FACEBOOK WERBEZIELE UND UMSETZUNGSMÖGLICHKEITEN

		Kampagne/Marketingziel									
		BEKANNTHEIT		ERWÄGUNG					CONVERSION		
	ZIEL	MARKEN-BEKANNTHEIT	REICHWEITE	TRAFFIC	INTERAKTION	APP-INSTALLATION	VIDEO-AUFRUFE	LEAD-GENERIERUNG	CONVERSIONS	PRODUKTKATA-LOGVERKÄUFE	BESUCHE IM GESCHÄFT
ZIEL	■ 1. ZIEL: Ich möchte, dass mehr Menschen mein Unternehmen kennen ■ 2. ZIEL: Ich möchte potenzielle Kunden finden ■ 3. ZIEL: Ich möchte die Umsätze für meine Produkte oder Dienstleistungen steigern	Werbeanzeigen den Menschen zeigen, die ihnen mit hoher Wahrscheinlichkeit Aufmerksamkeit schenken. ■	Personen in der Nähe deines Unternehmens erreichen. ■	Mehr Aktivität auf der eigenen Website.	Die Personen sollen auf deiner Facebook Seite interagieren, dh. kommentieren, liken, sharen, etc. ■ ■ ■	Finde Personen, die deine App herunterladen werden und leite sie direkt in den App Store, um diese zu installieren. ■	Erzähle mit einem Video in deiner Werbeanzeige eine Geschichte.	Informationen von Personen sammeln, die sich für dein Unternehmen interessieren. ■	Website Conversion Ads regen Personen dazu an, deine Webseite zu besuchen und gewinnbringende Handlungen vorzunehmen. ■ ■	Basierend auf deiner Zielgruppe werden automatisch Produkte aus deinem Produktkatalog angezeigt.	Verbindung zwischen Online- und Offline-Welt, so dass Personen in das Geschäft geleitet werden. Verfügbar, wenn auf FB-Seite Standortstruktur eingerichtet ist.
UMSETZUNG	TEXT	Interaktionen können „Gefällt mir"-Angaben für deinen Beitrag, Kommentare, geteilte Inhalte und Fotoaufrufe umfassen.			x						
	FOTO	Fotos, die deine Produkte und Dienstleistungen interessant und ansprechend inszenieren, ziehen die Aufmerksamkeit auf sich.	x	x		x	x		x			x
	VIDEO	Videos bieten sich an für Blicke hinter die Kulissen, Produkteinführungen oder Kundengeschichten. Damit kann die Bekanntheit deiner Marke erhöht werden.	x*	x	x	x	x	x*	x	x	x	x
	KARUSSELL	Präsentation von max. 10 Bilder und Links, um Personen zu bestimmten Bereichen auf deiner Webseite zu leiten.	x	x					x			x
	CANVAS	Ein Canvas bietet eine immersive Facebook-Nutzererfahrung auf dem Handy und gibt Unternehmen die Möglichkeit, Geschichten zu erzählen und ihre Produkte zu präsentieren.	x			x			x			
	SAMMLUNG	Mit dem Facebook Collection-Anzeigenformat können Unternehmen das Einkaufen auf Mobilgeräten fördern, indem sie es visueller und eindrucksvoller gestalten.			x				x			
	LINKS	Leite Personen auf wichtige Abschnitte deiner Webseite.	x						x			
	STORIES	Instagram Stories erlauben Videos und Fotos mit Filtern, Text-Overlay und Zeichnungen. Haltbarkeit 24 h.	x	x	x		x	x				
	CALL TO ACTION		x	x	x		x		x	x		x
	TIPPS		CTA einfügen, um mitzuteilen, was Personen tun sollen: z.B.: Abonnieren, Registrieren, Mehr dazu, Herunterladen.	CTA „Route planen" damit Personen sehen, wie sie zum Unternehmen gelangen.	CTA „Jetzt einkaufen" Alternativ: z.B.: Jetzt buchen, Registrieren, Menü anzeigen, Nachricht senden, Mehr dazu		App-Registrierung bei FB -> CPA-Gebot (Kosten pro Handlung) installiert.	Videos, die Blicke hinter die Kulissen, Produkteinführungen oder Kundengeschichten enthalten.	CTA einfügen, um mitzuteilen, was Personen tun sollen: z.B.: Abonnieren, Registrieren, Mehr dazu, Herunterladen.	Installation von Conversion Tracking Pixel auf Website -> Ergebnismessung. CTA „Jetzt einkaufen"		CTA „Route planen" damit Personen sehen, wie sie zum Unternehmen gelangen.

Umsetzung					
BILDGRÖSSE	BILDSEITEN-VERHÄLTNIS	LINK-BESCHREIBUNG	(TEXT-)LÄNGE	ÜBERSCHRIFT	TIPP
-	-	30 Zeichen	500 Zeichen	-	kurze und prägnante Texte; Empfehlung: Max. Textlänge 150 Zeichen
Mit Link: 1.200 x 628 px	1,9:1	30 Zeichen	90 Zeichen	25 Zeichen	Möglichst wenig Text in Bild; Zeige, wie Menschen dein Produkt nutzen nicht nur das Produkt allein. CTA einfügen.
Ohne Link: News Feed: 1.200 x 900 px Rechte Spalte: 254 x 133 px	News Feed: 4:3 Rechte Spalte: 1,9:1	-		-	
Auflösung Min.: 600 x 315 px (1,9:1 Quer); 600 x 600 px (Quadrat); 600 x 900 px (vertikal)	16:9, 1:1, 2:3	30 Zeichen	90 Zeichen	25 Zeichen	Max. Länge: 15 Sek.
Foto: 1080 x 1080 px	1:1	20 Zeichen	90 Zeichen	40 Zeichen	Möglichst wenig Text in Bild; CTA einfügen; Zeige Custom Audience FB-Werbeanzeige dieses Produkts
Video bis 4 GB: Auflösung Min.: 600 x 315 px		30 Zeichen	Max. 120 Minuten	25 Zeichen	
Foto: 1.200 x 628 px	1,9:1	30 Zeichen	90 Zeichen	45 Zeichen	Bild darf nicht mehr als 20 % Text enthalten.
Video bis 4 GB: Auflösung Min.: 600 x 315 px	16:9 oder 1:1		Max. 120 Minuten	25 Zeichen	
Foto: 1.200 x 628 px	1,9:1	30 Zeichen	90 Zeichen	25 Zeichen	Bild darf nicht mehr als 20 % Text enthalten. CTA einfügen.
Video bis 4 GB: Auflösung Min.: 600 x 315 px	16:9 oder 1:1		Max. 120 Minuten		
Foto: 1.200 x 628 px	1,9:1	30 Zeichen	90 Zeichen	25 Zeichen	Bild darf nicht mehr als 20 % Text enthalten. CTA einfügen.
Video bis 4 GB: Auflösung Min.: 600 x 315 px	16:9 oder 1:1		Max. 240 Minuten		
Foto: 1080 x 1920 px 4 GB (Video) 30 MB (Foto)	9:16	-	Fotos: 3 Sek. Videos: 15 Sek.	-	Text muss Teil des Videos sein.

** Empfohlene Ziele*