



Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS

IHK Cottbus

Dahme-Seen
TOURISMUS

BRANDENBURG
TOURISMUSAKADEMIE

DEHOGA
BRANDENBURG

12.02.2020, Wildau

SOCIAL MEDIA ROCKSTAR

WIE NUTZE ICH FACEBOOK OPTIMAL?

Michael Faber, Tourismuszukunft

1

SOCIAL MEDIA ROCKSTAR AGENDA 12.02.2020 15-19 UHR

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS

Block 1

Gruppenfoto

Einführung

Block 2

Facebook Basics

Block 3

Facebook Content-Formate

Block 4

Facebook Seiten Klinik

Block 5

Aufbau von Fans & Reichweite

Block 6

Ziele & Zielgruppen

Block 7

Werbekampagnen auf Social Media

Block 8

Messenger Marketing

Feedback

WLAN

FREE-ZLR

2

DARF ICH MICH VORSTELLEN?

MICHAEL FABER

TOURISMUSZUKUNFT

#content #kommunikation #multimedia
#twitter #österreich

m.faber@tourismuszukunft.de
+49 171 57 34 007

3

EIN NETZWERK VOLLER ENTHUSIASTEN



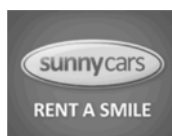
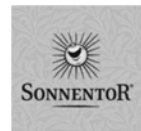
4

NETZWERK UNTERNEHMEN



- » **13** Experten
- » **13** Standorte
- » Persönlicher Habitus und individuelle Werte relevant
- » Individuelle Schwerpunkte und Kompetenzen

UNSERE KUNDEN



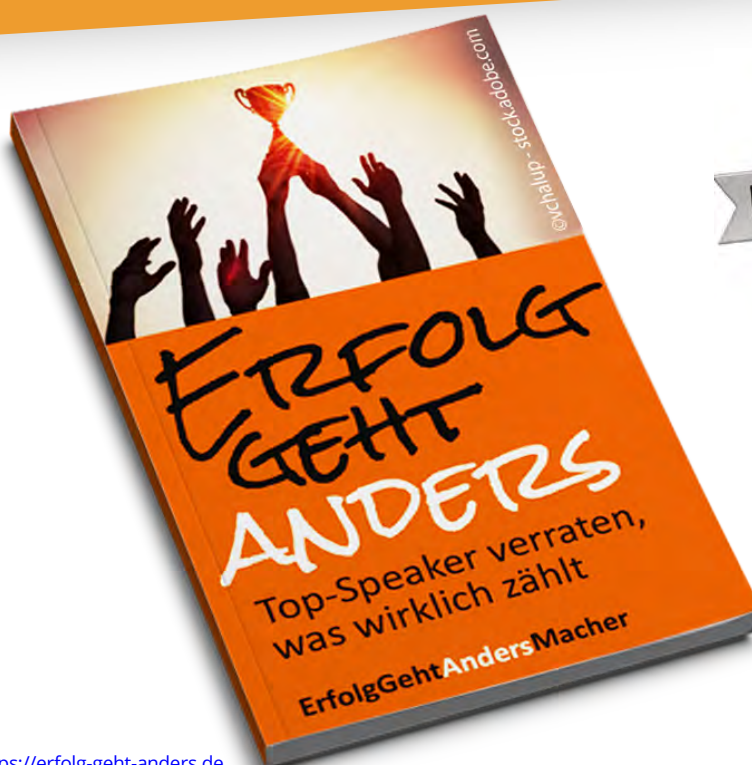
ZUSAMMENARBEIT MIT MICHAEL FABER, WEIL...

- Reisebüro-Inhaber & gelernter Reiseverkehrskaufmann
- M.A. in Tourism & Travelmanagement
- Langjährige Erfahrung in der Online-Vermarktung von Tourismusunternehmen
- Social Media Schulungen seit 2008
- Über 1.500 trainierte Tourismusbetriebe
- Kennzahlen aus der touristischen Praxis
- Anwendungstipps und Praxiserfahrung aus eigenen Betrieben
- Praxiserfahrung aus der Touristik (Reiseveranstalter & Vertrieb)



7

WIE KLEINE UNTERNEHMEN DIGITAL GROSS RAUSKOMMEN



amazon
(20. März 2019)

Bestseller Nr. 1

Psychologie &
Hilfe

INHABER

REISEBÜRO FABER

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS



9



Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS



IHR AUFTRITT!

#NAME #UNTERNEHMEN #ERWARTUNGEN

10



Block 1

SOCIAL MEDIA EINFÜHRUNG

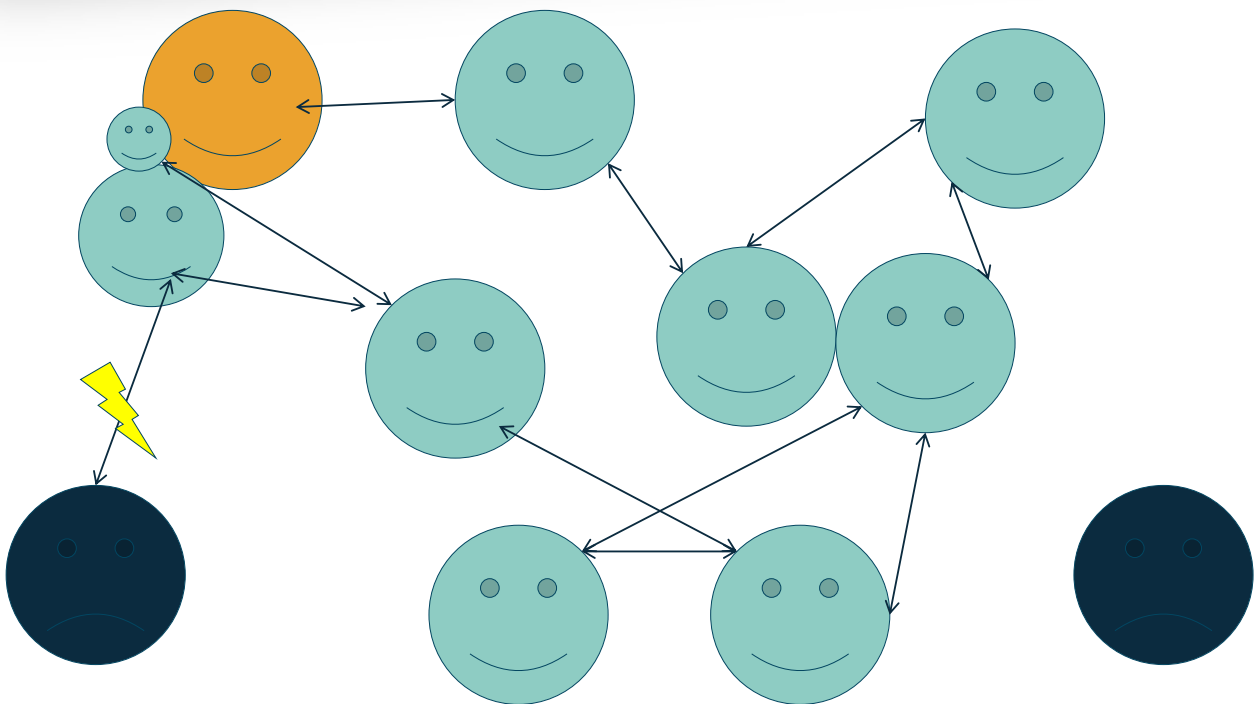
11

ONLINE-MARKETING INSTRUMENTE

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS

Social Media Marketing	Affiliate Marketing
Mobile Marketing	Online Werbung
E-Mail Marketing	Suchmaschinen Werbung
Suchmaschinen Optimierung	Content Marketing
Web Controlling	Buchungsmaschine
Website Marketing	

12



SOCIAL MEDIA ZIELE

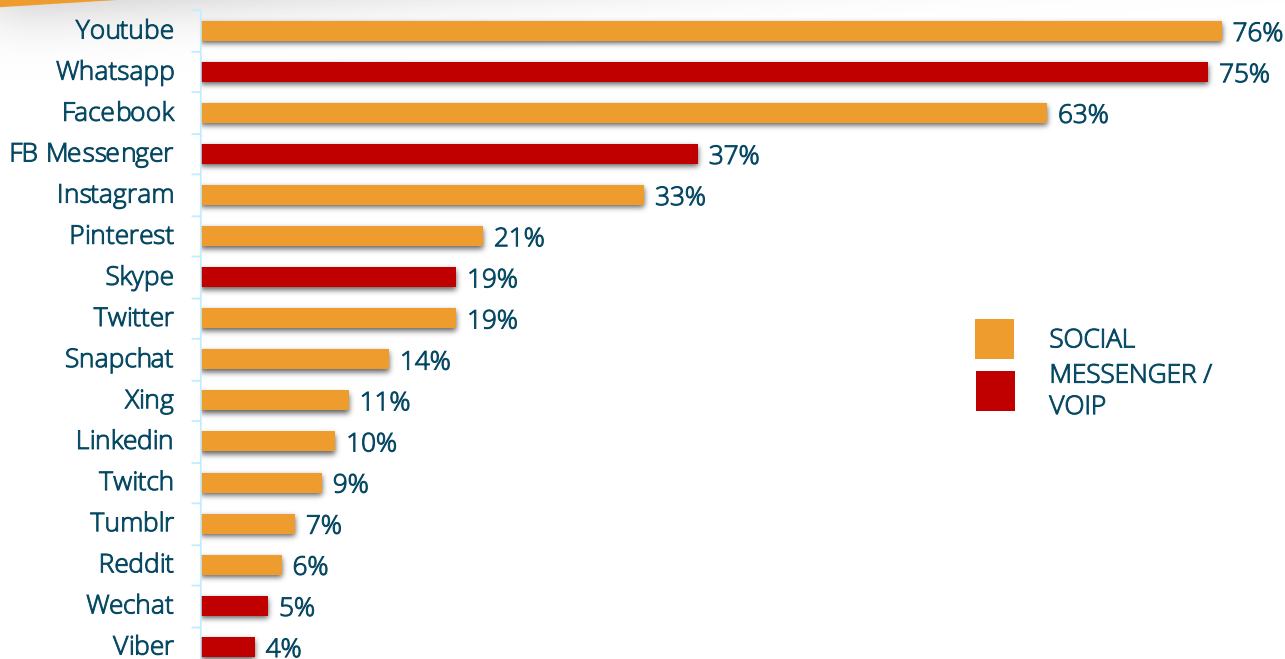
- Interaktion mit dem Kunden
- Social Media als zusätzlicher Kanal zum Kundenservice
- Dem Unternehmen ein Gesicht geben
- Reichweite & Bekanntheit
- Reputation
- Empfehlungen bekommen
- Suchmaschinenoptimierung
- Recruiting
- Neue Zielgruppen erreichen
- Buchungsanfragen generieren
- Buchungen steigern
- Soziale Bindung steigern
- ...

SOZIALE MEDIEN



DIE AKTIVISTEN

SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN



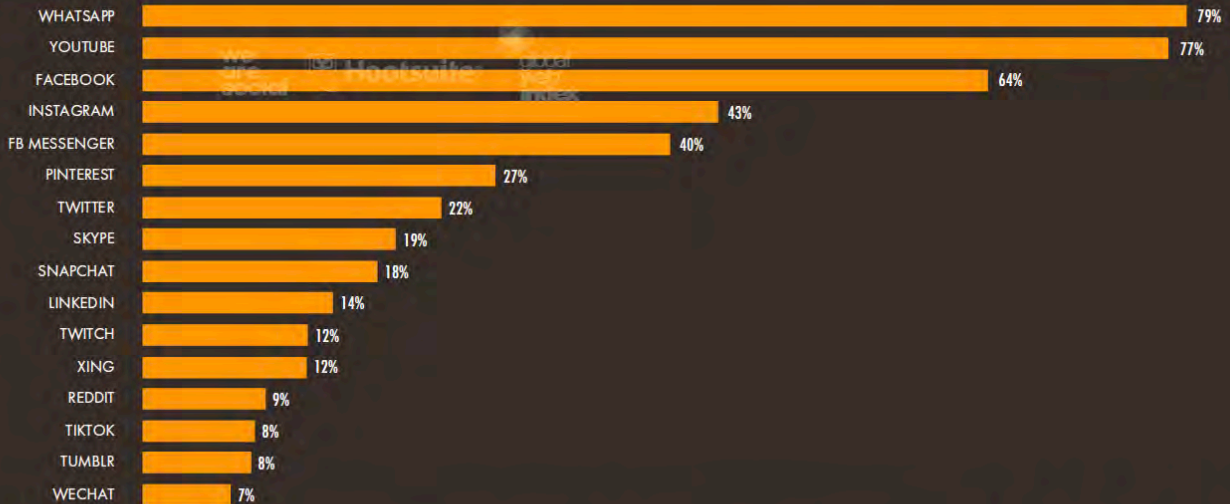
Prozentsatz der Internetnutzer, die die einzelnen Plattformen nach eigenen Angaben nutzen
Quelle: Hootsuite/wearesocial (2019), Globalwebindex (Q2 & Q3 2018), Kennzahlen aus Umfragen von Internetnutzer 16-64.

DIE AKTIVISTEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

JAN
2020

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



43

SOURCE: GLOBALWEBINDEX (Q3 2019). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GLOBALWEBINDEX.COM FOR MORE DETAILS.
NOTE: FIGURES ARE BASED ON INTERNET USERS' SELF-REPORTED BEHAVIOUR AND MAY NOT MATCH THE MONTHLY ACTIVE USER FIGURES OR ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE REACH FIGURES FOR EACH PLATFORM THAT WE PUBLISH ELSEWHERE IN THIS REPORT.

we
are
social

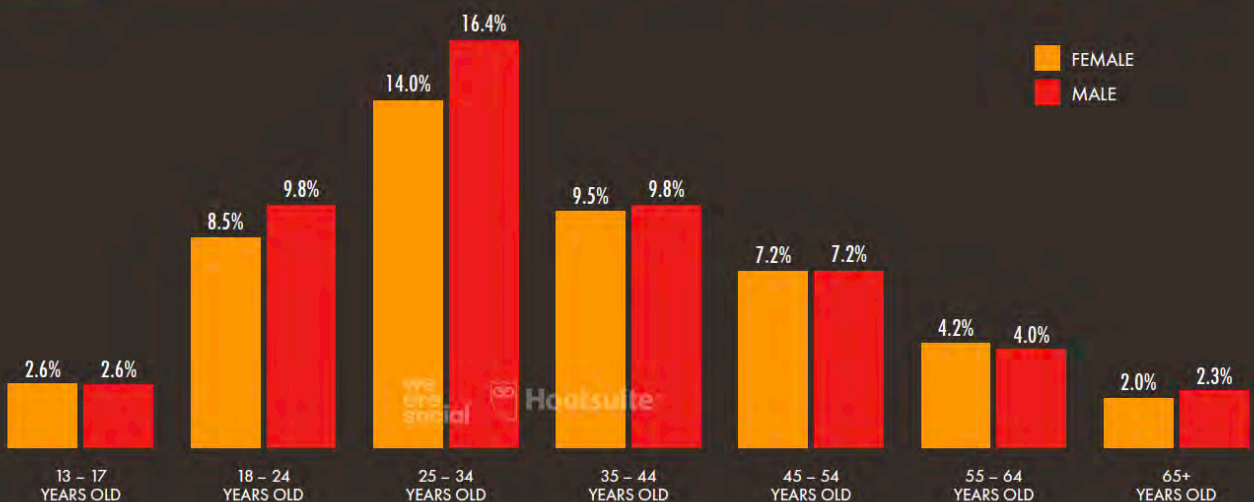


ALTERSSTRUKTUR SOCIAL MEDIA

JAN
2020

SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF THE TOTAL ADVERTISING AUDIENCE* ACROSS FACEBOOK, INSTAGRAM, AND FB MESSENGER, BY AGE AND GENDER



41

SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020), BASED ON ACTIVE USERS OF FACEBOOK, INSTAGRAM, AND / OR FACEBOOK MESSENGER. *NOTES: FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' OR 'FEMALE'. *ADVISORY: DATA ON THIS CHART REPRESENT THE SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCE ONLY, AND MAY NOT CORRELATE TO RESPECTIVE SHARES OF TOTAL MONTHLY ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS. *COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES.

we
are
social



JAN
2020

FACEBOOK AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON FACEBOOK



NUMBER OF PEOPLE THAT FACEBOOK REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON FACEBOOK



28.00
MILLION

FACEBOOK'S REPORTED ADVERTISING REACH COMPARED TO TOTAL POPULATION AGED 13+



38%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN FACEBOOK'S ADVERTISING REACH



0%
[UNCHANGED]

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS FEMALE*



50.0%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS MALE*



50.0%

44

SOURCES: FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (ACCESSED JANUARY 2020); POPULATION DATA FROM THE U.N. NOTE: FACEBOOK DOES NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' AND 'FEMALE'. ADVISORY: FIGURES REPORTED ON THIS CHART ARE BASED ON FACEBOOK'S ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE, AND MAY NOT MATCH TOTAL ACTIVE USERS. COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES. DATA MAY NOT BE COMPARABLE TO FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Hootsuite®

JAN
2020

INSTAGRAM AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON INSTAGRAM



NUMBER OF PEOPLE THAT INSTAGRAM REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON INSTAGRAM



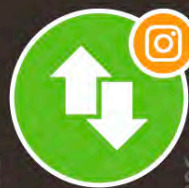
21.00
MILLION

INSTAGRAM'S REPORTED ADVERTISING REACH COMPARED TO TOTAL POPULATION AGED 13+



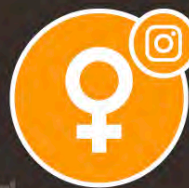
29%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN INSTAGRAM'S ADVERTISING REACH



+5.5%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT INSTAGRAM REPORTS IS FEMALE*



47.6%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT INSTAGRAM REPORTS IS MALE*



52.4%

49

SOURCE: FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS FOR INSTAGRAM (ACCESSED JANUARY 2020); POPULATION DATA FROM THE U.N. NOTE: FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH ADVERTISING AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' AND 'FEMALE'. ADVISORY: FIGURES REPORTED ON THIS CHART ARE BASED ON INSTAGRAM'S ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE, AND MAY NOT MATCH TOTAL ACTIVE USERS. COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES. DATA MAY NOT BE COMPARABLE TO FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Hootsuite®

20



Block 2

FACEBOOK

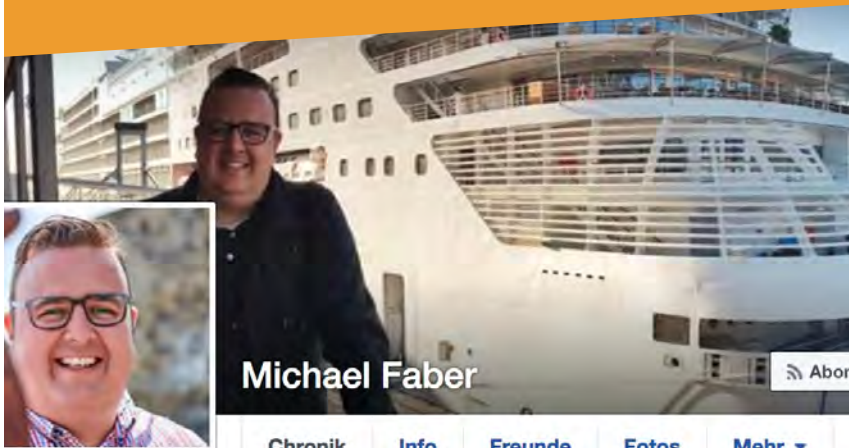
BASICS

21

PERSONENPROFIL-STRATEGIE

POSITIONIEREN & NETZWERKEN

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS



Persönliches Profil

- Visitenkarte & mehr
- Für welche Themen und Stories stehen Sie?
- Als Experte positionieren
- Regelmäßige Beiträge & Stories zu Ihren Themen
- Netzwerken mit relevanten Zielgruppen
- Soziale Bindung durch Netzwerken erhöhen (Like, Kommentar, persönliche Nachricht, persönliches Update)

IST DU MICHAEL?

zu sehen, was er mit Freunden teilt, sende ihm eine Freundschaftsanfrage.

