicks	7.487	16.419	0,12 € Pro Link-Klick	Anzeigengr...	67,21 €	Fortlaufend
[Redacted]	413 Link-Klicks	3.983	4.272	0,05 € Pro Link-Klick	Anzeigengr...	21,00 €	22. September 2018
[Redacted]	131 Beitragsinte...	1.263	1.335	0,11 € Pro Beitrags...	Anzeigengr...	16,00 €	17. September 2018
[Redacted]	„Gefällt mir ...	—	—	— Pro „Gefällt ...	Anzeigengr...	—	31. Juli 2018
[Redacted]	Link-Klick	—	—	— Pro Link-Klick	Anzeigengr...	—	12. Juli 2018
[Redacted]	Beitragsinte...	—	—	— Pro Beitrags...	Anzeigengr...	—	17. Juni 2018
[Redacted]	Beitragsinte...	—	—	— Pro Beitrags...	Anzeigengr...	—	15. April 2018
[Redacted]	Beitragsinte...	—	—	— Pro Beitrags...	Anzeigengr...	—	8. April 2018
Ergebnisse aus 149 Kampagnen	—	14.423 Personen	27.479 Gesamte	—	—	124,21 € Gesamtausgaben	—



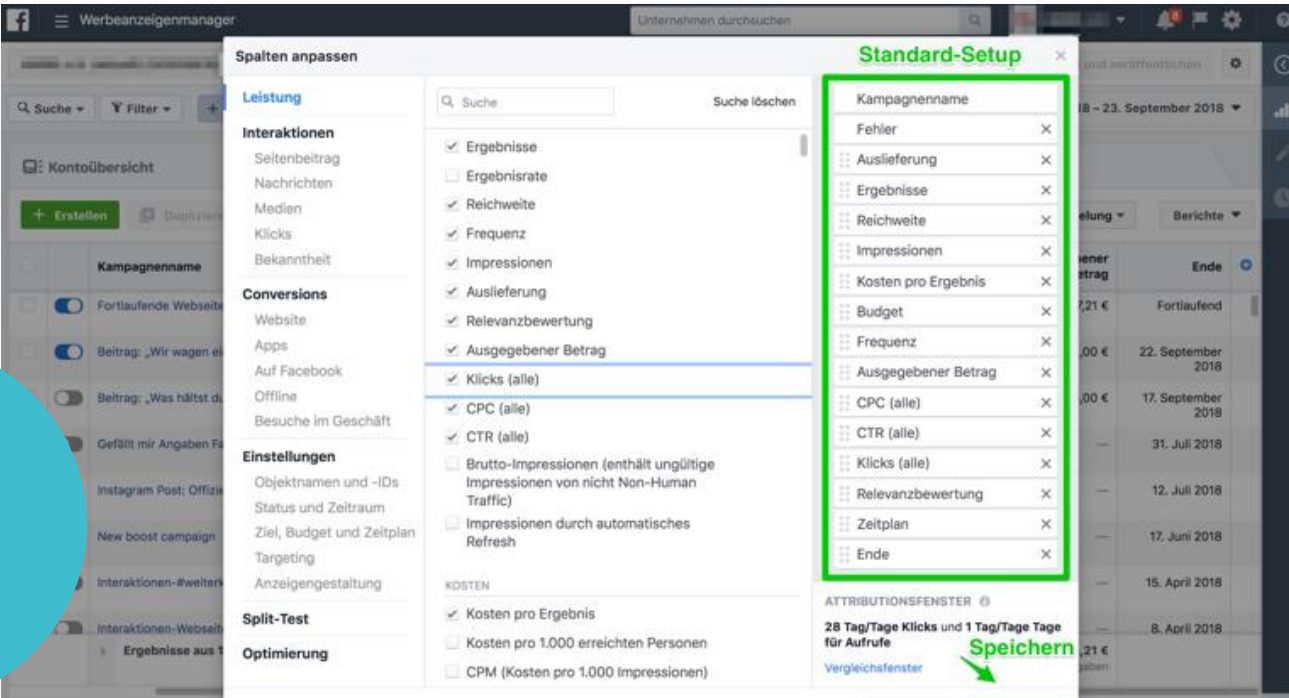
# WERBEANZEIGEN

## Facebook & Instagram

- Analyse

Wir übernehmen die Werbeschaltung für dich!

[-> Buch dir einen Termin](#)



**Spalten anpassen**

**Leistung**

Suche

Suche löschen

☒ Ergebnisse

☐ Ergebnisrate

☒ Reichweite

☒ Frequenz

☒ Impressionen

☒ Auslieferung

☒ Relevanzbewertung

☒ Ausgegebener Betrag

☒ Klicks (alle)

☒ CPC (alle)

☒ CTR (alle)

☐ Brutto-Impressionen (enthält ungültige Impressionen von nicht Non-Human Traffic)

☐ Impressionen durch automatisches Refresh

**Conversions**

Website

Apps

Auf Facebook

Offline

Besuche im Geschäft

**Einstellungen**

Objektnamen und -IDs

Status und Zeitraum

Ziel, Budget und Zeitplan

Targeting

Anzeigengestaltung

**Split-Test**

**Optimierung**

☒ Kosten pro Ergebnis

☐ Kosten pro 1.000 erreichten Personen

☐ CPM (Kosten pro 1.000 Impressionen)

