

Kurzleitfaden Facebook-Werbung

Auf Facebook kann Werbung gemacht werden, um Reichweite zu erhöhen und Zielgruppen optimal anzusteuern. Dies kann unter anderem für Mitgliederwerbung oder Hervorheben von Veranstaltungen genutzt werden. Hierbei gibt es zwei Möglichkeiten. Die einfachste Art ist es, einen Beitrag in der Chronik mit einem Budget zu versehen. Es könne aber auch „richtige“ Facebook-Werbeanzeigen geschaltet werden. Hierbei muss allerdings ein weiterer Profilbereich genutzt werden, der Werbeanzeigenmanager.

Im Folgenden soll nur die Beitrags- und Veranstaltungsbewerbung vorgestellt werden.

Voraussetzungen:

Um Werbung zu schalten, braucht eine Verkehrswacht eine Facebook-Seite (theoretisch kann das irgendeine Seite sein, sollte aber zum Thema passen). Eine Seite wird durch ein oder mehrere Facebook-Profile (meist der Private Account) betreut. Über das Profil muss eine Zahlungsmethode (z. B. PayPal, Kreditkarte, Kontoabbuchung) festgelegt werden.

Einen Beitrag bewerben

Der Beitrag muss vor der Bewerbung existieren. Dieser muss also zuerst erstellt und veröffentlicht werden. Z. B.: „Werden Sie Mitglied in der Verkehrsacht XY!“

Im Newsfeed der Seite wird der Beitrag herausgesucht. Dort befindet sich meistens schon ein Button, der zum Bewerben aufruft. Hierüber gelangt man zur Übersicht der Anzeigeneinstellungen und kann dort ganz einfach z. B. die Ziele der Werbung, Dauer und Umfang festlegen.

Ziel

Sie möchten mehr Mitglieder gewinnen. Was möchten Sie konkret, dass die Leser*innen des Beitrags tun? Das können Sie bei „Ziel“ festlegen. Für die Mitgliederwerbung empfiehlt es sich, einen Kontakt herzustellen, also einen Anruf bewirken [„Erhalte mehr Anrufe“]; die hinterlegte Telefonnummer muss dann natürlich gut erreichbar sein; Kontaktdaten abfragen über ein Formular [„Mehr Leads“] oder auf die Kontaktseite der Verkehrswacht-Homepage zu verlinken. Je nachdem wird ein entsprechender Aktions-Button bei der Werbung angezeigt.

Button

Danach kann der Aktionsbutton mit den relevanten Infos (also Telefonnummer, Link oder Formular) bestückt werden.

Zielgruppe

Das wichtigste ist, die Zielgruppe festzulegen. Hierbei sollten nicht Follower der Seite ausgewählt, sondern ein sogenanntes Targeting gemacht werden, also die Eigenschaften der zu erreichenden Personen festgelegt werden. Geschlecht, Alter und Wohnort werden hier vorrangig bestimmt. Es können aber auch genaue Details sein wie Ausbildungsgrad, Vorlieben oder bestimmtes Verhalten. Hierbei einfach dem Menü folgen.

Ist eine Zielgruppe über Targeting bestimmt, wird sie mit einem Namen versehen und automatisch gespeichert.



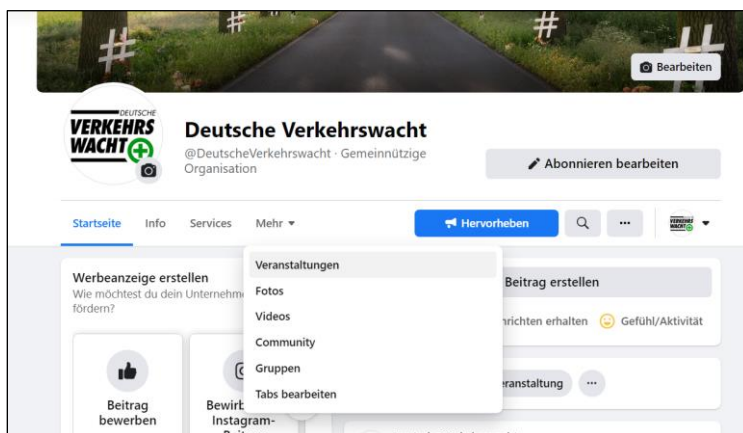
Dauer/Budget

Jetzt muss nur noch die Dauer der Anzeige (startet nach der Freigabe durch Facebook sofort bis zu einem festgelegten Enddatum) und das Gesamtbudget festgelegt werden. Es wird dann angezeigt, wie viele Nutzer*innen etwa pro Tag erreicht werden. Falls noch keine Zahlungsmethode festgelegt wurde, kann dies ebenfalls noch gemacht werden.

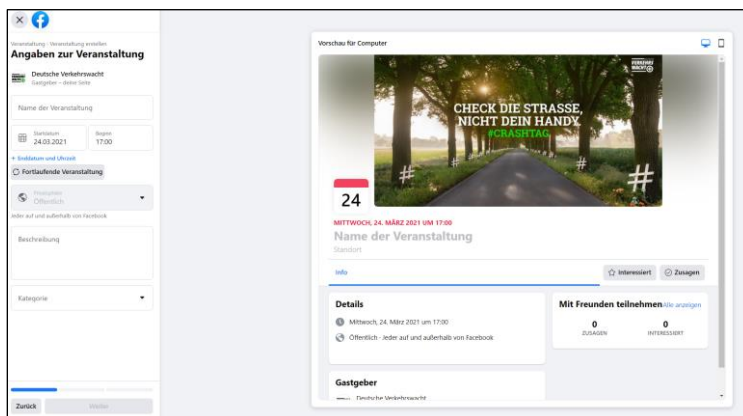
Die Auslieferung der Anzeige wird per E-Mail bestätigt. Eine Rechnung wird zugesandt und kann zur Abrechnung eingereicht werden.

Eine Veranstaltung bewerben

Veranstaltung anlegen: Auf der Start-Seite auf „Mehr“ klicken, dann „Veranstaltungen“ (dort erscheint die *Veranstaltungsübersicht*) → „Neue Veranstaltungen erstellen“ → „Präsenzveranstaltung“



Dann links die Daten der Veranstaltung eingeben (rechts ist die Vorschau). Die Veranstaltung wird dann auf der Facebook-Seite veröffentlicht.



In der *Veranstaltungsübersicht* kann dann direkt beworben werden. Der Vorgang ist derselbe wie bei der Beitragsbewerbung, nur das *Ziel* und der *Button* fehlen, da diese beiden Zwecke bei Veranstaltungen schon festgelegt sind.



84,00 € EUR