Steckbrief

Inhaber bei Reisebüro Faber

Geschäftsführer Touristik bei Tourismuszukunft

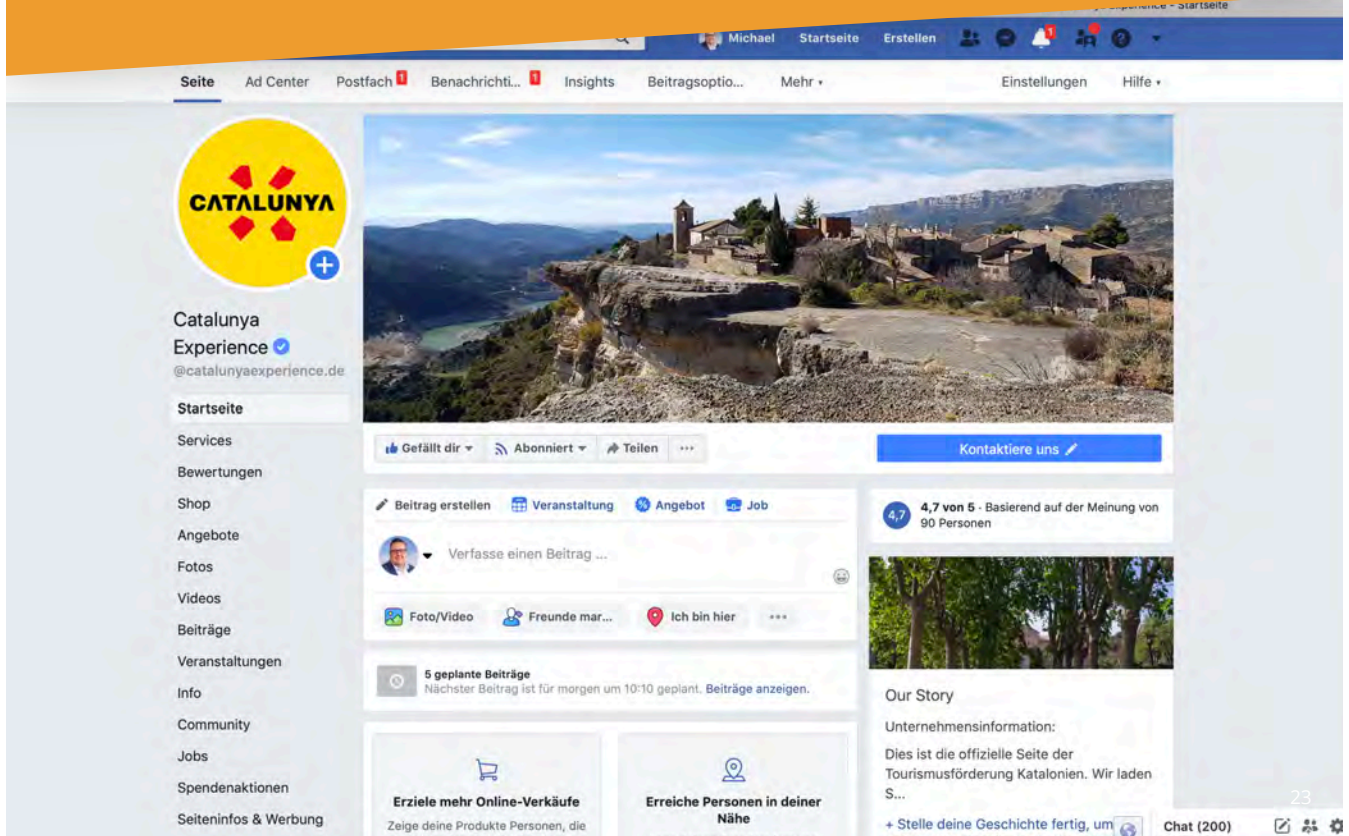


Michael Faber hat sein Titelbild am 7. April um 11:05

Sehr schön war es auf der Shakedown Cruise das erste Mal auf Silversea. aber sicherlich nicht

UNTERNEHMENSSEITEN-STRATEGIE

CONTENT & REICHWEITE



WERBEANZEIGEN-STRATEGIEN

CONTENT & REICHWEITE



EVENT-STRATEGIE

TEILNEHMER & AUSTAUSCH

The screenshot shows a Facebook event page for 'Rundfahrt im Oldtimertram' (Vintage Tram Ride) in Basel. The event is scheduled for February 17, 2019, from 10:30 to 11:45. It is a public event with 215 interested participants. The page includes a photo of a green vintage tram, event details, a calendar view, and a list of similar events. The interface is in German, and the event is hosted by 'Basel'.

GRUPPEN-STRATEGIE

NETZWERKEN



Umrundungszeiten: Mo. – Fr. 7.00 – 19.00 Uhr Sa. 07.00 – 14.30 Uhr
pit-stop-kastellaun@t-online.de 06762-8017
Fordstr. 1, 56288 Kastellaun

Montag 04.09.2017 – Samstag 09.09.2017

Montag	Putensteak mit Chilisauce Pommes und Salat	7,50 €
Dienstag	Dippekuchen mit Apfelmus	6,20 €
Mittwoch	Hackbraten mit Gemüse und Salzkartoffeln	6,90 €
Donnerstag	Rinderroulade mit Rotkohl und Klöße	7,90 €
Freitag	Seelachsfilet mit Remoulade und Pellkartoffeln	6,90 €
Samstag	Gemüseintopf mit Rindfleisch	5,50 €
Wochengericht	Gyros mit Tzatziki, Krautsalat und Pommes Bunter Salatteller mit Putenbrust oder Thunfisch	6,90 € 6,80 €

Guten Appetit wünscht das Pit Stop Team

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Elke Petry und 2 weitere Personen Von 71 gesehen



CHATBOT-STRATEGIE

KUNDENSERVICE



BEWERTUNGS-STRATEGIE

KUNDENFEEDBACK



EINFÜHRUNG

FACEBOOK NEWS FEED



31

WIE FUNKTIONIERT DER
FACEBOOK NEWS FEED ?

Sichtbarkeit im News Feed =

I x **P** x **A** x **F** x **A**

Interesse am
Autor

Performance
bei anderen
Usern

Autors
generelle
Performance

Format
des
Beitrags

Aktualität
des
Postings

32

PERSONENPROFIL-STRATEGIE POSITIONIEREN & NETZWERKEN



Persönliches Profil

- Visitenkarte & mehr
- Für welche Themen und Stories stehen Sie?
- Als Experte positionieren
- Regelmäßige Beiträge & Stories zu Ihren Themen
- Netzwerken mit relevanten Zielgruppen
- Soziale Bindung durch Netzwerken erhöhen (Like, Kommentar, persönliche Nachricht, persönliches Update)

IST DU MICHAEL?

zu sehen, was er mit Freunden teilt, sende ihm eine Freundschaftsanfrage.

Steckbrief

Inhaber bei [Reisebüro Faber](#)

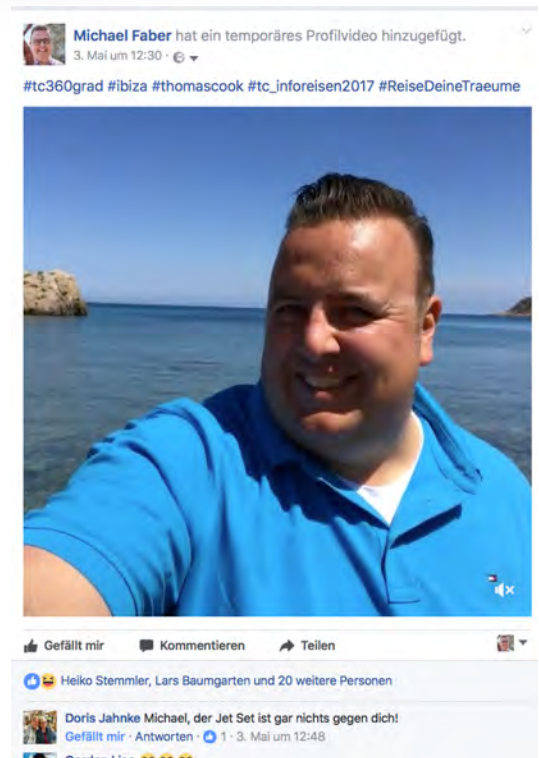
Geschäftsführer Touristik bei [Tourismuszukunft](#)



Michael Faber hat sein Titelbild am 7. April um 11:05 ·

Sehr schön war es auf der Shakedown Cruise erste Mal auf Silversea. aber sicherlich nicht

KUNDEN ERZÄHLEN LASSEN SERVICEMOMENTE



UNTERNEHMENSSEITEN-STRATEGIE

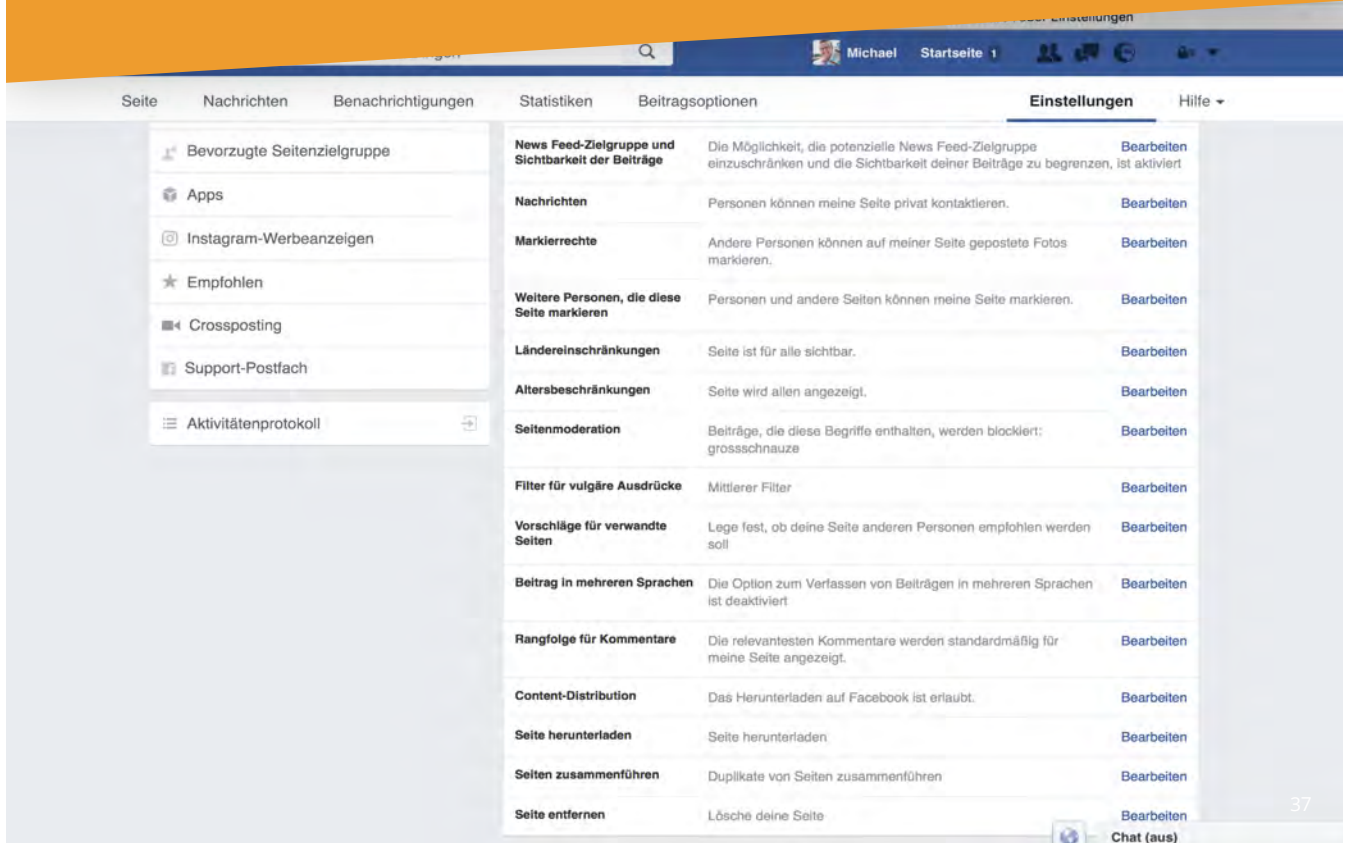
CONTENT & REICHWEITE

The screenshot shows the Facebook profile of 'Catalunya Experience' (@catalunyaexperience.de). The profile picture is a yellow circle with a red starburst and the word 'CATALUNYA'. The cover photo is a scenic view of a village built on a cliffside overlooking a valley. The page features a navigation menu on the left with options like 'Startseite', 'Services', 'Bewertungen', 'Shop', 'Angebote', 'Fotos', 'Videos', 'Beiträge', 'Veranstaltungen', 'Info', 'Community', 'Jobs', 'Spendenaktionen', and 'Seiteninfos & Werbung'. The main content area shows a post with a 'Beitrag erstellen' button, a 'Verfasse einen Beitrag ...' text box, and options for 'Foto/Video', 'Freunde mar...', and 'Ich bin hier'. Below the post, there are sections for '5 geplante Beiträge', 'Erziele mehr Online-Verkäufe', and 'Erreiche Personen in deiner Nähe'. The right sidebar shows a rating of 4.7 from 90 people and a 'Kontaktiere uns' button.

CONTENT KANN SO EINFACH UND LECKER SEIN 😊

The screenshot shows the Facebook profile of 'Olive Garden' (@OliveGarden). The profile picture is the Olive Garden logo. The cover photo is a close-up of a plate of lasagna. The main content area shows a post with the text 'Never Ending means you can stick with one favorite, or try them all. What's in your future?' and a photo of the lasagna. The post has 8,415 likes and 1 comment. The right sidebar shows a comment from Stephanie Hubert and a post from Ashley Delmonico. The bottom of the page shows a 'Gefällt mir' button and a 'Teilen' button.

VERIFIZIERUNG ANFORDERN



The image shows a screenshot of the Facebook settings page for a user named Michael. The page is titled 'Einstellungen' (Settings) and is divided into several sections. On the left, there is a sidebar with options like 'Bevorzugte Seitenzielgruppe', 'Apps', 'Instagram-Werbeanzeigen', 'Empfohlen', 'Crossposting', 'Support-Postfach', and 'Aktivitätenprotokoll'. The main content area is titled 'Einstellungen' and contains a list of settings with descriptions and 'Bearbeiten' (Edit) buttons. The settings include:

Setting Name	Description	Action
News Feed-Zielgruppe und Sichtbarkeit der Beiträge	Die Möglichkeit, die potenzielle News Feed-Zielgruppe einzuschränken und die Sichtbarkeit deiner Beiträge zu begrenzen, ist aktiviert.	Bearbeiten
Nachrichten	Personen können meine Seite privat kontaktieren.	Bearbeiten
Markierrechte	Andere Personen können auf meiner Seite gepostete Fotos markieren.	Bearbeiten
Weitere Personen, die diese Seite markieren	Personen und andere Seiten können meine Seite markieren.	Bearbeiten
Ländereinschränkungen	Seite ist für alle sichtbar.	Bearbeiten
Altersbeschränkungen	Seite wird allen angezeigt.	Bearbeiten
Seitenmoderation	Beiträge, die diese Begriffe enthalten, werden blockiert: grossschnauze	Bearbeiten
Filter für vulgäre Ausdrücke	Mittlerer Filter	Bearbeiten
Vorschläge für verwandte Seiten	Lege fest, ob deine Seite anderen Personen empfohlen werden soll	Bearbeiten
Beitrag in mehreren Sprachen	Die Option zum Verfassen von Beiträgen in mehreren Sprachen ist deaktiviert.	Bearbeiten
Rangfolge für Kommentare	Die relevantesten Kommentare werden standardmäßig für meine Seite angezeigt.	Bearbeiten
Content-Distribution	Das Herunterladen auf Facebook ist erlaubt.	Bearbeiten
Seite herunterladen	Seite herunterladen	Bearbeiten
Seiten zusammenführen	Duplikate von Seiten zusammenführen	Bearbeiten
Seite entfernen	Lösche deine Seite	Bearbeiten

At the bottom right of the settings page, there is a 'Chat (aus)' button and a page number '37'.

WERBEANZEIGEN-STRATEGIEN

CONTENT & REICHWEITE



EVENT-STRATEGIE

TEILNEHMER & AUSTAUSCH

The screenshot shows a Facebook event page for 'Rundfahrt im Oldtimertram' (Vintage Tram Ride) in Basel. The event is scheduled for February 17, 2019, from 10:30 AM to 11:45 AM. It is a public event with 215 interested participants. The page includes a photo of a green vintage tram, a calendar view, a map of the location in Basel, and a list of similar events. The event description mentions that a ticket is required and provides a link to the event page. The start point is the tram station at SBB near Hotel Euler. The description also notes that the tram is a nostalgic element of Basel's daily life.

GRUPPEN-STRATEGIE

NETZWERKEN



Uffnungszeiten: Mo. – Fr. 7.00 – 19.00 Uhr Sa. 07.00 – 14.30 Uhr
 pit-stop-kastellaun@t-online.de 06762-8017
 Fordstr. 1, 56288 Kastellaun

Montag 04.09.2017 – Samstag 09.09.2017

Montag	Putensteak mit Chilisoße Pommes und Salat	7,50 €
Dienstag	Dippekuchen mit Apfelmus	6,20 €
Mittwoch	Hackbraten mit Gemüse und Salzkartoffeln	6,90 €
Donnerstag	Rinderroulade mit Rotkohl und Klöße	7,90 €
Freitag	Seelachsfilet mit Remoulade und Pellkartoffeln	6,90 €
Samstag	Gemüseintopf mit Rindfleisch	5,50 €
Wochengericht	Gyros mit Tzatziki, Krautsalat und Pommes Bunter Salatteller mit Putenbrust oder Thunfisch	6,90 € 6,80 €

Guten Appetit wünscht das Pit Stop Team

Facebook Group Interface:
 - **Beschreibung:** Hier können alle Gastwirte/Gäste die jeweiligen Wochenkarten posten.
 - **Markierungen:** Mittagstisch · Wochenkarte · Kastellaun
 - **Standorte:** Standorte hinzufügen
 - **Anfragen (1):** Claudia Birke (4 Freunde in dieser Gruppe)
 - **Neue Gruppen Erstellen:** Durch Gruppen kannst du jetzt noch leichter Inhalte mit Freunden, Familie und Arbeitskollegen teilen.
 - **Aktuelle Gruppenfotos:** Alle anzeigen
 - **Vorgeschlagene Gruppen:** Alle anzeigen



CHATBOT-STRATEGIE

KUNDENSERVICE



BEWERTUNGS-STRATEGIE

KUNDENFEEDBACK





Block 4

FACEBOOK CONTENT FORMATE

45

BEITRAGSFORMATE FÜR SEITEN

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS

- | | | |
|-------------------------|---------------------------------|----------------------|
| 1. Textposting | 11. Slideshow | 21. Meilenstein |
| 2. Text mit Hintergrund | 12. Instant Experience (Canvas) | 22. Instant Article |
| 3. Linkposting | 13. Live-Video | 23. Facebook Stories |
| 4. Fotoposting | 14. Anrufe erhalten | 24. GIF-Beiträge |
| 5. Multi-Fotoposting | 15. Nachrichten aktivieren | 25. Fragen |
| 6. Foto-Album | 16. Route planen | 26. Umfragen |
| 7. 360° Fotos | 17. Veranstaltung erstellen | 27. Listen |
| 8. Videoposting | 18. Angebot erstellen | 28. Job-Anzeige |
| 9. 360° Video | 19. Notiz erstellen | 29. Spende |
| 10. Fotokarusell | 20. Produkt markieren | 30. TERMINE |

46

DURCHSCHNITTLICHE INTERAKTION ENGAGEMENT 2020

JAN
2020

FACEBOOK ENGAGEMENT BENCHMARKS

AVERAGE * NUMBER OF PEOPLE WHO ENGAGE WITH A FACEBOOK PAGE POST COMPARED TO POST REACH

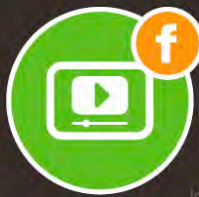


AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE POSTS OF ANY KIND



4.00%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE VIDEO POSTS



4.90%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE IMAGE POSTS



4.44%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE LINK POSTS



3.47%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE STATUS POSTS



1.09%

48

SOURCE: LOCOWISE (JANUARY 2020). FIGURES REPRESENT AVERAGES FOR Q4 2019. *ADVISORY: FIGURES REPRESENT AVERAGES FOR A BROAD RANGE OF DIFFERENT PAGES AND PAGE TYPES, AND PAGES WITH A GREATER NUMBER OF "PAGE LIKES" WILL TYPICALLY EXPERIENCE SIGNIFICANTLY LOWER LEVELS OF ENGAGEMENT COMPARED TO THE AVERAGES QUOTED HERE.

we
are
social

Hootsuite

DURCHSCHNITTLICHE INTERAKTION ENGAGEMENT 2019

JAN
2019

FACEBOOK ENGAGEMENT BENCHMARKS

DIE ANZAHL DER MENSCHEN, DIE MIT DEN POSTS EINER FACEBOOK SEITE INTERAGIEREN vs. SEITEN REICHWEITE



DURCHSCHNITTLICHE
INTERAKTIONSRATE FÜR
FACEBOOK POSTS (ALLE
ARTEN, ALLE SEITENARTEN *)



4,17%

DURCHSCHNITTLICHE
INTERAKTIONSRATE FÜR
FACEBOOK VIDEO POSTS
(ALLE SEITENARTEN *)



7,18%

DURCHSCHNITTLICHE
INTERAKTIONSRATE FÜR
FACEBOOK FOTO POSTS
(ALLE SEITENARTEN *)



4,63%

DURCHSCHNITTLICHE
INTERAKTIONSRATE FÜR
FACEBOOK LINK POSTS (ALLE
SEITENARTEN *)



3,04%

DURCHSCHNITTLICHE
INTERAKTIONSRATE FÜR
FACEBOOK STATUS POSTS
(ALLE SEITENARTEN *)



2,30%

40

QUELLE: LOCOWISE (JANUAR 2019). KENNZAHLEN REPRÄSENTIEREN DURCHSCHNITTSWERTE FÜR Q4 2018. ANMERKUNG: KENNZAHLEN REPRÄSENTIEREN DURCHSCHNITTSWERTE FÜR EIN BREITES SPEKTRUM AN SEITEN. SEITEN MIT GRÖßEREM PUBLIKUM (BSP. HÖHERE ANZAHL DER "PAGE LIKES") HABEN DURCHSCHNITTLICH WENIGER INTERAKTIONEN VERTEILT ÜBER ALLE POSTARTEN. HINWEIS: VIELE GROSSE BRAND PAGES WERDEN DEUTLICH WENIGER REACH ERREICHEN IM VERGLEICH ZUM IHRER ZITIERTEN DURCHSCHNITT.



Hootsuite

we48
are
social

- | | | |
|-------------------------|---------------------------------|----------------------|
| 1. Textposting | 11. Slideshow | 21. Meilenstein |
| 2. Text mit Hintergrund | 12. Instant Experience (Canvas) | 22. Instant Article |
| 3. Linkposting | 13. Live-Video | 23. Facebook Stories |
| 4. Fotoposting | 14. Anrufe erhalten | 24. GIF-Beiträge |
| 5. Multi-Fotoposting | 15. Nachrichten aktivieren | 25. Fragen |
| 6. Foto-Album | 16. Route planen | 26. Umfragen |
| 7. 360° Fotos | 17. Veranstaltung erstellen | 27. Listen |
| 8. Videoposting | 18. Angebot erstellen | 28. Job-Anzeige |
| 9. 360° Video | 19. Notiz erstellen | 29. Spende |
| 10. Fotokarusell | 20. Produkt markieren | 30. TERMINE |

3) LINKPOSTING

The screenshot shows a Facebook page for 'Catalunya Experience' (@catalunyaexperience.de). The page features a yellow profile picture with the word 'CATALUNYA' and a red cross logo. The main content is a link post titled 'Gepflegtes Grusel - Ausflüge zu Hexen und Banditen in der Provinz Barcelona - Katalonien Tourismus'. The post includes a photo of a small white building on a lake and text describing a trip to Barcelona. The post has 4,010 likes and 254 interactions. The right sidebar shows a 'Kontaktiere uns' button, a 'Lokales Unternehmen hervorheben' section with contact information for 'Katalonien-Tourismus.de', and a 'Gruppenmitglieder' section with 'Michael Faber' listed.

