

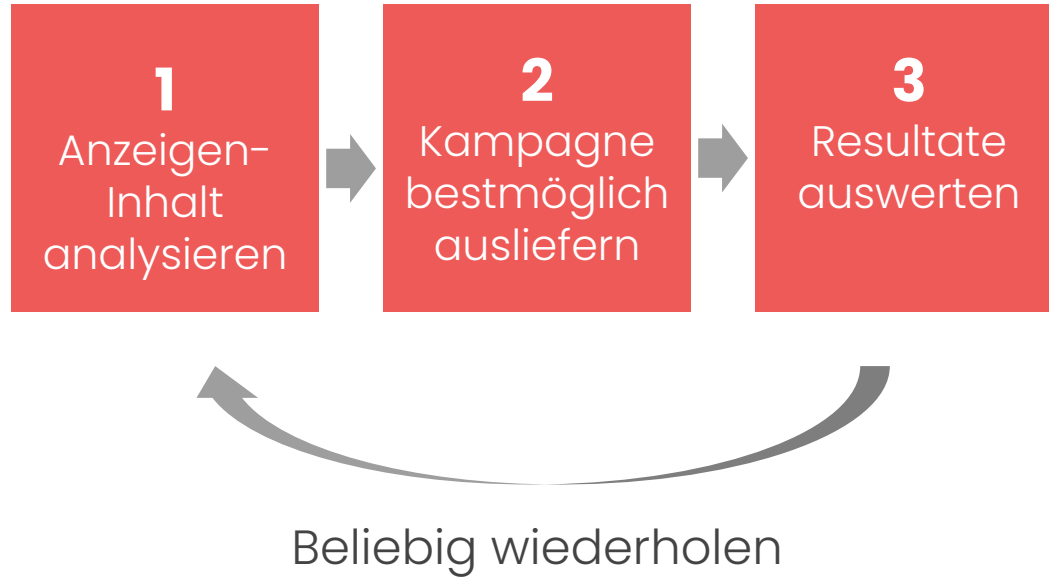
Das Blickwinkel-Prinzip: Wieso Ideen die Währung von guter Facebook Werbung sind (und wie Sie an neue Ideen kommen)

Präsentiert von Mireille van Reenen
und Jamie Hänni

07

**Wieso Ideen
zentral sind**

Der Inhalt unserer Anzeige bestimmt, an wen die KI von Facebook & Instagram unsere Kampagne verteilt

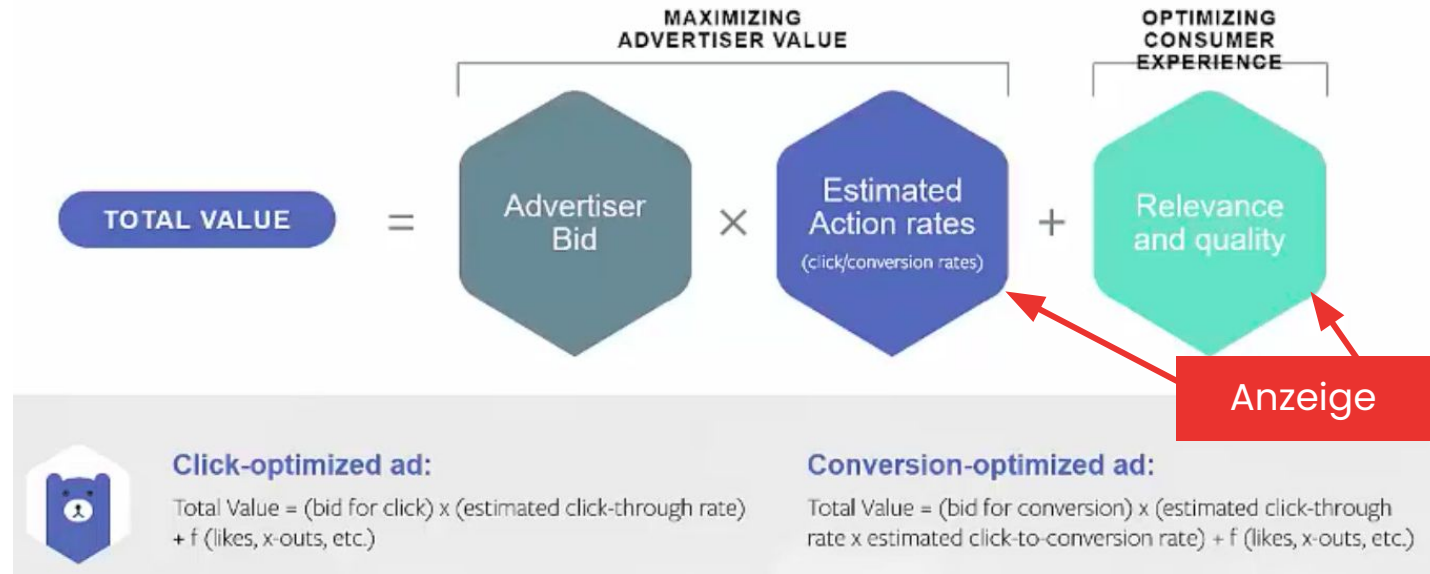




**Wir müssen nicht an Tausenden von
Schrauben drehen**

In der Auktion hat der Inhalt der Anzeige den größten Einfluss auf die Leistung und den Preis (über 50%)

We rank ads based on a 'Total Value' for each ad



Der Inhalt der Anzeige entscheidet über 50%

Zu merken: Kreativität ist der wichtigste Faktor, den wir auf dem Weg zum Erfolg einer Werbekampagne beeinflussen können.

