

# Alles, was Sie über Facebook-Zielgruppen wissen müssen (+ Einrichtung des Tracking)

Präsentiert von Mireille van Reenen und  
Jamie Hänni

# 14

## Die größte Falle der Facebook & Instagram Werbung

# Zielgruppe definieren bisher: endlose Möglichkeiten

## Zielgruppe

Lege fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. Mehr dazu.

**Neu erstellen** | Gespeicherte Zielgruppe verwenden ▼

### Custom Audiences ⓘ

Custom Audiences oder Lookalike Audiences hinzufügen

Ausschließen | Neu erstellen ▼

### Standorte ⓘ

Jeder an diesem Ort ▼

Schweiz

📍 Schweiz

📍 Einschließen ▼

Gib weitere Standorte ein

Durchsuchen

Standorte auf einmal hinzufügen

### Alter ⓘ

18 ▼ - 65+ ▼

### Geschlecht ⓘ

Alle Männer Frauen

### Sprachen ⓘ

Gib eine Sprache ein ...

### Detailliertes Targeting ⓘ

Personen **EINSCHLIESSEN**, auf die mindestens **EINES** der folgenden Merkmale zutrifft ⓘ

Demografie, Interessen oder Verhaltenswe... | **Vorschläge** | Durchsuchen

Personen ausschließen

Weitere die Interessen aus, wenn diese die Conversions zu geringeren Kosten pro Conversion steigern könnte. ⓘ

## Zielgruppengröße



Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß.

Potenzielle Reichweite: 4.300.000

Personen ⓘ

Deine detaillierten Targeting-Kriterien erlauben aktuell eine Interessenausweitung. ⓘ

### Geschätzte Tagesergebnisse

**Reichweite**

1.400 - 9.000 ⓘ

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdaten. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.

Waren diese Schätzungen hilfreich?

# Zielgruppe definieren

 **Coaching - Mentoring - Beratung**  
Gesponsert · €

Kostenloses Video: Befreiungsschlag, der zum Erfolg führt



Ich zeige Ihnen den ersten Schritt zur Veränderung

[Mehr ansehen](#)

9 Reaktionen 1 Kommentar

Gefällt mir Kommentieren Teilen

**Aufmerksamkeit**



# Zielgruppe definieren



**Aufmerksamkeit**



Personendaten

Gewohnheiten

Vorlieben

Verhalten

...

