

# FACEBOOK-BEITRÄGE BEWERBEN SO FUNKTIONIERT DER FACEBOOK BOOST

14.07.2020 | 16:00



[www.falkemedia.at](http://www.falkemedia.at)

1

## Marion Aigner, BA, MSc



Seit 2015  
Online Marketing &  
Marketingbetreuung bei  
FALKEmedia GmbH



[marion.aigner@falkemedia.at](mailto:marion.aigner@falkemedia.at)  
07442 93010 – 30



2011 - 2014  
Marketing u. Electronic  
Business FH Steyr

2015 - 2017  
Online Media Marketing  
Donau-Universität Krems



[www.falkemedia.at](http://www.falkemedia.at)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

2

# Agenda

Wie erstelle ich ein  
Werbekonto?

Warum soll ich meine  
Postings boosten?

Wie funktioniert der  
Facebook-Boost?

Was hat mir der  
Boost gebracht?



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

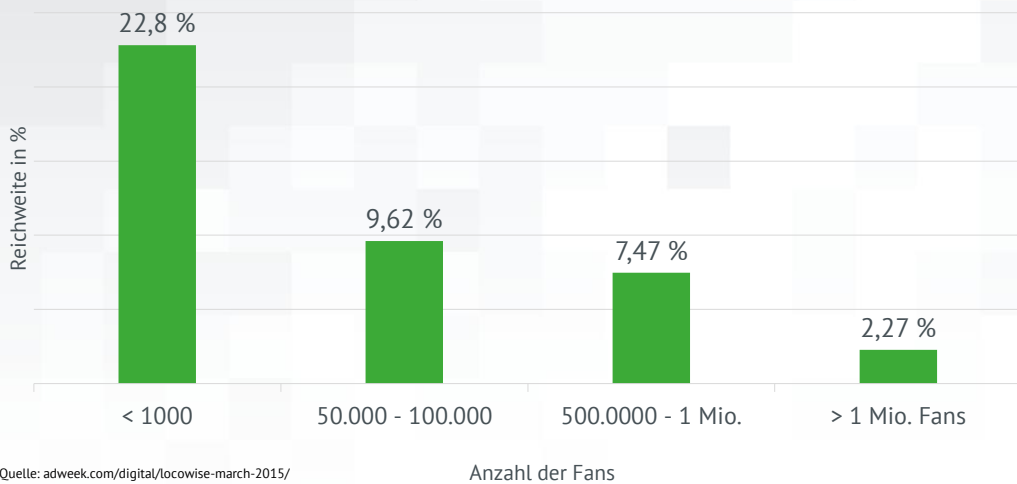
3

Die organische Reichweite ist im Keller.

Bild: unsplash.com/@zigniew

4

# Organische Reichweite



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

5

## Zeit für einen Boost.



6

# Warum Beiträge bewerben?

- Trotz Rückgang der organischen Reichweite sichtbar bleiben
- Ein breiteres Publikum über die Fans hinaus erreichen
- Eine bestimmte Wunsch-Zielgruppe ansprechen
- Gute Postings verstärken (der Boost macht schlechte Posts nicht besser)
- Schnell und einfach in der Handhabung (super für Anfänger)
- Funktioniert auch mit wenig Budget (ab 1 € pro Tag)
- Vollständige Kontrolle und detaillierte Statistiken



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

7

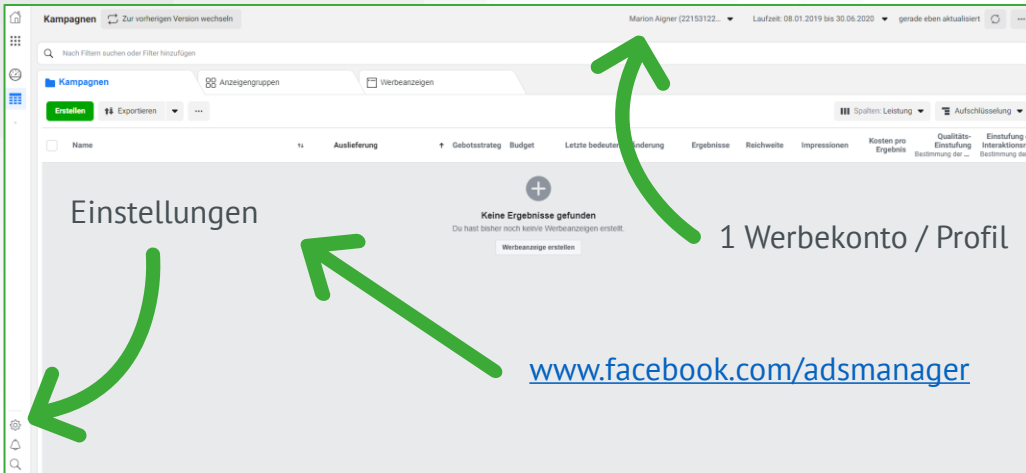
Aber zuerst: Werbekonto einrichten.