Wichtigste Erkenntnis:

Wenn Sie weniger als 50 % Ihrer Zeit mit der Erstellung neuer Anzeigen verbringen, optimieren Sie die falschen Dinge (d. h. Sie verschwenden Ihre Zeit)

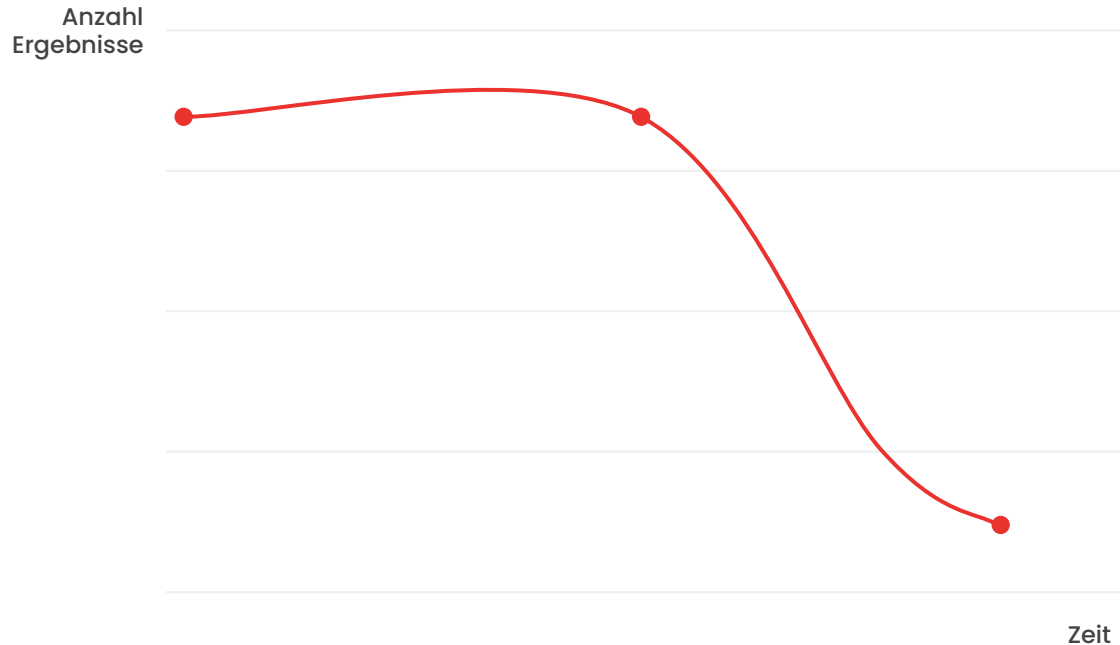
Der Inhalt der Anzeige entscheidet über 50%

Zusätzliche Erkenntnisse, die wir im Laufe der Zeit gesammelt haben:

Ein Facebook-Experte sagte einmal, dass jede neue Anzeige neue Menschen erreicht, da der Inhalt ein anderer ist.

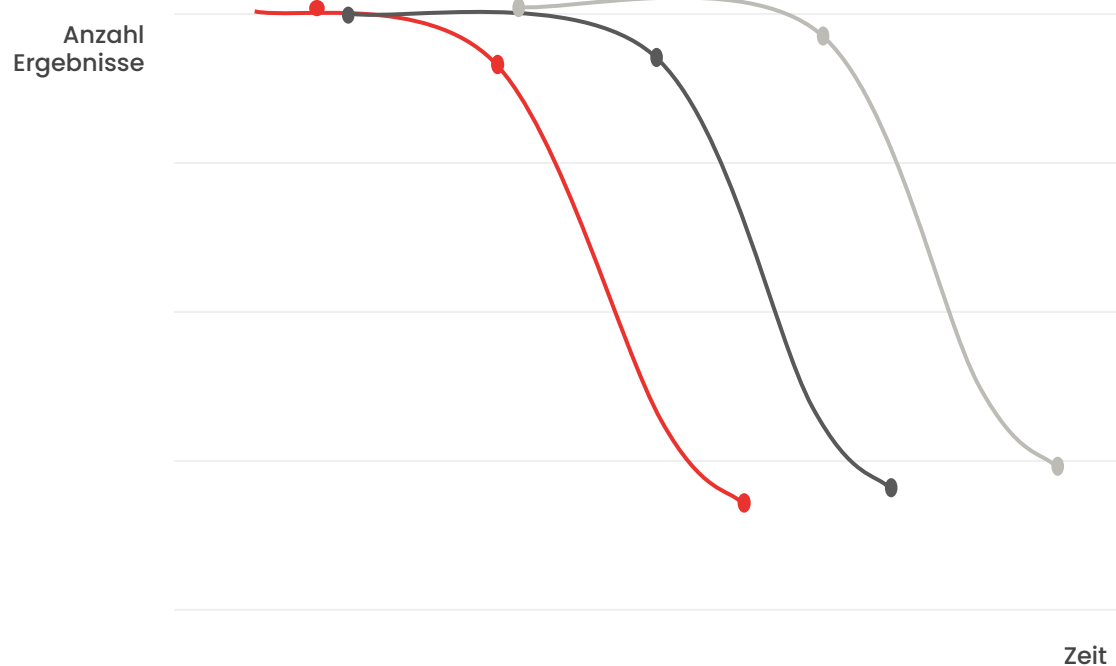
- So wie wir das verstehen, wird jedes Detail eines Werbemittels den Algorithmus etwas anders beeinflussen
- Jeder andere Blickwinkel in der Anzeige, führt zu einer (leicht) anderen Nische (Blickwinkel sind sozusagen Sub-Nischen)
- Man könnte auch sagen: Die KI von Facebook & Instagram versucht für jede Anzeige die perfekte (Sub-)Nische zu finden

