

# Facebook & Instagram Werbung leichtgemacht: Möglichkeiten und Strategien in der Übersicht

Präsentiert von Mireille van Reenen  
und Jamie Hänni

# 05

## Grundeinrichtung des Kontos

# Vorbereitung einer Facebook & Instagram Kampagne

1. Facebook Grundeinstellungen
2. Verstehen wie Kampagnen aufgebaut sind
3. Eigene Strukturierung und Ideenfindung
4. Anzeigen verfassen und vorbereiten
5. Zielgruppen definieren
6. Tracking (Pixel, Domain verifizieren, Conversion Script, Custom Conversions)
7. Kampagne anhand vorbereiteter Vorlage aufbauen und starten
8. Tägliche Überwachung der Werbekampagne

# Vorbereitung einer Facebook & Instagram Kampagne

1. Facebook Grundeinstellungen
2. Verstehen wie Kampagnen aufgebaut sind
3. Eigene Strukturierung und Ideenfindung
4. Anzeigen verfassen und vorbereiten
5. Zielgruppen definieren
6. Tracking (Pixel, Domain verifizieren, Conversion Script, Custom Conversions)
7. Kampagne anhand vorbereiteter Vorlage aufbauen und starten
8. Tägliche Überwachung der Werbekampagne

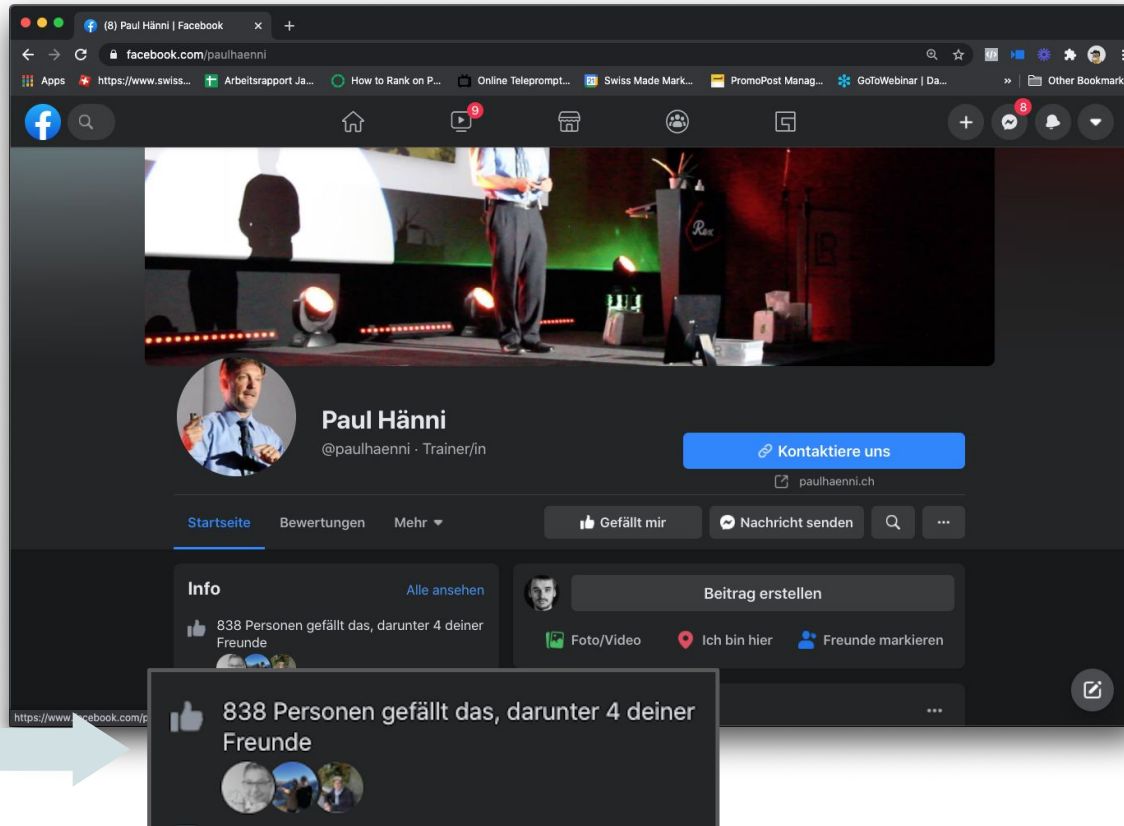
# Phase 1:

# Facebook Grundeinstellungen

# Grundvoraussetzungen für diese Serie

- ✓ Persönliches Facebook Profil
- ✓ Facebook (und Instagram) Fanseite (mit ca. 200 Likes)
- ✓ Business Manager Account
- ✓ Werbekonto