Bild: unsplash.com/@servuspaul

8

# Werbekonto einrichten



Screenshot: business.facebook.com (08.07.2020, 15:00)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkemedia.at

9

# Werbekonto einrichten

Screenshot: business.facebook.com (08.07.2020, 15:00)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkemedia.at

10

# Werbekonto einrichten

facebook  
Werbekonto-Einstellungen

Werbekonten  
Seiten  
Zahlungseinstellungen  
Benachrichtigungen

Werbekonto-ID  
225238801

Name des Werbekontos  
Marion Aigner

Zeitzone  
UTC-07:00 America/Los\_Angeles

Währung  
Euro (€)

Werbezweck  
☒ Ja, ich möchte Werbeanzeigen für geschäftliche Zwecke  
☐ Nein, ich möchte Werbeanzeigen nicht für geschäftliche Zwecke

Name des Unternehmens  
 Gib einen Namen ein ...  
 Gib deinen eigenen Namen ein, wenn du keinen Geschäftsnamen hast

Geschäftsadresse  
 Du erklärst hiermit, dass diese Geschäftsadresse ein Hauptstandort deines Unternehmens ist.  
 Anschrift 1  
 Anschrift 2  
 Stadt

Attribution  
 Deine Attribution legt fest, wie Facebook Handlungen misst, die über deine Werbeanzeigen zustande kommen. Facebook verwendet **Last Touch-Attributionsmodell**. Du kannst dein Attributionsfenster oder den Zeitraum festlegen, für den du Handlungen zählen möchtest, die Personen unternehmen, nachdem sie auf deine Werbeanzeigen geklickt oder sie aufgerufen haben. Diese Handlungen wirken sich auf die Ergebnisse aus, die dir zu deinen Werbeanzeigen angezeigt werden. [Mehr dazu](#)  
**Attributionsfenster** 0  
 28 Tage nach dem Klick und 1 Tage nach dem Aufrufen (Facebook-Standard) [Bearbeiten](#)

Rollen für das Werbekonto  
 Marion Aigner  
 Administrator des Werbekontos  
[Personen hinzufügen](#)

Screenshot: business.facebook.com (08.07.2020, 15:00)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkmedia.at

11

# Werbekonto einrichten

Nächste Rechnung

30. Juni 2020  
 Du erhältst keine Rechnung, solange dein Guthaben 0,00 € beträgt.

€ 0,00  
 Fälliger Betrag

Zahlungsmethoden  
 Du hast keine Zahlungsmethoden.  
[Zahlungsmethode hinzufügen](#)

Ausgabenlimit für das Konto festlegen  
 Du kannst deine Werbekosten kontrollieren, indem du ein Ausgabenlimit für das Konto festlegst. Deine Werbeanzeigen werden angehalten, wenn du das Limit erreichst, und werden erst wieder ausgeführt, wenn du das Limit erhöhst oder entfernst. [Mehr dazu](#)  
 Ausgebener Betrag: 0,00 €  
[Ausgabenlimit für das Konto festlegen](#)

Abrechnungs- und Belegeverlauf  
[Zahlungsbelege ansehen](#)  
 Benötigst du Hilfe? Kontaktiere uns...

Screenshot: business.facebook.com (08.07.2020, 15:00)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkmedia.at

12



# Umfrage

Wie viel investieren Sie monatlich in Facebook-Werbung?



