

SOCIAL MEDIA WERBUNG RICHTIG EINSETZEN

Tipps für erfolgreiche bezahlte Werbung

#digital-Impuls

Anne-Kathrin Liebthal



Vorträge, Seminare, Workshops
Tourismusmarketing-Beratung und -Konzepte
Sparringspartnerin für touristische Projekte

THEMEN

- Einführung: warum Social Ads für Ihre Online-Strategie?
- Social Media Plattformen für Ihre Werbung
- Wie funktionieren Social Ads?
- Tipps für die Planung von Social Media Kampagnen
- Erfolgsmessung

Fragen gern im
Chat sammeln








Warum Social Ads für Ihre Online-Strategie?

Einführung

Was ist Social Media Advertising?

- bezahlte Anzeigen in sozialen Netzwerken (auch: Social Media Ads, Paid Social)
- werden dem User in seinem Personal Feed oder im Messenger angezeigt
- Absender ist der Werbetreibende selbst oder ein Werbepartner (z.B. Influencer)

Vorteile von Social Ads

-  hohe Reichweite
-  oft günstiger als andere Werbeformate
-  volle Kostenkontrolle und direkte Messbarkeit
-  genaue Zielgruppendefinition möglich
-  Werbung im natürlichen Umfeld des Nutzers
-  für viele Marketingziele geeignet
-  Push statt Pull



Mit Strategie zum Erfolg



Marketingziele für Social Ads

- ✓ Bekanntheitsgrad der Marke erhöhen
- ✓ Neue Zielgruppen ansprechen
- ✓ Leads und Kundenbindung
- ✓ Website-Traffic erhöhen
- ✓ Buchungen und sonstige Conversions generieren
- ✓ Interaktion und Kommunikation fördern
- ✓ Personal finden

Social Media Plattformen

Gängige Netzwerke für Online-Werbung

85 % der deutschen Bevölkerung nutzen aktiv Social Media

We are social. Digital 2023 Report

Potentielle Werbe-Reichweiten von Social Media Anzeigen in Deutschland

1. YouTube (70,9 Mio.)
2. Instagram (27,45 Mio.)
3. Facebook (24,5 Mio.)
4. TikTok (20,65 Mio.)
5. Pinterest (15,88 Mio.)
6. Snapchat (17,45 Mio.)
7. LinkedIn (15 Mio.)

We are social. Digital 2023 Report

meistgenutzte Netzwerke (täglich/mehrmals die Woche):

1. WhatsApp (81%)
2. Facebook (52%)
3. Youtube (51%)
4. Instagram (40%)
5. TikTok (17%)
6. Twitter (15%)
7. Pinterest (15%)
8. Snapchat (13%)
9. LinkedIn (10%)

V.I.R Daten & Fakten 2022
Deutschsprachige Bevölkerung 14 – 75 J.

Ziele & Zielgruppen entscheiden, welche Plattform für SIE relevant ist

Wie funktionieren Social Ads?

Überblick zu Werbemöglichkeiten
auf ausgewählten Plattformen

Basics

- Auktionsprinzip
 - Kosten pro Klick (CPC) oder pro 1000 Impressionen (CPM) berechnen sich u.a. nach Zielgruppe, Wettbewerb, Platzierung
 - je genauer das Targeting und je relevanter die Anzeige für die Zielgruppe, desto geringer die Kosten
 - Werbung bereits mit geringen Budgets möglich
 - Volle Kostenkontrolle durch Maximalbudget
 - Tages- oder Laufzeitbudgets
 - Anzeigen können
 - auch nur tageweise ausgespielt werden
 - jederzeit angepasst werden
- > sehr flexibel

Ziele und Zielgruppen



- bestimmen
 1. die Wahl der Plattform und
 2. die Anzeigengestaltung
- Targetingmöglichkeiten: Zielgruppe definieren durch z.B.
 - demografische Merkmale (Wohnort, Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf...)
 - Interessen
 - Verhalten
 - Lookalike Audiences
 - Suchbegriffe/Keywords (Pinterest)
 - Retargeting
- Targeting & DSGVO