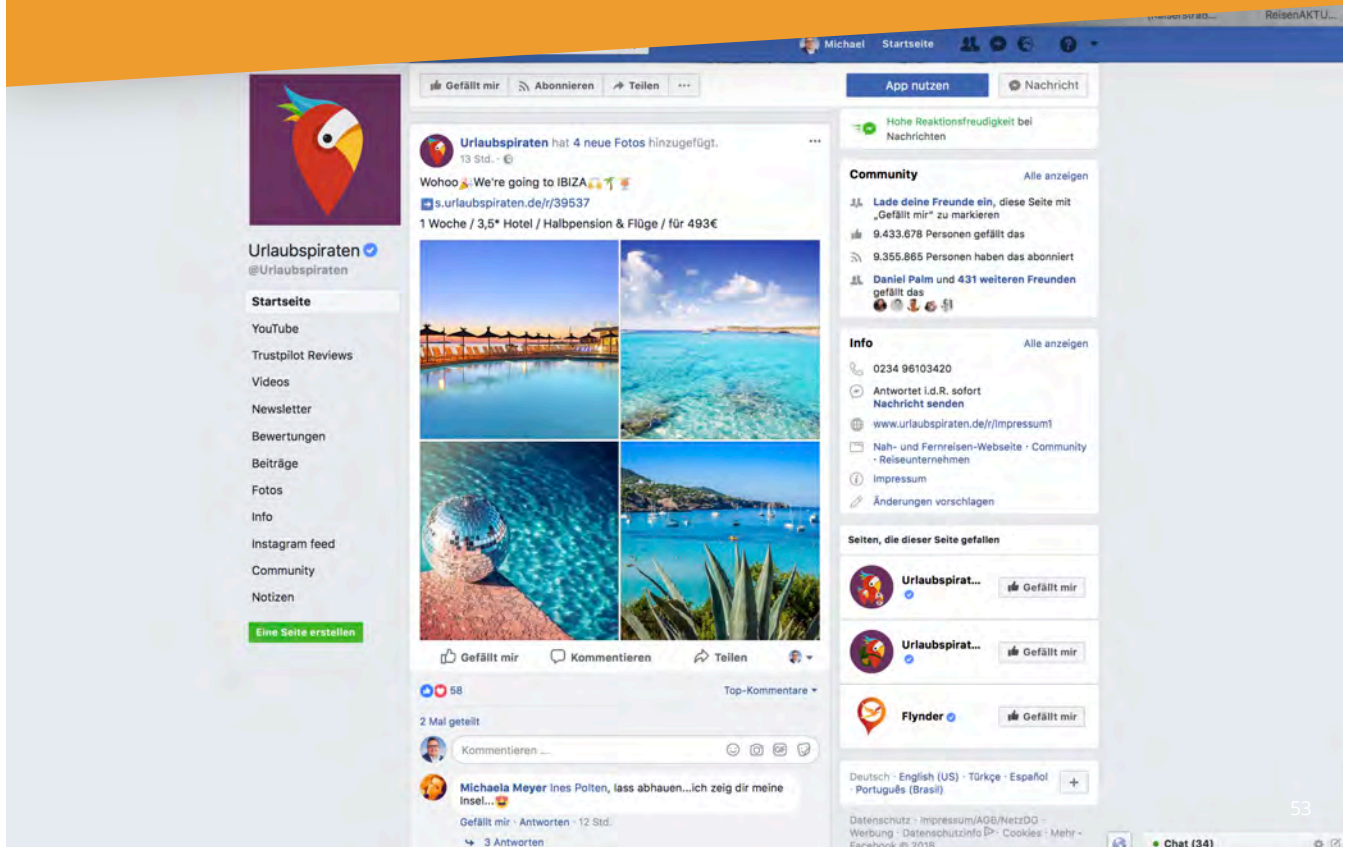
4) FOTOPOSTING MIT LINK

The screenshot shows a Facebook post from the page 'ReisenAKTUELL.COM'. The post is dated 1. November 2017 and includes a link to 'www.reisenaktuell.com/reisen/eigenanreisen/berge-und-waelder'. The main image is a vibrant sunset over a snow-capped mountain peak, with the sun low on the horizon and its light reflecting on a calm body of water. The post has 558 likes and 35 shares. The right sidebar contains a 'Reisebüro in Koblenz' advertisement, a 'Community' section with 75,525 likes and 74,891 subscribers, and an 'Info' section with contact details for the travel agency.

5) MULTI-FOTOPOSTING

The screenshot shows a Facebook post from the page 'TUI'. The post is dated 20. Februar um 07:30 and features a collage of four photos: a large resort pool with palm trees, a beach with a thatched roof, a resort building, and a sunset over water. The post includes a text review in German praising the resort's facilities and staff. It has 922 likes and 39 shares. The right sidebar shows the 'Info' section for TUI, listing contact information and a list of group members.

5) MULTI-FOTOPOSTING



TOP 5 BEITRAGSFORMATE

- Foto-Posting (auch mal im Hochformat)
- Multi-Foto-Posting
- FB Story
- Videoposting
- Slideshow



Block 4

FACEBOOK SEITENKLINIK

55



Block 5

AUFBAU VON FANS & REICHWEITE

56

PRAXIS-AUFGABE

WIE GENERIERT IHR **FANS** FÜR EURE FACEBOOK-SEITE?



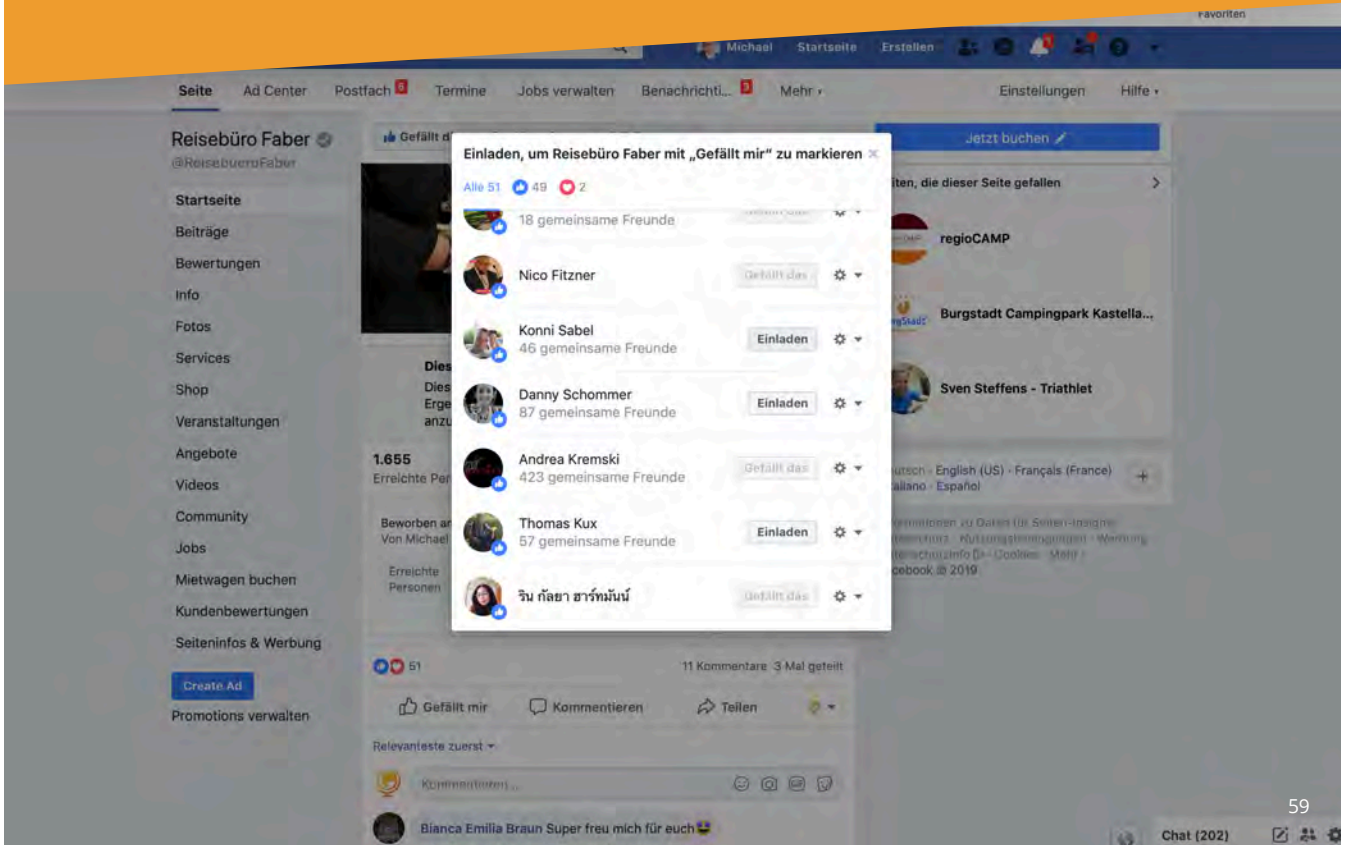
- » Wo weißt Ihr drauf hin?
- » Was macht Ihr noch?
- » Schaltet Ihr Werbung?

57

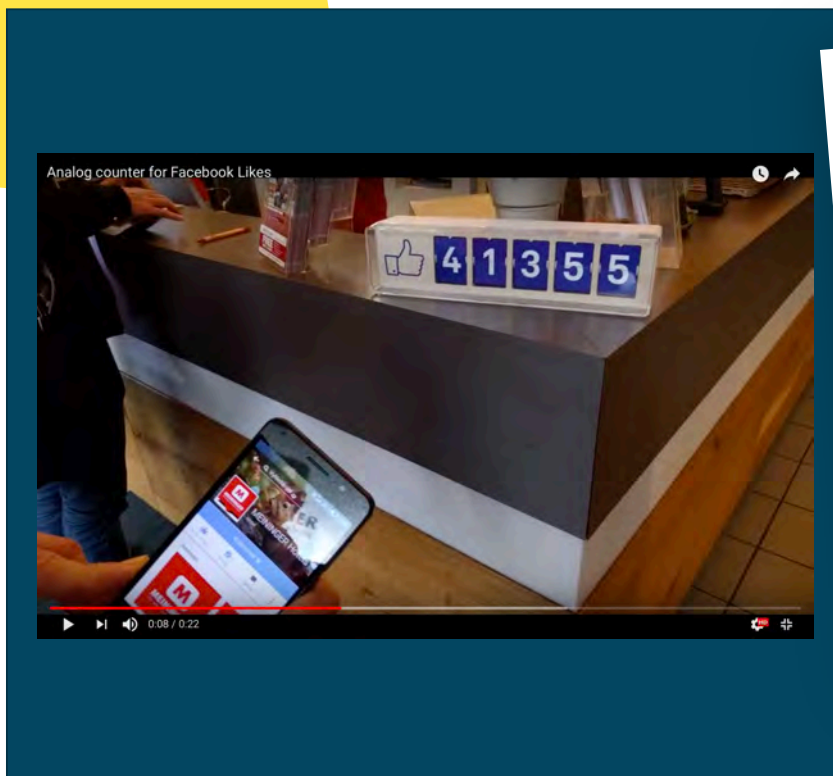
WIE GENERIERE ICH FANS?

- Gute Postings
- Interakteure einladen
- Freunde und Kollegen einladen?
- Geschäftspartner einladen
- Kurz-URL aufsetzen (fb.com/username)
- Verlinkung auf Website
- Signatur in E-Mails
- Hinweis auf Visitenkarten
- Flyer
- Aufkleber
- Werbeanzeigen
- Broschüren
- Hinweis in Printanzeigen
- Aufsteller im Zimmer/Laden
- Wettbewerbe (Achtung!)

58



BEST PRACTICE: FACEBOOK LIKE ZÄHLER



Meininger Hotel
München:

- » springt bei neuem Like um
- » Animiert zum Liken
- » Erreicht jeden Gast
- » www.smiirl.com
- » www.flapit.com



Block 6

ZIELE & ZIELGRUPPEN

61

WAS WOLLT IHR ERREICHEN?

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS 

62

WER SIND EURE ZIELGRUPPEN?

- Wohnort?
- Alter?
- Geschlecht?
- Sprachen?

WER SIND EURE ZIELGRUPPEN?

- Interessen?
- Verbindungen (Facebook Seite, Freunde von Fans?)

AUF WELCHER PLATTFORM WOLLT IHR SIE ERREICHEN?

FACEBOOK ADS REICHWEITE DEUTSCHLAND

- Facebook Ads Insgesamt = 39 Millionen
- Nur Facebook = 28 Millionen
- Nur Audience Network = 25 Millionen
- Nur Instagram = 21 Millionen
- Nur Messenger = 17 Millionen

MIT WELCHER PLATZIERUNG WOLLT IHR SIE ERREICHEN?

Feeds	✓
Platziere Anzeigen in Feeds, um für eine hohe Sichtbarkeit deines Unternehmens zu sorgen	
Facebook News Feed	✓
Instagram-Feed	✓
Facebook Marketplace	✓
Facebook-Video-Feeds	✓
Rechte Spalte auf Facebook	✓
Instagram Explore	✓
Messenger-Postfach	✓
Stories	✓
Erzähle eine optisch ansprechende Story mit immersiven Anzeigen im vertikalen Vollbildformat	
Facebook Stories	✓
Instagram Stories	✓
Messenger Stories	✓
In-Stream	✓
Sichere dir im Handumdrehen die Aufmerksamkeit von Personen, die sich Videos ansehen	
Facebook In-Stream-Videos	✓
Suche	✓
Mach dort auf dein Unternehmen aufmerksam, wo Personen auf Facebook nach etwas suchen	
Facebook-Suchergebnisse	✓
Nachrichten	
Sende Angebote oder Updates an Personen, die bereits mit deinem Unternehmen verbunden sind	
Gesponserte Nachrichten im Messenger	
In-Article	✓
Interagiere mit Personen, die Content von Publishern lesen	
Facebook Instant Articles	✓
Apps und Websites	✓
Vergrößere deine Reichweite mit Anzeigen in externen Apps und Websites	
Audience Network Native, Banner und Interstitial	✓
Rewarded Videos im Audience Network	✓
Audience Network In-Stream-Videos	
Spezifische Mobilgeräte und Betriebssysteme	
Alle Mobilgeräte	▼
<input type="checkbox"/> Nur bei einer WLAN-Verbindung	

67



Block 7

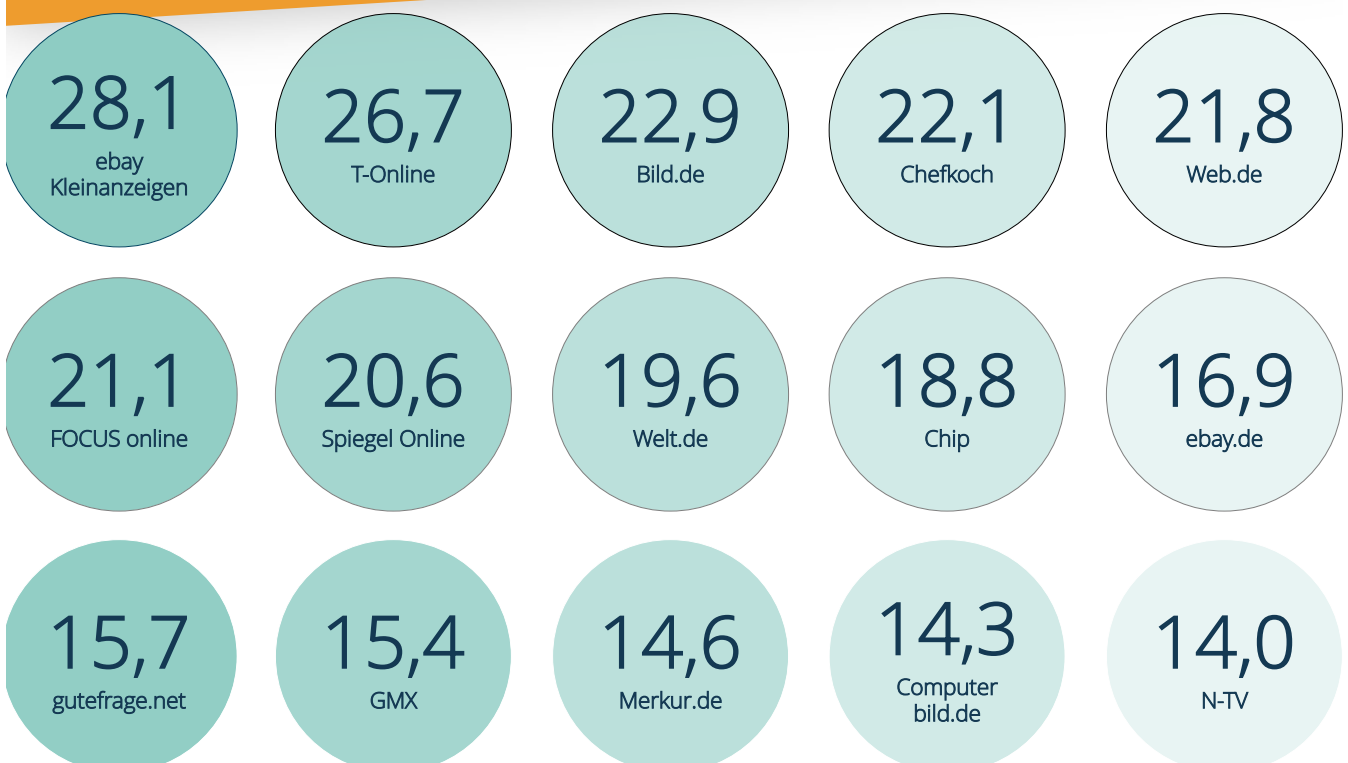
WERBEKAMPAGNEN AUF SOCIAL MEDIA

68

48 MIO. REICHWEITE DES FACEBOOK WERBENETZWERKES IN D-A-CH

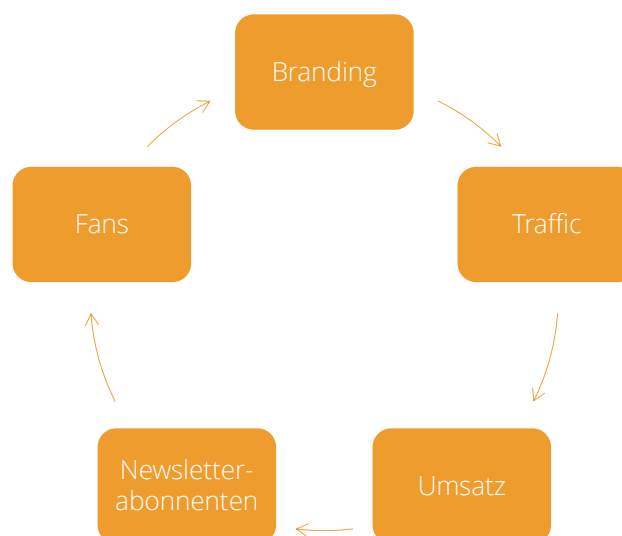


REICHWEITEN DT. ONLINE-MEDIEN (UNIQUE USER IN MIO. PRO MONAT)



- Möglichkeit, den Nutzer schon in der Inspirationsphase zu erreichen
- Hohe Reichweite
- Zielgenaue Ausrichtung möglich:
 - » Regional
 - » Demografisch
 - » Interesse
- Niedrige Kosten pro Klick
(verglichen mit anderen Online Marketing Kanälen)
- > 1 Milliarde aktive mobile Nutzer täglich

GRÜNDE FÜR FACEBOOK ADS WAS BRINGEN FACEBOOK ADS?