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

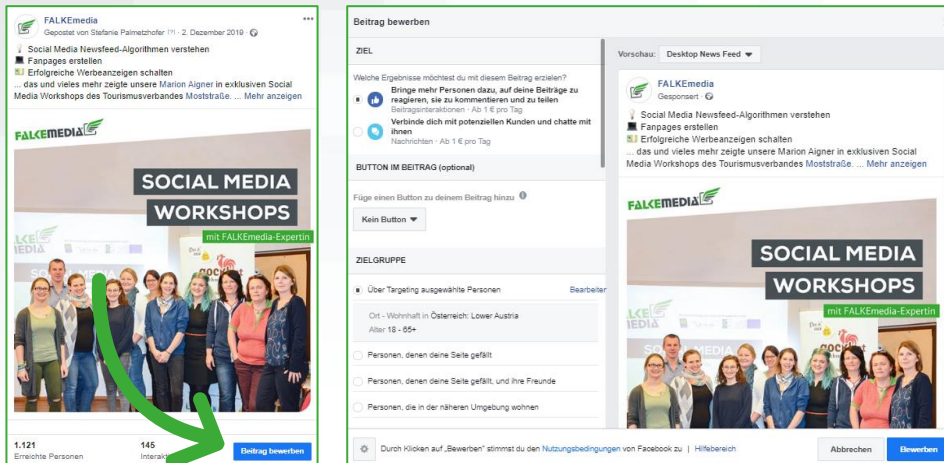
13

So funktioniert der Facebook-Boost.

Bild: unsplash.com/@chuttersnap

14

# Beitrag bewerben



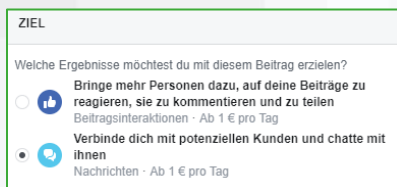
Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkemedia.at

15

## 1. Ziel



Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

Was möchte ich mit der Anzeige erreichen?

- Mehr Reaktionen bekommen
- Mehr Nachrichten bekommen
- Mehr Videoaufrufe bekommen
- Mehr Klicks auf Website bekommen
- Mehr Veranstaltungszusagen bekommen

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

www.falkemedia.at

16



## 2. Zielgruppe

**Zielgruppe erstellen**

Wähle den Standort, das Alter, das Geschlecht und die Interessen der Personen aus, die du mit deiner Werbeanzeige erreichen möchtest.

Name  
Meine Zielgruppe

Geschlecht   
☐ Alle ☐ Männer ☐ Frauen

Alter   
 18 65+

Standorte   
 Österreich  
 Lower Austria  
 Standorte hinzufügen

Detailliertes Targeting   
 Einschließlich Personen, die übereinstimmen   
 Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen Vorschläge Durchsuchen

Deine Zielgruppe ist **definiert**. Gut gemacht!  
 Potenzielle Zielgruppengröße: 420.000 Personen

Spezifisch Größt

Abbrechen Speichern

Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

Wer soll den Beitrag sehen?

- Verbindung zur Seite
- Geschlecht, Alter
- Wohnort
- Interessen

**Tipp:** Seien Sie bei der Zielgruppen-Auswahl so genau wie möglich.



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

17

## 3. Platzierung

**Automatische Platzierungen (empfohlen)** AUS

Wenn du Platzierungen entfernst, erreichst du möglicherweise weniger Personen, und die Wahrscheinlichkeit, dass du deine Ziele erreichst, sinkt. [Mehr dazu](#).

☒ Facebook  
☐ Messenger  
☒ Instagram

Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

Wo soll die Werbung erscheinen?

- Facebook
- Messenger
- Instagram

**Tipp:** Rechts kann man sich die Vorschau für die gewählten Platzierungen anzeigen lassen.

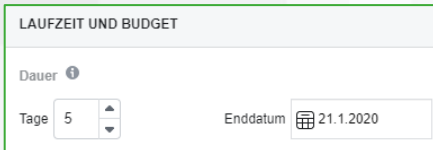


www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

18

## 4. Laufzeit



The screenshot shows the 'LAUFZEIT UND BUDGET' (Duration and Budget) section of a Facebook ad campaign. It includes a 'Dauer' (Duration) field with a dropdown menu set to '5' days, and an 'Enddatum' (End date) field with a calendar icon set to '21.1.2020'.

Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

Wie lange soll die Anzeige laufen?

