Klickkomplizen

auf einen klick

Facebook-Werbeanzeigen

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN */**

Wir sind ganz ehrlich: Facebook wurde von manch Werbetreibenden schon für tot erklärt… Aber auch wenn neue Social Media Kanäle in den Markt drängen, hat Facebook einen entscheidenden Vorteil: es existiert **seit mehr als 18 Jahren** und genauso lange **teilen Menschen** dort ihre **persönlichen Vorlieben** und andere Daten – auch mit dem **Algorithmus**. Kein anderes Netzwerk kann solch eine **Historie verweisen** und ist deshalb – auch in 2022 – DAS **Netzwerk für Social Media Marketing**.

2,9 Mrd Monatlich aktive Nutzer:innen weltweit

32 Mio monatlich aktive deutsche Nutzer:innen

18 Mio wöchentlich

10 Mio täglich

~77 % Marktanteil von Facebook in Deutschland (Page Views / Mai 2022)

~61 % der deutschen Internetuser:innen nutzen Facebook

mobile Nutzung nimmt weiter zu

Trend: Facebook wächst außerhalb Europas, vor allem in Asien

PROFILDATEN + PRIVAT

Targeting & Profildaten

Die Kombination aus vielen Nutzer:innen, der langen Historie inkl. der Aktivitäten (Likes verteilen, Seiten folgen) ist Futter für den Algorithmus und kommt den Werbetreibenden zugute: So können Interessen und Zielgruppen genau ausfindig gemacht und angesprochen werden.

BRAND BUILDING

Facebook wird primär privat genutzt und das ist gut so: Marken können sich so positiv im Gedächtnis von Konsument:innen verankern.

Markeninteresse, z.B. Automobil, Kosmetik

sozio-demographische Daten: Alter // Geschlecht // Wohnort // Bildung Familienstand // Einkommen // Beruf

Hobby & Sport

Shopping & Mode

Musik- & Filmfans

Essen &Trinken

WHAT'S NEW

Aktuelle Entwicklungen & Trends

Es wird immer mehr auf Empfehlungen von Influencer:innen & durch Werbung auf Social Media gekauft.

mehr INFLUENCER MARKETING

mehr VIDEO CONTENT

Mehr Video Content: Als Antwort auf TikTok werden Kurzvideos auch bei Facebook immer wichtiger. 83 Prozent der Befragten geben an, dass sie länger auf einem Social-Media-Profil verweilen, wenn sie dort Videos vorfinden.

Seit Herbst 2021 läuft Facebook unter der Dachmarke des Konzerns META. Laut Gründer Mark Zuckerberg spielt META der Ausgestaltung des "erweiterten Internets" eine wichtige Rolle.

mehr META-VERSUM

DISCLAIMER

DISCLAIMER

Wir können in diesem Factsheet bei Weitem nicht alle Aspekte der Facebook Werbeanzeigen abbilden und konzentrieren uns auf diese, die uns in der täglichen Arbeit in der Agentur aus der eigenen Erfahrung heraus am relevantesten erscheinen. Außerdem sind bestimmte Formate in bestimmten Konstellationen nicht bewerbbar – dies muss dann im Einzelfall geklärt werden. Fast täglich gibt es Updates im Metaversum von Facebook, weshalb manches beim Verrand dieses Newsletters schon überholt sein könnte.

KAMPAGNE WERBEZIELE

Eine Kampagnen auf Facebook

Wichtigste Frage vorab: Welches **Ziel hat die Kampagne**? Sollen bestimmte Kennzahlen (KPIs) erreicht werden?

Verknüpfung mit Instagram!

BEKANNTHEIT
Erhöhung der Markenbekanntheit und Reichweite

TRAFFIC
um Klicks z.B. auf die Website zu leiten (Link-Ad)

INTERAKTIONEN
z.B. für Beiträge, Videos, Veranstaltungen oder Seiten (Page Like Ad)

LEADS
z.B. ein Download, eine Registrierung – frei definierbarer "Abschluss"

UMSATZ
oft als "Conversions" bezeichnet, z.B. ein Verkauf – frei definierbarer "Abschluss"

APP-PROMOTION
um die Zahl der App-Installationen und deren Nutzung zu steigern

GRAFIK / CREATIVE

Welche **grafischen (Werbe)Formate** bietet Facebook? Wie soll die Anzeige, das **Creative**, aussehen?