# Facebook Werbung erfordert eine Fanpage



# Erstellung der Fanpage

Falls Sie noch keine Facebook Fanpage haben, erstellen Sie eine:  
<https://www.facebook.com/pages/creation/>



# Business Manager oder Meta Business Suite (nicht Ad Manager)

The screenshot displays the Meta Business Manager interface. The browser address bar shows [business.facebook.com](https://business.facebook.com/home/accounts?business_id=1472976782785092). The left sidebar contains navigation options: Werbeanzeigenmanager, Zielgruppen, Anzeigenberichte, Werbekonto-Einstellungen, and Events Manager. The main content area features a 'Startseite' section with a profile picture for 'SMM'. Below this is a 'Guten Abend Jamie!' greeting. The 'Performance des Werbekontos' section shows a table of account performance data for the period from 01.01.2022 to 13.04.2022. The table lists four accounts with their respective spending, reach, and impressions, along with percentage changes. A 'Warnhinweise' section indicates no new warnings. A 'Neu! Kontenübergreifendes Reporting in Anzeigenberichten' section provides information on creating cross-account reports.

Account Name	Spending (Fr.)	Reach	Impressions	Change
CopyCockpit CHF (ID: 821506795145952)	145.373,61	↑ 59,1% 1083.535	↑ 69,2% 221.766	↑ 67,45%
SECockpit CHF (ID: 276492393026430)	3.090,03	↑ 0,05% 5.254	↑ 38,55% 113.948	↑ 25,80%
SECockpit Backup 1 CHF (ID: 406395637145738)	0,00	0	0	
SwissMadeMarketing CHF (ID: 1882478918506120)	0,00	0	0	

[business.facebook.com](https://business.facebook.com)

# Business Manager oder Meta Business Suite (nicht Ad Manager)

Es gibt zwei verschiedene Verwaltungsprogramme für die Werbeplattform:

- Der Business Manager Account und
- die Meta Business Suite.

Mit beiden können Sie Ihre Kampagnen starten und verwalten.

- Die wichtigen Funktionen, die Sie brauchen, sind identisch.
- Die Oberfläche sieht etwas anders aus, jedoch können Sie für beide Account Arten die relevanten Werkzeugen in unseren Anleitungen finden.

Wichtig für Ihre Facebook & Instagram Kampagne ist:

- dass Sie einen oder zwei Accounts haben.
- Sie können später auch zwischen den zwei Arten von Accounts hin und her wechseln.

Phase 2:

Verstehen wie Kampagnen aufgebaut sind

# Unser Ziel für Sie: Überblick bzw. "Tunnel-Blick"

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface. On the left, a navigation sidebar includes 'Startseite' (with a dropdown menu showing 'SMM'), 'Werbeanzeigenmanager', 'Zielgruppen', 'Anzeigenberichte', 'Werbekonto-Einstellungen', and 'Events Manager'. The main content area features a top notification: 'Dein neues Insights-Tool' with a sub-header 'Guten Abend Jamie!' and a message about tracking reach and performance. Below this is a 'Performance des Werbekontos' section, updated 'Kürzlich aktualisiert' for the period '01.01.2022 bis 13.04.2022'. It lists four ad accounts with their respective spend, reach, and impressions, along with percentage changes. A 'Warnhinweise' section on the right indicates 'Keine neuen Warnhinweise'. At the bottom right, a 'Neu! Kontenübergreifendes Reporting in Anzeigenberichten' section is visible.

Account Name	ID	Spending (Fr.)	Reach	Impressions	Change
CopyCockpit CHF	821506795145952	145.373,61	59,1% ↑ 1083.535	69,2% ↑ 221.766	67,45% ↑
SECockpit CHF	276492393026430	3.090,03	0,05% ↑ 5.254	38,55% ↑ 113.948	25,80% ↑
SECockpit Backup 1 CHF	406395637145738	0,00 Fr.	0	0	
SwissMadeMarketing CHF	1882478918506120	0,00 Fr.	0	0	

[business.facebook.com](https://business.facebook.com)

# Von all den Optionen im Konto braucht es "nur" 4

The screenshot shows the Facebook Business Manager dashboard. On the left sidebar, four items are highlighted with red boxes: 'Werbeanzeigenmanager', 'Zielgruppen', 'Events Manager', and the settings gear icon at the bottom. The main content area displays a performance overview for advertising accounts, including 'CopyCockpit CHF', 'SECockpit CHF', 'SECockpit Backup 1 CHF', and 'SwissMadeMarketing CHF'. A 'Warnhinweise' section indicates no new warnings, and a 'Neu! Kontenübergreifendes Reporting in Anzeigenberichten' section provides information on cross-account reporting.

