



Modul #11-1

So melden Sie sich bei Facebook Advertising an

Inhalt

Einleitung	3
Teil 1 Account anlegen	
Schritt 1: Facebook Advertising	4
Schritt 2: Erstellung einer Werbeanzeige	4
Schritt 3: Facebook Login	5
Schritt 4: Advertising Registrierung	5
Schritt 5: Link bestätigen	6
Schritt 6: Advertising Login	6
Teil 2 Werbeanzeige erstellen	
Schritt 1: Werbeseite anlegen	7
Schritt 2: Seite auswählen	7
Schritt 3: Einstellmöglichkeiten	8
Schritt 4: demographische Einstellungen	8
Schritt 5: Zielgruppeneinstellungen	9
Schritt 6: Budget festlegen	10
Schritt 7: Bestellung aufgeben	10
Schritt 8: Gesamtübersicht	11
Schritt 9: Splittest anlegen	11

**Statt Frustration & Kampf:
Freiheit & Reichtum!**

Schritt 10: Bild auswählen	12
Schritt 11: Splittest Übersicht	13
Schritt 12: Ergebnisse Beispiel Splittest	14
Schritt 13: Gesamtübersicht Splittest	14

EINLEITUNG

Facebook Werbung wird immer wichtiger für den Erfolg im Internet. Denn FB-Werbung ist hochgradig effizient. Streuverluste gehören der Vergangenheit an.

Das liegt daran, daß die Facebook-Nutzer auf der Social Media Plattform freiwillig eine Vielzahl von Daten preisgeben. Facebook nutzt diese Daten unter anderem, um Freundesvorschläge zu machen. FB nutzt diese aber auch, um Unternehmen die Möglichkeit zu geben, zielgruppengerechte Werbung zu platzieren.

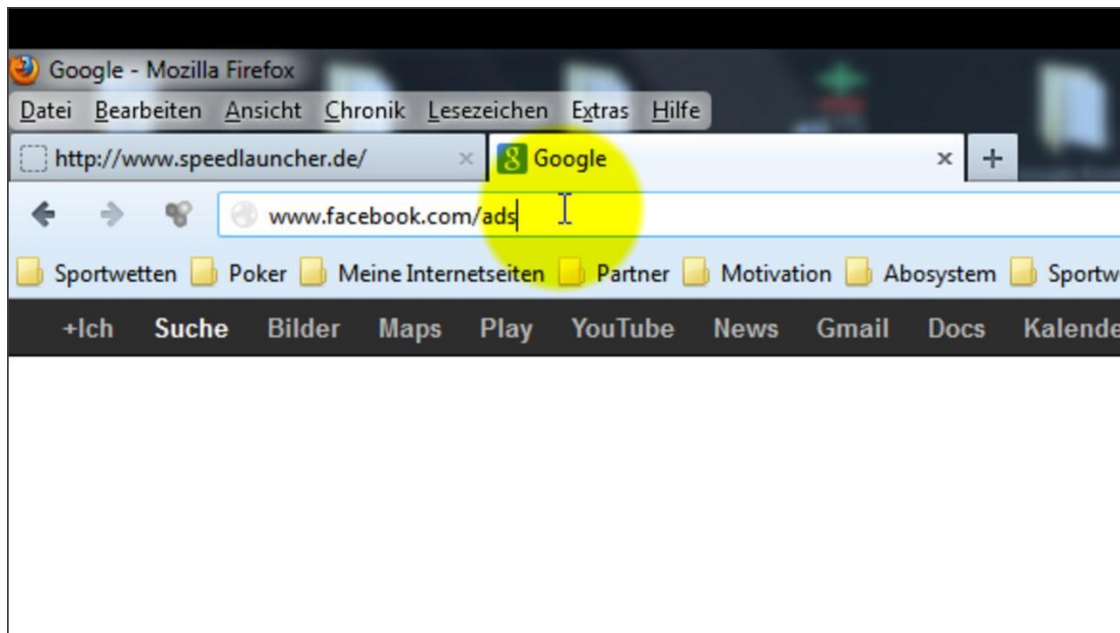
Dies hat den Vorteil, dass die User von heute fast nur zu den Themen Werbung bekommen, die sie wirklich interessieren. Unternehmen wiederum sparen bares Geld, weil Sie nicht tausende Werbeanzeigen verteilen müssen, die letztlich nur im Müll landen. Es stellt sich eine Win-Win-Situation für alle Marktteilnehmer ein.

Von dieser Win Win Situation sollten Sie unbedingt profitieren! Und das können Sie am besten mit Facebook Advertising. Wir führen Sie Schritt für Schritt in Advertising ein, damit Sie effektive Werbeanzeigen schalten können.