Bild

Video

Carousel

Artikel aus dem Shop

Story

und außerdem …

- Slideshow
- Instant Experiences
- Messenger

Achtung! Nicht alle Ziele und Anzeigenformate sind miteinander kombinierbar – dies gilt auch für Placements (s.u.).

ZIELGRUPPE

Wer soll **erreicht werden**? Größensimulation vorab möglich

Core-Audience

mit Daten, die durch das Facebook Profil zur Verfügung stehen, z.B.
- Standort
- Demografie
- Interessen
- Verhalten

Custom-Audience

Personen, die schon mit Unternehmen interagiert haben, basierend auf CRM-Daten:
- Kund:innenlisten
- Newsletter-Abo
- Website-Besuch

Basierend auf Engagement:
- Video gesehen
- Event-Besuch
- Lead-Formular oder Canvas gestartet

Lookalike-Audience

Personengruppe, die ähnlich der aktuellen Zielgruppe ist – von der Custom- oder Core-Audience abgeleitet. Zum Beispiel zur Erweiterung der Kundengruppe
- ähnliche Besucher:innen der App/ Website
- ähnliche Käufer:innen, Fans Stichwort

BUDGET

AUKTIONSMODELL:
Wie kommen Klickpreise zustande? Wie entscheidet Facebook, wer was sieht? "Begrenzter" Platz und Aufmerksamkeit sind umkämpft! Qualität zahlt sich hier aus. Ein paar Kennzahlen:

- // CPC (Kosten pro Klick), CPM (Kosten pro Impression)
- // Tagesbudget oder Laufzeitbudget? Manuell oder automatisch?
- // Qualität oder Quantität: Wie oft soll jemand deine Anzeige sehen?

Optimierung, Monitoring und Anpassungen der Kampagne sind Aufgaben der Agentur! Die Profis haben alle Zahlen im Blick.

→ alles natürlich in enger Absprache mit Zielen der Kund:innen und vorbereitender Beratung

→ inklusive (eventuell) zu erstellende Grafiken/Motive

PLACEMENTS

Placements: Wo soll die Ad erscheinen? Auf welchen Geräten: Desktop / mobile

Facebook
Feed
Messenger
Marketplace
Story
Reels

Instagram
Feed
Explore
Story
Reels
Shop
u.a.

Audience Netzwerk
externe Apps + Websites

Regeln & Tipps

Testen
organische Beitrags-Tests: Ads in verschiedenen Platzierungen und mit verschiedenen Creatives gegeneinander testen

Motiv-Auswahl
Text-Bild-Intention? Erklärungswürdig? Corporate Design? Maße an Platzierung anpassen

Instagram-Profil
ist NICHT notwendig, um dort zu werben! Kann auf Facebook/Website verlinkt werden

Organischer Beitrag
kann im Nachgang gepusht werden! Wenn Beitrag gut lief: Test mit eigener Community?

Tracking-Parameter-Pixel
Messung der Performance, woher kommen die Kund:innen

technischer Support via Agentur & IT

Text/Grafik: © Klickkomplizen GmbH
Stand: Juni 2022
Quellen:
- statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-weltweit/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-deutschland/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-weltweit-nach-alter-und-geschlecht/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-deutschland-nach-alter-und-geschlecht/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-weltweit-nach-geschlecht/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-deutschland-nach-geschlecht/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-weltweit-nach-regionen/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-europa-nach-ausgewaehlten-laendern/
- www.statista.com/statistik/daten/studie/1018472/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-asien-nach-ausgewaehlten-laendern/

Klickkomplizen

ONLINE MARKETING, WEB- UND PRINTDESIGN

/KLICKKOMPLIZEN