- Start sofort nach Überprüfung
- Anzahl von Tagen (mind. 3)
- Spezifisches Enddatum

**Tipp:** Lassen Sie die Bewerbung nicht zu lange laufen. Nach einer Woche nimmt die Leistung ab.



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

## 5. Budget



The screenshot shows the 'Gesamtbudget' (Overall Budget) section of a Facebook ad campaign. It includes a 'Gesamtbudget' field with a dropdown menu set to '30,00 € EUR'. Below this, it shows 'Geschätzte erreichte Personen' (Estimated reach) as '560 - 1.600 Personen pro Tag' (per day) out of a total of '320.000'. A blue progress bar is visible. A note states: 'Verfeinere deine Zielgruppe oder dein Werbebudget, um mehr Personen zu erreichen, die dir wichtig sind.' (Refine your target audience or your advertising budget to reach more people who are important to you). At the bottom, it says: 'Dein Tagesbudget beträgt 6,00 €. Die Laufzeit dieser Werbeanzeige beträgt 5 Tage. Sie endet am 21.01.2020.'

Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (10.07.2020, 10:00)

Was möchte ich für die Bewerbung ausgeben?

- Gesamtbudget (mind. 1 € pro Tag)
- Schätzung der Ergebnisse auf Basis von Zielgruppe, Dauer und Budget



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

## Das geht nicht...



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

21

## 20%-Text-Regel

Testen: [www.facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay)



Screenshot: [www.facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay) (02.07.2020, 11:00)

### Bildtext-Bewertungen

- ✓ **Bildtext: OK**  
Deine Werbeanzeige wird normal geschaltet.
- ⚠ **Bildtext: Niedrig**  
Deine Werbeanzeigenreichweite ist möglicherweise etwas geringer.
- ⚠ **Bildtext: Mittel**  
Deine Werbeanzeigenreichweite ist möglicherweise deutlich geringer.
- ⚠ **Bildtext: Hoch**  
Deine Werbeanzeige wird möglicherweise nicht geschaltet.



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

22

# Beispiel



Screenshot: facebook.com/falkemedi.at (13.07.2020, 14:00)

- **Ziel:** Leute sollen auf unsere Website kommen und den Beitrag lesen
- **Zielgruppe:** Unternehmer im Umkreis von 25 km, die sich für Social-Media-Marketing interessieren

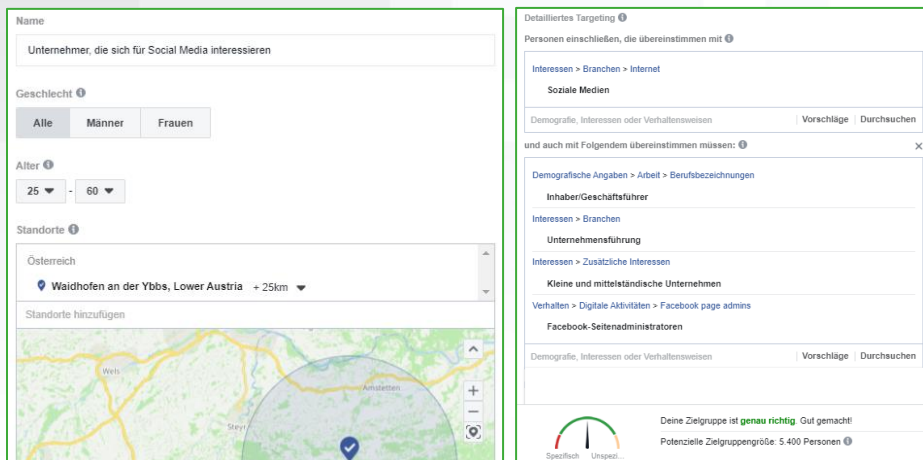


www.falkemedi.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

23

# Beispiel



Screenshot: facebook.com/falkemedi.at (13.07.2020, 14:00)



www.falkemedi.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

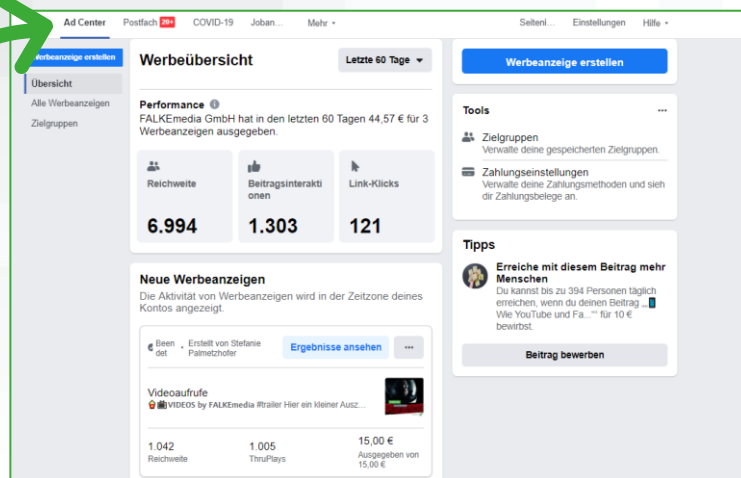
24

Was hat's gebracht?