Teil 1 Account anlegen

Ihre Anmeldung bei Facebook

1.) Geben Sie in Ihrer Browser Adresszeile www.facebook.com/ads ein und drücken Sie Enter. Anschließend erscheint die Advertising Seite von Facebook.



2.) Gehen Sie nun, wie auf dem Bild zu sehen auf den Button „Erstelle eine Werbeanzeige“ und klicken Sie darauf.



Statt Frustration & Kampf:
Freiheit & Reichtum!

3.) Sie gelangen nun zum Feld der Anmeldung. Logge Sie sich mit Ihrem Facebook Login ein oder legen einen neuen Account an.

Registrieren Verbinde dich mit den Menschen aus deinem Leben und lass sie teilhaben.

Facebook-Anmeldung

Du musst dich anmelden, um diese Seite sehen zu können.

E-Mail oder Telefon: j.kaster@netzverdienstcomteam.de

Passwort: ●●●●●●●●

Angemeldet bleiben

Anmelden oder Für Facebook registrieren

Passwort vergessen?

Deutsch English (US) Español Português (Brasil) Français (France) Italiano العربية हिन्दी 中文(简体) 日本語 ...

4.) Wenn Sie noch keinen Facebook Account haben, dann legen Sie sich einen neuen Account an. Geben Sie dazu wie unten dargestellt Ihre eigenen persönlichen Daten ein, um sich zu registrieren. Anschließend klicken Sie auf weiter.

Tritt Facebook bei, um dich mit deinen Freunden zu verbinden, Fotos zu teilen und dein eigenes Profil zu erstellen.

Vorname: Paul

Nachname: Kaster

Deine E-Mail-Adresse: il.kaster@netzverdienstcomteam.de

E-Mail nochmals eingeben: il.kaster@netzverdienstcomteam.de

Neues Passwort: ●●●●●●●●

Ich bin: Männlich

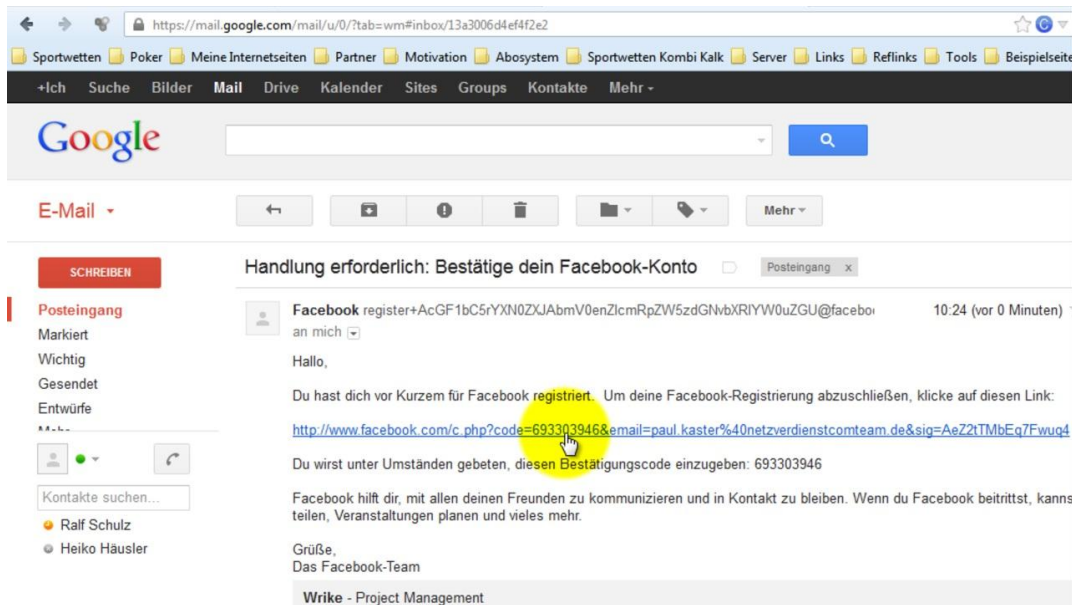
Geburtsdag: 20 Juni 1990

Warum muss ich meinen Geburtstag angeben?

Wenn du auf „Registrieren“ klickst, akzeptierst du unsere Nutzungsbedingungen und erklärst unsere Datenverwendungsrichtlinien sowie Bestimmungen zur Verwendung von Cookies gelesen zu haben.

Weiter

5.) Im nächsten Schritt erhalten Sie eine Bestätigungs-Mail von Facebook. Gehen Sie zurück in Ihr Gmail Konto und bestätigen Sie Ihren Facebook-Account durch klicken auf den Link.