fb.com/adsmanager

73

EINFÜHRUNG

FUNKTIONSWEISE ADS

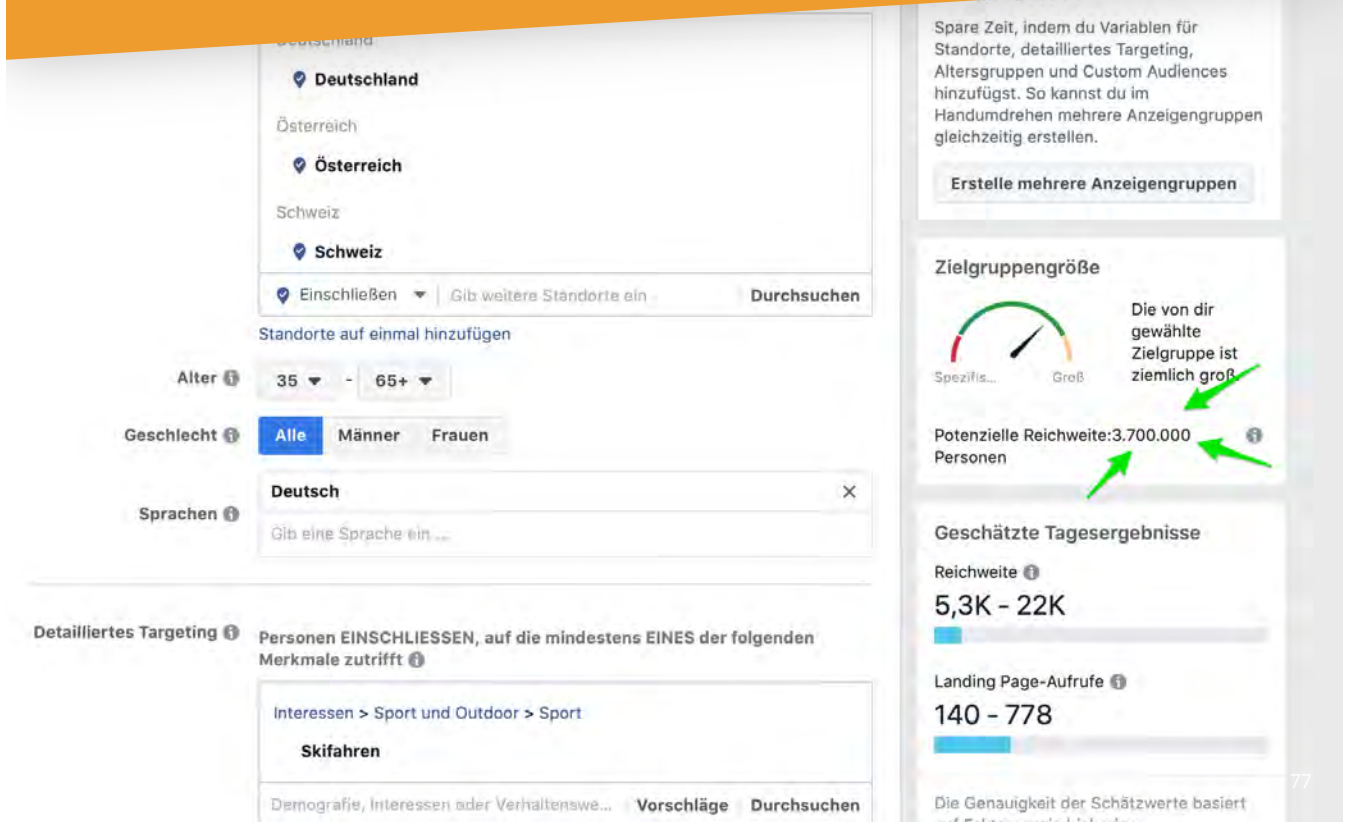


74

- Facebook Werbeanzeigen konkurrieren als Auktion gegeneinander
- **Kriterien:** Gebotspreis, Klickrate, Relevanz & Interaktion
- Generell rechnet Facebook nach Anzahl der Impressions ab, aber man kann auf verschiedene Ziele bieten.
- Unterschiedliche Gebotsarten:
 - CPC (Cost per Click)
 - CPM (Cost per Mille)
 - oCPM / optimizedCPM
 - CPA (Cost per Action)
 - CPV (Cost per Videoview, 10sec)

- Auktion/Gebot oder Fixpreis
- Gebot: Automatisch oder manuell
- Budget: Tagesbudget oder Laufzeitbudget (ab 1 Euro/Tag)
- Bezahlung: Kreditkarte, PayPal, Banküberweisung
- Abrechnungszeitraum: Abbuchung bei Schwellenwert

ERFOLGSREZEPT TARGETING + THEMENRELEVANZ



The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, the location selection is set to Germany, Austria, and Switzerland. The age range is 35-65+, gender is 'Alle' (All), and language is 'Deutsch'. Under 'Detailliertes Targeting', the interest 'Skifahren' (Skiing) is selected. On the right, a summary panel shows a potential reach of 3,700,000 people, with a gauge indicating the target audience is 'ziemlich groß' (quite large). Below this, estimated daily results are shown: reach of 5,3K - 22K and landing page impressions of 140 - 778. A note at the bottom states that the accuracy of estimates is based on factors like bidding.

Spare Zeit, indem du Variablen für Standorte, detailliertes Targeting, Altersgruppen und Custom Audiences hinzufügst. So kannst du im Handumdrehen mehrere Anzeigengruppen gleichzeitig erstellen.

Erstelle mehrere Anzeigengruppen

Zielgruppengröße

Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß

Potenzielle Reichweite: 3.700.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite 5,3K - 22K

Landing Page-Aufrufe 140 - 778

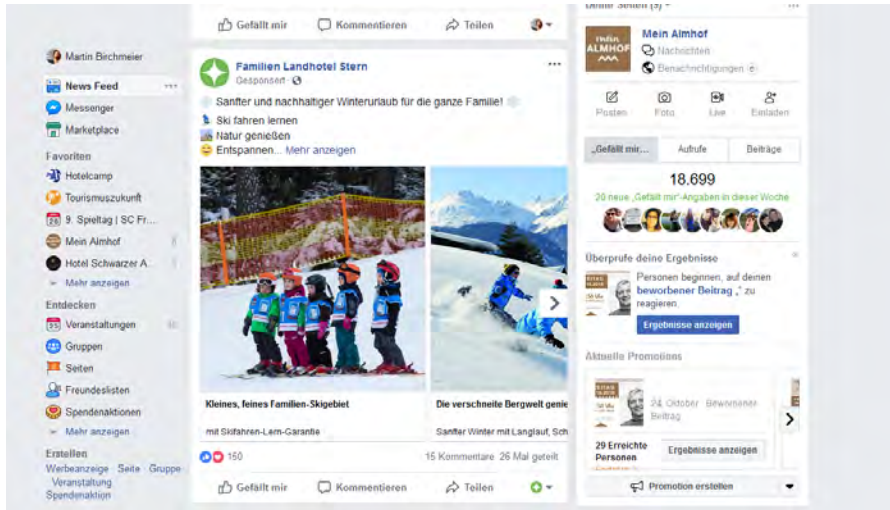
Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie Bidding.

PLATZIERUNGEN & ANZEIGENFORMATE



DARSTELLUNG DER FACEBOOK ADS IM FACEBOOK NEWS STREAM

Desktop:



Smartphone:



79

PLATZIERUNGEN

Facebook	Instagram	Audience Network	Messenger
<ul style="list-style-type: none"> • Feeds • Instant Article • In-Stream-Videos • Rechte Spalte • Vorgeschlagene Videos • Marketplace • Stories 	<ul style="list-style-type: none"> • Feed • Stories 	<ul style="list-style-type: none"> • Nativ, Banner und Interstitial • In-Stream-Videos • Rewarded Videos 	<ul style="list-style-type: none"> • Postfach • Stories • Gesponserte Nachrichten

80



Foto



Video



Carousel



Slideshow



Canvas



Lead Ads



Dynamic Ads

ANZEIGENFORMATE



Video

Präsentiere die Produktfeatures und fessele Zuschauer mit Ton und bewegten Bildern.

[Erhalte die Video Ad-Spezifikationen >](#)
[Mehr zu Video Ads >](#)



Bild

Leite Betrachter mit hochwertiger Optik zu Zielwebseiten oder Apps.

[Erhalte die Image Ad Spezifikationen >](#)
[Mehr zu Image Ads >](#)



Sammlung

Rege mit der Darstellung von Produkten aus deinem Katalog zum Einkaufen an – individuell auf den Betrachter zugeschnitten

[Erhalte die Collection Ads-Spezifikationen >](#)
[Mehr zu Collection Ads >](#)



Karussell

Präsentiere bis zu zehn Bilder oder Videos in nur einer Werbeanzeige – jedes davon hat seinen eigenen Link.

[Erhalte die Carousel Ad-Spezifikationen >](#)
[Mehr zu Carousel Ads >](#)



Slideshow

Verwende bewegte Bilder, Ton und Text, um deine Geschichte bei jeder Verbindungsgeschwindigkeit auf ansprechende Weise zu erzählen.

[Erhalte die Video Ad-Spezifikationen >](#)
[Mehr zu Slideshow Ads >](#)



Canvas

Ermögliche dem Betrachter, aus deiner Anzeige heraus ein für Mobilgeräte optimiertes Erlebnis im Vollbildmodus zu öffnen.

[Erfahre mehr zum Ziel „Canvas“ >](#)



Lead Generation Ads

Mithilfe von Lead Ads auf Facebook und Instagram kannst du Informationen von Personen sammeln, die sich für dein Unternehmen interessieren. Eine Lead Ad wird mit einem Bild, Video oder Karussell präsentiert, gefolgt mit einem Lead-Formular, sobald der Nutzer mit der Anzeige interagiert.

[Mehr zur Erstellung von Lead-Formularen >](#)



Angebot

Bei Angeboten handelt es sich um Rabatte, die du mit deinen Kunden auf Facebook teilen kannst. Du kannst deine Offer Ad als Bild, Video oder Karussell gestalten.

[Mehr zur Erstellung von Offer Ads >](#)



Beitragsinteraktionen

Die meisten Seitenbeiträge auf Facebook können beworben werden, um mehr „Gefällt mir“-Angaben, mehr Kommentare und mehr Fotoaufrufe zu generieren und dafür zu sorgen, dass der Beitrag häufiger geteilt wird.

[Mehr zur Erstellung von Page Post Engagement Ads >](#)



Veranstaltungszu-/absagen

Mit Event Response Ads kannst du deine Veranstaltung bekannt machen und Zusagen generieren. Für deine Veranstaltungsanzeige sind sowohl Fotos als auch Videos geeignet.

[Mehr zur Erstellung von Event Response Ads >](#)



„Gefällt mir“-Angaben auf der Seite

Mit Page Like Ads motivierst du Nutzer, eine „Gefällt mir“-Angabe auf der Seite zu hinterlassen. Du kannst deine Page Like Ad mit einem Video oder einem Bild im Seitenverhältnis 8:3 gestalten.

[Mehr zur Erstellung von Page Like Ads >](#)

TOUCHPOINTS EINER WERBEANZEIGE



83

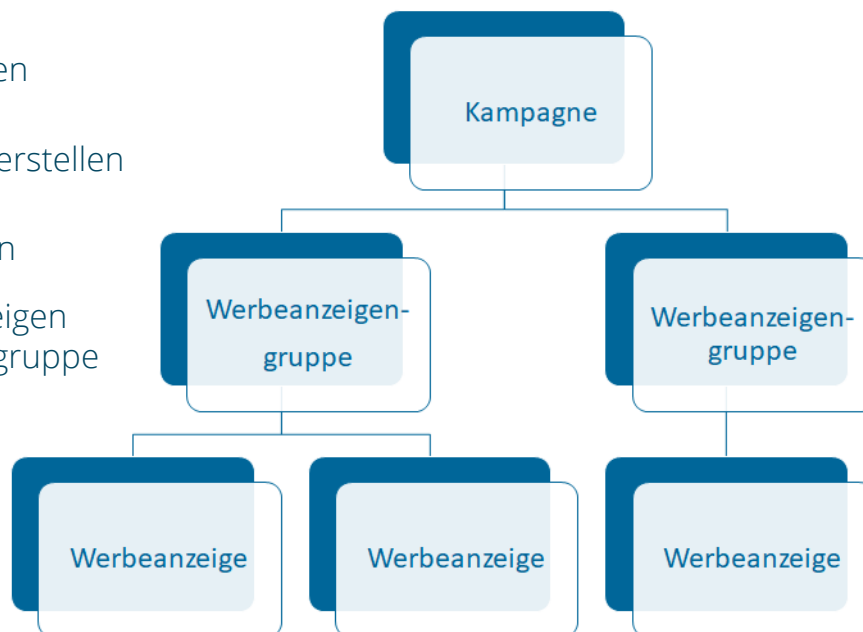
KAMPAGNENSTRUKTUR



84

ANZEIGEN SCHRITT-FÜR-SCHRITT ERSTELLEN

- Kampagne anlegen
- Anzeigengruppe erstellen
- Anzeigen erstellen
 - » Mehrere Anzeigen pro Anzeigengruppe



STARTE ÜBER FACEBOOK.COM/ADS

Lernen Insights Ressourcen Nachrichten Support

Werbeanzeige erstellen

Verbinde dich mit den Personen, die dein Unternehmen lieben werden.

Werbeanzeige erstellen

WEITERES WERBEKONTO EINRICHTEN ÜBER BUSINESS.FACEBOOK.COM

ANMELDEN

KONTO ERSTELLEN



Why choose Business Manager?

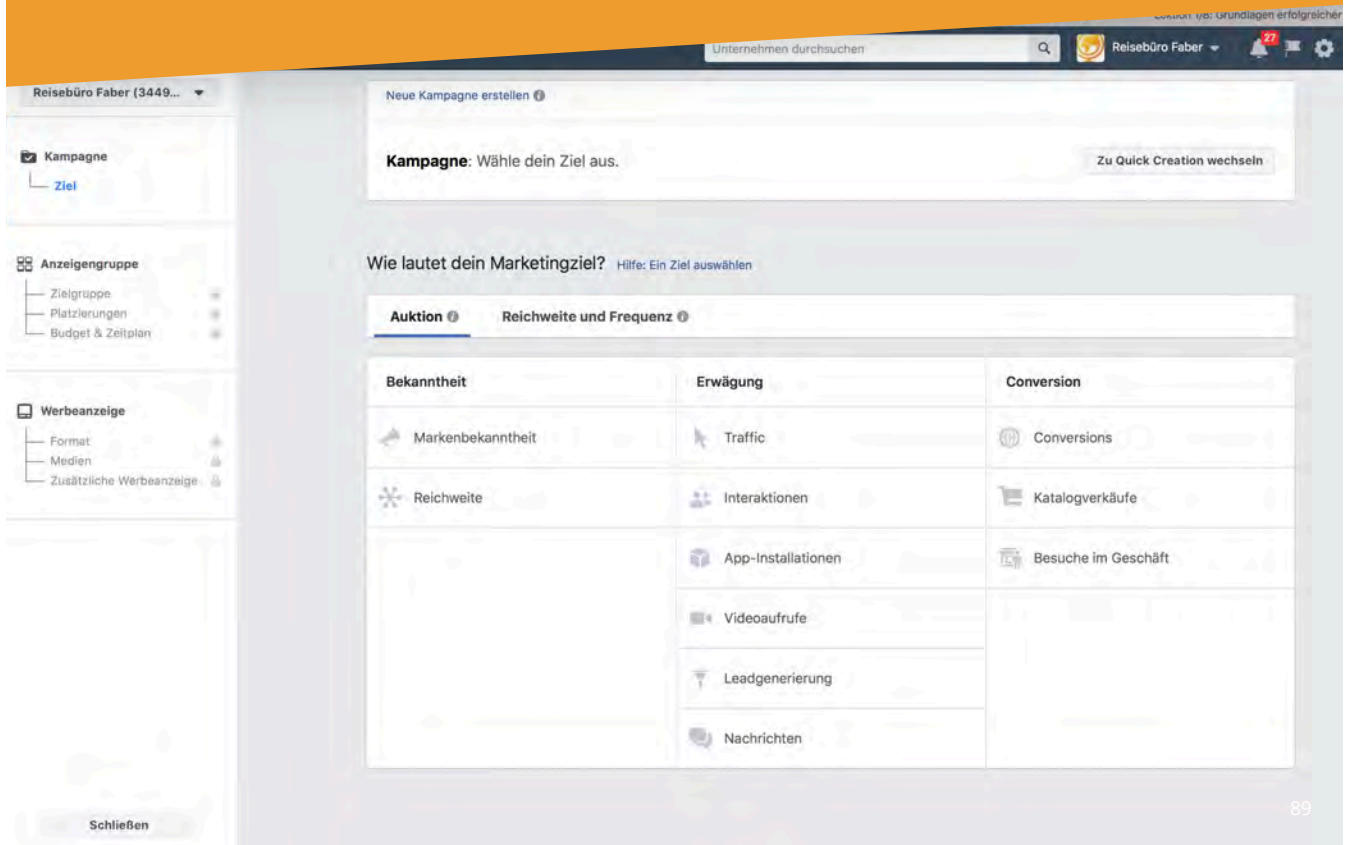


You need more than one ad account.

Create separate ad accounts for every client or business you serve, pay for ads with different payment methods, and organize by objective for reporting.

ZIELE & FORMATE





WERBEZIELE

Bekanntheit:

1. Markenbekanntheit
2. Reichweite

Erwägung:

3. Traffic (Messenger)
4. Traffic (App)
5. Beitragsinteraktionen
6. Traffic (Website)
7. Gefällt mir-Angaben
8. Veranstaltungszusagen
9. APP-Installationen
10. Videoaufrufe
11. Leadgenerierung
12. Nachrichten

Conversion:

13. Conversions
14. Katalogverkäufe
15. Besuche im Geschäft

LEADGENERIERUNG



LEADGENERIERUNG

Reisebüro Faber
3. Oktober um 10:08 · 🌐

Jetzt als Kreuzfahrttester bewerben & eine Kreuzfahrt auf der Neuen Mein Schiff 1 gewinnen



KREUZFAHRT-TESTER GESUCHT!
Testen Sie die Neue Mein Schiff 1
Kurztrip Göteborg & Kopenhagen, für 2 Personen,
3 Nächte, Premium alle inklusive, ab 699,-/Kopf
Teilnahme bis 22.12.2017

KREUZFAHRT-TESTER gesucht

[Jetzt bewerben](#)

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 👤

👤 Michael Faber und 10 weitere Personen

👤 Kommentieren ... 😄 📷 GIF 🗒

• Testen Sie die Neue Mein Schiff 1
• Kurztrip Göteborg & Kopenhagen vom 29. Mai bis 1. Juni 2018 ab/an Kiel
• für 2 Personen, 3 Nächte, Balkonkabine, Premium alles inklusive
• Teilnahmeschluss 22.12.2017

Gib unten deine Daten ein, um dich zu bewerben.

1. Warum solltest Du der FABER Kreuzfahrttester 2018 werden?

2. Mit welchen Schiffen bist Du bereits gefahren?

Vorname

Nachname

Straße

Postleitzahl

Stadt

Telefonnummer

E-Mail-Adresse

Geburtsdatum

Von dir geteilte Informationen werden nicht auf Facebook gepostet. Diese Informationen werden an Reisebüro Faber gesendet.

LEADGENERIERUNG

Reisebüro Faber
3. Oktober um 10:08 · 🌐

Jetzt als Kreuzfahrttester bewerben & eine Kreuzfahrt auf der Neuen Mein Schiff 1 gewinnen



KREUZFAHRT-TESTER gesucht

Jetzt bewerben

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Michael Faber und 10 weitere Personen

Komentieren ...

- Testen Sie die Neue Mein Schiff 1
- Kurztrip Göteborg & Kopenhagen vom 29. Mai bis 1. Juni 2018 ab/an Kiel
- für 2 Personen, 3 Nächte, Balkonkabine, Premium alles inklusive
- Teilnahmechluss 22.12.2017

Gib unten deine Daten ein, um dich zu bewerben.

1. Warum solltest Du der FABER Kreuzfahrttester 2018 werden?

2. Mit welchen Schiffen bist Du bereits gefahren?

Vorname:

Nachname:

Straße:

Postleitzahl:

Stadt:

Telefonnummer:

E-Mail-Adresse:

Geburtsdatum:

Von dir geteilte Informationen werden nicht auf Facebook gepostet. Diese Informationen werden an Reisebüro Faber gesendet.

1,46 EUR PRO NEWSLETTER-EINTRAG

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

sebüro Faber (344976390) gerade eben aktualisiert Entwürfe verwerfen Überprüfen und veröffentlichen (6)

Suche Filter Füge Filter hinzu, um deine angezeigten Daten einzuzugrenzen Laufzeit: 12.10.2010 - 24.01.2019

Kontoübersicht Kampagnen 1 ausgewählt Anzeigengruppen für 1 Ka... Werbeanzeigen für 1 Kamp...

Erstellen Duplizieren Bearbeiten Mehr Regeln

Einrichtung anzeigen Spalten: Benutzerdefiniert Aufschlüsselung Berichte

Name der Anzeigengruppen	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Ausgebener Betrag	Ende
Letzter Tag	35 Leads (For...)	7.020	9.448	1,60 € Je Lead (For...)	55,88 € von 100,00 €	13.01.2019
[17.12.2018] Werben für Kreuzfahrttester 2019 – Kopie	118 Leads (For...)	10.078	28.406	1,69 € Je Lead (For...)	200,00 € von 200,00 €	02.01.2019
[17.12.2018] Werben für Kreuzfahrttester 2019	56 Leads (For...)	2.472	6.984	0,89 € Je Lead (For...)	50,00 € von 50,00 €	02.01.2019
Ergebnisse aus 3 Anzeigengruppen	209 Leads (For...)	13.304 Personen	44.838 Gesamt	1,46 € Je Lead (For...)	305,88 € Gesamtausgaben	

FACEBOOK ADS MANAGER

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there are navigation tabs: 'Häufig verwendet', 'Plan', 'Erstellung und Verwaltung', 'Messung und Berichte', 'Elemente', and 'Einstellungen'. Below these, there are various tool icons and a search bar. A notification bubble indicates 28 unread notifications. The main content area displays a list of saved audiences with the following data:

Name	Art	Größe	Verfügbarkeit	Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
50+40w	Gespeicherte Zielgruppe	19.000	Bereit	29.10.2017 09:59	--
Interaktion FB Pages 365d	Custom Audience Interaktion - Seite	Kleiner als 1.000	Bereit	24.10.2017 17:56	--
Interaktion Instagram 365d	Custom Audience Interaktion - Instagram	1.500	Bereit	24.10.2017 17:55	--
Test Offline-Aktion<	Custom Audience Offline-Conversion	Nicht verfügbar	Bereit	24.10.2017 17:51	--
INTERAKTIONER +25KM	Gespeicherte Zielgruppe	2.800	Bereit	28.09.2017 12:33	--
Kastellaun Fans	Gespeicherte Zielgruppe	Kleiner als 1.000	Bereit	24.09.2017 07:40	--

ZIELGRUPPE ANLEGEN

The screenshot shows the 'Zielgruppen' (Audiences) page in Facebook Ads Manager. A dropdown menu 'Zielgruppe erstellen' is open, showing options: 'Custom Audience', 'Lookalike Audience', and 'Gespeicherte Zielgruppe'. The main table lists existing audiences with the following data:

Name	Art	Größe	Verfügbarkeit	Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
Deutschland +20 km - 13+	Gespeicherte Zielgruppe	70.000	Bereit	11.02.2018 08:05	--
DE - 26+	Gespeicherte Zielgruppe	1.900.000	Bereit	08.02.2018 21:08	--
Reisebüro Faber 45+22km	Gespeicherte Zielgruppe	6.400	Bereit	03.02.2018 12:39	--
TUI Cruises+AIDA Fans +40km	Gespeicherte Zielgruppe	7.800	Bereit	03.02.2018 12:30	--
nahe Kastellaun +23 km - 28+	Gespeicherte Zielgruppe	60.000	Bereit	30.12.2017 23:32	--
50+40w	Gespeicherte Zielgruppe	19.000	Bereit	29.10.2017 09:59	--
Interaktion FB Pages 365d	Custom Audience Interaktion - Seite	Kleiner als 1.000	Bereit	24.10.2017 17:56	--
Interaktion Instagram 365d	Custom Audience Interaktion - Instagram	1.500	Bereit	24.10.2017 17:55	--
Test Offline-Aktion<	Custom Audience Offline-Conversion	Nicht verfügbar	Bereit	24.10.2017 17:51	--
INTERAKTIONER +25KM	Gespeicherte Zielgruppe	2.800	Bereit	28.09.2017 12:33	--
Kastellaun Fans	Gespeicherte Zielgruppe	Kleiner als 1.000	Bereit	24.09.2017 07:40	--

ZIELGRUPPE BENENNEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber (344976390)

Zielgruppen

Bilder

Videos

Alle Zielgruppen

Meine aktuellen Zielgruppen

Zielgruppen in aktiven Werbeanze...