Gängige Anzeigenformate & Kostenbeispiele

bei Meta (Facebook und Instagram), YouTube und Pinterest



- je nach Ziel, Zielgruppe und Plattform: unterschiedliche Formate und Platzierungen

Facebook/Instagram via Meta Business Suite

- für alle Ziele geeignet, wobei Markenbekanntheit und Traffic am besten zu erreichen sind
- Instagram: hochwertige Fotos und Videos/Reels besonders für Brand Awareness
- je nach Platzierung auf unterschiedliche Formate achten, z.B.
 - quadratische Fotos (empfohlen) im Feed, Hochformat bei Reels und in Stories
- je nach Format unterschiedliche Mindestbudgets, aber sehr gering
- Bsp.: Tagesbudget 10 € x Laufzeit 14 Tage = 140 € Werbekosten

CPC 0,10 € -> 1.400 Klicks

Meta: Image, Carousel, Video

Jochen Schweizer Erlebnisse
Anzeige
Bibliotheks-ID: 1018833362569826

Verschenke unsere **TOP-Erlebnisse** 🌟
 ✓ Flexibel einlösbar & mind. 3 Jahre gültig 📅
 ✓ Marktführer mit über 1 Millionen Kunden
 ✓ Ausgezeichneter Kundenservice



JOCHEN-SCHWEIZER.DE
Candle Light Dinner für 2
TOP-Erlebnis

Shop Now

Sachsen Tourismus
Anzeige
Bibliotheks-ID: 890488452264680

Content ist King! Mit unseren Marketingaktivitäten wollen wir Geschichten schreiben, die im Kopf bleiben – und genau dafür suchen wir **DICH!**

Als Web- und Content-Manager (m/w/d) bei der TMGS bist du der Supervisor unserer Website und unseres Contents. Mit deiner Berufserfahrung, deiner strukturierten, analytischen Arbeitsweise...



DEINE AUFGABEN

- Du bist der Supervisor und verantwortlich für die Weiterentwicklung.
- Du führst Performance-A und erstelst KPI-basierte Fachbereiche.

WAS WIR UNS VON DIR WÜNSCHEN

- Mindestens 3-4 Jahre Berufserfahrung im Bereich Web- und/oder Content-Management.
- Erfahrung mit Content Management Systemen und in der Optimierung von Inhalten für Suchmaschinen und Conversions.

SACHSEN-TOURISMUS.DE
Komm ins Team!
Sachsen Tourismus

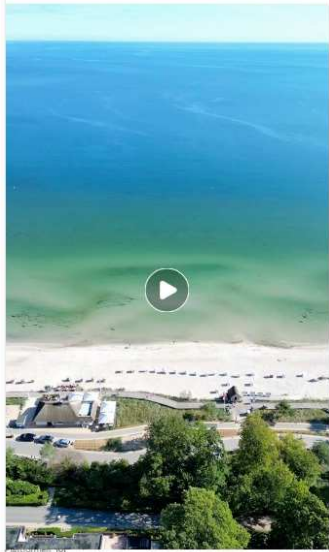
Apply Now

SACHSEN-TOURISMUS.DE
Deine Aufgaben bei Sachsen Tourismus

Lübecker Bucht Tourismus
Anzeige
Bibliotheks-ID: 1017225996177007

Unsere Glücksformel: Jeden Tag ein bisschen Meer! 🌊 Und das zur jeder Jahreszeit! 🍷

#lübeckerbucht #ostseeliebe #strandleben #scharbeutz #sierkadorf #haffkrug #neustadtinholstein #rettin #pelzerhaken #urlaubammer #ostsee #ostseeküste