**Meta**  
Startseite  
SMM

- Werbeanzeigenmanager
- Zielgruppen
- Anzeigenberichte
- Werbekonto-Einstellungen
- Events Manager

**Dein neues Insights-Tool**  
Jetzt kannst du deine bezahlte und organische Reichweite tracken, mehr zu deiner aktuellen und potenziellen Zielgruppe erfahren und dir ansehen, welche Performance deine Inhalte auf Facebook und Instagram erzielen.  
Alle Insights ansehen

**Guten Abend Jamie!**

**Performance des Werbekontos** (Kürzlich aktualisiert, 01.01.2022 bis 13.04.2022)

Account	Ausgaben	Reichweite	Impressionen
CopyCockpit CHF (ID: 821506795145952)	145.373,61 Fr.	↑ 59,1% 1083.535	↑ 69,2% 221.766
SECockpit CHF (ID: 276492393026430)	3.090,03 Fr.	↑ 0,05% 5.254	↑ 38,55% 113.948
SECockpit Backup 1 CHF (ID: 406395637145738)	0,00 Fr.	0 Reichweite	0 Impressionen
SwissMadeMarketing CHF (ID: 1882478918506120)	0,00 Fr.	0 Reichweite	0 Impressionen

**Warnhinweise**  
Keine neuen Warnhinweise.  
Alle Hinweise anzeigen

**Neu! Kontenübergreifendes Reporting in Anzeigenberichten**  
Du kannst in den Anzeigenberichten jetzt Berichte erstellen, die mehrere Werbekonten innerhalb deines Unternehmens umfassen. Erstelle kontenübergreifende Berichte, um neue Insights wie die erreichten

# Von all den Optionen im Konto braucht es "nur" 4

## Werbeanzeigenmanager

Hier werden die Anzeigen erstellt

## Zielgruppen

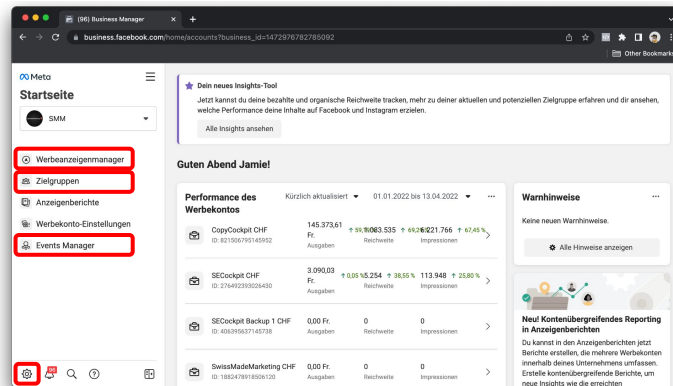
Hier können Zielgruppen-Einstellungen vordefiniert werden

## Events Manager

Hier wird das Tracking eingerichtet, welches die Auswertung ermöglicht

## Unternehmenseinstellungen

Hier werden alle anderen grundlegenden Einstellungen gemacht



Alle Optionen sind dafür da, Voreinstellungen zu tätigen.

Letztlich geschieht alles Entscheidende im  
Werbeanzeigenmanager.

# Werbeanzeigenmanager

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, the browser address bar shows the URL: `business.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns?act=821506795145952&business_id=1472976782785092&nav_entry_point=lep...`. The main header includes the text "Kampagnen" and "CopyCockpit CHF (821506795145952)", along with status indicators like "gerade eben aktualisiert" and buttons for "Entwürfe verwerfen" and "Überprüfen und Veröffentlichen".

Below the header, there is a search bar "Suchen und filtern" and a date range selector "Letzte 7 Tage: 06.04.2022 bis 12.04.2022". The interface is divided into three main sections: "Kampagnen", "Anzeigengruppen", and "Werbeanzeigen". The "Kampagnen" section is active, showing a table of campaigns with columns for "Ein/Aus", "Kampagne", "Auslieferung", "Gebotsstrategie", "Budget", and "Attributionsein".