Zielgruppen, die verwendet werde...

Zielgruppe in Konto geteilt

Von Konto geteilte Zielgruppe

Gespeicherte Zielgruppe erstellen

Zielgruppen-Namen

Custom Audiences

Ausschließen | Neu erstellen

Standorte

Deutschland

Deutschland

Einschließen | Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen

Standorte auf einmal hinzufügen

Alter -

Geschlecht Alle Männer Frauen

Sprachen

Detailliertes Targeting Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft

Demoskopie, Interessen oder Merkmale... | Ausschließen | Durchsuchen

Abbrechen **Zielgruppe erstellen**

Kastellaun Fans

Gespeicherte Zielgruppe

Kleiner als 1.000

Bereit

Letztes Update: 24.09.2017

Erstellungsdatum

Geteilte Inhalt

23.02.2018 15:53 --

11.02.2018 09:05 --

08.02.2018 21:08 --

03.02.2018 12:39 --

03.02.2018 12:30 --

30.12.2017 23:32 --

29.10.2017 09:59 --

24.10.2017 17:56 --

24.10.2017 17:55 --

24.10.2017 17:51 --

28.09.2017 12:33 --

24.09.2017 07:40 --

97

STANDORT & ALTER AUSWÄHLEN & EINGRENZEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber (344976390)

Zielgruppen

Bilder

Videos

Alle Zielgruppen

Meine aktuellen Zielgruppen

Zielgruppen in aktiven Werbeanze...

Zielgruppen, die verwendet werde...

Zielgruppe in Konto geteilt

Von Konto geteilte Zielgruppe

Gespeicherte Zielgruppe erstellen

Ausschließen | Neu erstellen

Standorte

Deutschland

Kastellaun, Rheinland-Pfalz + 60km

Einschließen | Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen

Standorte auf einmal hinzufügen

Alter -

Geschlecht Alle Männer Frauen

Sprachen

Abbrechen **Zielgruppe erstellen**

Kastellaun Fans

Gespeicherte Zielgruppe

Kleiner als 1.000

Bereit

Letztes Update: 24.09.2017

Erstellungsdatum

Geteilte Inhalt

23.02.2018 15:53 --

11.02.2018 09:05 --

08.02.2018 21:08 --

03.02.2018 12:39 --

03.02.2018 12:30 --

30.12.2017 23:32 --

29.10.2017 09:59 --

24.10.2017 17:56 --

24.10.2017 17:55 --

24.10.2017 17:51 --

28.09.2017 12:33 --

24.09.2017 07:40 --

98

GGF. GESCHLECHT UND SPRACHE EINGRENZEN

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Target Audience) dialog in Facebook Ads Manager. The map shows a location near Wiesbaden, Germany. The 'Standorte auf einmal hinzufügen' (Add locations at once) section is active, with 'Alter' (Age) set to 18-55 and 'Geschlecht' (Gender) set to 'Frauen' (Women). The 'Sprachen' (Languages) field is empty. The 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting) section is expanded, showing 'Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft' (Exclude people who match at least one of the following characteristics). The 'Verbindungen' (Connections) section is also visible.

Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
23.02.2018 16:53	--
11.02.2018 09:05	--
08.02.2018 21:08	--
03.02.2018 12:39	--
03.02.2018 12:30	--
30.12.2017 23:32	--
29.10.2017 09:59	--
24.10.2017 17:56	--
24.10.2017 17:55	--
24.10.2017 17:51	--
28.09.2017 12:33	--
24.09.2017 07:40	--

EINGRENZUNG ÜBER DEMOGRAFIE

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Target Audience) dialog in Facebook Ads Manager. The map shows a location near Wiesbaden, Germany. The 'Standorte auf einmal hinzufügen' (Add locations at once) section is active, with 'Alter' (Age) set to 18-55 and 'Geschlecht' (Gender) set to 'Frauen' (Women). The 'Sprachen' (Languages) field is empty. The 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting) section is expanded, showing 'Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft' (Exclude people who match at least one of the following characteristics). The 'Verbindungen' (Connections) section is also visible.

Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
23.02.2018 16:53	--
11.02.2018 09:05	--
08.02.2018 21:08	--
03.02.2018 12:39	--
03.02.2018 12:30	--
30.12.2017 23:32	--
29.10.2017 09:59	--
24.10.2017 17:56	--
24.10.2017 17:55	--
24.10.2017 17:51	--
28.09.2017 12:33	--
24.09.2017 07:40	--

AUSWAHL ÜBER ARBEITGEBER

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Audience) dialog in Facebook Ads Manager. The 'Arbeits' (Work) category is expanded, and 'Arbeitsgeber' (Employer) is selected. The 'Geschlecht' (Gender) is set to 'Frauen' (Women). The 'Alter' (Age) range is 18-55. The 'Sprachen' (Languages) field is empty. The 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting) section shows 'Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft' (Include people who match at least one of the following criteria). The 'Arbeits' category is expanded, and 'Arbeitsgeber' is selected. The 'Verbindungen' (Connections) section is empty. The 'Abbrechen' (Cancel) and 'Zielgruppe erstellen' (Create Audience) buttons are visible at the bottom.

AUSWAHL ÜBER BERUF

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Audience) dialog in Facebook Ads Manager. The 'Interessen' (Interests) category is expanded, and 'Reiseverkehr' (Travel) is selected. The 'Geschlecht' (Gender) is set to 'Frauen' (Women). The 'Alter' (Age) range is 18-55. The 'Sprachen' (Languages) field is empty. The 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting) section shows 'Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft' (Include people who match at least one of the following criteria). The 'Reiseverkehr' category is expanded, and 'Reiseverkehr' is selected. The 'Verbindungen' (Connections) section is empty. The 'Abbrechen' (Cancel) and 'Zielgruppe erstellen' (Create Audience) buttons are visible at the bottom. A tooltip for 'Reiseverkehr' shows 2.847 Personen and a description: 'Demografische Angaben > Arbeit > Berufsbezeichnungen > Reiseverkehrskauffrau'. The description reads: 'Beschreibung: Personen, die Reiseverkehrskauffrau als Berufsbezeichnung in ihren Facebook-Profilen angegeben haben.' Below the tooltip is a link to 'Diesen Inhalt als unangemessen melden' (Report this content as inappropriate).

ERGÄNZEN ÜBER VORSCHLÄGE

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Audience) dialog in Facebook Ads. The 'Geschlecht' (Gender) is set to 'Frauen' (Women). The 'Sprachen' (Languages) field is empty. Under 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting), the criteria are: 'Demografische Angaben > Arbeit > Berufsbezeichnungen' (Demographic Information > Work > Job Titles) with the selection 'Reiseverkehrskauffrau' (Travel Agent). The 'Vorschläge' (Suggestions) tab is active, showing a list of job titles: Reisebüro, Travel Agent, Travel Specialist, Travel Consultant, Travel Consultant/Agent, Reiseveranstalter, and Tourismus. The resulting audience size is 68.544 Personen. A description states: 'Beschreibung: Personen, die Reisebüro als Arbeitgeber in ihren Facebook-Profilen angegeben haben.' (Description: People who have listed Travel Agency as their employer on their Facebook profiles.)

GGF. INTERESSEN BESEITIGEN

The screenshot shows the 'Gespeicherte Zielgruppe erstellen' (Create Saved Audience) dialog in Facebook Ads. The 'Sprachen' (Languages) field is empty. Under 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting), the criteria are: 'Interessen > Zusätzliche Interessen' (Interests > Additional Interests) with the selection 'MSC Kreuzfahrten' (MSC Cruises). The 'Vorschläge' (Suggestions) tab is active, showing a list of job titles: Tourist Agent, Travel Agency Manager, Travel Agent, Travel Consultant, Travel Consultant/Agent, Travel Coordinator, Travel Specialist, Tour Consultant, Tourismus, Tour Director, and Tour Coordinator. The resulting audience size is 5.215.680 Personen. A description states: 'Beschreibung: Personen, die sich für MSC Kreuzfahrten interessieren oder deren Seiten im Zusammenhang damit' (Description: People who are interested in MSC Cruises or whose pages are related to them.)

GRÖSSE DER ZIELGRUPPE CHECKEN

Gespeicherte Zielgruppe erstellen

Zielgruppen-Name: Tourismuskauflleute

Custom Audiences: Custom Audiences oder Lookalike Audiences hinzufügen

Ausschließen | Neu erstellen

Standorte: Personen, die an diesem Ort ...

Deutschland

Kastellaun, Rheinland-Pfalz +60km

Einschließen | Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen

Standorte auf einmal hinzufügen

Potentielle Zielgruppe:
Potenzielle Reichweite: Kleiner als 1.000 Nutzer

Zielgruppendetails

- Ort - Wohnhaft in:
 - Deutschland: Kastellaun (+60 km)
 - Rheinland-Pfalz
- Alter:
 - 18 - 55
- Geschlecht:
 - Weiblich
- Personen mit diesen Merkmalen:
 - Arbeitgeber: Agence de Voyages oder Tour operator
 - Berufsbezeichnung: Corporate Travel Agent, Reiseverkehrskauffrau, Travel Specialist, Owner/Travel Agent, Travel Consultant/Agent, Tourist Agent, Travel Agent, International Travel Consultant, Certified Travel Agent, Travel Consultant, Independent Travel Agent, Travel Agency Manager, Travel Coordinator oder Tour operator

Abbrechen | Zielgruppe erstellen

Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
23.02.2018 15:53	--
11.02.2018 04:05	--
08.02.2018 21:08	--
03.02.2018 12:39	--
03.02.2018 12:30	--
30.12.2017 23:32	--
29.10.2017 09:59	--
24.10.2017 17:56	--
24.10.2017 17:55	--
24.10.2017 17:51	--
28.09.2017 12:33	--
24.09.2017 07:40	--

Kastellaun Fans | Gespeicherte Zielgruppe | Kleiner als 1.000 | Bereit | Letztes Update: 24.09.2017 | 105

ZIELGRUPPE SPEICHERN

Gespeicherte Zielgruppe erstellen

Sprachen: Gib eine Sprache ein ...

Detailliertes Targeting: Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft

- Reiseveranstalter
- Reiseverkehrskauffrau
- Tourist Agent
- Travel Agency Manager
- Travel Agent
- Travel Consultant
- Travel Consultant/Agent
- Travel Coordinator
- Travel Specialist

Demografie, Interessen oder Verhältnisse... | Vorschläge | Durchsuchen

Personen ausschließen oder Zielgruppe eingrenzen

Verbindungen: Verbindungsart hinzufügen

Abbrechen | Zielgruppe erstellen

Erstellungsdatum	Geteilte Inhalte
23.02.2018 15:53	--
11.02.2018 04:05	--
08.02.2018 21:08	--
03.02.2018 12:39	--
03.02.2018 12:30	--
30.12.2017 23:32	--
29.10.2017 09:59	--
24.10.2017 17:56	--
24.10.2017 17:55	--
24.10.2017 17:51	--
28.09.2017 12:33	--
24.09.2017 07:40	--

Kastellaun Fans | Gespeicherte Zielgruppe | Kleiner als 1.000 | Bereit | Letztes Update: 24.09.2017 | 106

ANLEGEN EINER KAMPAGNE



SELBSTBEDIENUNGSANZEIGEN VON DER SEITE AUS

The screenshot displays the Facebook Business Manager interface for the page 'Experience' (@catalunyaexperience.de). The top navigation bar includes 'Seite', 'Ad Center', 'Postfach', 'Benachrichti...', 'Insights', and 'Beitragsoptio...'. The main content area is divided into several sections:

- Startseite:** A sidebar menu with options like 'Services', 'Bewertungen', 'Shop', 'Angebote', 'Fotos', 'Videos', 'Beiträge', 'Veranstaltungen', 'Info', 'Community', 'Jobs', 'Spendenaktionen', 'Seiteninfos & Werbung', 'Buchbestellung', 'Gewinnspiel-Bedingungen', 'Wettbewerb', 'Newsletter', 'Hervorheben', and 'Promotions verwalten'.
- 8 geplante Beiträge:** A section indicating the next post is scheduled for 10:10.
- Erziele mehr Online-Verkäufe:** A card suggesting to show products to people likely to buy.
- Erreiche Personen in deiner Nähe:** A card suggesting to set a location to reach nearby customers.
- Erhalte einen personalisierten Werbeplan:** A card offering personalized and automated ad plans.
- Empfehlungen und Bewertungen:** A section showing recommendations and reviews from other users, including a post about Catalonia's nature and another about the political situation.
- Our Story:** A section for company information, stating it is the official page for Catalonia's tourism promotion.
- Tipps für Seiten:** A section providing tips, such as loading friends and encouraging engagement.
- Community:** A section showing a post by Harald Müller and 45 other friends.

At the bottom, it shows '1.292.432 Personen gefällt das' and a 'Chat (56)' button.

BEITRÄGE BEWERBEN

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Catalunya Experience' (@catalunyaexperience.de). The post features a main image of a large white building and two smaller images below it. The text of the post reads: 'Heute beherbergt sein Haus ein Museum, dessen Besichtigung den Abstecher lohnt! http://masmiro.com/en... Mehr anzeigen'. Below the images, there are statistics: 4.332 Erreichte Personen and 406 Interaktionen. A blue button labeled 'Beitrag bewerben' is visible. To the right, there is a 'Kontaktiere uns' button and a 'Community' section showing that Harald Müller and 45 other friends liked the post. A tooltip over the 'Beitrag bewerben' button says: 'Rege mehr Personen dazu an, deine Beiträge anzusehen und damit zu interagieren'.

VEREINFACHTE SCHALTUNG UND ZIELGRUPPENEINSTELLUNG

The screenshot shows the 'Beitrag bewerben' dialog box on Facebook. The 'ZIELGRUPPE' section is active, showing target group options: 'Über Targeting ausgewählte Personen' (selected), 'Personen, denen deine Seite gefällt', 'Personen, denen deine Seite gefällt, und ihre Freunde', and 'Personen, die in der näheren Umgebung wohnen'. The 'Automatische Platzierungen (empfohlen)' option is also visible. The 'BUDGET UND LAUFZEIT' section is partially visible at the bottom. A preview of the post is shown on the right side of the dialog box. At the bottom of the dialog box, there are buttons for 'Abbrechen' and 'Jetzt bewerben', along with a link to the Facebook terms of service.

SCHALTUNG ÜBER BUSINESS MANAGER

Warum sollte ich den Business Manager verwenden?



Du benötigst mehrere Werbekonten.

Erstelle für jeden Kunden bzw. jedes Unternehmen, für das du tätig bist, separate Werbekonten, bezahle Werbeanzeigen mit verschiedenen Zahlungsmethoden und ordne sie nach Ziel für die Berichterstellung.

Du möchtest den Zugriff auf Seiten oder Werbekonten beantragen.

Du kannst den Zugriff auf Seiten und Werbekonten deiner Kunden beantragen, um für sie als Analyst oder Werbetreibender tätig zu sein.



Du möchtest vielen Personen, die bei dir zusammenarbeiten, Genehmigungen erteilen.

Du kannst für Werbekonten, Seiten und andere Assets deines Unternehmens spezifischen, rollenbasierten Zugriff erteilen. Gleichzeitig siehst du auf einen Blick, wer woran arbeitet.

ERFOLGREICHE ANZEIGEN

- Möglichst über Werbeanzeigenmanager bewerben
- Selbstbedienungsanzeigen über Seite nur im Ausnahmefall
- Text + (mehrere) BILD
- Videos
- Nicht mehr als 20% Textfläche im Bild
- Texte die zum Klicken anregen (Call to Action)
- Splittest und A/B-Testen von einzelnen Elementen



WERBEANZEIGEN- MANAGER

START ÜBER DEN ANZEIGENMANAGER

Tourismuszukunft
REALIZING PROGRESS



Reisebüro Faber (344976390) 2 fehlerhafte Anzeigengruppen gerade eben aktualisiert Entwürfe verwerfen Überprüfen und veröffentlichen (4)

Suche Filter + Füge Filter hinzu, um deine angezeigten Daten einzuzugrenzen. Diesen Monat: 01.01.2019 - 24.01.2019

Kontoübersicht Kampagnen Anzeigengruppen Werbeanzeigen

+ Erstellen Duplizieren Bearbeiten Regeln Einrichtung anzeigen Spalten: Leistung Aufschlüsselung Bericht

Kampagnenname	Auslieferung	Budget	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Ausgegebener Betrag	
Instagram-Bertrag: Griechische Inseln Teil 3...	Aktiv	Anzeigengr...	21 Link-Klicks	3.367	4.897	0,73 € Pro Link-Klick	15,42 €	25.01.
Beitrag: „Griechische Inseln: Mykonos 🇬🇷 traumhafte...“	Vor Kurzem beendet	Anzeigengr...	96 Beitragsinte...	1.413	1.903	0,10 € Pro Beitrag...	10,00 €	23.01.
Leadgenerierung	Inaktiv	Anzeigengr...	—	1.633	4.877	— Je Lead (For...	51,30 €	Fortlau
Reisebüro Faber - Reichweite	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro 1.000 arr...	0,00 €	27.12.
[17.12.2018] Werben für Kreuzfahrtster 2019	Inaktiv	Anzeigengr...	63 Leads (For...	10.536	18.708	1,73 € Je Lead (For...	108,76 €	13.01.
Beitrag: „Sehen wir uns beim Bürgerfest? 🍷🌳“	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Beitrags...	0,00 €	30.09.
Instagram Post: 🍷 Auf Kreuzfahrt mit der...	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Link-Klick	0,00 €	14.09.
Instagram Post: Herbstferien auf See 🌊 z.B...	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Link-Klick	0,00 €	01.09.
Interaktionen	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Beitrags...	0,00 €	27.09.
Interaktionen	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Beitrags...	0,00 €	Fortlau
Newsletter- & malfrinnen	Inaktiv	Anzeigengr...	—	—	—	— Pro Beitrags...	0,00 €	Fortlau
Ergebnisse aus 125 Kampagnen				13.671 Personen	30.385 Gesamt	—	185,48 € Gesamtausgaben	

1. ZIEL AUSWÄHLEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Neue Kampagne erstellen | Vorhandene Kampagne verwenden

Kampagne: Wähle dein Ziel aus. [Zu Quick Creation wechseln](#)

Wie lautet dein Marketingziel? [Hilfe: Ein Ziel auswählen](#)

Auktion | Reichweite und Frequenz

Bekanntheit	Erwägung	Conversion
Markenbekanntheit	Traffic	Conversions
Reichweite	Interaktionen	Katalogverkäufe
	App-Installationen	Besuche im Geschäft
	Videoaufrufe	
	Leadgenerierung	
	Nachrichten	

Schließen

115

1. ZIEL AUSWÄHLEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Neue Kampagne erstellen | Kampagne: Wähle dein Ziel aus. [Zu Quick Creation wechseln](#)

App-Installationen | Besuche im Geschäft

Videoaufrufe

Leadgenerierung

Nachrichten

Markenbekanntheit

Erreiche Personen, die deinen Werbeanzeigen mit höherer Wahrscheinlichkeit Beachtung schenken werden, und steigere so die Bekanntheit deiner Marke.

Kampagnenname | Markenbekanntheit

Split-Test erstellen Führe einen A/B-Test für deine Anzeigengestaltung, Platzierung, Zielgruppe und Auslieferungsoptimierung aus

Budgetoptimierung Optimierte das Budget Anzeigengruppen-übergreifend

[Weiter](#)

Schließen

116

2. ZIELGRUPPE EINSTELLEN

The screenshot shows the 'Neue Anzeigengruppe erstellen' (Create New Ad Group) interface in Facebook Ads Manager. The 'Zielgruppe' (Audience) section is active, showing a map-based location targeting for 'Kastellaun, Rheinland-Pfalz'. A dropdown menu for 'Standorte' (Locations) is open, with 'Personen, die an diesem Ort leben' (People who live in this location) selected. The 'Geschätzte Tagesergebnisse' (Estimated daily results) section shows a potential reach of 32,000 people and a reach of 1,000 to 6,500 people. A sidebar on the left contains navigation options like 'Campagne', 'Anzeigengruppe', and 'Werbeanzeige'.

2. ZIELGRUPPE EINSTELLEN

This screenshot shows the 'Neue Anzeigengruppe erstellen' interface with the 'Detailliertes Targeting' (Detailed Targeting) section expanded. It displays various filters: 'Alter' (Age) set to 18-65+, 'Geschlecht' (Gender) set to 'Alle' (All), and 'Sprachen' (Languages) set to 'Deutsch' (German). The 'Detailliertes Targeting' section includes a list of categories to include or exclude, such as 'Demografische Angaben', 'Ausbildung', 'Finanzen', 'Lebensereignisse', 'Eltern', 'Politik (USA)', 'Beziehung', and 'Arbeit'. The 'Geschätzte Tagesergebnisse' section shows a potential reach of 30,000 people and a reach of 1,100 to 6,700 people. The interface also shows a map of the region and a sidebar with navigation options.