Quelle: <https://www.facebook.com/ads/library>

YouTube via Google Ads

- besonders für Markenbekanntheit geeignet, aber auch Aktionsanzeigen z.B. mit Buchungslink möglich
- In-Stream-Ads:
 - nach 5 sec überspringbare Videoanzeigen
 - nicht überspringbare Videoanzeigen (teurer)
 - Bumper-Anzeigen (max. 6 sec)
- Discovery Ads (große Reichweite, hochpreisig)
- je nach Format unterschiedliche Mindestbudgets (od. Festpreise)
- Bsp.: überspringbare Anzeige, Kosten entstehen erst ab 30 sec Anschauen bzw. bei Interaktion
Tagesbudget 20 € x Laufzeit 14 Tage = 280 € Werbekosten
CPV 0,10 € -> 2.800 Views

Pinterest via Pinterest -Werbemanager

- Besonderheit: Targeting nach Suchbegriffen
- Hauptziel: Website-Traffic
- Formate u.a.: Bild- oder Video Ads (ähnlich organischen Pins)

- Bsp.: Tagesbudget 10 € x Laufzeit 14 Tage = 140 € Werbekosten
CPC 0,10 € -> 1.400 Klicks



Städtereisen für Silvester – 7 Reiseziele für Romantiker &...



Was denkst du? Wo befindet sich dieses Skigebiet?

Anzeige von 3 Zinnen Dolomites | Skiresort Südtirol - Alto Adige



Die schönsten Reiseziele für Silvester mit Kindern



10 schöne Orte für Pärchen, um an Silvester zu verreisen



Städtereisen in Deutschland über Silvester | deutschlandLiebe



Winterwunderland in Finnland entdecken!

Anzeige von dertour



Silvester in Ruhe: Kurzurlaub in abgeschiedenen Hütten - Schnitz...



Silvesterreisen Angebote 2023/2024 - Dein unvergessliche...