**Standard-Setup**

Kampagnenname

Fehler

Auslieferung

Ergebnisse

Reichweite

Impressionen

Kosten pro Ergebnis

Budget

Frequenz

Ausgegebener Betrag

CPC (alle)

CTR (alle)

Klicks (alle)

Relevanzbewertung

Zeitplan

Ende

**ATTRIBUTIONSFENSTER**

28 Tag/Tag Klicks und 1 Tag/Tag Tage für Aufrufe

Vergleichsfenster

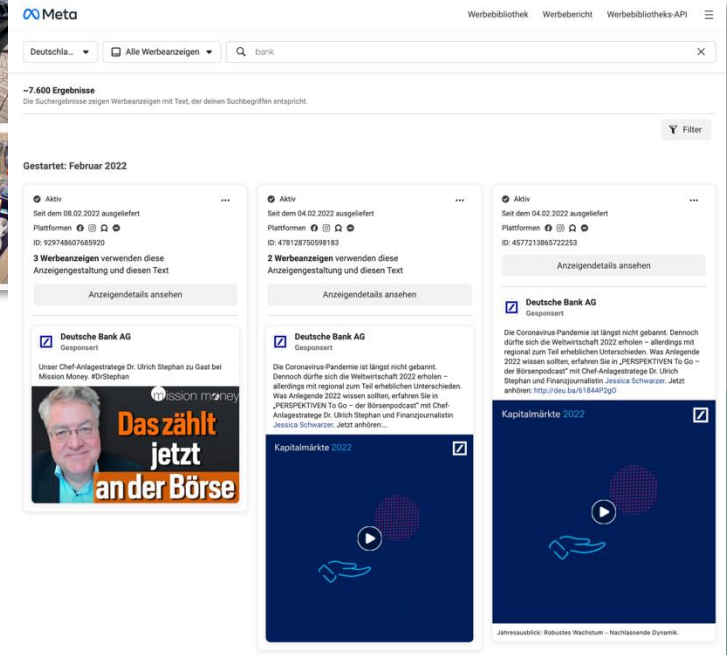
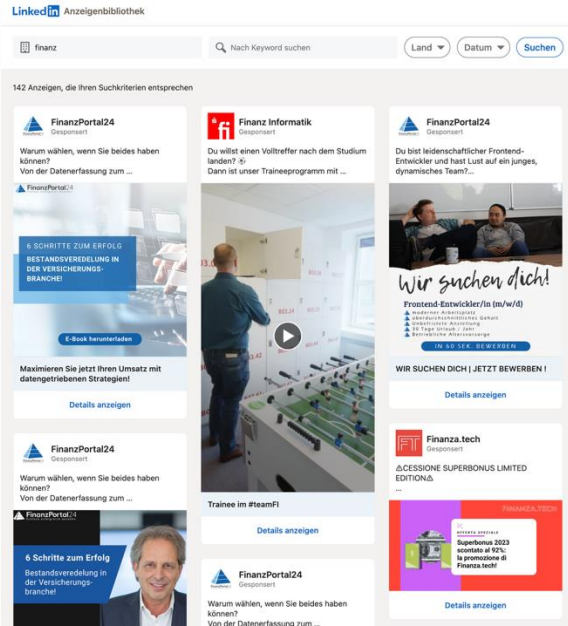
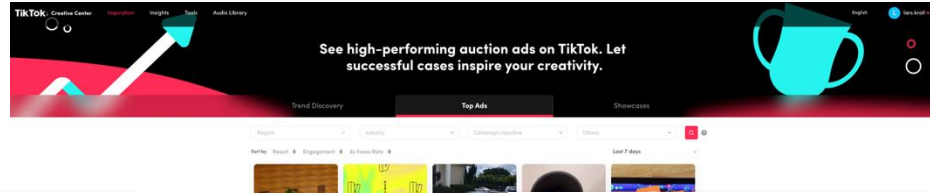
**Speichern**

A large, light blue abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping curved shapes. A solid teal circle is positioned on the right edge of this graphic, acting as a bullet point for the title.

# TIPPS UND BEST CASES

# TIPPS UND BEST CASES

## Holt euch Inspirationen



**BE REAL.**

**GET DIGITAL.**

**STAY HUMAN.**

# VIELEN HERZLICHEN DANK!

## STAY CONNECTED!

LARS KROLL

SO.real GmbH

[Lars.Kroll@so-real.de](mailto:Lars.Kroll@so-real.de)

[www.so-real.de](http://www.so-real.de)

Gerne bieten wir weitere  
Unterstützungsleistungen.

**Meldet euch bitte gerne:**  
[so-real.de/termine](http://so-real.de/termine)

Social-Media-Newsletter



KI-Verordnung 🤖



# VIELEN DANK FÜR DEINE TEILNAHME



0711 / 25296081



[Lars.Kroll@so-real.de](mailto:Lars.Kroll@so-real.de)



[www.so-real.de](http://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





#### RECHTSHINWEIS

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an derSO.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 derSO.real GmbH.

Stuttgart, den 19.10.2022