2. ZIELGRUPPE EINSTELLEN

Unternehmen durchsuchen

isebüro Faber (3449...)

Name der Anzeigengruppe

Regionales Umfeld

Zu Quick Creation wechseln

Campagne

Ziel

Anzeigengruppe

- Zielgruppe
- Platzierungen
- Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

- Identität
- Format
- Medien
- Text

Standorte auf einmal hinzufügen

Alter 18 - 65+

Geschlecht Alle Männer Frauen

Sprachen Deutsch

Detailliertes Targeting Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft

Demografie, Interessen oder Verhaltensw... Vorschläge Durchsuchen

Personen ausschließen

Verbindungen Verbindungsart hinzufügen

Diese Zielgruppe speichern

Schließen

Erstelle in nur einem Schritt mehrere Anzeigengruppen

Spare Zeit, indem du Variablen für Standorte, detailliertes Targeting, Altersgruppen und Custom Audiences hinzufügst. So kannst du im Handumdrehen mehrere Anzeigengruppen gleichzeitig erstellen.

Erstelle mehrere Anzeigengruppen

Zielgruppengröße

Deine Zielgruppe ist definiert.

Potenzielle Reichweite: 30.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite 1,1K - 6,7K

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdata. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.

119

2. ZIELGRUPPE EINSTELLEN

Unternehmen durchsuchen

isebüro Faber (3449...)

Name der Anzeigengruppe

Regionales Umfeld

Zu Quick Creation wechseln

Campagne

Ziel

Anzeigengruppe

- Zielgruppe
- Platzierungen
- Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

- Identität
- Format
- Medien
- Text

Standorte auf einmal hinzufügen

Alter 18 - 65+

Geschlecht Alle Männer Frauen

Sprachen Deutsch

Detailliertes Targeting Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft

Demografie, Interessen oder Verhaltensw... Vorschläge Durchsuchen

- Demografische Angaben
- Interessen
- Verhalten

Verbindungen

Diese Zielgruppe speichern

Schließen

Erstelle in nur einem Schritt mehrere Anzeigengruppen

Spare Zeit, indem du Variablen für Standorte, detailliertes Targeting, Altersgruppen und Custom Audiences hinzufügst. So kannst du im Handumdrehen mehrere Anzeigengruppen gleichzeitig erstellen.

Erstelle mehrere Anzeigengruppen

Zielgruppengröße

Deine Zielgruppe ist definiert.

Potenzielle Reichweite: 30.000 Personen

Geschätzte Tagesergebnisse

Reichweite 1,1K - 6,7K

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherige Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget und Marktdata. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es handelt sich aber nur um Schätzungen und die Ergebnisse sind nicht garantiert.

120

3. PLATZIERUNGEN AUSWÄHLEN

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The main content area is titled "Platzierungen" (Placements) and contains the following sections:

- Neu Werbeanzeigen in Facebook Stories**: A tip stating that ads in Facebook Stories are shown in a vertical video format and reach users more effectively.
- Automatische Platzierungen (empfohlen)**: A section explaining that automatic placements help maximize budget by showing ads to the most likely users.
- Platzierungen bearbeiten**: A section explaining that removing placements can reduce reach and the likelihood of meeting goals.
- Geräte**: A dropdown menu set to "Alle Geräte (empfohlen)".
- Asset Customization**: A section to select placements that support the ad's assets.
- Plattformen**: A list of platforms with checkboxes for selection:
 - Facebook (checked): Feeds, Instant Articles, In-Stream-Videos, Rechte Spalte.
 - Instagram (checked): Stories.
 - Audience Network (checked): Native, Banner and Interstitial, In-Stream-Videos, Rewarded Videos.
 - Messenger (checked): Postfach, Stories, Sponsored Messages.

On the right side, there are several informational cards:

- Erstelle in nur einem Schritt mehrere Anzeigengruppen**: A tip about creating multiple ad sets in one step.
- Zielgruppengröße**: A gauge showing the target audience size is defined.
- Potenzielle Reichweite: 24.000 Personen**: The potential reach of the ad.
- Geschätzte Tagesergebnisse**: A bar chart showing a reach of 885 - 5,5K.

The bottom right corner of the screenshot shows the number "121".

3. PLATZIERUNGEN AUSWÄHLEN

This screenshot is similar to the one above but shows a different selection of placements. The "Plattformen" section is expanded to include:

- Instagram** (checked): Feed, Stories.
- Audience Network** (checked): Native, Banner and Interstitial, In-Stream-Videos, Rewarded Videos.
- Messenger** (checked): Postfach, Stories, Sponsored Messages.

The "Rechte Spalte" (Right Column) placement under Facebook is also visible. The right-side informational cards are identical to the previous screenshot, showing a potential reach of 24,000 people and a reach of 885 - 5,5K. The bottom right corner of the screenshot shows the number "122".

3. PLATZIERUNGEN AUSWÄHLEN

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for 'Reisebüro Faber'. The left sidebar contains navigation options: 'Kampagne' (with 'Ziel' selected), 'Anzeigengruppe' (with 'Zielgruppe', 'Platzierungen', and 'Budget & Zeitplan' listed), and 'Werbeanzeige' (with 'Identität', 'Format', 'Medien', and 'Text' listed). The main content area is titled 'Name der Anzeigengruppe' and 'Regionales Umfeld'. It features a 'Neu! Werbeanzeigen in Facebook Stories' section with a star icon, explaining that ads can now be shown in vertical full-screen format. Below this is a section for 'Automatische Platzierungen (empfohlen)', which suggests using automatic placements to maximize budget. A 'Platzierungen bearbeiten' section offers to narrow down placements to save budget. At the bottom, the 'Budget & Zeitplan' section shows a daily budget of 5,00 € and a 'Schließen' button. On the right, a sidebar provides tips on creating multiple ad groups, a 'Zielgruppengröße' gauge showing 'Spezifisch' vs 'Groß' with a note 'Deine Zielgruppe ist definiert.', and 'Geschätzte Tagesergebnisse' showing a reach of 885 - 5,5K.

4. BUDGET & ZEITPLAN

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for 'Reisebüro Faber', specifically the 'Budget & Zeitplan' section. The left sidebar is similar to the previous screenshot but highlights 'Budget & Zeitplan'. The main content area is titled 'Budget & Zeitplan' and 'Regionales Umfeld'. It features a 'Budget' section with a daily budget of 5,00 € and a note that the actual amount can vary. Below this is a 'Zeitplan' section with two options: 'Meine Anzeigengruppe ab heute fortlaufend schalten' (selected) and 'Start- und Enddatum festlegen'. A note states 'Du wirst nicht mehr als 35,00 € pro Woche ausgeben.' The 'Anzeigenschaltung optimiert für' section offers three options: 'Steigerung der Werbeerinnerung', 'Standard-einstellung', and 'Niedrigste Kosten' (selected). The 'Wofür bezahlst du?' section is set to 'Impression'. At the bottom, a 'Schließen' button is visible. On the right, the sidebar is identical to the previous screenshot, showing the 'Zielgruppengröße' gauge and 'Geschätzte Tagesergebnisse'.

5. BUDGET & ZEITPLAN

The screenshot shows the 'Budget & Zeitplan' (Budget & Schedule) section in Facebook Ads Manager. The left sidebar contains navigation options: 'Kampagne' (Campaign) with 'Ziel' (Objective), 'Anzeigengruppe' (Ad Set) with 'Zielgruppe' (Audience), 'Platzierungen' (Placements), and 'Budget & Zeitplan', and 'Werbeanzeige' (Ad) with 'Identität' (Identity), 'Format', 'Medien' (Media), and 'Text'. The main content area is titled 'Budget & Zeitplan' and includes the following settings:

- Budget:** Tagesbudget (Daily budget) set to 5,00 € (5,00 € EUR).
- Zeitplan:** 'Meine Anzeigengruppe ab heute fortlaufend schalten' (Turn on my ad set from today and run continuously). Start- und Enddatum festlegen (Specify start and end dates).
- Anzeigenschaltung optimiert für:** 'Steigerung der Werbeerinnerung' (Increase ad recall). Description: 'Wir stellen deine Werbeanzeigen so bereit, dass sich eine maximale Anzahl an Personen an deine Werbeanzeigen erinnert. Um die Auslieferungsoptimierung zu verbessern, führen wir bei einigen Mitgliedern deiner Zielgruppe eventuell Umfragen durch.' (We prepare your ads so that a maximum number of people remember them. To improve delivery optimization, we may conduct surveys for some members of your target audience.)
- Frequenzgrenzwert:** 'Standardeinstellung' (Default setting) - Werbeanzeigen nicht öfter als 2 Mal alle 5 Tage anzeigen (Show ads no more than 2 times every 5 days). Benutzerdefinierten Frequenzgrenzwert festlegen (Specify a custom frequency cap).
- Gebotsstrategie:** 'Niedrigste Kosten' (Lowest cost) - Erhalte die meisten Impressionen für dein Budget (Get the most impressions for your budget).
- Impression:** Du wirst nicht mehr als 35,00 € pro Woche ausgeben. (You will not spend more than 35,00 € per week.)

On the right, there are additional tips and metrics:

- Erstelle in nur einem Schritt mehrere Anzeigengruppen** (Create multiple ad sets in a single step). Tip: 'Spare Zeit, indem du Variablen für Standorte, detailliertes Targeting, Altersgruppen und Custom Audiences hinzufügst. So kannst du im Handumdrehen mehrere Anzeigengruppen gleichzeitig erstellen.' (Save time by adding variables for locations, detailed targeting, age groups, and custom audiences. You can create multiple ad sets simultaneously in a flash.)
- Zielgruppengröße:** 'Deine Zielgruppe ist definiert.' (Your target audience is defined.) A gauge shows 'Speziell...' (Specific...) and 'Groß' (Large).
- Potenzielle Reichweite:** 24.000 Personen (Potential reach: 24,000 people).
- Geschätzte Tagesergebnisse:** Reichweite (Reach) 885 - 5,5K. A progress bar shows 125%.

6. IDENTITÄT AUSWÄHLEN

The screenshot shows the 'Identität' (Identity) section in Facebook Ads Manager. The left sidebar contains navigation options: 'Kampagne' (Campaign) with 'Ziel' (Objective), 'Anzeigengruppe' (Ad Set) with 'Zielgruppe' (Audience), 'Platzierungen' (Placements), and 'Budget & Zeitplan', and 'Werbeanzeige' (Ad) with 'Identität' (Identity), 'Format', 'Medien' (Media), and 'Text'. The main content area is titled 'Identität' and includes the following settings:

- Anzeigenname:** Markenbekanntheit 1 (Ad name: Brand awareness 1).
- Werbeanzeige erstellen:** 'Bestehenden Beitrag verwenden' (Use existing post).
- Facebook-Seite:** 'Deine Facebook-Seite oder dein Instagram-Konto repräsentieren dein Unternehmen in Werbeanzeigen. Du kannst auch eine Facebook-Seite erstellen.' (Your Facebook page or Instagram account represents your business in ads. You can also create a Facebook page.) Selected: 'Reisebüro Faber'.
- Instagram-Konto:** 'Wähle ein Instagram-Konto aus, um dein Unternehmen in deiner Instagram-Werbeanzeige zu präsentieren. Um verfügbare Instagram-Konten zu verwalten, wende dich an den Administrator deines Business Managers.' (Choose an Instagram account to present your business in your Instagram ad. To manage available Instagram accounts, contact your Business Manager administrator.) Selected: 'reisebuerofaber'.
- Format:** 'Lege fest, wie deine Werbeanzeige aussehen soll.' (Specify how your ad should look.) Two options are shown: 'Karussell' (Carousel) and 'Einzelnes Bild oder Video' (Single image or video), with the latter selected.

7. FORMAT AUSWÄHLEN

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for a campaign named 'reisebuerofaber'. The left sidebar contains navigation options: 'Kampagne' (with 'Ziel'), 'Anzeigengruppe' (with 'Zielgruppe', 'Platzierungen', and 'Budget & Zeitplan'), and 'Werbeanzeige' (with 'Identität', 'Format', 'Medien', and 'Text'). The main area is titled 'Format' and includes the instruction 'Lege fest, wie deine Werbeanzeige aussehen soll.' There are two format options: 'Karussell' (described as 'Zwei oder mehr scrollbare Bilder oder Videos') and 'Einzelnes Bild oder Video' (described as 'Einzelnes Bild oder Video, oder Slideshow mit mehreren Bildern'). Below these is a section 'Füge eine Instant Experience hinzu' with a brief description and a 'Mehr dazu' link. At the bottom, there is a 'Medien' section with the instruction 'Wähle ein oder mehrere Bilder, ein Video oder eine Slideshow für deine Werbeanzeige aus.' and a 'Schließen' button.

8. MEDIEN AUSWÄHLEN

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for the same campaign, now in the 'Medien' selection step. The left sidebar is identical to the previous step. The main area is titled 'Medien' and includes the instruction 'Wähle ein oder mehrere Bilder, ein Video oder eine Slideshow für deine Werbeanzeige aus.' There are two tabs: 'Bild' (selected) and 'Video/Slideshow'. A notification box says 'Neu! Wandle Bilder in Videos um' with a 'Vorlagen verwenden' button. Below this, a message states 'Erstelle bis zu 6 Werbeanzeigen mit jeweils einem Bild ohne zusätzliche Kosten.' A preview of a selected image is shown with details: 'Werbeanzeige 1', 'untitled', '3365 x 1245', and buttons for 'Bild zuschnei...' and 'Bild ändern'. Below the preview, there is a link 'Für Instagram anpassen. Mehr dazu.' and a button 'Verwende ein anderes Bild für Instagram'. On the right, a 'Bildempfehlungen' section lists requirements: 'Größe: 1.080 x 1.080 Pixel', 'Zuschneiden: 1:1', and 'Dateityp: .jpg oder .png'. It also includes a note about text overlay and a 'Vorlagen verwenden' button. At the bottom, there are buttons for 'Bibliothek durchsuchen' and 'Kostenlose Standardbilder'. A 'Schließen' button is at the bottom left.

8. MEDIEN AUSWÄHLEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Anzeigenname Markenbekanntheit 1

Zu Quick Creation wechseln

Kampagne

- Ziel

Anzeigengruppe

- Zielgruppe
- Platzierungen
- Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

- Identität
- Format
- **Medien**
- Text

Medien

Wähle ein oder mehrere Bilder, ein Video oder eine Slideshow für deine Werbeanzeige aus.

Bild Video/Slideshow

Personalisiere dein Video

Wähle ein Video-Miniaturbild aus und füge Text hinzu, damit es auch ohne Ton angesehen werden kann.

[Video personalisieren](#)

Für Instagram anpassen. Mehr dazu.

Verwende ein anderes Video

Text

Gib den Text für deine Werbeanzeige ein. Mehr dazu.

Text

Anzeigenvorschau

1 von 1 Werbeanzeige

Mobiler News Feed

1 von 12

Schließen

9. ANZEIGE GESTALTEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Anzeigenname Markenbekanntheit 1

Zu Quick Creation wechseln

Kampagne

- Ziel

Anzeigengruppe

- Zielgruppe
- Platzierungen
- Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

- Identität
- Format
- Medien
- **Text**

Text

Gib den Text für deine Werbeanzeige ein. Mehr dazu.

Text

Plane Deinen Urlaub 2019 mit unseren Reiseexperten:

- ✓ Beste Reiseangebote von Reiseprofis
- ✓ Persönlicher Reiseexperte als Ansprechpartner
- ✓ Genauso günstig wie online
- ✓ Vergleich mit alternativen Reiseangeboten
- ✓ Empfehlung aus persönlicher Erfahrung

Vereinbare jetzt Deinen persönlichen Beratungstermin mit unseren Reiseexperten

Hintergrundfarben der Stories Ad bearbeiten

Eine Webseiten-URL hinzufügen

Website-URL Vorschau-URL

Erstelle einen URL-Parameter

Link anzeigen (optional)

Titel

Anzeigenvorschau

1 von 1 Werbeanzeige

Mobiler News Feed

1 von 11

Reisebüro Faber
Gesponsert

Plane Deinen Urlaub 2019 mit unseren Reiseexperten:

- ✓ Beste Reiseangebote von Reiseprofis
- ✓ Persönlicher Reiseexperte als Ansprechpartner
- ✓ Genauso günstig wie online
- ✓ Vergleich mit alternativen Reiseangeboten

... Mehr

Dein Urlaub 2019
Plane mit unseren Reis...

NACHRICHT SENDEN

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Vorschau aktualisieren • Problem bei dieser Vorschau melden

Schließen

9. ANZEIGE GESTALTEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Zu Quick Creation wechseln

Anzeigengruppe

Kampagne

– Ziel

– Zielgruppe

– Platzierungen

– Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

– Identität

– Format

– Medien

– Text

Schließen

Anzeigenvorschau

1 von 1 Werbeanzeige

Mobiler News Feed

1 von 11

Reisebüro Faber

Gesponsort

Plane Deinen Urlaub 2019 mit unseren Reiseexperten:

- ✓ Beste Reiseangebote von Reiseprofis
- ✓ Persönlicher Reiseprofil als Ansprechpartner
- ✓ Genauso günstig wie online
- ✓ Vergleich mit alternativen Reiseangeboten

... Mehr

Dein Urlaub 2019

Plane mit unseren Reis...

NACHRICHT SENDEN

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Vorschau aktualisieren • Problem bei dieser Vorschau melden

Website-URL

Vorschau-URL

https://www.reisebuero-faber.de/traumurlaub/

Erstelle einen URL-Parameter

Link anzeigen (optional)

- ✓ Nachricht senden
- Jetzt bewerben
- Jetzt buchen
- Kontaktiere uns
- Herunterladen
- Angebot einholen
- Vorstellungszeiten abfragen
- Mehr dazu
- Jetzt anhören

Nachricht senden

Wenn Personen auf „Nachricht senden“ bei einer Werbeanzeige klicken, können sie eine Nachricht an deine Seite senden.

Mehrere Sprachen (optional)

+ In verschiedenen Sprachen ers...

Erweiterte Optionen verbergen

10. ANZEIGE BESTÄTIGEN

Unternehmen durchsuchen

Reisebüro Faber

Zu Quick Creation wechseln

Anzeigengruppe

Kampagne

– Ziel

– Zielgruppe

– Platzierungen

– Budget & Zeitplan

Werbeanzeige

– Identität

– Format

– Medien

– Text

Schließen

Anzeigenvorschau

1 von 1 Werbeanzeige

Mobiler News Feed

1 von 11

Reisebüro Faber

Gesponsort

Plane Deinen Urlaub 2019 mit unseren Reiseexperten:

- ✓ Beste Reiseangebote von Reiseprofis
- ✓ Persönlicher Reiseprofil als Ansprechpartner
- ✓ Genauso günstig wie online
- ✓ Vergleich mit alternativen Reiseangeboten

... Mehr

Dein Urlaub 2019

Plane mit unseren Reis...

NACHRICHT SENDEN

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Vorschau aktualisieren • Problem bei dieser Vorschau melden

URL-Parameter (optional)

Bsp.: key1=value1&key2=value2

Erstelle einen URL-Parameter

Conversion-Tracking

Wähle eine oder mehrere Optionen für das Conversion Tracking aus. Die Ergebnisse werden dir im Ads Manager zusammen mit den Daten für die Anzeigen-Performance angezeigt.

Facebook-Pixel

App Events

Offline-Events

Facebook will use the following offline event set for tracking and data upload:

Default Offline Event Set For Reisebüro Faber

ID:1352779411440292 AUTOMATISCH

Manage offline event sets.

Zurück

Überprüfen

Bestätigen

10. ALTERNATIVEN ANLEGEN

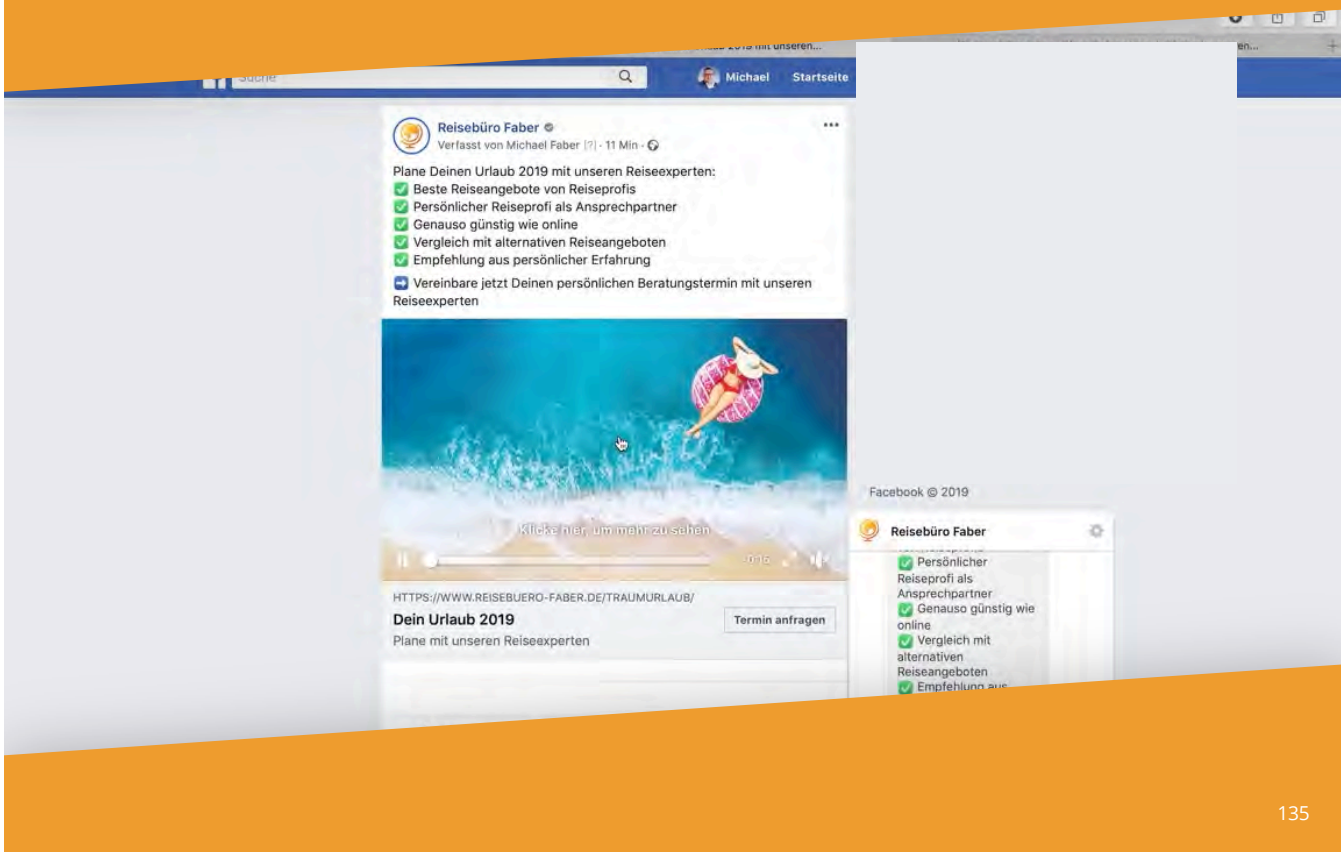
The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar with 'Unternehmen durchsuchen' and a user profile for 'Reisebüro Faber'. Below that, there are buttons for 'Überprüfen und veröffentlichen (6)'. The main area displays a table of ad campaigns with columns for 'Anzeigenname', 'Auslieferung', 'Name der Anzeigengruppen', and 'Gebotsstrategi'. Three campaigns are listed, all with a 'Regionales Umfeld' and 'Niedrigste Ko...' strategy. The first campaign is 'Markenbekanntheit/Termin-Button', the second is 'Markenbekanntheit /Kontakt-Button', and the third is 'Markenbekanntheit/Nachrichten-Button'. All are marked as 'Aktiv' with 'Pixel deaktiviert'. A summary row at the bottom indicates 'Ergebnisse aus 3 Werbeanzeigen'.

