



FACEBOOK-ADS

- ❑ Vor allem für die Bewerbung meiner Webinare im Vorfeld des Online-Kurses, aber auch um auf den Kurs aufmerksam zu machen, habe ich häufig Facebook-Anzeigen genutzt.
- ❑ Wichtig ist es, im Kopf zu behalten, dass Menschen sich auf Facebook gerne **inspirieren, informieren und unterhalten** lassen, aber in der Regel selten direkt über eine Facebook-Anzeige kaufen.
- ❑ Richte daher deine Anzeige lieber darauf aus, die Interessenten neugierig auf dein Angebot zu machen (Hole dir mehr Infos o.ä.), als konkret verkaufen zu wollen (Kaufe jetzt!).
- ❑ Mein Fokus bei der Bewerbung der kostenlosen Webinare war die konkrete **Anmeldung**. Dafür habe ich den Registrieren-Button eingefügt.
- ❑ Wichtig ist bei kostenfreien Aktionen, tatsächlich irgendwo in der Anzeige stehen zu haben, dass das Webinar oder was auch immer nichts kostet.
- ❑ Meine Anzeigen zum Webinar sahen so aus:



Simone Weissenbach | Online-Trainings

Gesponsert · 

 Seite gefällt mir

Was ist wenn die Technik nicht das Problem wäre? Wären dann eigene Online-Kurse eine Option für dich? LIVE-WEBINAR: Wie du als Trainer deinen eigenen Online-Kurs konzipierst und welche Technik du dafür brauchst.



Webinar: Konzeption und Technik für deinen Online-Kurs

Melde dich jetzt zum kostenfreien Webinar an und erfahre, wie du als Trainer...

WWW.SIMONEWEISSENBACH.COM | VON DR. SIMONE WEISSE...

Registrieren

- ❑ Mit den **Ergebnissen** war ich sehr zufrieden. Für die Webinare hatte ich für beide Termine genau 400 Anmeldungen. Die Klickrate war recht gut und knapp 30% derer, die auf „Registrieren“ geklickt haben, haben sich auch angemeldet.
- ❑ Mein Ziel bei der Kursbewerbung war die **Sichtbarkeit** und das **neugierig machen** auf das Angebot (Mehr-dazu-Button) und



klicken auf den Link, der dann auf meine Kurs-Landingpage (www.simoneweissenbach.com/technik-kurs) weitergeleitet hat.

- Ich habe darauf geachtet, dasselbe **Wording** in der Anzeige und auf der Kurs-Landingpage zu verwenden, dasselbe **Bild** und dieselben **Farben** um einen **stimmigen Eindruck** zu erwecken.



Simone Weissenbach | Online-Trainings
Gesponsert · 🌐

👍 Seite gefällt mir

Du brauchst Unterstützung bei der technischen Umsetzung deines Online-Kurses? So setzt du die Technik EINFACH um. Nutze das EarlyBird-Special bis zum 31.12.2015



Technik für deinen Online-Kurs EINFACH umsetzen

10 Module, 20 Tutorials. Videos, Step-by-Step-Anleitungen, Checklisten. So setzt du die Technik ganz einfach um. EarlyBird Special bis zum 31.12.2015, Start am 04.01.2016.

WWW.SIMONEWEISSENBACH.COM/TECHNIK-KURS

Mehr dazu

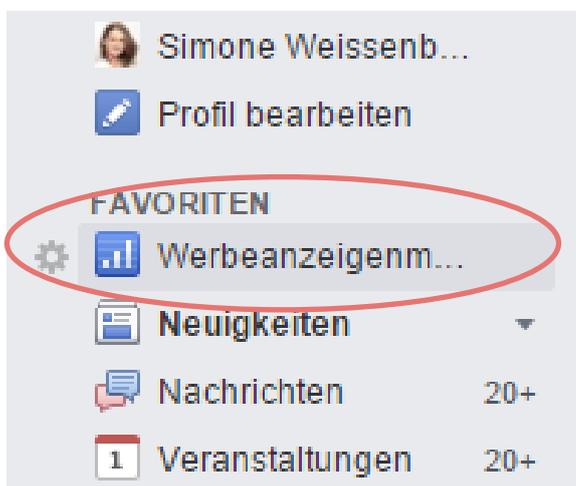
3



- Gut finde ich bei den Anzeigen auch die „Seite gefällt mir-Option“. Im Zeitraum der Anzeigen und Webinare haben sich die **Gefällt mir-Angaben** auf meiner Seite um 35% erhöht und die **Reichweite** in dieser Zeit war enorm.

