

6 Tipps für erfolgreiche Facebook Anzeigen

✖ Anzeigen und Banner auf Facebook zu schalten ist ein relativ neues Feld des Online-Marketings und bisher waren die meisten Versuche auf Facebook zu werben von wenig Erfolg gekrönt. Aber das muss nicht immer so sein. Mit der richtigen Strategie können Sie auch diese Art der Werbung für sich nutzen.

Erfahren Sie vom US-Online-Marketing-Experten Justin Palmer, wie Sie sie erfolgreiche Anzeigen-Kampagnen auf Facebook durchführen.

1. Ignorieren Sie Alles, was Sie über Adwords wissen.

Für alle Leser, die einen Suchmaschinen-Background haben gilt es, alles zu ignorieren, was Sie über das traditionelle "Pay-per-Click" Prinzip wissen. Mit Adwords ist es möglich, eine Anzeige zu schalten und diese dann einfach für ein paar Jahre so laufen zu lassen. Nicht so mit Facebook: In dem Moment, in wo Ihre Zielgruppe die Anzeige wieder und wieder gesehen hat, wird die Klick-Rate fallen und die Kosten-pro-Klick steigen. In diesem Moment wird auch Ihr ROI stark abfallen. Um bei Facebook erfolgreich zu sein, sollten Sie mit einer Lebensspanne der Anzeigen von nur ca. einer Woche rechnen. Danach sollten Sie mit einer neuen Idee starten.

2. Heben Sie sich von anderen ab.

Ihre Facebook Anzeigen sollten auf jeden Fall herausstechen. Viele Anzeigen auf Facebook zeigen ausschließlich das Firmenlogo des jeweiligen Unternehmens, was sich als keine gute Strategie erwiesen hat. Im Gegenteil: Justin Palmer beschreibt, dass bei seinen eigenen Facebook-Anzeigen gerade die am erfolgreichsten waren, die das Firmenlogo ignoriert und sich anstattdessen auf das Produkt konzentriert haben, für das die Nutzer begeistert werden sollten. Beschäftigen Sie sich mit den Anzeigen auf Ihrer Fanseite und testen Sie diese. Welche Anzeigen erregen die meiste Aufmerksamkeit und warum?

3. Planen Sie Rückschläge ein.

Bei Facebook-Anzeigen kann es häufig zu Rückschlägen kommen. Nur ca. eine von vier Anzeigen hat sich der Erfahrung des Autors nach als erfolgreich erwiesen. Der Rest wurde eine Zeit lang getestet und dann wieder verworfen. Lassen Sie sich von schlechten Resultaten nicht gleich entmutigen. Lernen Sie daraus, variieren Sie Ihre Strategie und versuchen Sie es weiter.

4. Versuchen Sie die begeisterungsfähigen User für sich zu gewinnen.

Schauen Sie sich Ihre Produkte oder Dienstleistungen an und überlegen Sie, mit welchen Sie die begeisterungsfähigen User erreichen könnten. Begeisterungsfähige Menschen klicken die Ads an, die Sie ansprechen. Wenn diese User sich erst einmal für ein Produkt begeistern, dann werden Sie dieses häufig auch gleich kaufen. Die besten und erfolgreichsten Anzeigen bieten außergewöhnliche Produkte und konzentrieren sich auf diese passionierten, entscheidungsfreudigen User. Der größte Fehler ist es, eine Anzeige zu allgemein zu gestalten, damit diese auch wirklich jedem gefällt. Diese Strategie zahlt sich meistens nicht aus.

5. Bieten Sie erst hoch - dann niedrig.

Facebook schlägt Ihnen zunächst eine Preisspanne pro Klick vor wenn Sie eine Anzeige schalten möchten. Hier passieren die meisten Fehler. Selbst mit einer hervorragenden Anzeige lässt sich kein guter ROI erzielen wenn der Preis für den einzelnen Klick zu hoch ist. Wenn Sie für einen Klick 0,50 Cent bezahlen und die Konversionsrate 0,5 Prozent beträgt, lässt sich kein Geld verdienen.

Wenn man allerdings einen niedrigen Preis-pro-Klick bezahlt, lässt sich hier mit der gegebenen Konversionsrate auch ein akzeptabler ROI erzielen. Das Problem ist aber, dass wenn Sie von Anfang an zu niedrig bieten, Facebook sich kaum bemühen wird, Ihre Anzeigen besonders vielen Menschen zu zeigen.

Deshalb sollte die Strategie sein, innerhalb des von Facebook vorgeschlagenen Bereichs zu bieten, die Anzeige absegnen zu lassen und dann für ein paar Stunden laufen zu lassen. Wenn die Analyse eine gute Klick-Rate ergibt, sollte man seine Gebote langsam niedriger ansetzen, bis das Verhältnis von Click-Preis zur Konversionsrate stimmt.

Grundlage für diese Strategie ist aber stets eine gute Anzeige. Die Erfahrung zeigt hier, dass eine gute Anzeige eine "Click-thru-rate" von ca. 0,15 % oder mehr haben sollte. Alles darunter führt dazu, dass Facebook aufhört die Anzeige zu zeigen oder einen lächerlich hohen Preis-pro-Klick zu fordert.

6. Nutzen Sie die Informationen über "gefällt mir" und die Interessen der User.

Facebook benutzt die Informationen über die "Likes" der User um zu bestimmen, wer welche Anzeigen zu sehen bekommt. Hier sollten sie kreativ tätig werden! Die Erfahrung zeigt, dass der Facebook-Algorithmus kleinere Zielgruppen bevorzugt. Wenn Sie also Ihr Keyword eingeben und laut Anzeige eine Zielgruppe von nur 1.000 Personen erreichen, werden Sie astronomisch hohe Kosten pro Klick bezahlen, was wiederum einen schlechten ROI zur Folge hat.

Ein Trick ist, die Profile seiner Fans zu besuchen und sich zu fragen, wie man die User, die diesen Personen ähneln, erreichen kann. Was "gefällt" bzw. "gefällt dieser Person nicht" laut deren Facebook-Profil?

Wenn Sie eine gute Gruppe von Keywords gefunden haben, können Sie mit Hilfe der Facebook eigenen Vorschlag-Funktion weitere Keywords und Keyword-Kombinationen generieren. In der "Gefällt mir und Interessen Box" geben Sie Ihr Keyword sowie ein Leerzeichen und beispielsweise ein A ein. Facebook wird dann eine Liste von Keywords generieren, die Ihr Keyword in Kombination mit anderen Wörtern mit dem Buchstaben A zeigt. Gehen Sie einfach das Alphabet durch und finden Sie so Hunderte von neuen Keyword-Kombinationen.

Fazit:

Anzeigen auf Facebook stellen so etwas wie unerschlossenes Terrain im Internet-Marketing dar. SEO, Adwords und die traditionellen Banner sind allgegenwärtig und hart umkämpft, während viele Firmen sich noch gar nicht mit dem Thema Facebook-Marketing beschäftigen. Dies bedeutet: weniger Wettbewerb und besserer ROI. Justin Palmer erzielt nach eigener Aussage derzeit doppelt so viel Umsatz mit Facebook-Anzeigen wie mit Adwords-Kampagnen, die bereits jahrelang optimiert wurden.

Haben Sie bereits Erfahrungen mit Facebook Anzeigen sammeln können? Wie ist Ihre Meinung zu diesem Thema?