Bild: unsplash.com/@ecasap

25

## Erfolgsmessung



Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (13.07.2020, 14:00)



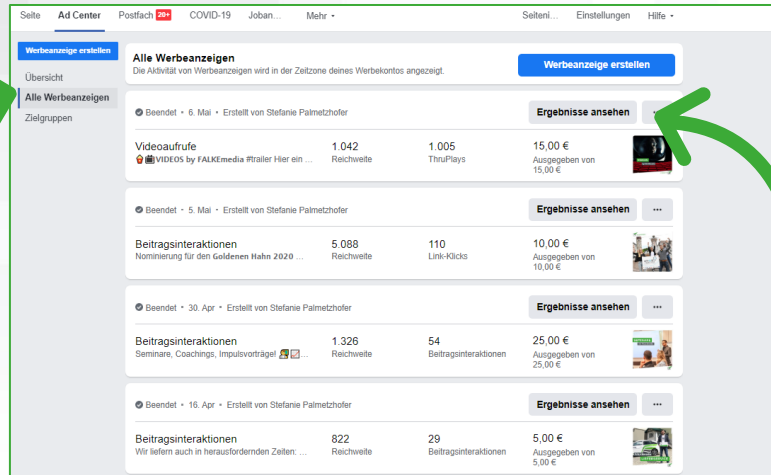
www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

26



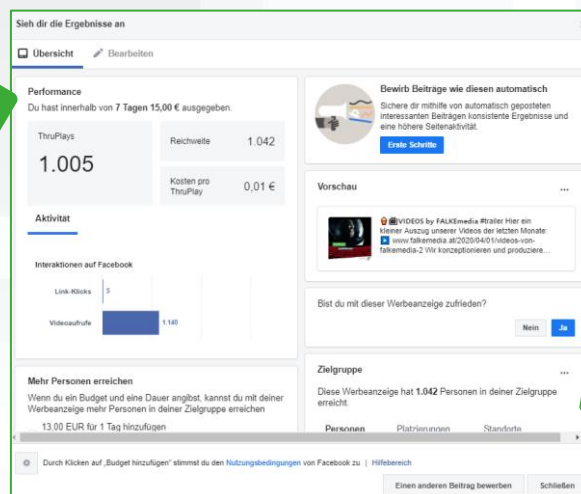
# Erfolgsmessung



Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (13.07.2020, 14:00)

27

# Erfolgsmessung



Screenshot: facebook.com/falkemedia.at (13.07.2020, 14:00)

28



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.



## Kennzahlen

- Reichweite: Wie viele Personen haben die Werbung gesehen?
- Link-Klicks: Wie oft wurde auf einen Link geklickt?
- ThruPlays: Wie oft wurde ein Video mind. 15 Sek. oder komplett angesehen?
- Beitragsinteraktionen: Fotoaufrufe, Link-Klicks, Reaktionen, Kommentare...
- Kosten pro ThruPlay/Interaktion/Klick =  $\text{Budget} : \text{ThruPlays/Interaktionen/Klicks}$
- Interaktionsrate =  $\text{Anzahl der Interaktionen/Reichweite} \times 100$
- Klickrate =  $\text{Link-Klicks/Reichweite} \times 100$
- Personen: Wer hat die Werbeanzeige gesehen?
- Platzierung: Wo wurde die Werbeanzeige ausgespielt?
- Standorte: An welchen Standorten wurde die Werbung ausgespielt?



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

29

## Weitere Webinare



www.falkmedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

30

## Weitere Webinare

- 16. Juli 2020, 16:00  
Einen Instagram Business Account erstellen u. einrichten
- 21. Juli 2020, 16:00  
Google My Business für Unternehmen



www.falkemedia.at

WERBUNG.  
MARKETING.  
NEUE MEDIEN.

31

**FALKE  
MEDIA®**

WERBUNG. MARKETING. NEUE MEDIEN.

www.falkemedia.at

32