= 1.000.000 Faktoren

# Zielgruppe definieren



**Aufmerksamkeit**

**1.000.000 Faktoren**

Anzahl  
Facebook User



# Die Kraft der Facebook Algorithmen

Anzahl  
Facebook User

1.000.000 Faktoren

∞ Kombinationen



Aufmerksamkeit



# Die größte Falle der Facebook Werbung



# Die größte Falle der Facebook Werbung

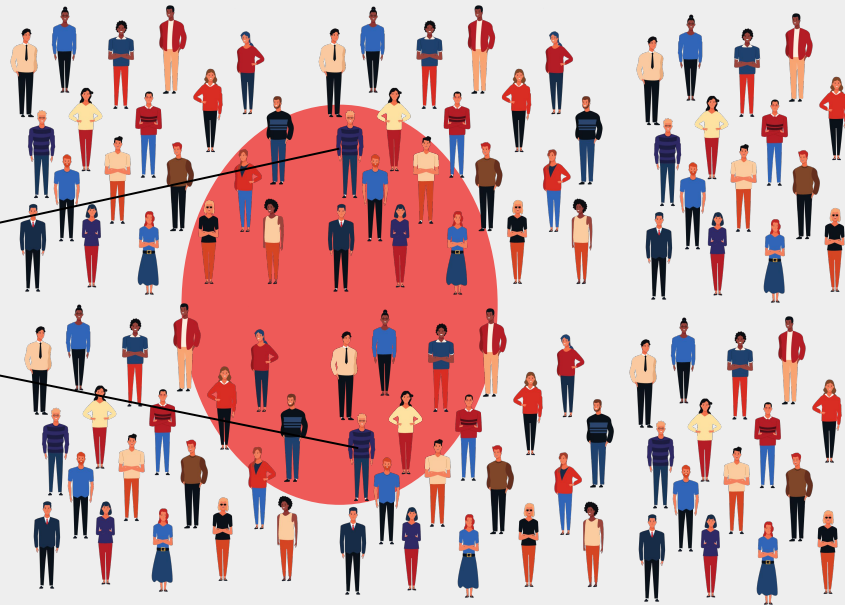
Anzahl  
Facebook User

1.000.000 Faktoren

↳ zu wenige  
Kombinationen



Aufmerksamkeit



# Normalerweise sagen wir: Definieren Sie Ihre Persona so genau wie möglich ...



- Kurt
- selbständiger Unternehmer
- 40–55 Jahre alt
- technische Schwierigkeiten mit Neuen Medien
- muss den Sprung in die digitale Welt schaffen, da analoge Marketingmaßnahmen nicht mehr funktionieren
- etc.

# Nischen-Formel

Wir verhelfen **Kunden** zur **Lösung** mit **Angebot**

# Die Arbeit mit den Facebook Zielgruppen ist kontraintuitiv (= gegen das Gelernte)



- Kurt
- selbständiger Unternehmer
- 40 bis 55 Jahre alt
- technische Schwierigkeiten mit Neuen Medien
- muss den Sprung in die digitale Welt schaffen, da analoge Marketingmaßnahmen nicht mehr funktionieren
- etc.

# Daher in Facebook bitte nicht zu viel einschränken

## Zielgruppe

Lege fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. Mehr dazu.

Neu erstellen

Gespeicherte Zielgruppe verwenden ▼

Custom Audiences ⓘ

Custom Audiences oder Lookalike Audiences hinzufügen

Ausschließen | Neu erstellen ▼

Standorte ⓘ

Jeder an diesem Ort ▼

Schweiz

📍 Schweiz

📍 Einschließen ▼

Gib weitere Standorte ein

Durchsuchen

Standorte auf einmal hinzufügen

Alter ⓘ

18 ▼

-

65+ ▼

Geschlecht ⓘ

Alle

Männer

Frauen

Sprachen ⓘ

Gib eine Sprache ein ...

Detailliertes Targeting ⓘ

Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft ⓘ

Demografie, Interessen oder Verhaltenswe... |

Vorschläge

Durchsuchen

Personen ausschließen

Weitere die Interessen aus, wenn diese die Conversions zu geringeren Kosten pro Conversion steigern könnte. ⓘ

## Zielgruppengröße



Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß.

Potenzielle Reichweite: 4.300.000 Personen ⓘ

Deine detaillierten Targeting-Kriterien erlauben aktuell eine Interessenausweitung. ⓘ

## Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite

1.400 - 9.000 ⓘ

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdata. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.

Waren diese Schätzungen hilfreich?