- Persönlich arbeite ich lieber im **Webeanzeigenmanager**, als mit dem **Power-Editor**, auch, wenn dieser noch feinere Einstelloptionen bietet. Den Werbeanzeigenmanager findest du links auf der Startseite, den Powereditor im Werbeanzeigenmanager oder unter <https://www.facebook.com/ads/manage/powereditor/>

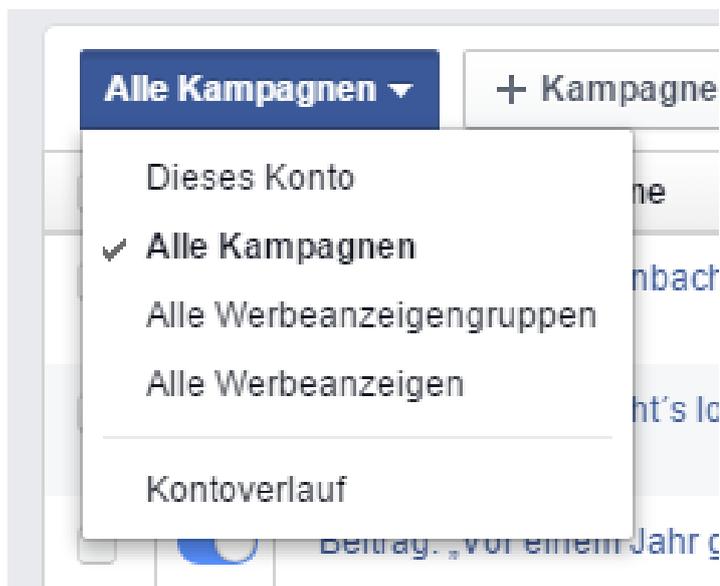
4



□



- Von der Logik her legst du sowohl im Werbeanzeigenmanager, als auch im Powereditor Kampagnen, Werbeanzeigengruppen und Werbeanzeigen fest.



5

- Die **Kampagne** ist das übergeordnete Ziel, z.B. die Bewerbung eines Webinars. Die **Werbeanzeigengruppen** sind z.B. verschiedene Zielgruppen und Budgets, die du innerhalb der Kampagne festlegst, z.B. eine Gruppe mit Fans von deiner Seite, eine Gruppe nach Interessen und **Werbeanzeigen** sind dann die tatsächlichen Anzeigen innerhalb der Kampagne und Werbeanzeigengruppe mit entsprechenden Bildern und Texten.



❑ **Beispiel**

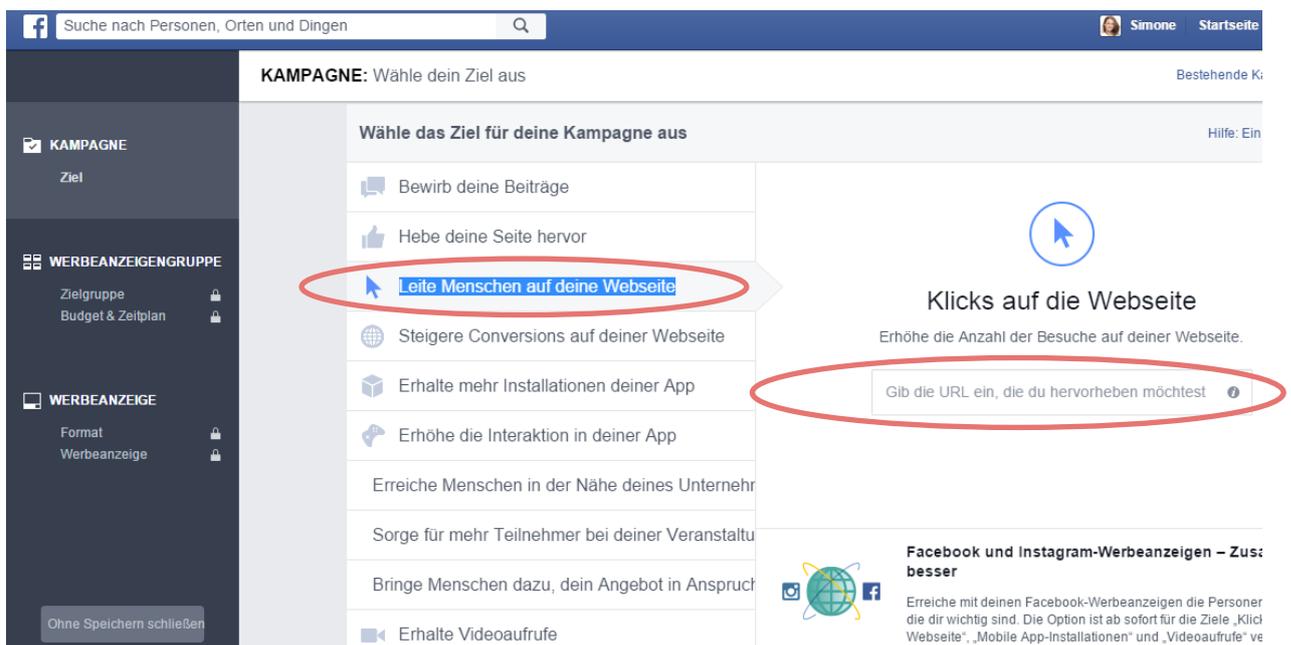
Kampagne: Webinar Technik und Konzeption für den Online-Kurs

Werbeanzeigengruppe: 1 = Fans meiner Seite und deren Freunde
2= Berufsgruppe Trainer, Interessen: Seminare, Schulung, deutschsprachig

Werbeanzeige: Text A mit Bild A
Text B mit Bild B
Text A mit Bild B

6

- ❑ Bei der **Zielfestlegung** der Werbeanzeige habe ich immer „Leite Menschen auf deine Webseite“ ausgewählt und dann auf die Webinaranmeldung bzw. die Kurs-Landingpage geleitet.