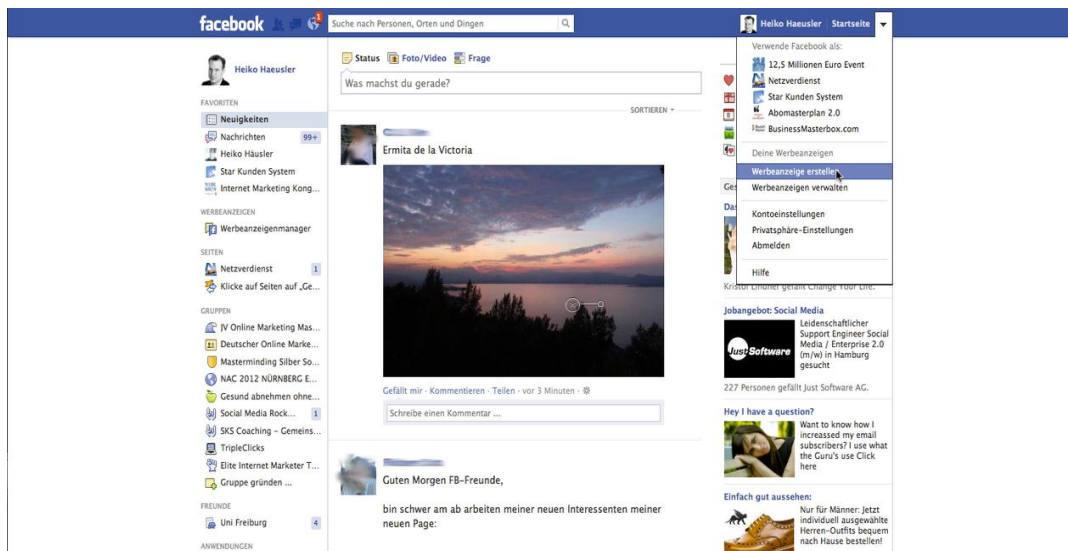


6.) Ihr Facebook-Advertising-Konto ist nun freigeschaltet. Sie können sich jetzt einloggen.

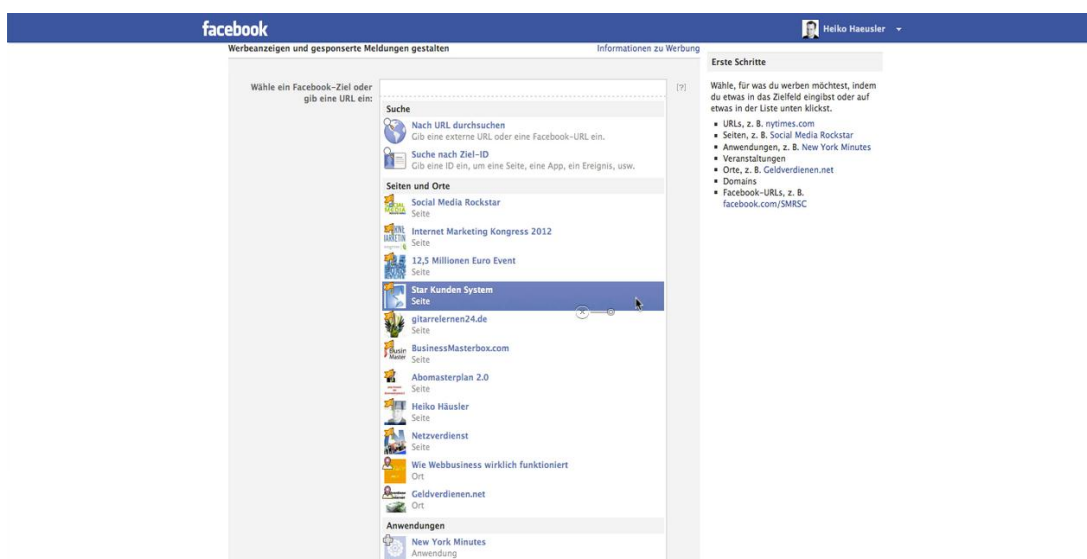


Teil 2 Werbeanzeige erstellen

1.) Um eine Werbeanzeige in Facebook zu erstellen, loggen Sie sich in Ihren Facebook Account ein. Klicken Sie dann oben rechts auf den Pfeil und dann auf Werbeanzeige erstellen.

