

# Facebook

Facebook verknüpfen  
Facebook Kampagne erstellen



Google Smart Shopping

facebook  Instagram

# Kampagnen erstellen und optimieren

In diesem Guide werden folgende Schritte erklärt:

- Facebook Ads verknüpfen
- Facebook Kampagnen erstellen

## Facebook Ads verknüpfen

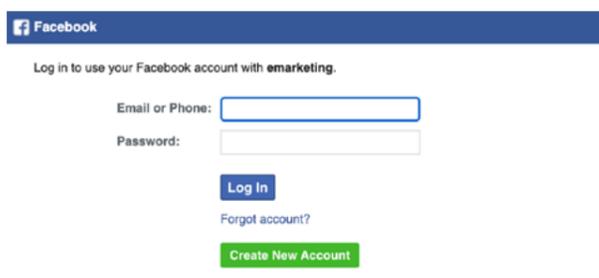
**Damit Ihr Werbekonto / Business Manager mit emarketing verbunden werden kann, müssen zunächst freigegebene Produkte aus dem Google Merchant Center im emarketing-Account vorhanden sein. Ist dies noch nicht der Fall, kann die Verbindung nicht hergestellt werden.**



Klicken Sie in Ihrem Dashboard in der rechten Kachel auf **Facebook jetzt verknüpfen**.



Klicken Sie anschließend auf **Verbinden Sie Ihren Facebook-Account**.



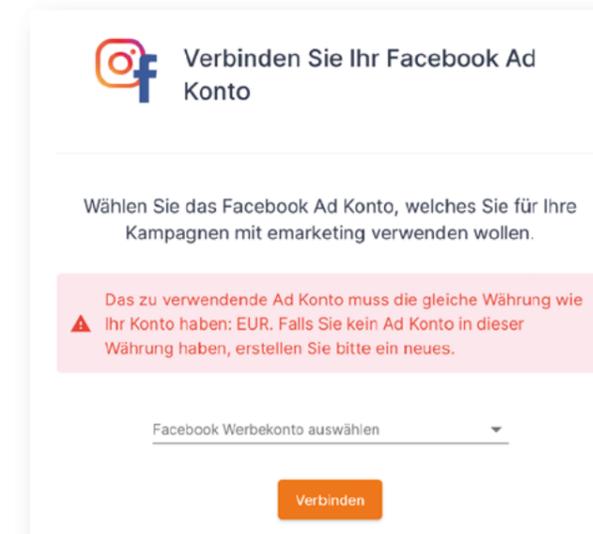
Loggen Sie sich nun in Ihren Facebook-Account ein.

Falls Sie noch keinen Facebook-Account haben, klicken Sie auf **Create New Account**!

**Bitte beachten Sie, dass der ausgewählte Facebook-Account Administrationsrechte für das Werbekonto und den Business-Manager besitzt.**

Falls Sie mit Ihrem Facebook-Account Zugriff auf mehrere Werbekonten haben, werden diese zur Auswahl angeboten.

Wählen Sie bei **Facebook Werbekonto auswählen** das gewünschte Konto aus und klicken Sie auf **Verbinden**!



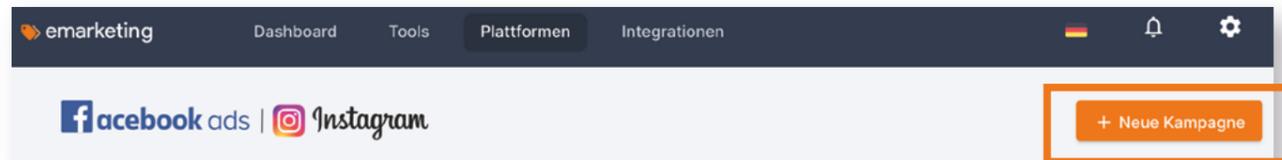
Wählen Sie Ihren Facebook Ads Account, welchen Sie für das Bewerben nutzen möchten und klicken Sie anschließend auf **Verbinden**.

**i** *Der Ads-Account den Sie wählen, muss die gleiche Währung wie in Ihr Konto haben. Sollten Sie kein Ads-Konto in dieser Währung haben, erstellen Sie bitte ein neues.*

## Facebook Kampagnen erstellen

Klicken Sie auf den Reiter **Plattformen** > **Facebook/Instagram**.

Klicken Sie anschließend auf **Neue Kampagne**.

The image shows a form titled 'Neue Facebook Kampagne'. It has several sections: 'Kampagnentyp' with radio buttons for 'Retargeting', 'Retargeting + Lookalike', and 'Dynamic Product Ads'; 'Produktauswahl' with radio buttons for 'Bewerben Sie alle Produkte in dieser Kampagne' and 'Produktgruppe auswählen'; 'Name' with a text input field containing 'automatisch generiert'; 'Tagesbudget' with a slider and a currency dropdown; a 'Robot aktivieren' section with a checked checkbox and a robot icon; 'Seiten ID' with a dropdown menu; and 'Remarketing-Pixel' with a dropdown menu. At the bottom, there are 'Abbrechen' and 'Kampagne erstellen' buttons.

1. Wählen Sie zwischen den drei Kampagnen-Typen: Retargeting und Retargeting + Lookalike (Mehr Informationen dazu auf den Seiten 5 - 7).

