

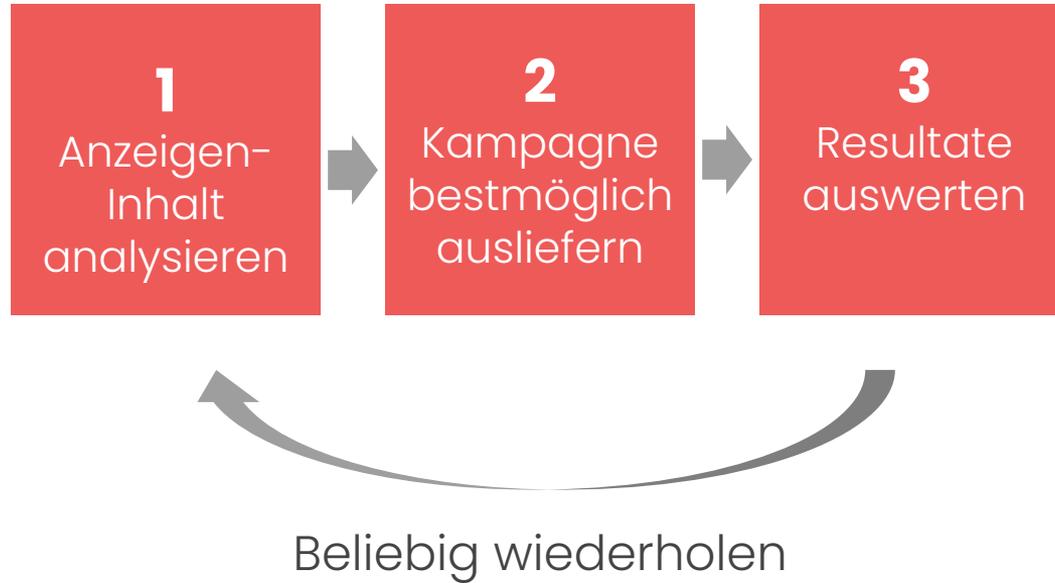
# Das Blickwinkel-Prinzip: Wieso Ideen die Währung von guter Facebook Werbung sind (und wie Sie an neue Ideen kommen)