Jufenalp Bucket-List Austria - Jufenalp



Städtereisen in Deutschland über Silvester | deutschlandLiebe

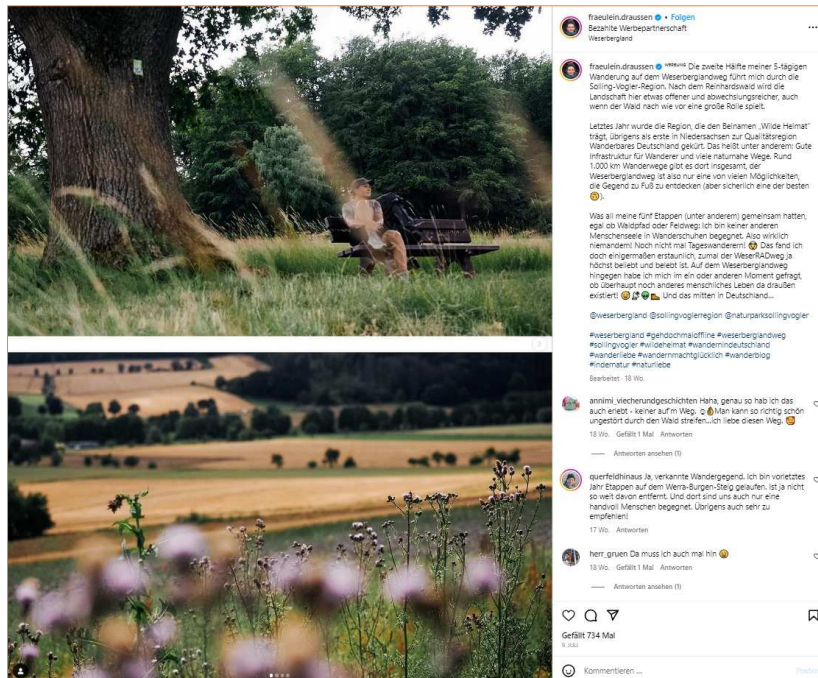


Die schönsten Airbnbs für euer Silvester | Urlaubsguru



Die schönsten Airbnbs für euer Silvester | Urlaubsguru

Branded Content Ads: bezahlte Partnerschaften

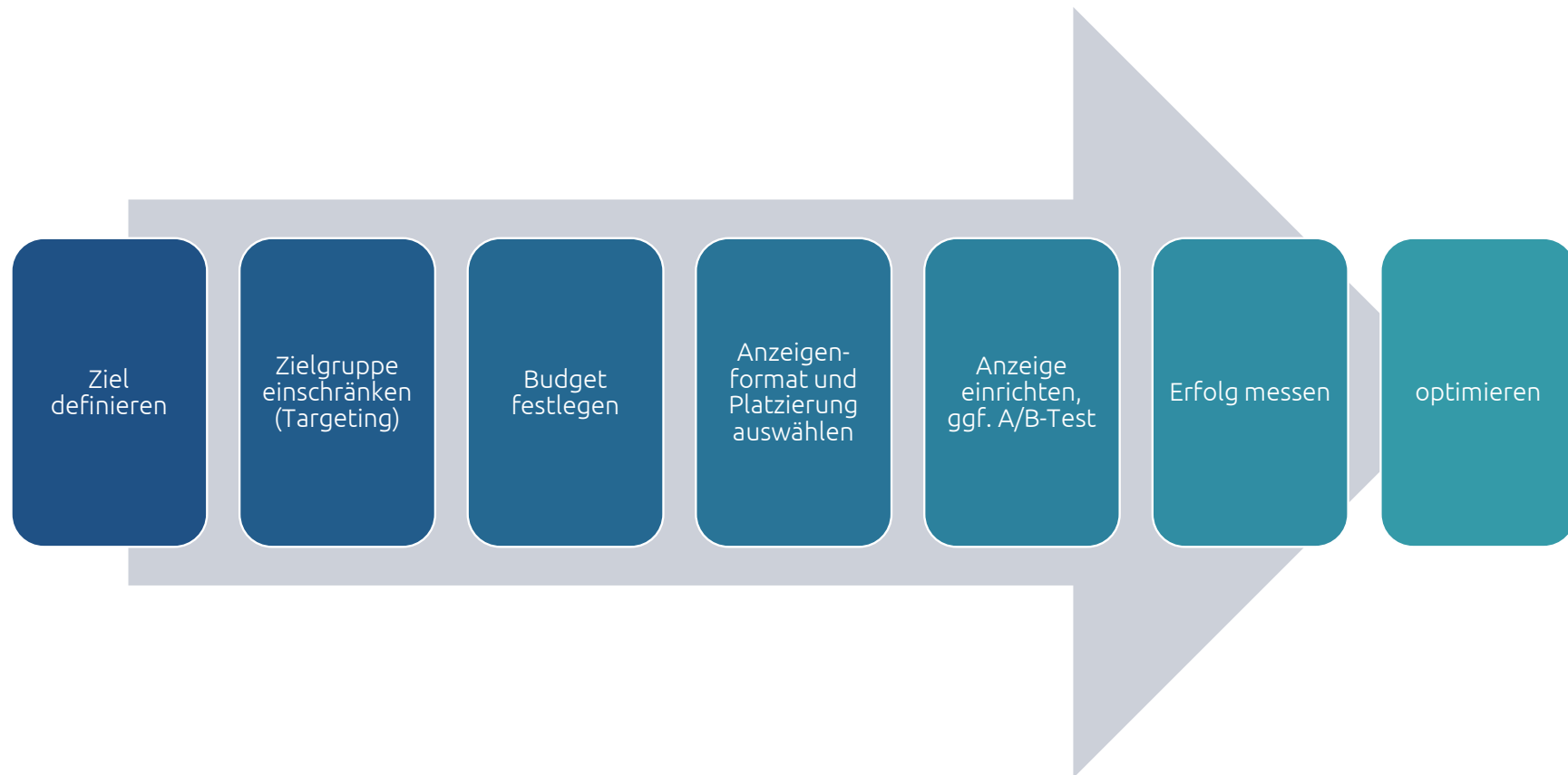


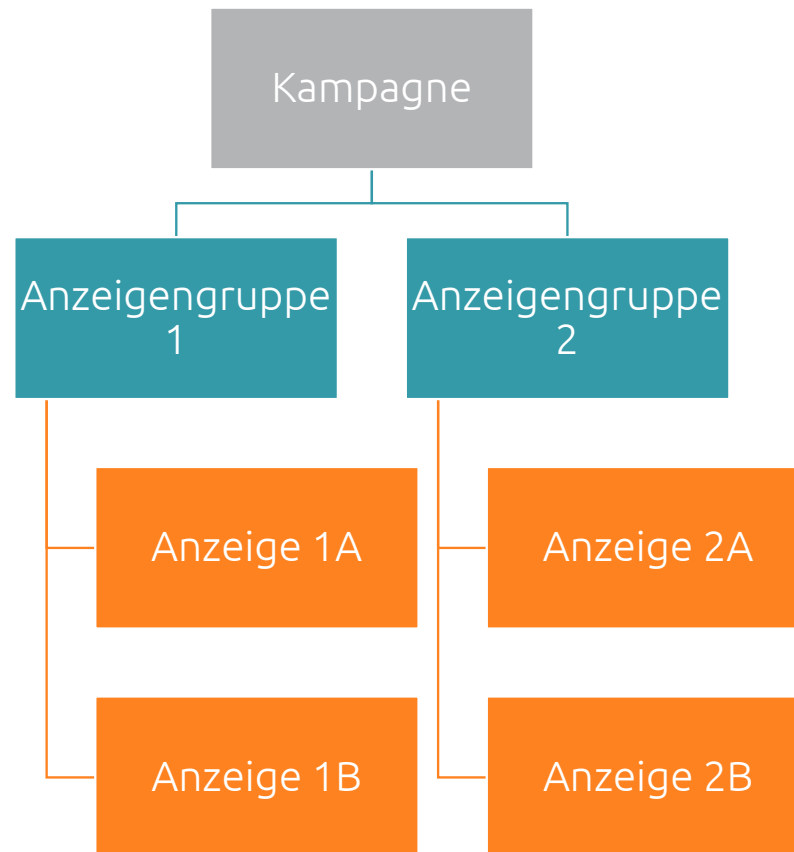
Quellen:
https://www.instagram.com/p/Cue2ujANT3d/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/CylyKWHMEZL/>

Umsetzung von Social Media Kampagnen

Tipps für Ihren Erfolg

Kampagnen einrichten





Ausgewählte Tipps



- Werbeanzeigenmanager statt „Beitrag bewerben“
- mehrere Gestaltungen (A/B-Tests) und Formate testen
- „DNA“ der Plattform kennen & nutzen
- lieber ein hochwertiges Foto statt eines schlechten Videos
- authentisch sein
- klare und passende Call-to-Actions (CTA) nutzen
- Landingpage muss zur Anzeige passen
- Tools zur kreativen Gestaltung
 - Meta Business Suite
 - Canva
 - ChatGPT & Co.
- Inspiration sammeln