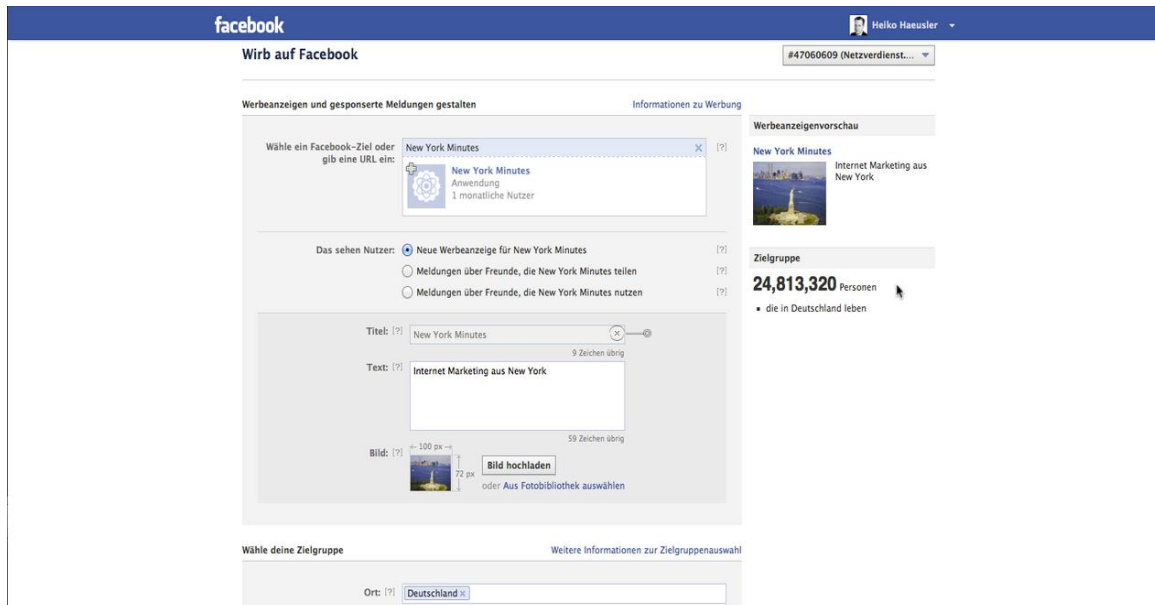


2.) Im Folgenden finden Sie eine Übersicht, in der Sie auswählen sollen, auf welche Seite Ihre Besucher weitergeleitet werden sollen. Sie können hier eine externe URL angeben, oder Facebook interne Seiten, wie etwa Fanpages oder Anwendungen, falls vorhanden.

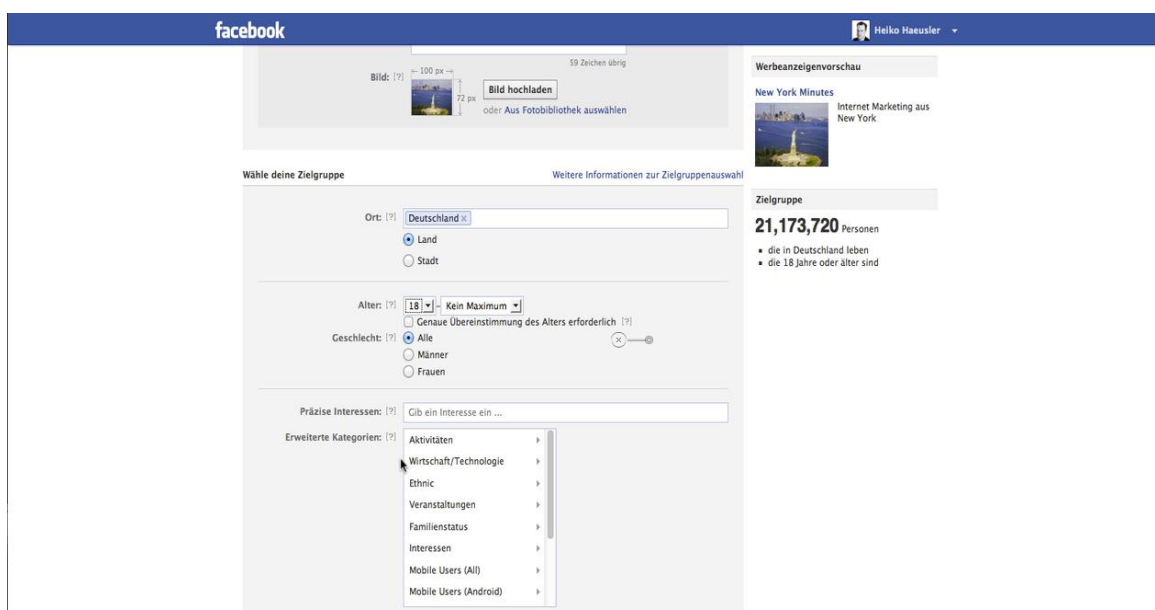


**Statt Frustration & Kampf:
Freiheit & Reichtum!**

3.) Zu Demonstrationszwecken wähle ich meine Facebook Webseiten New York Minutes aus. Hier haben Sie verschiedene Einstellmöglichkeiten für Ihre Werbeanzeige. Das wichtigste sind ein Titel, eine Beschreibung und ein Anzeigebild. Oben rechts sehen Sie eine Vorschau Ihrer Anzeige.