Ein/Aus	Kampagne	Auslieferung	Gebotsstrategie	Budget	Attributionsein
<input checked="" type="checkbox"/>	2021-08-24 - DE - Warm - CBO	● Aktiv	Niedrigste Kost...	30,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-05-01 - DE - Kompliziert -> Easy (neue Funktion zeigen)	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-05-01 - DE - Angle: Warum ist Online Business Aufbau hart & fr...	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-05-01 - DE - Angle: Magie der K.I.	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-05-01 - Angle: Portrait & In-Action Fotos Alicia	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-03-29 - DE - Angle: Von Crazy zu Zen	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)
<input type="checkbox"/>	2022-03-29 - DE - Angle: Ich möchte mehr Social Media machen, As...	Inaktiv	Niedrigste Kost...	200,00 Fr. Täglich	7 Tag(e) (Klick)

At the bottom of the table, there is a summary row: "Ergebnisse aus 103 Kampagnen" and "Einstellungen ...". The left sidebar contains navigation icons for home, search, and settings.



Auf allen 3 Ebenen ...

(Kampagnen, Anzeigengruppen, Anzeigen)

... können unterschiedliche Einstellungen gemacht werden.

# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

Kampagne

# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

Kampagne

Anzeigengruppe

Anzeigengruppe

# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

## Kampagne

### Anzeigengruppe

#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige



### Anzeigengruppe

#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige

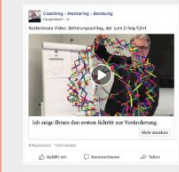


# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

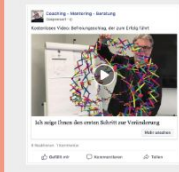
## Kampagne

### Anzeigengruppe

#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige



#### Werbeanzeige



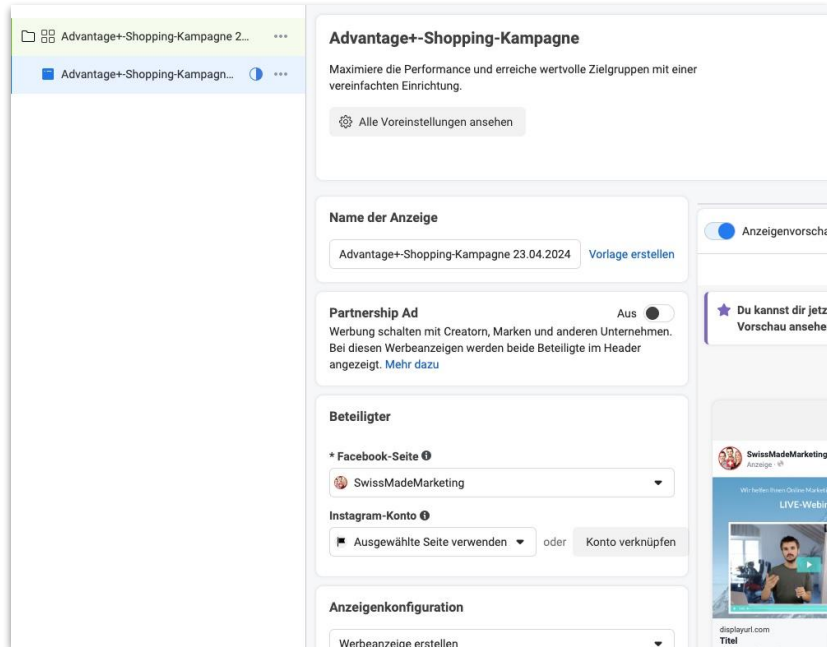
## Kampagne

---

Kampagnenziel

Advantage-Kampagnenbudget  
(empfohlen)


# Spezialfall: Advantage+-Shopping-Kampagne



 Facebook pusht im Moment relativ stark die **Advantage+-Shopping-Kampagne**.

Im Prinzip ist dies eine vereinfachte Art von Kampagne ohne Anzeigengruppe.

Allerdings bekamen wir sogar im direkten Gespräch mit Mitarbeitenden von Facebook (Meta) den Hinweis, dass es Sinn macht, zuerst mit einer klassischen Kampagne zu starten und verschiedene Ideen zu testen, bevor man dann eine Advantage+-Shopping-Kampagne mit den besten Varianten baut.

 Aber dazu später mehr in dieser Serie

# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

Kampagne

Anzeigengruppe

Werbeanzeige



Werbeanzeige



Werbeanzeige



## Anzeigengruppe

---

Conversion-Ort (auf was wird die Kampagne optimiert)

Dynamische Anzeigengestaltung

Zielgruppe

Platzierungen

# Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen

Kampagne

Anzeigengruppe

Werbeanzeige



Werbeanzeige



Werbeanzeige



## Anzeige

---

Texte

Formate (Bild, Video, Slideshow)

Tracking



Die 3 Ebenen können auf  
verschiedene Arten genutzt werden.

Hierzu mehr in den nächsten Teilen.

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