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

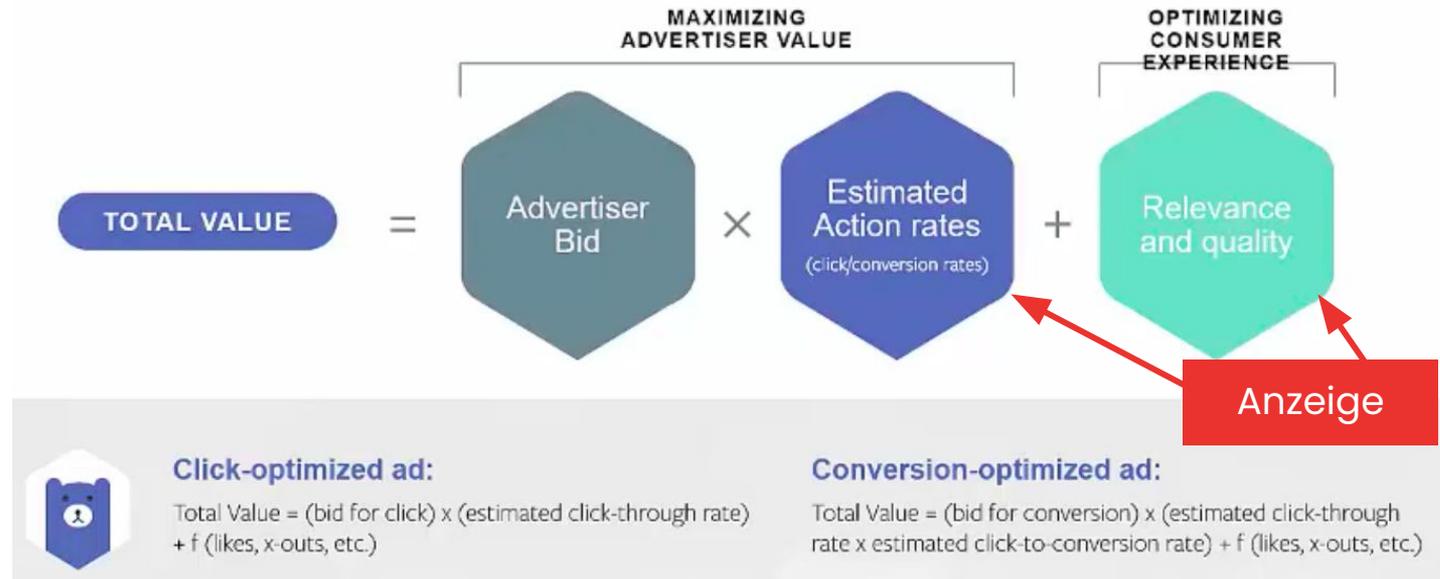




**Wir müssen nicht an Tausenden von  
Schrauben drehen**

# 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)

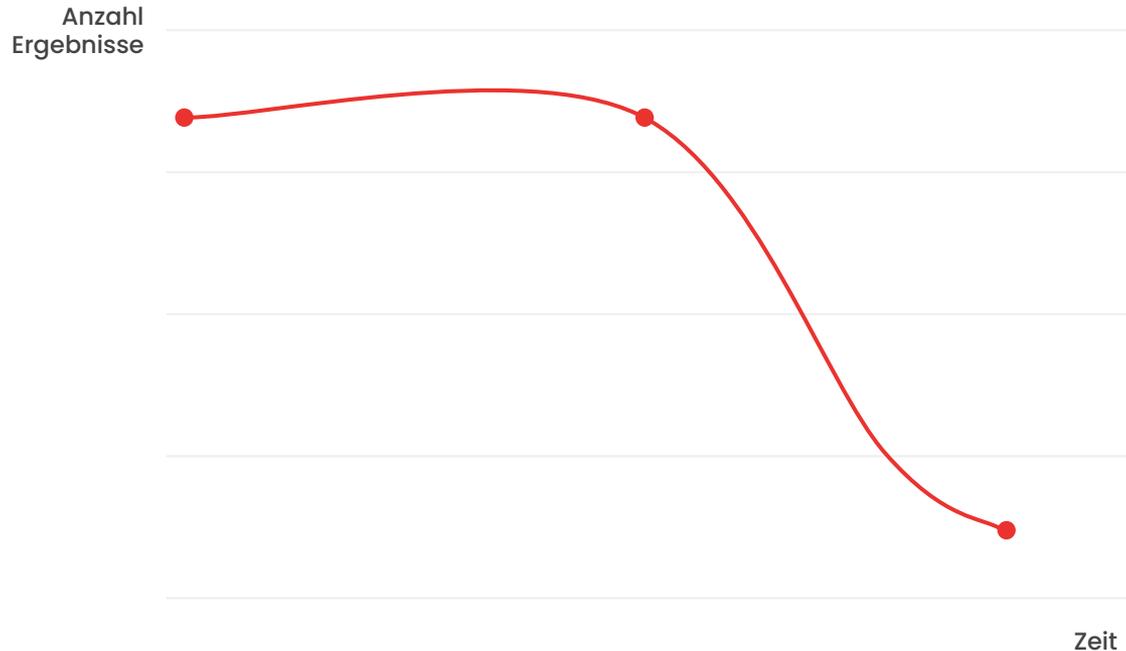
# Der Inhalt der Anzeige entscheidet über 50%

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.