2. Wählen Sie hier bitte aus, ob Sie die gesamte Produktpalette bewerben möchten oder nur eine bestimmte Produktgruppe.

3. Geben Sie der Kampagne einen Namen oder lassen Sie einen automatisch generieren.

4. Setzen Sie ein Tagesbudget!

5. Wählen Sie Ihre Seiten-ID.

6. Wählen Sie Ihren Remarketing-Pixel.

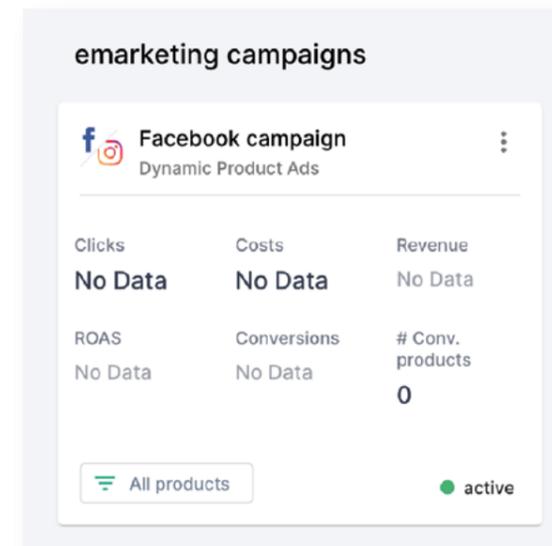
7. Klicken Sie auf **Kampagne erstellen**.

Der Robot ist standardmäßig aktiviert. Der Robot bietet Ihnen eine 24/7-Optimierung und kontinuierliche Überwachung.

Wenn Sie den Robot deaktivieren, beachten Sie bitte, dass Sie einige Optionen dieser Kampagne manuell einstellen und regelmäßig anpassen müssen.

Nachdem Sie die Kampagne erstellt haben, kommen Sie zurück zur Übersichtsseite von Facebook/Instagram.

Scrollen Sie bis ans Ende der Seite, dort erscheint nun Ihre Facebook Kampagne.



## DYNAMIC ADS: RETARGETING, LOOKALIKE

**Dynamic Ads** sind personalisierte Werbeanzeigen in Facebook, die automatisch genau den Personen angezeigt werden, die bereits Interesse am Werbetreibenden oder seinen Produkten gezeigt haben. Hat zuvor ein Kontakt zum Unternehmen, beispielsweise über die Website des Werbetreibenden oder andere Websites mit verwandten Inhalten oder Produkten stattgefunden, kommen die Dynamic Ads zum Einsatz.

## RETARGETING

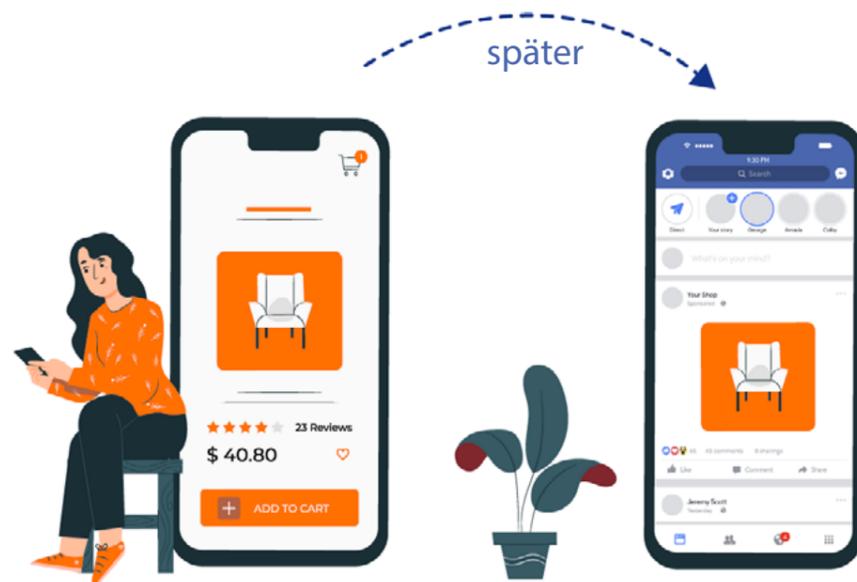
Bei einer **Retargeting-Kampagne** werden Webseiten-Besucher markiert und durch das Facebook-Pixel, das unser Plugin in Ihrem Webshop setzt, getrackt.

Diesen Besuchern werden im Anschluss auf Facebook im News-Feed die Produkte nochmals angezeigt.

Je nach Einstellung kann man wählen, ob das Produkt den Besuchern angezeigt wird, die das Produkt schon in Ihrem Warenkorb hatten (hohe Kauf-Wahrscheinlichkeit), oder auch jenen, die das nur angesehen haben (geringere Kauf-Wahrscheinlichkeit).

Die Fein-Justierung übernimmt emarketing, so dass Sie den maximalen Umsatz hieraus erzielen.

Im Durchschnitt erzielt ein Händler, der Retargeting einsetzt, mithilfe dieser Kampagne einen Umsatz, der das 8-12fache der Werbeausgaben beträgt.



## LOOKALIKE

**Lookalike Kampagnen** sind auf Facebook ein wirksames Instrument zur Neukunden-Gewinnung. Mit einer Lookalike Kampagne können Sie Personen erreichen, die Ihren bestehenden Kunden ähneln.

Facebook zeigt dann Ihre Produkte potentiellen Kunden, die noch nicht auf Ihrer Website waren, aber jenen Kunden „sehr ähnlich“ sind, die bereits bei Ihnen eingekauft haben.

„Sehr ähnlich“ bedeutet, dass die Kunden zuvor ähnliche Websites besucht haben (z.B. Websites Ihrer Wettbewerber!) und sich durch Ihr konkretes Such- und Klickverhalten sehr ähneln.

Im Durchschnitt erzielt ein Händler, der Lookalike einsetzt einen Umsatz, der etwa das 4-6fache der Werbeausgaben beträgt.

Die Feinjustierungen wie z.B. der Ähnlichkeits-Koeffizient übernimmt emarketing voll-automatisch, so dass Ihr Werbevolumen maximal effizient eingesetzt wird.