Anzeigenname	Auslieferung	Name der Anzeigengruppen	Gebotsstrategi
Markenbekanntheit/Termin-Button	Wird überprüft	Regionales Umfeld 0 aktive Werbeanzeigen	Niedrigste Ko... Steigerung der...
Markenbekanntheit /Kontakt-Button	Aktiv Pixel deaktiviert	Regionales Umfeld 0 aktive Werbeanzeigen	Niedrigste Ko... Steigerung der...
Markenbekanntheit/Nachrichten-Button	Aktiv Pixel deaktiviert	Regionales Umfeld 0 aktive Werbeanzeigen	Niedrigste Ko... Steigerung der...

DAS ERGEBNIS: VARIANTE 1

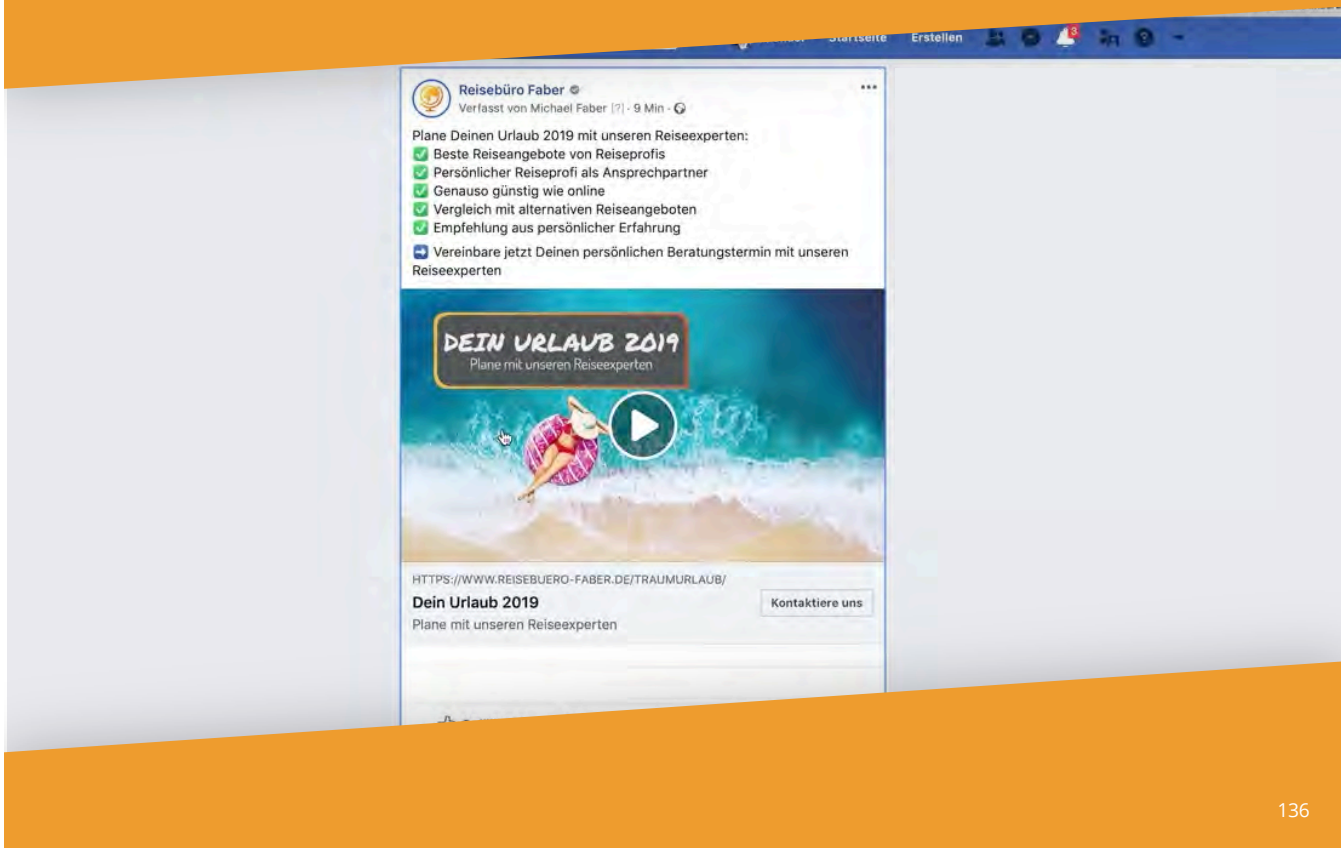
The screenshot shows a Facebook post from 'Reisebüro Faber'. The post text reads: 'Plane Deinen Urlaub 2019 mit unseren Reiseexperten: Beste Reiseangebote von Reiseprofis, Persönlicher Reiseprofi als Ansprechpartner, Genauso günstig wie online, Vergleich mit alternativen Reiseangeboten, Empfehlung aus persönlicher Erfahrung. Vereinbare jetzt Deinen persönlichen Beratungstermin mit unseren Reiseexperten'. Below the text is a large image of a person in a red swimsuit floating in a pink inflatable ring in the ocean. The post has a 'Dein Urlaub 2019' title and a 'Nachricht senden' button. At the bottom, there are interaction buttons for 'Gefällt mir', 'Kommentieren', and 'Teilen'. The right sidebar shows a language menu with 'Deutsch - English (US) - Türkçe - Español - Português (Brasil)' and a 'Facebook © 2019' footer.

DAS ERGEBNIS: VARIANTE 2



135

DAS ERGEBNIS: VARIANTE 1



136



KENNZAHLEN & OPTIMIERUNG

KAMPAGNENÜBERSICHT

Tourismuszukunft 
REALIZING PROGRESS

All Except Deleted ▾ Edit Campaigns ▾ View Report View History 18 Results ◀ ▶

Name ?	Delivery ?	Results ?	Cost ?	Reach ?	Spent Today ?	Total Spent ?
	● Active	23 Post Engagements	€0.03 Per Post Engagement	135	€0.42 of €1.50	€0.72
	● Active	177 Website Clicks	€0.31 Per Website Click	9,236	€0.33	€54.33
	● Active	128 Page Likes	€0.98 Per Page Like	9,903	€0.66 of €6.00	€124.91
	● Active	52 Page Likes	€1.04 Per Page Like	3,770	€0.33 of €2.00	€54.33
	● Active	Not Available	--	5,752	€0.30 of €1.50	€59.50
	● Active	44 Page Likes	€1.23 Per Page Like	3,500	€0.29 of €2.00	€54.29
	● Active	588 Page Likes	€0.51 Per Page Like	33,817	€2.20 of €11.00	€299.20
	● Active	88 Page Likes	€0.31 Per Page Like	3,458	€0.20 of €1.00	€27.20
	● Active	66 Page Likes	€0.41 Per Page Like	3,216	€0.32 of €1.00	€27.32
	● Active	57 Page Likes	€0.48 Per Page Like	2,807	€0.14 of €1.00	€27.14
	● Active	90 Page Likes	€0.30 Per Page Like	4,258	€0.19 of €1.00	€27.19
	● Active	152	€0.21			

DETAILLIERTER REPORT

Unternehmen durchsuchen

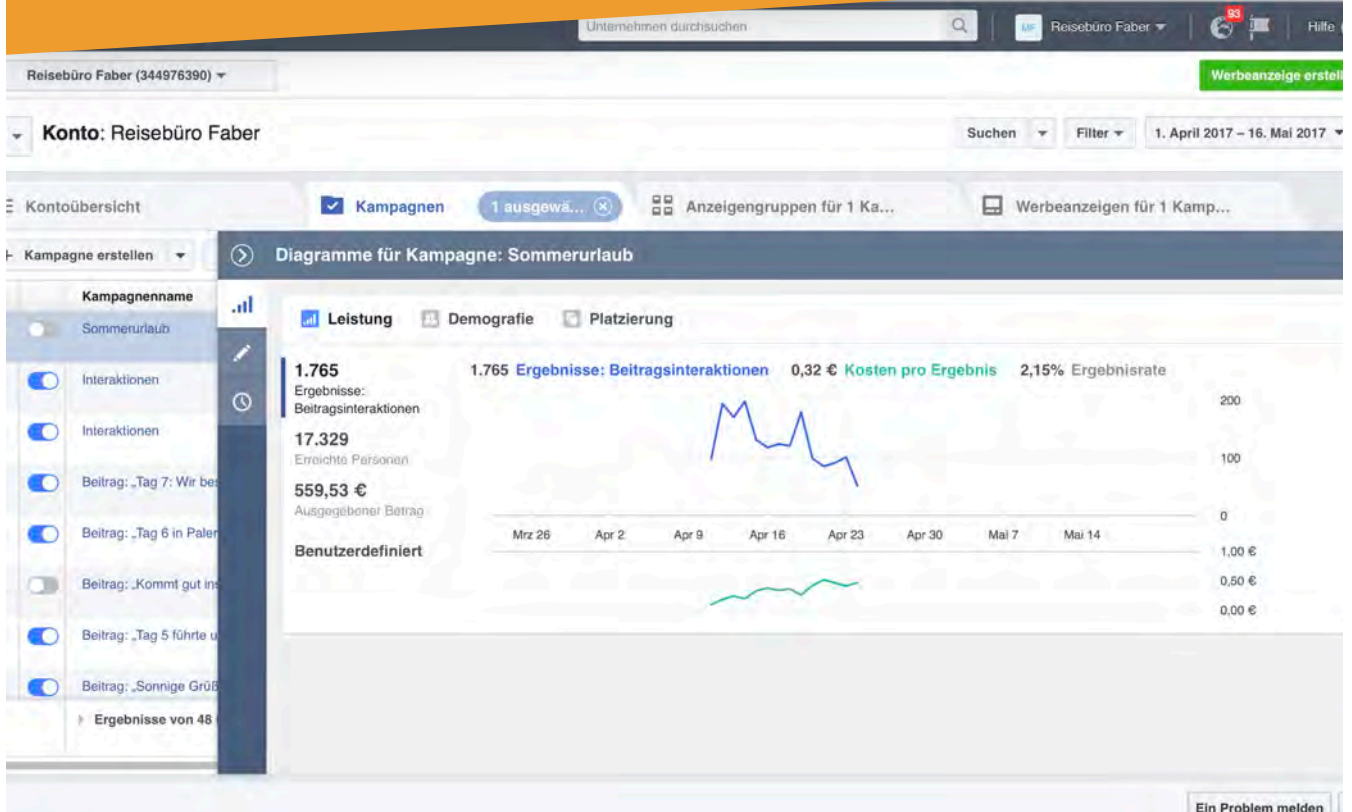
Konto: Reisebüro Faber 1. April 2017 – 16. Mai 2017

Kontoübersicht Kampagnen Anzeigengruppen Werbeanzeigen

Kampagne erstellen Spalten: Leistung

Kampagnenname	Auslieferung	Erge...	Reic...	Koste...	Ausge...	Ende
<input type="checkbox"/> Sommerurlaub	<input type="checkbox"/> Inaktiv	1.765 Beitragsin...	17.329	0,32 € Pro Beiträ...	559,53 €	7. Mai 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Interaktionen	<input type="checkbox"/> Beendet	131 Beitragsin...	1.830	0,74 € Pro Beiträ...	96,93 €	30. April 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Interaktionen	<input type="checkbox"/> Beendet	301 Beitragsin...	3.340	0,17 € Pro Beiträ...	50,00 €	6. April 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Beitrag: „Tag 7: Wir besuchten Cafelü und spazierten durch...“	<input type="checkbox"/> Beendet	137 Beitragsin...	1.437	0,07 € Pro Beiträ...	10,00 €	5. April 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Beitrag: „Tag 6 in Palermo: Heute lernten wir die...“ <small><input type="button" value="Diagramme anzeigen"/> <input type="button" value="Bearbeiten"/> <input type="button" value="Duplizieren"/></small>	<input type="checkbox"/> Beendet	122 Beitragsin...	1.695	0,08 € Pro Beiträ...	10,00 €	5. April 2017
<input type="checkbox"/> Beitrag: „Kommt gut ins neue Jahr!“	<input type="checkbox"/> Inaktiv	12 Beitragsin...	927	0,83 € Pro Beiträ...	10,00 €	19. April 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Beitrag: „Tag 5 führte unsere Reisegruppe über Sciacca und...“	<input type="checkbox"/> Beendet	65 Beitragsin...	1.470	0,14 € Pro Beiträ...	9,00 €	3. April 2017
<input checked="" type="checkbox"/> Beitrag: „Sonnige Grüße aus Ibiza! Diese Woche teste ich...“	<input type="checkbox"/> Beendet	406	795	0,01 €	5,00 €	3. Mai 2017
Ergebnisse von 48 Kampagnen		—	23.799 Personen	—	750,52 € Gesamtausgab...	

DETAILLIERTER REPORT



FAZIT



DAS FACEBOOK WERBENETZWERK IST GROSSARTIG

- Riesige Reichweite mit über 48 Mio. aktiven Nutzern in D-A-CH
- Detailliertes Targeting auf spezifische Zielgruppen
- Gezielte Anzeigen auf jeweiliges Kampagnenziel
- Vielfältige Werbeformen: Markenbekanntheit, Reichweite, Website-Besuche, Interaktion,...
- Performance der eigenen Facebook-Seite erhöhen



Block 8

MESSENGER MARKETING

143

Tourismuszukunft 
REALIZING PROGRESS

WHATSAPP

WIE: Mobilfotografie, Meme, Kurzvideo, Messenger, Sound, Bildeffekt, Games, Wettbewerb, Chat, Chatbot, Gewinnspiel

WER: Social Media, Support; Owned, Shared

WARUM: Informieren, Unterhalten

WAS: Protagonist, Setting



144

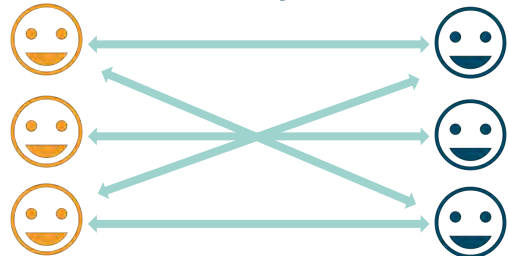
4 MÖGLICHKEITEN ÜBER WHATSAPP ZU KOMMUNIZIEREN

Kundenservice über 1:1 - Chat

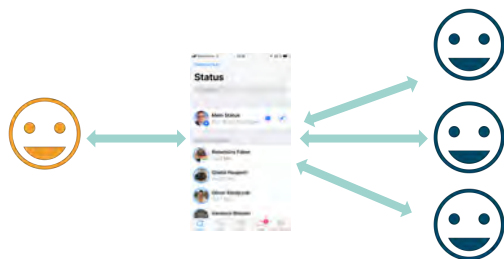


Gruppenchat

max. 256 Mitglieder

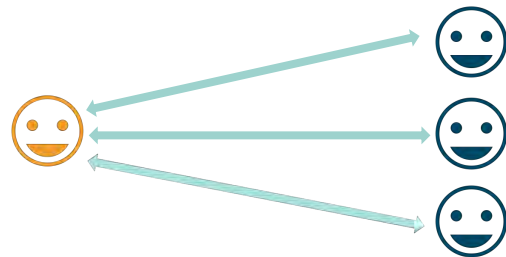


Status-Update



Newsletter über Broadcastliste

max. 256 Mitglieder



FORMATE AUF WHATSAPP

Nachrichten

- Text
- Bilder
- Videos
- Standort
- Audiodatei
- Dokumente
- Kontakt
- GIF

Anrufe:

- Audio
- Video
- Gruppenanrufe

Privat APP

- Nachrichten
- Gruppen
- Broadcastlisten
- Einfaches Profil
- Desktop App

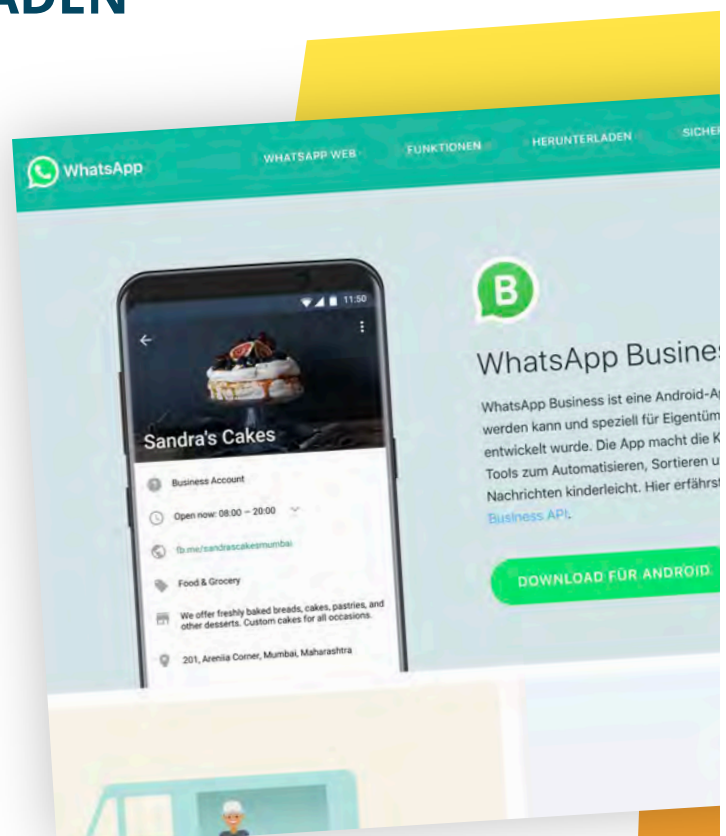
Business APP

- Firmenprofil
- Öffnungszeiten
- Produkte
- Direktantwort
- Abwesenheitsnachricht
- Schnellantworten

147

TIPP 1: WHATSAPP BUSINESS APP HERUNTERLADEN

- **Eigene App**
- **Unternehmensprofil** mit Adresse, Unternehmensbeschreibung, E-Mail-Adresse und Website
- **Schnellantworten**
- **Labels**
- **Nachrichten Statistik**
- **Automatisierte Antworten**



148

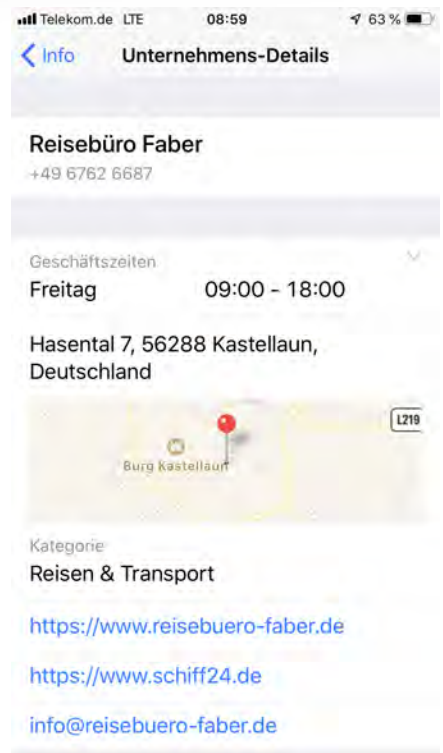
TIPP 2: FESTNETZNUMMER REGISTRIEREN



- Büro-Handy über WLAN
- Kein SIM-Karte erforderlich
- Bestätigung über Anruf
- WhatsApp Anrufe landen auf WhatsApp Account!

