

Facebook Ads:

Planung | Umsetzung | Performance

Donnerstag, den 27. Mai 2021, 15-18 Uhr

Das Teilnahmeentgelt beträgt 49 Euro p.P.

Themen im Detail:

1. Relevanz von Facebook für kleine und mittelständische Unternehmen

- a. Chance auf große Reichweite
- b. Platzierungen in der Übersicht
- c. Werbebibliothek
- d. Wettbewerb im Blick behalten
- e. Differenzierung PUSH und PULL Marketing

2. Coole Ads in nur 5 Minuten erstellen

- a. Werkzeuge für deine ersten Ads
- b. Bildquellen auf einen Blick
- c. Authentizität ist Trumpf

3. Grundlagen des Business Managers

- a. Fundament für deine ersten Ads
- b. Wann sollte ich den Business Manager nutzen?
- c. Das brauche ich für die Einrichtung

4. Werbeanzeigenmanager im Detail

- a. Finger weg vom blauen Button!
- b. Aufbau einer Kampagne bei Facebook
 - i. Kampagne
 - ii. Anzeigengruppe
 - iii. Anzeigen
- c. Aufbau auf einen Blick

5. Erste Kampagne anlegen – so einfach geht's!

- a. Kampagnen-Checkliste (z.B. Ziel, Budget, Laufzeit, Einstellungen)
- b. Ziel festlegen

Facebook Ads:

Planung | Umsetzung | Performance

Donnerstag, den 27. Mai 2021, 15-18 Uhr

Das Teilnahmeentgelt beträgt 49 Euro p.P.

- c. Ziele auf einen Blick
- d. Traffic steigern mit Budgetoptimierung
- e. Darum Budgetoptimierung
- f. Werbezeitplan einrichten
- g. Einstellungen Anzeigengruppen-Ebene
- h. Definition der Zielgruppe
- i. Interessante Zielgruppen für Teilnehmer:innen (Voraussetzung: Insights von BIEG)
- j. Welche Platzierung ist die richtige?
- k. Organische Beiträge als Anzeigen nutzen
- l. Anzeigenformat auswählen
- m. Designempfehlungen von Facebook
- n. Call to Action Button testen
- o. Das macht erfolgreiche Anzeigen aus
- p. Inspiration für deine Anzeigen
- q. Erfolgsanalyse

6. Facebook-Pixel richtig einsetzen

- a. Pixel nutzen für bessere Ergebnisse
- b. Chancen durch den Pixel (z.B. Retargeting, Lookalike, Tracking, Auslieferung)
- c. Pixel schnell und einfach (selbst) einbauen
- d. Tools, die dir beim Pixel-Einbau helfen (Beispiel: Wordpress)

7. Mit kleinen Budgets viel erreichen (Praxis-Beispiele)

- a. Konkrete Beispiel-Kampagnen
 - i. Budget
 - ii. Ergebnis
 - iii. ROAS
- b. Shop-Werbung (Produkt von Fotografin, Produkte von Metzgerei)
- c. Waren-Versand (Hochzeitsguide, Fleisch, Wurst)