Nicht vergessen: Erfolge messen

Überblick zu Kennzahlen und Messinstrumenten

Messgrößen für Ihre Social Ads Ziele

- ✓ Bekanntheitsgrad der Marke erhöhen (Impressionen, Reichweite bei der gewünschten Zielgruppe)
- ✓ Neue Zielgruppen ansprechen (Reichweite bei Nicht-Followern)
- ✓ Leads und Kundenbindung (Formularabsendung, Anrufe, Interaktionen, Abonnenten)
- ✓ Website-Traffic erhöhen (Klicks)
- ✓ Buchungen und sonstige Conversions generieren (Online-Umsatz, Online-Anfragen, Newsletter-Abos, Downloads...)
- ✓ Personal finden (Online-Bewerbungen)



Wichtigste Tools: Insights der Plattformen; Webanalyse-Dienste, z.B. Google Analytics, Matomo

Zusammenfassung

Erfolgsfaktoren für Social Media Werbung

Erfolgsfaktoren bei Social Ads



realistische Ziele definieren und verfolgen



hochwertige Anzeigen, die relevant für Ihre Zielgruppe sind



effektives Targeting



Testen, analysieren, optimieren



Zielerreichung messen

**Vielen Dank
& viel Erfolg**

Anne-Kathrin Liebthal

liebthal@comigo-marketing.de



www.comigo-marketing.de