

Factsheet Facebook

Facebook ist ein soziales Netzwerk, eine Art Treffpunkt im Internet, an dem man mit Freunden und Bekannten kommuniziert. Die Inhalte werden von Nutzern selbst eingestellt. Neben Statusmeldungen stellen die Mitglieder auch Fotos, Videos, Links zu Internetseiten und vieles mehr ein. Zudem können die Nutzer auch live chatten. In der Schweiz sind per Ende 2015 3.55 Mio. Nutzerinnen und Nutzer aktiv.

Werbung auf Facebook

Mithilfe von Facebook-Werbung kann die gewünschte Zielgruppe ohne relevante Streuverluste erreicht werden (Targeting). Entweder wird via der eigenen Firmenwebsite geworben oder es wird Werbung geschaltet, ohne dass eine eigene Firmen-Facebook-Seite vorhanden ist. Es gibt verschiedene Formen, um auf Facebook Werbung zu schalten. Es ist möglich, gesponserte Beiträge im News-Feed der Zielgruppe anzeigen zu lassen (Mobile und Desktop). Dabei sind drei Varianten möglich: posten eines Videos mit einer maximalen Länge von 60 Minuten, posten eines einzelnen Bildes oder posten von mehreren Bildern (Karussell). Bei der Karussell-Variante können die Bilder mit einem Klick auf einen Pfeil nach rechts oder links angezeigt werden. Auch in der Spalte Rechts kann Werbung geschaltet und die User direkt auf eine Landing-Page geleitet werden. Die Beiträge werden jeweils oben links mit „gesponsert“ als Werbung gekennzeichnet. Werbung kann entweder direkt unterhalb eines geposteten Beitrags mit dem Button „Beitrag bewerben“ geschaltet werden oder über den Werbeanzeigenmanager.

Kosten

- Tagesbudget: Der eingegebene Betrag entspricht dem Maximalbetrag, der täglich ausgegeben wird (fortlaufend oder mit Start- und Enddatum möglich).
- Laufzeitbudget: Der eingegebene Betrag entspricht dem Maximalbetrag, der während der Laufzeit der Kampagne ausgegeben wird (Start- und Enddatum notwendig).

Der Betrag kann selber festgelegt werden. Der Mindestbetrag liegt bei CHF 1.00 pro Tag. Bezahlt wird entweder pro Klick auf einen Link (CPC), pro Impression/Anzeige (CPI), pro 1'000 Impressionen (CPM) oder pro Aktion (CPA) – auch Performance Advertising genannt. Das hängt davon ab, wofür die Werbeanzeige optimiert wird (z.B. für möglichst viele Klicks auf die Website).

Erfolgsfaktoren

Ziel definieren

Facebook gibt verschiedene Ziele vor, welche mit der Schaltung von Werbung erreicht werden können. Dazu gehören zum Beispiel eigene Beiträge bewerben, Menschen auf eine bestimmte Website umleiten oder ganz gezielt Menschen in der näheren Umgebung des eigenen Unternehmens erreichen.

Präzises Targeting

Um die Zielgruppe zu definieren (Targeting) eignet sich besonders der Werbeanzeigenmanager. Dort hat man im Gegensatz zu der Werbung, welche man über den Button „Beitrag bewerben“ unterhalb eines geposteten Beitrags, schaltet, genauere Selektionsmöglichkeiten.

Empfehlungsmarketing

Empfehlungsmarketing, auch bekannt als Mund-zu-Mund-Propaganda oder Word-of-Mouth-Marketing (WOMM), bezeichnet eine Form der direkten persönlichen Kommunikation (sprichwörtlich: von Mund zu Mund) zwischen Konsumenten innerhalb eines sozialen Umfeldes. Nicht zu verwechseln mit Affiliate Marketing! Im Marketing wird Word-of-Mouth als eine informelle, wertende Meinungsäußerung über Marken, Produkte, Services und Unternehmen zwischen Konsumenten verstanden. Diese kann sowohl positiver als auch negativer Art sein.

Facebook's Like-Button – WOM-Plattform für jedermann



Anwendungsbeispiel

Für die Agostini Drum School Olten hat die KommunikationsWerkstatt einen Facebook-Wettbewerb lanciert und diesen mithilfe von bezahlten Posts bekannt gemacht. Mit einem geringen Budget von Fr. 20.00 konnte eine erfreuliche Reichweite von 7'404 erreicht werden. Durch gezieltes Targeting wurden Schlagzeug-Fans aus der Schweiz, Deutschland und Österreich angesprochen.

Agostini Drum School Olten
 Gepostet von Andrea Mattmann [?] · 25. Februar 2015 ·

Du und dein Schlagzeug – ihr seid das unschlagbare Paar. Eure Beziehung lässt sich weder durch nörgelnde Nachbarn noch durch kaputte Drumsticks oder sonst etwas zerstören. Beweise es! Maile uns dein einzigartiges, kreatives Foto von dir und deinem Schlagzeug und gewinne!

Sende dein Foto bis spätestens am Sonntag, 29. März 2015 an noby.lehmann@bluewin.ch. Die Bilder werden laufend auf der Facebook-Seite der Agostini Drum School aufgeschaltet. Die fünf Fotos, die bis am 13. ... Mehr anzeigen



8552 erreichte Personen Ergebnisse anzeigen

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Mikołaj Wantuch, Sunny Vanii, Dzengis DzeKo CiKa KuRe und 122 anderen gefällt das.

6 Mal geteilt

7 weitere Kommentare anzeigen

Sarah Ruzsa Christoph Auckenthaler mocht mit 😊
 Gefällt mir nicht mehr · Antworten · Nachricht senden · 2 · 19. März 2015

Beitrag bewerben

Wie effektiv war das Bewerben des Beitrags? ★ ★ ★ ★ ★

7404 Bezahlte Reichweite [?]	192 Handlungen [?]	19,93 Fr. Ausgegebenes Budget
---	------------------------------	---

Handlungen | Personen | Länder

62 Klicks auf Fotos

3 Klicks auf den Link

4 „Gefällt mir“-An...

[Weitere Details anzeigen](#)

Werbeanzeig... 4. März 12:37

Alter 15-65+

Geschlecht Männlich und weiblich

Interesse Schlagzeug, Rhythm and Blues-Musik oder Drum and Bass

Sonstiges Ort:
 Österreich
 Schweiz
 Deutschland