

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



<http://schoenberg.company>

Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Facebook Ads

Mit **Facebook Ads** kann die auf die Zielgruppe abgestimmte Werbung einer breiten Masse zugänglich gemacht werden.

Bei **Google AdWords** werden die eigenen Anzeigen bei der Eingabe von entsprechenden **Suchwörtern** angezeigt. Es kann aber keine Zielgruppe definiert werden.

Genau diese **Zielgruppendefinition** ist ein wesentlicher Vorteil von Facebook Ads. Mit Facebook Ads werden Facebook-Benutzer entsprechend der Interessen, Gewohnheiten und auch aufgrund **demographischer** und **geographischer Filter** angesprochen.

Facebook Ads kann zwar nicht als Ersatz für Google AdWords gesehen werden, sondern als weitere Maßnahme und Ergänzung um die eigenen Produkte bzw. Dienstleistungen der eigenen Zielgruppe nahe zu bringen.

Facebook Ads werden zumeist in der **rechten Spalte** angezeigt bzw. sind teilweise auch oben mittig platziert.



Die Zielgruppenauswahl:

Grundsätzlich können Werbeanzeigen auf **Inhalte in Facebook** (z.B. Fanpage, ..) verlinken oder auf eine **externe Webseite**. Betreffend der Bewerbung von Inhalten von Facebook können Seiten, Orte, Anwendungen oder Veranstaltungen beworben werden.

Wie obig schon erwähnt, kann die gewünschte **Zielgruppe** sehr genau gefiltert werden.

folgende **Auswahlmöglichkeiten** gibt es:

- **geographisch** wie Stadt, Land, ..
- **Alter** von .. bis ..
- **Geschlecht** (Männer, Frauen)
- **Interessen** (z.B. Formel 1, ...)
- **Kategorien** (z.B. Facebook Benutzer die Spiele spielen, ..)
- **Interessiert an** Männern und/oder Frauen
- **Beziehungsstatus** (z.B. Single, in einer Beziehung, verheiratet, verlobt)
- **Sprachen** (z.B. deutsch, englisch, ...)
- **Ausbildung** (z.B. Student, Hochschulabschluss, ..)
- Arbeitsplätze

Die möglichen Werbeformen:

- **Standard Ads:** Mit den Marketplace Standard Ads können Facebook Seiten, Anwendungen und Veranstaltungen oder externe Webseiten beworben werden. Der Titel darf bis zu 25 Zeichen lang sein und das Bild sollte eine Größe von max. 110x80 Pixel haben. Die Beschreibung kann bis zu 90 Zeichen lang sein.

Die Kosten

Die Erfolgskontrolle

Die Schritte

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- **Page Post Ad:** Diese dient der Bekanntmachung von Facebook Statusmeldungen, Fotos, Videos und Veranstaltungen. Auch dabei kann die Zielgruppe frei gewählt werden.

- **Story Ads:** Dabei können durch den Nutzer durchgeführte Interaktionen verstärkt werden.

- **dann gibt es noch** Page Post Like Story Ad, App Used & Game Played Story Ad, Place Check-In Story Ad, Domain Share Story Ad und App Share Story Ad

Die Kosten:

Bei den meisten Ad-Typen gibt es zwei Möglichkeiten und zwar:

- **CPC (Kosten pro Klick):** Der Werbetreibende zahlt pro Klick eines Facebook Benutzers. Die Anzahl der Einblendungen spielt keine Rolle.

- **CPM (Kosten pro 1000 Einblendungen):** Der Werbetreibende zahlt pro 1000 Einblendungen. Hier spielt hingegen die Anzahl der Klicks keine Rolle.

Dabei kann auch ein **Tagesbudget** und ein **Laufzeitbudget** festgelegt werden. Bezahlt kann entweder mit **PayPal**, **Kreditkarte** bzw. über **Lastschrift** (nur in bestimmten Ländern, wie z.B. Deutschland, ..).

Hinweis:

Weitere kostenlose Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Die Erfolgskontrolle:

Die **Erfolgskontrolle** kann im **Werbeanzeigen-Manager** durchgeführt werden. Dabei können laufend aktualisierte **Statistiken** abgerufen werden, in denen die **Einblendungen** und **Klicks**, sowie die **Kosten** abgelesen werden können. Diese Daten lassen sich in **Excel exportieren**.

Die Schritte:

1. Ziele definieren: diese können z.B. sein: Erhöhung der Bekanntheit Ihres Unternehmens, Steigerung der Wiedererkennung, Verkaufskontakte erhalten, Traffic-Steigerung für die eigene Webseite, usw.

2. soll die eigene **Webseite**, **Inhalte** auf Facebook oder eine Application beworben werden.

3. Auswahl der Zielgruppe: geographisch (Land, Stadt), Sprache (deutsch, englisch), Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Interessen und Kategorien, usw.

4. Kommunikation: Klare Aussage (Werbebotschaft), Call to Action (z.B. zu einem Produktkauf oder Newslettereintrag), Eye-Catcher-Bild (Erhöhung der Bekanntheit), usw.

5. Erfolgskontrolle: Überprüfung und Auswertung mit dem Werbeanzeigen-Manager und anschließende Optimierung der Anzeige bzw. der Zielseite

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.com>