4.) Weiter unten haben Sie dann die Möglichkeit, einige demographische Einstellungen vorzunehmen. In unserem Fall möchte ich, dass die Anzeige nur Facebooknutzern aus Deutschland über 18 Jahren gezeigt wird.



5.) Hier können Sie sehen, wie groß Ihre ausgewählte Zielgruppe ist. Sie können Ihre Zielgruppe beliebig auf Ihre Nische einschränken, was auch zu empfehlen ist, da Sie so geringere Klickpreise erreichen können.

Als Ziel geben wir an, dass Personen auf die Anzeige klicken sollen. Facebook errechnet eine vorgeschlagene Gebotsspanne für Klicks. Je höher Ihr Gebot, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Kampagne eine große bzw. größere Reichweite erreicht, als die einer konkurrierenden Kampagne.

Die Reichweite Ihrer Kampagne hängt von der Menge der Anzeigenschaltungen ab. Das ist die Click Through Rate (CTR), zu deutsch Durchklickrate. Wie Sie Ihre CTR verbessern können, erfahren Sie gleich.

The screenshot displays the Facebook Ads targeting interface. The top navigation bar includes the Facebook logo and the user's name, Helko Haesler. The main content area is divided into several sections:

- Beziehungsstatus:** A list of relationship status options with checkboxes: Alle (checked), Single (checked), In einer Beziehung (checked), Verheiratet (checked), Verlobt (checked), and Nicht angegeben (checked).
- Sprache:** A text input field with the placeholder "Gib eine Sprache ein ...".
- Ausbildung:** A list of education level options with radio buttons: Alle (selected), Schülerin, Studentin, and Hochschulabsolventin.
- Arbeitsplätze:** A text input field with the placeholder "Gib den Namen eines Arbeitsplatzes an ...".
- Erweiterte Zielgruppenoptionen verbergen:** A button with a minus sign icon.
- Ziel:** A dropdown menu showing "Personen zeigen, die mit größter Wahrscheinlichkeit auf meine Werbeanzeige oder gesponserte Meldung klicken".
- Kampagne, Preis und Zeitplan:** A section with a link "Erfahre mehr über Preise".
- Kampagne und Budget:** A section with a link "Neue Kampagne - Bestehende Kampagne verwenden". It includes a text input for "Name der neuen Kampagne" (filled with "Neue Kampagne") and a dropdown for "Budget der Kampagne" (filled with "10 EUR Pro Tag").
- Werbeanzeigenvorschau:** A preview of the ad showing a video thumbnail for "New York Minutes" and the text "Internet Marketing aus New York".
- Zielgruppe:** A summary box showing "21,173,720 Personen" and two bullet points: "die in Deutschland leben" and "die 18 Jahre oder älter sind".
- Vorgeschlagenes Gebot:** A box showing the suggested bid range "€ 0.47-€ 0.98 EUR".

6.) Legen Sie hier Ihr maximales Budget fest. Entweder pro Tag, oder für eine festgelegte Laufzeit. Wir stellen in unserem Test 20 € pro Tag ein und den Clickpreis lassen wir bei den vorgegebenen 60 Cent. Geben Sie den Namen Ihrer neuen Kampagne ein und klicken auf Werbeanzeige überprüfen.

facebook

Suchen

Arbeitsplätze: [?] Gib den Namen eines Arbeitsplatzes an ...

Erweiterte Zielgruppenoptionen verbergen

Ziel Weitere Informationen zu Zielen

Personen zeigen, die mit größter Wahrscheinlichkeit auf meine Werbeanzeige oder gesponserte Meldung klicken

Kampagne, Preis und Zeitplan Erfahre mehr über Preise

Kampagne und Budget Neue Kampagne - Bestehende Kampagne verwenden

Name der neuen Kampagne: [?] New York Minutes

Budget der Kampagne: [?] 20 EUR | Pro Tag

Zeitplan der Kampagne: [?] Meine Kampagne ab heute dauerhaft anzeigen

Preis: Jedes Mal, wenn jemand auf deine Werbeanzeige oder gesponserte Meldung klickt, entstehen dir Kosten (CPC), da du im „Ziel“-Bereich oben, die Option mehr Klicks zu erhalten gewählt hast.