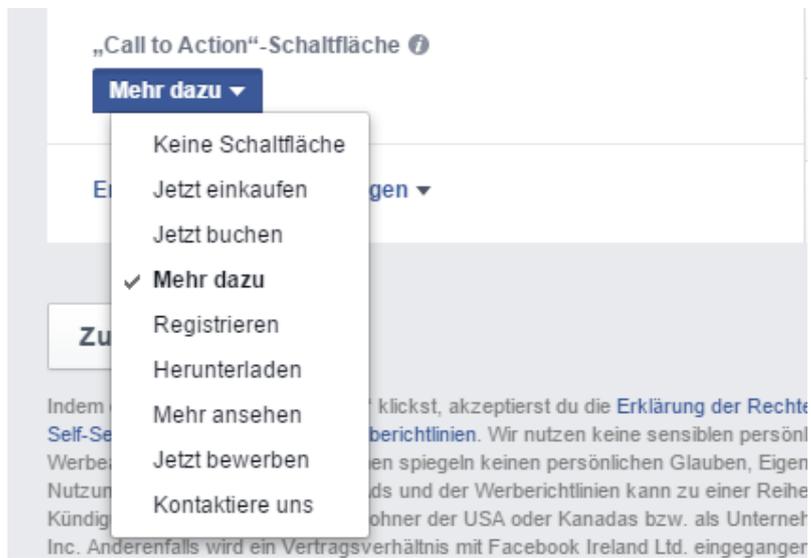




- ❑ Bei der **Zielgruppenauswahl** habe ich variiert. Zum Teil habe ich die Anzeigen nur an meine Fans und deren Freunde ausgeliefert, testweise auch an eingegrenzte Zielgruppen (Sprache, Stichworte, Interessen, Beruf).
- ❑ Die **Resonanz** war deutlich besser, bei meinen Fans und deren Freunden, was auch gut nachvollziehbar ist, da es hier in der Regel schon Berührungspunkte gab.
- ❑ Trotzdem war auch zufrieden mit der targetierten Zielgruppe, da ich durch die Anzeigen auch **neue Interessenten** auf mich aufmerksam gemacht habe.
- ❑ Ich habe immer darauf geachtet, bei der Zielgruppenauswahl maximal im „mittleren grünen Bereich“ zu liegen, damit die Anzeige **nicht zu sehr gestreut** wird. Das passiert bei einer zu großen Zielgruppe.
- ❑ Lieber eine kleinere und konkretere Zielgruppe auswählen.
- ❑ Ich habe meine Anzeigen nicht gleichzeitig auf **Instagram** gepostet, das hätte ich aber gemacht, wenn ich viel mit schönen Bildern arbeiten würde, z.B. als Fotograf.



- ❑ An **Budget** habe ich in der Regel zwischen 3 und 5 € am Tag eingesetzt und ca. 10 Tage vor den Terminen mit den Anzeigen gestartet. Am letzten Tag habe ich je nach Status Quo auch das Budget nochmal deutlich erhöht.
- ❑ Setze passende **Bilder** in deiner Anzeige ein.
- ❑ Achte beim Hochladen der Bilder auf die **richtigen Abmaße**. Für einzelne Bilder ist die empfohlene Bildgröße: 1200 x 628 Pixel
- ❑ Bei Anzeigen darf das Bild nicht mehr als 20 % Text enthalten.
- ❑ Tolle Bilder für Anzeigen kannst du übrigens wieder in Canva erstellen, das Tool habe ich dir in Modul 3 vorgestellt.
- ❑ Achte bei der **Call-to-Action-Button-Auswahl** auf eine sinnvolle Selektion. Ich würde auf alle Fälle einen Button auswählen und je nach Ziel entweder Mehr dazu, Registrieren oder Herunterladen auswählen.



- ❑ Wenn du deine **Bestellung** aufgegeben hast, dauert es in der Regel 15 - 30 Minuten, bis die Anzeige freigegeben ist.
- ❑ Auch, wenn deine Anzeige noch läuft (du kannst die Laufzeit und ebenso die Anzeigezeit festlegen) kannst du die Anzeige verändern, das Budget **anpassen** etc.
- ❑ **Experimentiere** zunächst mit kleinem Budget (z.B. 1€ pro Tag) und teste z.B. verschiedene Texte, Bilder oder Zielgruppen.
- ❑ Für mich sind Facebook-Anzeigen ein erfolgreiches Instrument der Vermarktung meiner Angebote.
- ❑ Bei Fragen zu kostenpflichtigen Anzeigen auf Facebook kann ich dir auch die Gruppe von Katrin Hill, Kostenpflichtige Anzeigen auf Facebook schalten – Fragen und Antworten empfehlen.