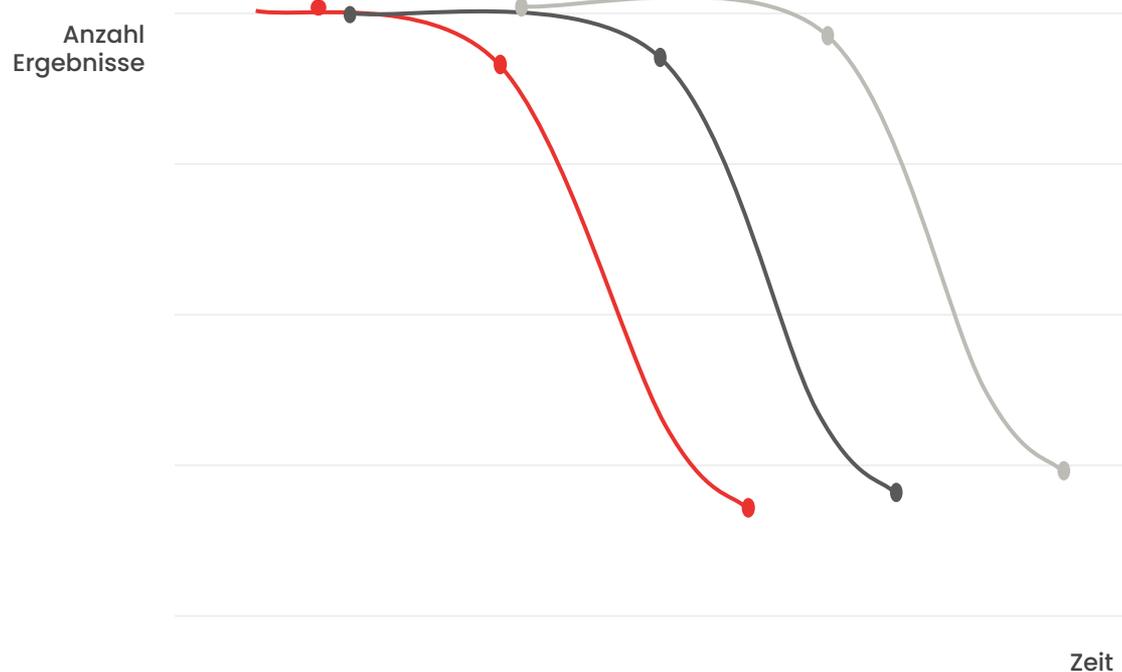
- So wie wir das verstehen, wird jedes Detail eines Werbemittels den Algorithmus etwas anders beeinflussen
- Jeder andere Blickwinkel in der Anzeige, führt zu einer (leicht) anderen Nische (Blickwinkel sind sozusagen Sub-Nischen)
- Man könnte auch sagen: Die KI von Facebook & Instagram versucht für jede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

# Die Lebensdauer einer Anzeige



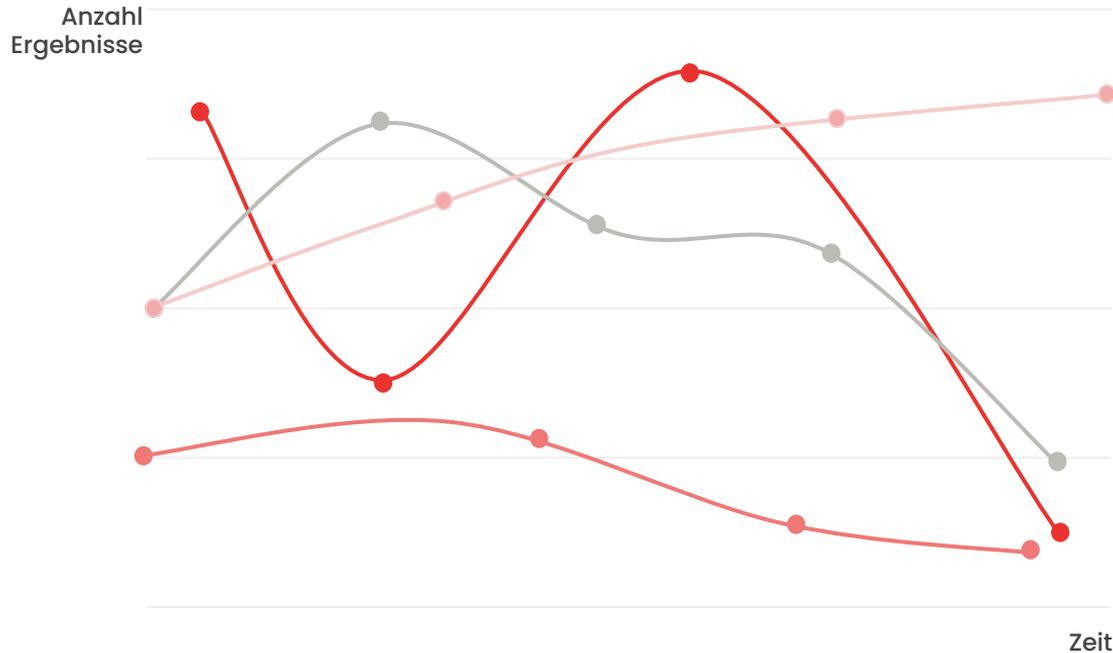
- Irgendwann erreicht jede Anzeige Ihren Zenit ('Anzeigen-Müdigkeit')
- Dazu erhalten neue Anzeigen einen Vorteil von Facebook & Instagram
- Deshalb wichtig: neue 'Blickwinkel' testen

# 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.

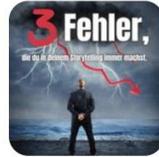
## **Deshalb unbedingt auch andere Metriken berücksichtigen**

*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](mailto:support@swissmademarketing.com)