0.60 Pro Klick (CPC)

Vorgeschlagenes Gebot: € 0.47-€ 0.98 EUR

Bestellung aufgeben Werbeanzeige überprüfen

Durch Klicken auf die „Bestellung absenden“-Schaltfläche akzeptiere ich Facebooks Erklärung der Rechte und

Werbeanzeigenvorschau

New York Minutes

Internet Marketing aus New York

Zielgruppe

21,173,720 Personen

- die in Deutschland leben
- die 18 Jahre oder älter sind

Vorgeschlagenes Gebot

€ 0.47-€ 0.98 EUR

7.) Ist alles OK, klicken Sie auf Bestellung aufgeben.

facebook

Suche nach Personen, Orten und Dingen

Heiko Haessler Startseite

Werbeanzeigen überprüfen

Überprüfe deine Werbeanzeigen um sicher zu sein, das du damit zufrieden bist.

Hilfereich

Werbeanzeigenvo

New York Minutes

Internet Marketing aus New York

Name der Werbeanzeige: My Ad

Publikum: Zielgruppe dieser Werbeanzeige:

- die in Deutschland leben
- die 18 Jahre oder älter sind

Kampagne: New York Minutes (Neue Kampagne)

Art des Gebots: CPC

Gebot: 0,60 € EUR pro Klick

Tägliches Budget: 20,00 € EUR pro Tag

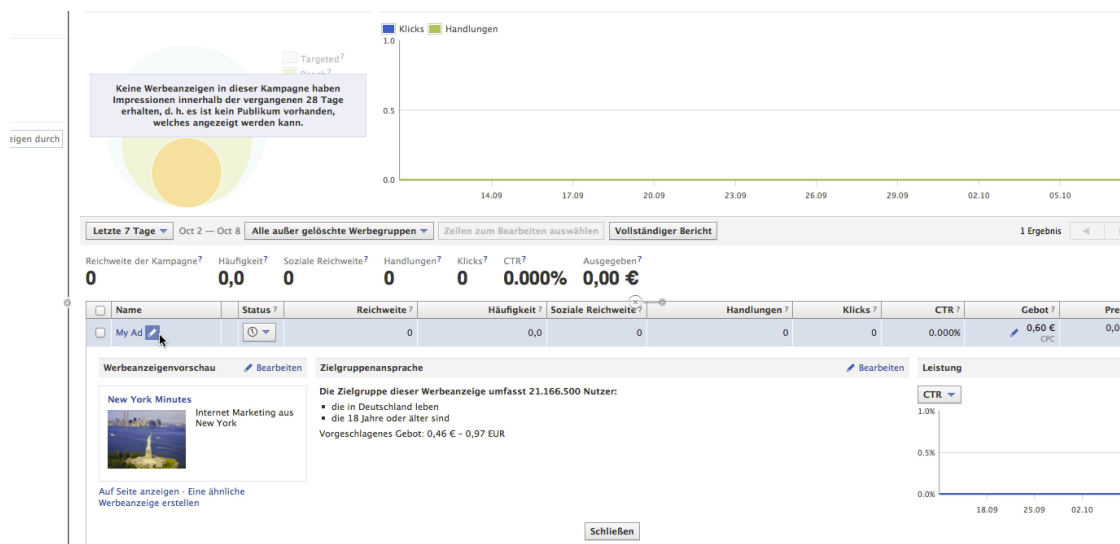
Dauer: Diese Werbekampagne läuft auf unbestimmte Zeit.

Bestellung aufgeben Werbeanzeige bearbeiten

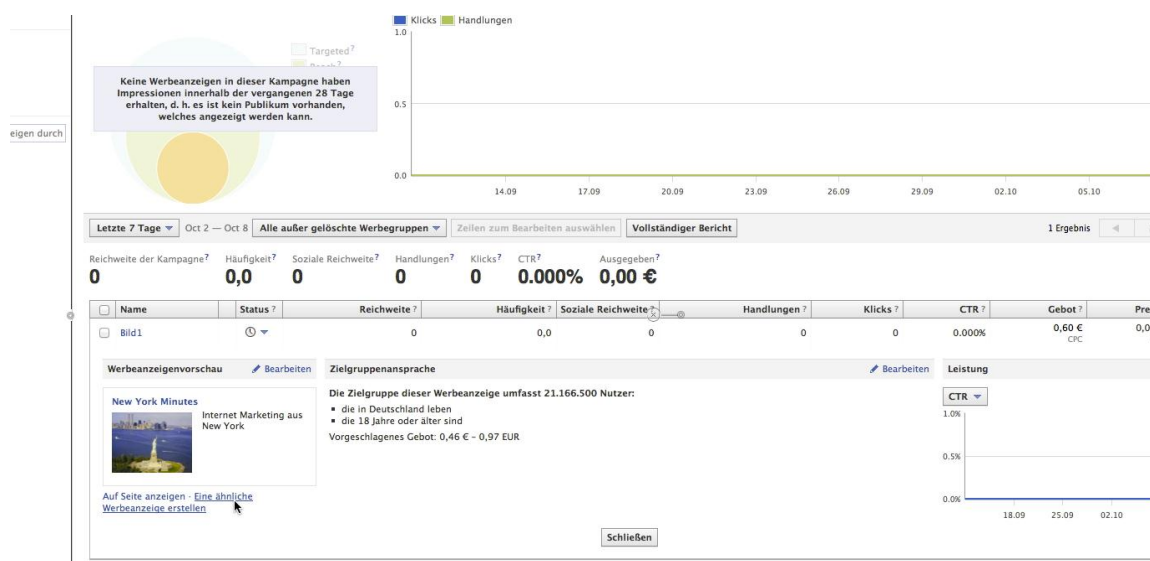
Durch das Anklicken der „Bestellung aufgeben“-Schaltfläche akzeptiere ich die Erklärung der Rechte und Pflichten von Facebook und meine Verpflichtung zur Einhaltung der Facebook-Werberichtlinien. Ein Verstoß gegen die Facebook-Bedingungen und die Werberichtlinien kann verschiedene Konsequenzen haben, unter anderem das Löschen aller von mir geschalteten Werbeanzeigen sowie die Kündigung meines Kontos. Als Einwohner oder Unternehmen mit Hauptsitz in den USA oder Kanada gehe ich ausschließlich eine Vertragsbeziehung mit Facebook, Inc. ein. Ansonsten besteht die Vertragsbeziehung nur mit Facebook Ireland Limited.