# Wir sagen es schon lange: Neu auch offiziell von Seiten Facebooks

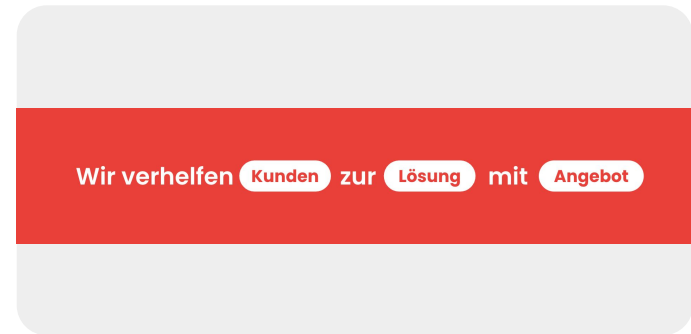
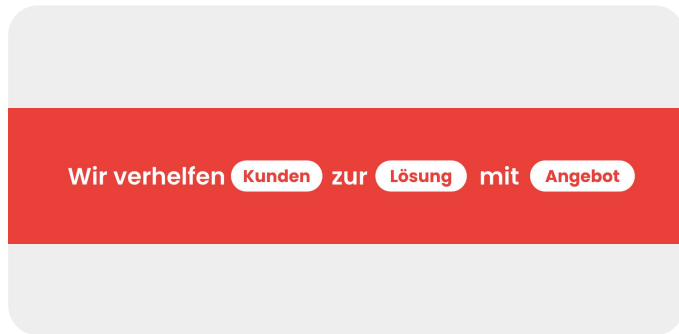
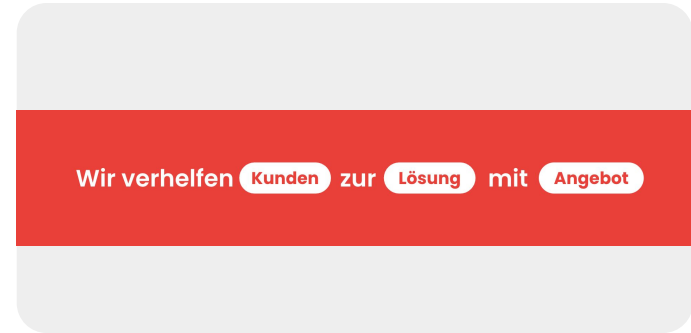
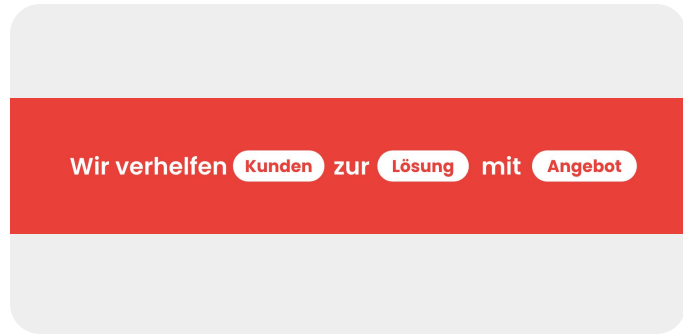
## ✔ Advantage+ Audience ↗

Unsere Werbetechnologien finden deine Zielgruppe automatisch. Wenn du einen Zielgruppenvorschlag teilst, priorisieren wir Zielgruppen, die diesem Profil entsprechen, bevor es zu einer breiteren Suche übergeht. [Mehr dazu](#)

⊕ Zielgruppenvorschlag (optional)

[Zu ursprünglichen Zielgruppenoptionen wechseln](#)

# Die KI von Facebook sucht für jede Anzeige automatisch die ideale (Sub-)Nische



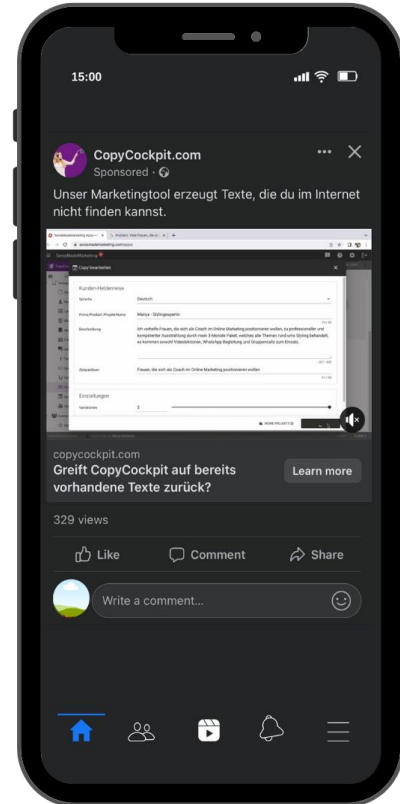
# Die Persona sollte allerdings trotzdem genau definiert sein, aber sie wirkt indirekt auf die Werbung



- Kurt
- selbständiger Unternehmer
- 40–55 Jahre alt
- technische Schwierigkeiten mit Neuen Medien
- muss den Sprung in die digitale Welt schaffen, da analoge Marketingmaßnahmen nicht mehr funktionieren
- etc.



# Indem die Anzeige auf die Eigenschaften der Persona optimiert ist, wird dies von FB erkannt und optimiert



[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)