Die Lebensdauer einer Anzeige



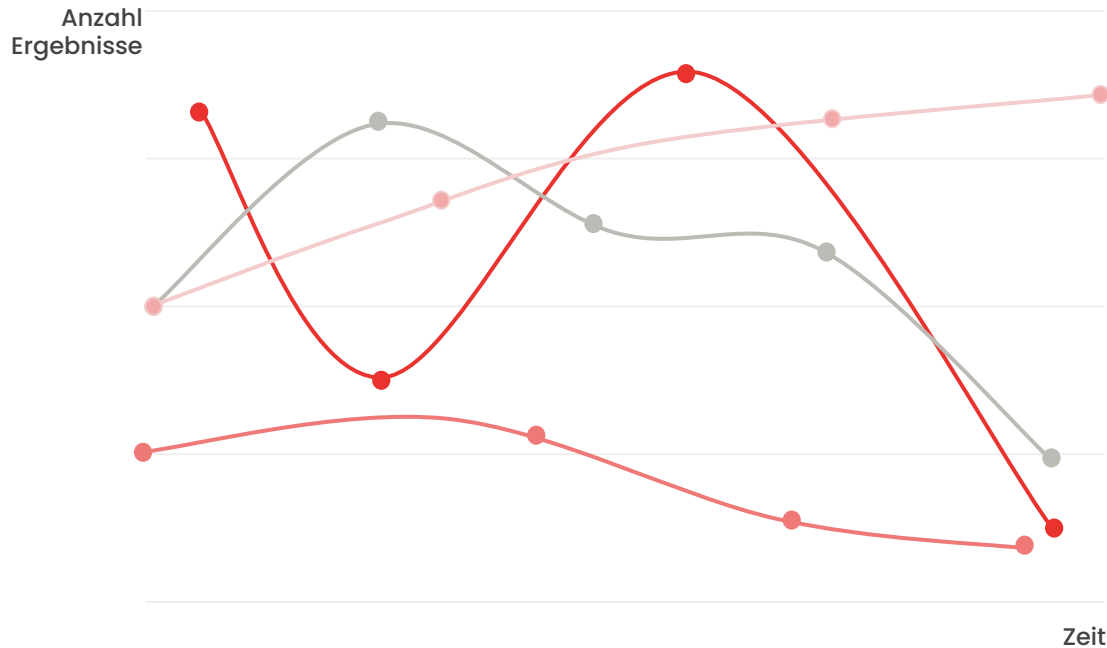
- Irgendwann erreicht jede Anzeige Ihren Zenit ('Anzeigen-Müdigkeit')
- Dazu erhalten neue Anzeigen einen Vorteil von Facebook & Instagram
- Deshalb wichtig: neue 'Blickwinkel' testen

Die Lebensdauer einer Anzeige



- Jeder neue 'Blickwinkel' gibt einen neuen Impuls
- Unterschiedliche Zielgruppen werden angesprochen
- Gesamtertrag erhöht sich

Wobei jede Anzeige einzigartig ist



- Es ist unmöglich Voraussagen zu treffen
- Deshalb: testen, testen, testen

Anzeigen mit viralem Potenzial werden unterstützt

Kosten pro Resultat ist nicht das einzige das zählt, denn Facebook bevorzugt Anzeigen, die auf der Plattform viele Interaktionen auslösen.

Deshalb unbedingt auch andere Metriken berücksichtigen

CTR (alle) - sollte über 3% liegen, sonst interagieren die Leute zu wenig mit Ihrer Anzeige (hier werden alle Klicks gemessen im Zusammenhang mit der Anzeige)

Nicht zu verwechseln mit *Link-Klicks* welche die tatsächlichen Klicks auf die Landingpage zählt und bei welchen alles über 1% ein guter Wert ist

Kommentare bei den Anzeigen nach Möglichkeit immer beantworten !!!

Ihre Aufgabe: möglichst viele Ideen für Anzeigen generieren...



support@swissmademarketing.com