Facebook © 2012 - Deutsch Über uns - Werbeanzeige erstellen - Seite erstellen - Entwickler - Karrieren - Datenschutz - Cookies - Impressum/Nutzungsbedingungen - Hilfe

8.) Sie kommen auf der folgenden Seite auf die Gesamtübersicht. Geben Sie Ihrer Kampagne jetzt noch den passenden Namen. Anschließend richten Sie einen Splittest ein, um heraus zu finden, welche Kampagne am besten bei Ihrer Zielgruppe ankommt. Klicken Sie dazu zuerst auf das Bild auf der Linken Seite.



9.) Splittests sind notwendig, um die Qualität der Anzeigen kontinuierlich zu verbessern. Dafür lassen Sie mehrere Anzeigen laufen und schauen nach einiger Zeit, welche Anzeige mehr Klicks bringt oder weniger kostet. Beispielsweise können wir zwei Anzeigebilder gegeneinander im Splittest antreten lassen. Zuerst benennen wir die Anzeige dementsprechend um. Wir erstellen dazu eine identische Werbeanzeige und ändern dann bloß das Bild. Dazu klicken wir auf eine ähnliche Werbeanzeige erstellen.



10.) Wählen Sie ein neues Bild aus und klicken erneut auf Bestellung aufgeben. Danach benennen Sie die Anzeige wieder entsprechend um.

The screenshot shows the Facebook Ads creation interface for the application 'New York Minutes'. The interface is divided into several sections:

- Wähle ein Facebook-Ziel oder gib eine URL ein:** A dropdown menu shows 'New York Minutes' selected.
- Das sehen Nutzer:** Three radio button options are present:
 - Neue Werbeanzeige für New York Minutes
 - Meldungen über Freunde, die New York Minutes teilen
 - Meldungen über Freunde, die New York Minutes nutzen
- Titel:** A text input field containing 'New York Minutes' with '9 Zeichen übrig'.
- Text:** A text input field containing 'Internet Marketing aus New York' with '59 Zeichen übrig'.
- Bild:** A section for selecting an image, showing a small preview of a landscape image and a 'Bild hochladen' button. Below it, it says 'oder Aus Fotobibliothek auswählen'.
- Werbeanzeigenvorschau:** A preview of the ad showing the application name 'New York Minutes' and the text 'Internet Marketing aus New York'.
- Zielgruppe:** A section showing the target audience size as '21,160,940 Personen' and two criteria:
 - die in Deutschland leben
 - die 18 Jahre oder älter sind
- Vorgeschlagenes Gebot:** A section showing the suggested bid range as '€ 0.45–€ 0.97 EUR'.
- Wähle deine Zielgruppe:** A section for selecting the target audience location, with 'Deutschland' selected in a dropdown menu. Below it, there are radio buttons for 'Land' (selected) and 'Stadt'. At the bottom, there is an 'Alter' dropdown menu set to '18' and a 'Kein Maximum' option.

11.) Sie können an dieser Stelle natürlich mehrere Splitttests laufen lassen. Für unser Beispiel sollen 2 Anzeigen reichen. Sie können bspw. mehrere Bilder gleichzeitig testen. 2 verschiedene Überschriften mit identischem Bild oder 2 verschiedene Beschreibungen, lassen sich natürlich auch testen.

