

handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Anleitung:

So funktioniert **FACEBOOK-WERBUNG**

Autor: Frank Pollack, freier Journalist

IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

So funktioniert **FACEBOOK-WERBUNG**

Mit bezahlten Anzeigen auf Facebook können Unternehmen neue Kundengruppen sehr zielgenau ansprechen und auf die eigenen Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen. Wir zeigen, was geht und worauf Sie achten müssen.

OHNE FACEBOOK-SEITE KEINE WERBUNG. Voraussetzung, um Werbung auf Facebook schalten zu können, ist eine eigene Facebook-Präsenz, die Unternehmer kostenlos hier anlegen können.

TIPP: Beachten Sie: Mit Facebook-Anzeigen können Sie nur Menschen erreichen, die auch bei Facebook angemeldet sind. Möchten Sie andere Zielgruppen ansprechen, kommen Kanäle wie zum Beispiel Suchmaschinenwerbung, weitere soziale Netzwerke oder auch klassische Werbung etwa in Printmedien, in Betracht.

ANZEIGE SELBST ERSTELLEN. Über das kleine Dreieck oben rechts auf Ihrer Facebook-Seite erreichen Sie den Menüpunkt „Werbeanzeigen erstellen“. Per Klick darauf starten Sie das Ads Create Tool, das Sie mit Fragen und Antwortmenüs bei der Produktion Ihrer Anzeige unterstützt.

TIPP: Facebook-Anzeigen „schwimmen“ im Nachrichtenstrom auf den Seiten der Empfänger mit. Deshalb bedarf es unwiderstehlicher Überschriften, ins Auge fallender Bilder, klarer, kurzer Botschaften und direkter Handlungsaufforderungen („Jetzt ansehen!“, „Hier klicken“), damit Ihre Anzeige wahrgenommen wird und die erwünschten Reaktionen auslöst.

ZIELGRUPPE DEFINIEREN. Das Ads Create Tool führt Sie anschließend durch einen Prozess, in dem Sie die Adressaten Ihrer Werbung sehr genau definieren können, zum Beispiel nach Standort, Alter, Geschlecht, Sprache, Interessen oder Verbindungen mit Ihrem Unternehmen.

TIPP: Facebook bietet lokalen Unternehmen die Möglichkeit, Menschen, die sich gerade in seiner unmittelbaren Nachbarschaft aufhalten, auf den eigenen Laden oder besondere Angebote aufmerksam zu machen. Im Ads Create Tool erreichen Sie diese Funktion über den Button „Hervorheben“ oben rechts.

KUNDEN PERSÖNLICH AUSWÄHLEN ODER „KLONEN“. Spezielle Formen der Zielgruppenauswahl sind die Funktionen „Custom Audience“ und „Lookalike Audience“. Per „Custom Audience“ sprechen Sie mit Anzeigen konkrete Personen an, etwa aus Ihrem Adressverzeichnis. Mit „Lookalike Audience“ sucht Facebook anhand von Kunden, die zum Beispiel bereits bei Ihnen gekauft, Ihre Website besucht oder Ihre App genutzt haben, nach Menschen, die diesen statistisch ähneln. In beiden Fällen müssen Sie Listen (Dateien) mit E-Mail-Adressen, Telefonnummern oder Nutzer-IDs auf einen Facebook-Server laden, der diese dann nach Facebook-Angaben „anonymisiert“ in Form von Hashwerten verarbeitet.

So funktioniert **FACEBOOK-WERBUNG**

ACHTUNG. Bevor Sie Daten an Facebook (oder andere externe Unternehmen) weitergeben, müssen sie die ausdrückliche Zustimmung der betroffenen Kunden eingeholt haben! Facebook sichert sich diesbezüglich ab, indem Firmen vor dem Upload der Daten zwingend die Aussage „Ich stimme den Facebook Custom Audience Terms zu“ anklicken müssen. In diesen „Terms“ steht an erster Stelle: „Du versicherst und gewährleistest, dass du ... jedwede erforderliche Zustimmung von den Dateninhabern eingeholt hast.“

ANZEIGENMANAGER ZUM DOWNLOAD. Das Verwalten und Controlling von Facebook-Anzeigen und Kampagnen ermöglicht der Ads-Manager, der sowohl am PC aufgerufen werden kann, als auch als App im Google Playstore oder bei iTunes abrufbar ist.