Wichtig ist dabei immer, dass Sie nur ein Attribut ändern und den Test laufen lassen. Statt der sichtbaren Anzeige können Sie auch demographische Daten splitttesten. Beispielsweise eine Anzeige, die nur Männern gezeigt wird und eine identische, die nur Frauen gezeigt wird und prüfen, welches Geschlecht sich eher für Ihr Angebot interessiert.

Anhand der Ergebnisse sehen Sie welches Bild, Überschrift oder welche Zielgruppe besser funktioniert. Diese Variante nehmen Sie dann als Grundlage für einen weiteren Splitttest. Die Verlierer der jeweiligen Überprüfung werden gegen neue Möglichkeiten ausgetauscht und getestet. So können Sie Ihre Anzeigen optimal gestalten.


The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and a user profile for 'Heiko Haeuser'. Below that, a graph shows 'Impressionen innerhalb der vergangenen 28 Tage erhalten, d. h. es ist kein Publikum vorhanden, welches angezeigt werden kann.' with a value of 0.0. The main section shows a table of ad results for the last 7 days (Oct 2 - Oct 8). The table has columns for Name, Status, Reichweite, Häufigkeit, Soziale Reichweite, Handlungen, Klicks, CTR, Gebot, and Preis. Two ads are listed: 'Bild1' and 'Bild2', both with 0 impressions, 0 clicks, and 0.000% CTR. Below the table, there's a 'Werbeanzeigenvorschau' (Ad Preview) for 'New York Minutes' with the text 'Internet Marketing aus New York'. To the right, the 'Zielgruppenansprache' (Targeting) section shows a target audience of 21,166,500 users, with criteria: 'die in Deutschland leben' and 'die 18 Jahre oder älter sind'. The suggested bid is 0.45 € - 0.97 EUR. A 'Leistung' (Performance) graph shows a CTR of 0.00% over the last 7 days.

Name	Status	Reichweite	Häufigkeit	Soziale Reichweite	Handlungen	Klicks	CTR	Gebot	Preis
Bild1	📌	0	0,0	0	0	0	0.000%	0,60 € CPC	0,00 € CPC
Bild2	📌	0	0,0	0	0	0	0.000%	0,60 € CPC	0,00 € CPC

12.) Auf den folgenden Bildern sehen Sie die Ergebnisse unseres Beispiel Splittest mit Facebook. Anhand der Ergebnisse können Sie dann sehen, welche Ihrer Kampagne besser bei den Kunden ankommt. Diese nehmen Sie dann als Grundlage für Ihren neuen Splittest. Diesen Vorgang wiederholen Sie so lange, bis Sie Ihre Anzeige perfekt optimiert haben.

Name	Status	Reichweite	Häufigkeit	Soziale Reichweite	Handlungen	Klicks	CTR	Gebot	Preis
Bild1	▶	33.774	2,1	0	0	3	0.004%	0,60 € CPC	0,52 € CPC

Werbeanzeigenvorschau [Bearbeiten](#)



Internet Marketing aus New York

Auf Seite anzeigen · Eine ähnliche Werbeanzeige erstellen

[Schließen](#)

Zielgruppenansprache [Bearbeiten](#)

Die Zielgruppe dieser Werbeanzeige umfasst 21.141.120 Nutzer:

- die in Deutschland leben
- die 18 Jahre oder älter sind

Vorgeschlagenes Gebot: 1,42 € - 3,11 EUR

Leistung

CTR





Bild2	▶	110.762	2,6	0	0	32	0.011%	0,60 € CPC	0,54 € CPC
-------	---	---------	-----	---	---	----	--------	---------------	---------------

Werbeanzeigenvorschau [Bearbeiten](#)



Internet Marketing aus New York

Auf Seite anzeigen · Eine ähnliche Werbeanzeige erstellen

[Schließen](#)

Zielgruppenansprache [Bearbeiten](#)

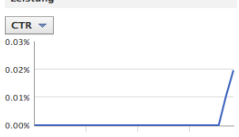
Die Zielgruppe dieser Werbeanzeige umfasst 21.141.120 Nutzer:

- die in Deutschland leben
- die 18 Jahre oder älter sind

Vorgeschlagenes Gebot: 1,14 € - 2,45 EUR

Leistung

CTR



13.) Folgendes Bild zeigt die Gesamtübersicht aller zum Test stehenden Kampagnen Varianten.

Name	Status	Reichweite	Häufigkeit	Soziale Reichweite	Handlungen	Klicks	CTR	Gebot	Preis
Bild1	▶	33.761	2,1	0	0	3	0.004%	0,60 € CPC	0,52 € CPC
Bild2	▶	110.458	2,6	0	0	32	0.011%	0,60 € CPC	0,54 € CPC