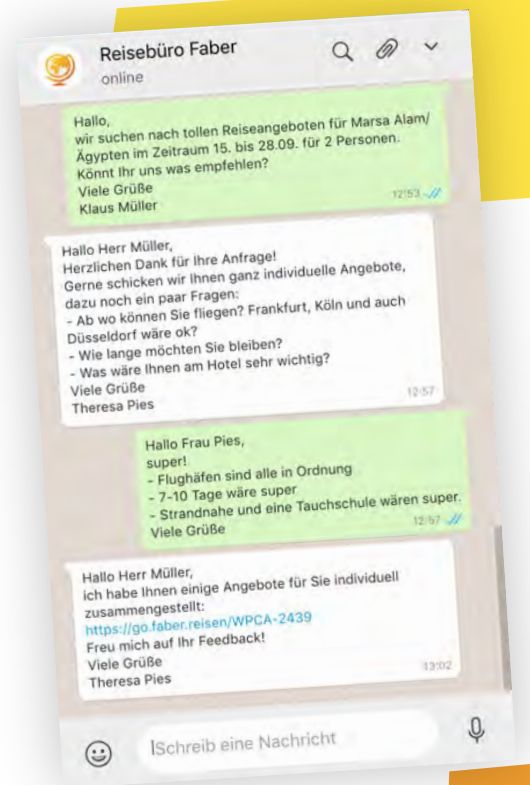
149

UNTERNEHMENSPROFIL



TIPP 4: KUNDENSERVICE ÜBER WHATSAPP

- WhatsApp Service bewerben
- Kundenanfragen erhalten
- Angebote über WhatsApp verschicken
- Digitale Unterschrift über WhatsApp abwickeln
- Kunden über Reiseunterlagen informieren
-



151

KUNDENSERVICE ÜBER WHATSAPP

The screenshot shows a website for 'HOTELS' with a navigation menu: HOME, HOTELS, ANGEBOTE, REISEWELTEN, GUTSCHEINE, BUSREISEN, TAGUNG, KONTAKT, GREEN SIGN.

On the left, there is a search form with fields for: Bundesland, Hotel, Anreise (15.10.2015), and Nächte (1). A green button says 'JETZT BUCHEN'.

The main content area features a large image of a path leading to a lake. Text reads: 'ANGEBOT DES MONATS' and 'Monatlich wechselnde Urlaubsschnäppchen'.

Below the image, there is a contact information box: 'GERN BERATEN WIR SIE PERSÖNLICH +49 (0)30 318 62 84 55 immer montags bis freitags 8:00 bis 18:00 Uhr' and 'oder per Whats App +49 (0)178 904 57 06'.

At the bottom left, there are icons for: Kontakt, Sonderangebote, Gutscheine, and Motorradhotels.

The main text below the image says: 'Herzlich Willkommen bei den GreenLine Hotels' followed by a question mark icon and a paragraph: 'Sie sind auf der Suche nach einem idyllischen Plätzchen für einen günstigen Urlaub? Sie lieben regionales und traditionelles Ambiente, und wünschen sich frische, familiäre Gastlichkeit? Dann sind Sie hier genau richtig! Jedes unserer privat geführten Hotels ist auf seine Art einzigartig und bietet eine persönliche und erholsame Atmosphäre. Ob Sie sich lieber sportlich betätigen, beim Wandern'.

At the bottom right, there is a section titled 'GOLDENER HERBST IN OSTHOLSTEIN' with a small image of autumn trees.

über WhatsApp!

APOTHEKE

Vorbestellung Angebote Empfehlen Sie uns!

Start Apotheke Gesundheitsthemen Zeitungskiosk Notdienste Kontakt Vorbestellung



WhatsApp-Datenschutzrichtlinie

05231 – 47625

Bestellen Sie jetzt einfach und bequem Ihre Medikamente via WhatsApp!


Sie haben ein Rezept bekommen oder benötigen einen bestimmten Artikel aus unserer Apotheke? Sparen Sie Zeit und bestellen alles via WhatsApp.

So einfach geht's: Einfach per WhatsApp eine Nachricht, ein Foto oder Ihr Rezept an die WhatsApp-Nummer der Apotheke schicken und zur angegebenen Abholzeit vorbeikommen. **Probieren Sie es aus!**

Paderborner Str. 36 | 32760 Detmold | Tel.: 05231-47625 | Fax: 05231-469544 | E-Mail: falken-apotheke-dt@t-online.de

TIPP 3: WHATSAPP DESKTOP APP

WHATSAPP HERUNTERLADEN FÜR
Mac oder Windows PC



Mac OS X 10.10 und neuer: WhatsApp muss auf deinem Telefon installiert sein
Wenn du auf Download klickst, stimmst du damit unseren [Nutzungsbedingungen](#)
und der [Datenschutzrichtlinie](#) zu.

DOWNLOAD FÜR MAC OS X

NICHT AUF EINEM MAC?

Download für Windows 8 und neuer (64-bit)

- Bequem auf dem Rechner schreiben
- Smartphone muss im selben WLAN wie der PC/Laptop sein
- Gleichzeitig nur auf einem Desktop nutzbar, aber umschaltbar

WHATSAPP NUMMER HINTERLEGEN IN MYJACK

Export DSGVO Abbrechen Löschen DSGVO Neuer Vorgang Drucken Kunde

Angelegt am: 01.08.2007 von: Zuletzt geändert am: 08.08.2019 von: 1010

Art: Reisender Debitur: 2002096 Merkmal Wert

Arbeits-Herr: Ansprache: Sie j/ital

Name: Faber

Vorname: Michael

Land/PLZ/Ort: DE 56288 Kastellaun

Straße: Hasental 7

Adresszusatz:

Land/PLZ/Postf.Ort: DE

Postfachnummer:

Geburtsdatum: 14.01.1982 als Termin anlegen

Eriefanrede: Lieber Michael

Mitreisende / Adressverknüpfungen

Kommunikation

Art	Nummer/E-Mail	Kommentar
Mobil	+491715734007	
E-Mail	michael@faber-touristik.de	
Mobil	+49 171 57 34 007	
E-Mail	m.faber@tourismuszukunft.de	
Telefon privat	491715734007	
Messenger	+491715734007	WhatsApp Service Michael Faber

Termine

Opt-in Daten / Kundensperren

Merkmal

Hobbies

Sprache

Notizen

Sonstiges

Provisionsatz:

Kundenwert:

Kunden-Umsatz:

Proz. Rückvergütung:

Text Rückvergütung:

App-Passwort: **S888-4Q5P**

Vorgangs-WebCode aktiv

Mandatsreferenz: 2096

PassengersFriend verwenden

JackPlus-KD-Nr.:

Dokumente

Reisebestätigung - RBE 3387161 für Auftrag 12499 (unterschrieben)	23.0
Reiseanmeldung für Auftrag 12065 (unterschrieben)	15.0
Reiseanmeldung für Auftrag 12065 (unterschrieben)	25.0
Informationspflicht nach Art. 13 DSGVO	25.0

155

Bereit

[1001] Faber, Michael - [2262 / D182780] Reisebüro Faber / CRS-Nr: 922262001 - Zeit

EINVERSTÄNDNIS PER



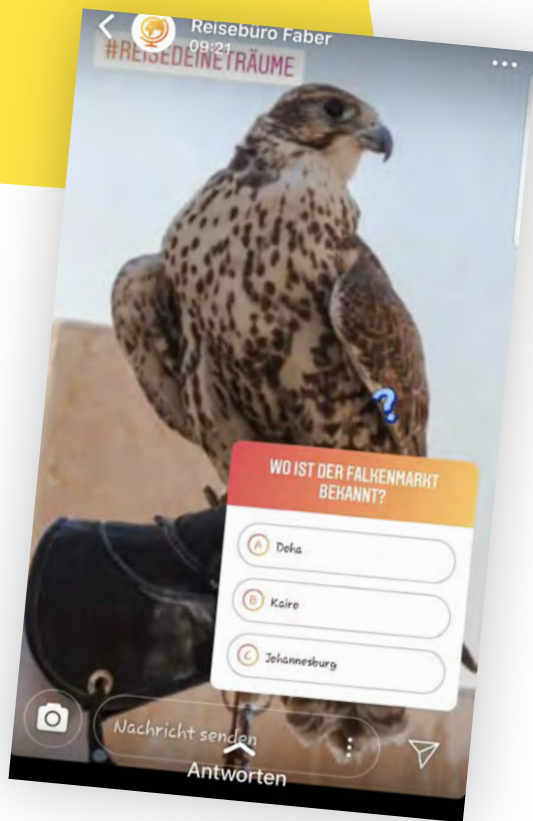
<https://wa.me/4967626687?text=Bitte%20kontaktiert%20mich%20über%20WhatsApp%20bezüglich%20meiner%20Reise>



MESSENGER STRATEGIEN

- 1) Business Account
- 2) Status-Updates
- 3) Kundenservice
- 4) Sharing Button
- 5) Gruppen
- 6) Broadcastlisten
- 7) Chatbot

TIPP 5: STATUS UPDATE

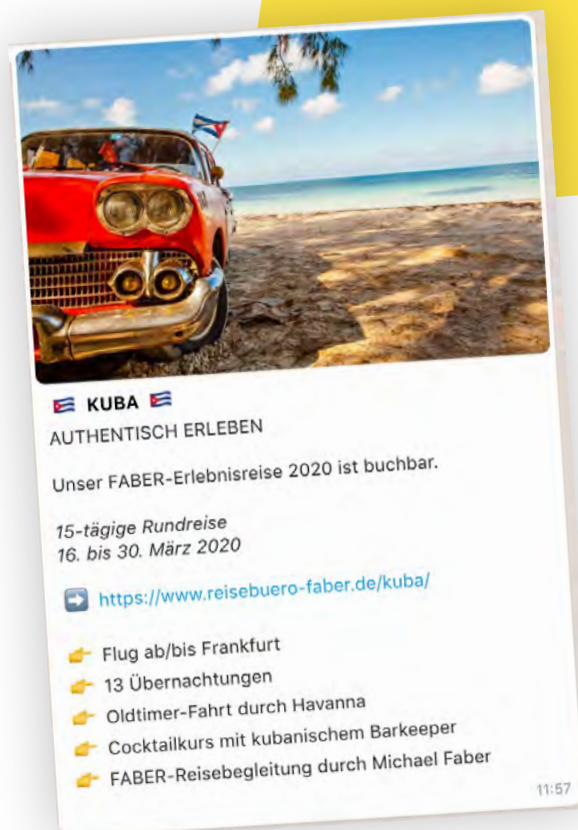


- Kunden über Status-Update inspirieren
- Tolle Fotos & Video
- Texte
- Links

159

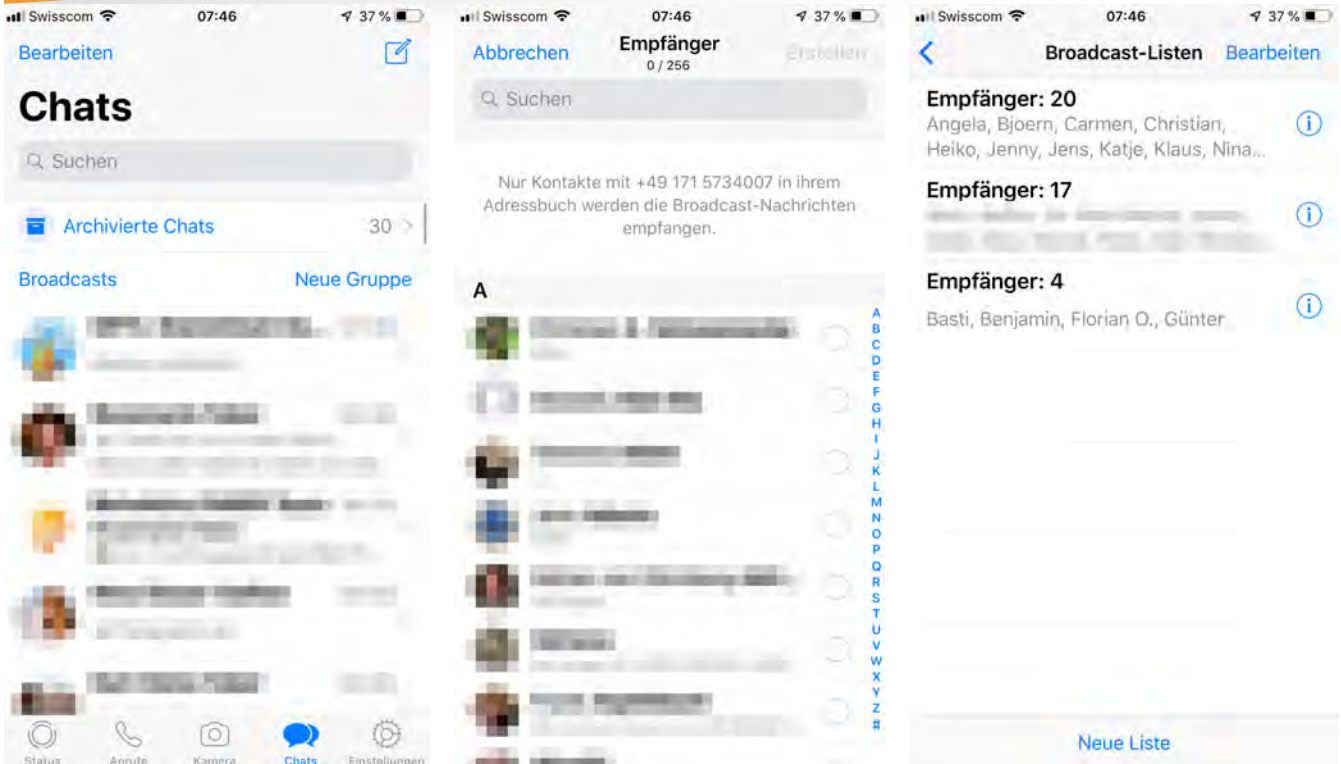
TIPP 6: NEWS-TICKER ÜBER BROADCASTLISTE

- Kunden über Status-Update inspirieren
- Fotos
- Videos
- Texte
- Links

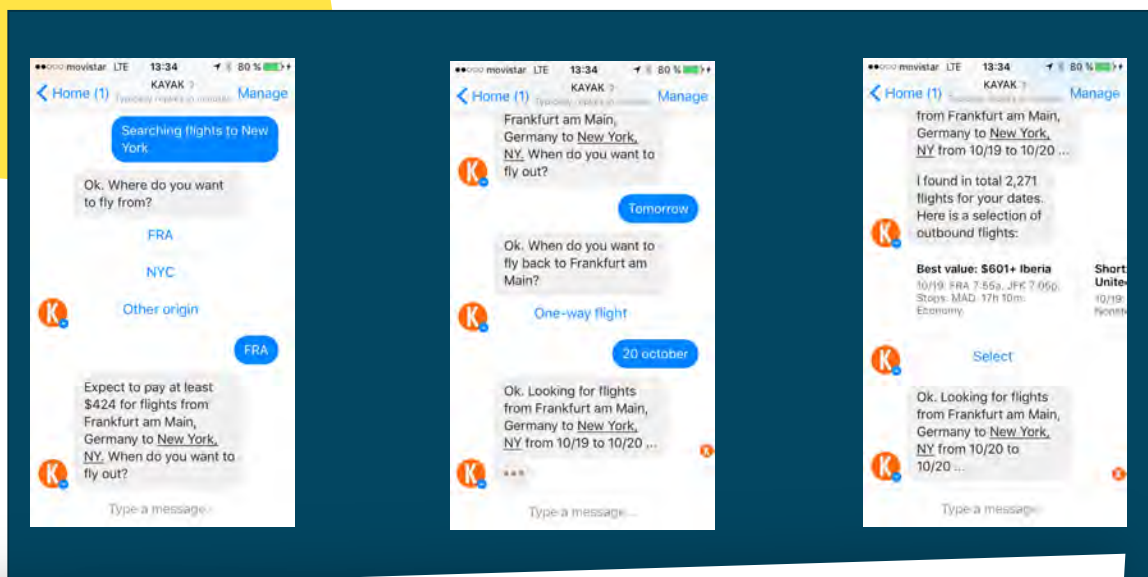


160

BROADCASTLISTEN NEWSLETTER ÜBER WHATSAPP



BEST PRACTICE: KAYAK FLUGSUCHE



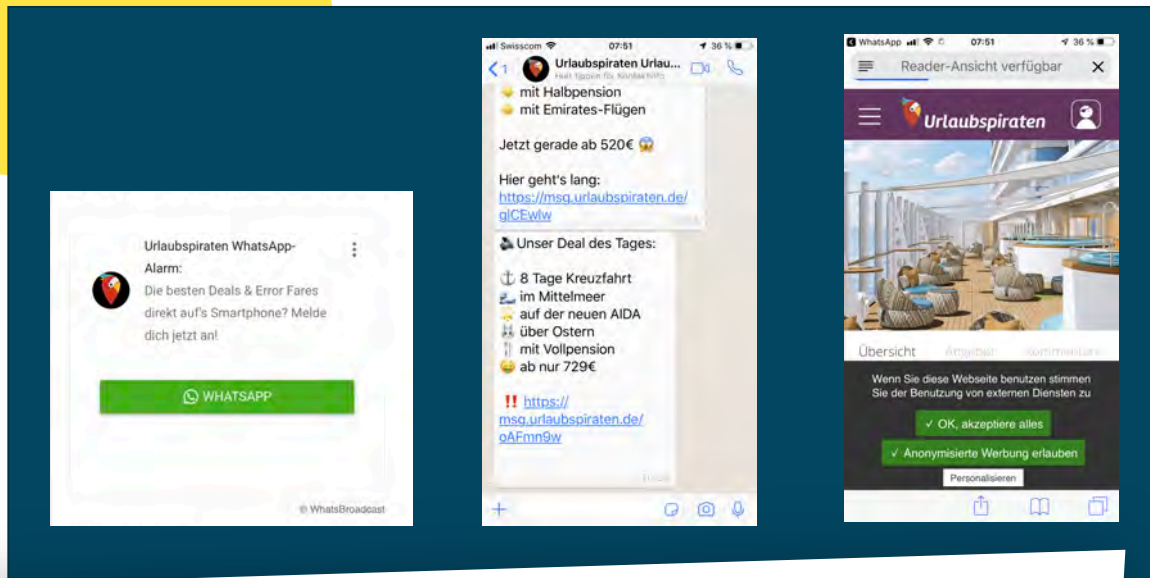
Quelle: www.xxxxxxxxxx.com

KAYAK Flugsuche über Facebook Messenger:

- » Gestützte Abfrage der Suchparameter
- » Listung der Produkte im Messenger
- » Verlinkung auf Buchungsseite

BEST PRACTICE: URLAUBSPIRATEN

Quelle: <https://www.urlaubspiraten.de/pages/whatsapp>



Urlaubspiraten Ticket über WhatsApp:

- » Dienstleister WhatsBroadcast
- » Registrierung mit Double OptIn
- » Foto/Textbeiträge mit Links

163

BEST PRACTICE: DEUTSCHE BAHN WHATSAPP



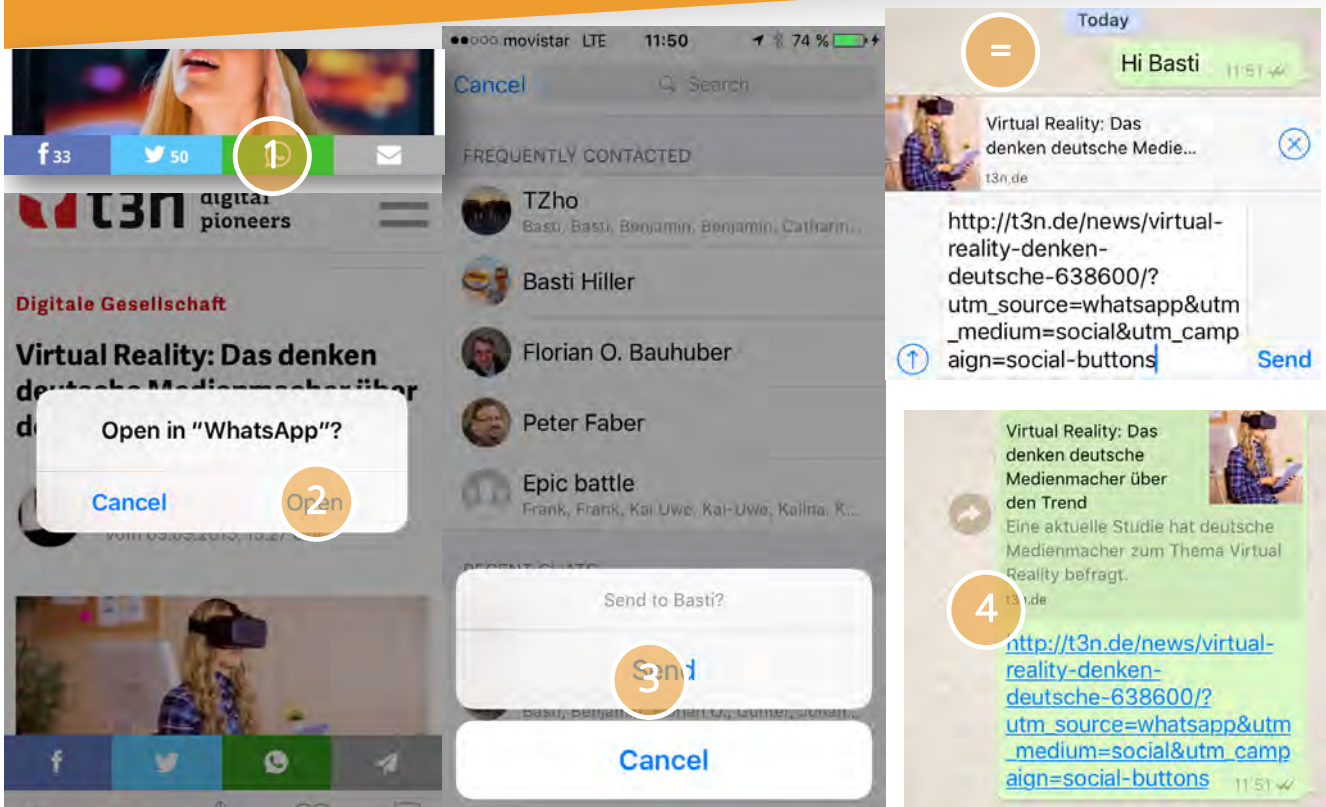
Registrierung für WhatsApp
News der Deutschen Bahn

- » Nummer als Kontakt speichern (1. Bestätigung)
- » „Start“ an Kontakt schicken (2. Bestätigung)
- » Nachrichten empfangen

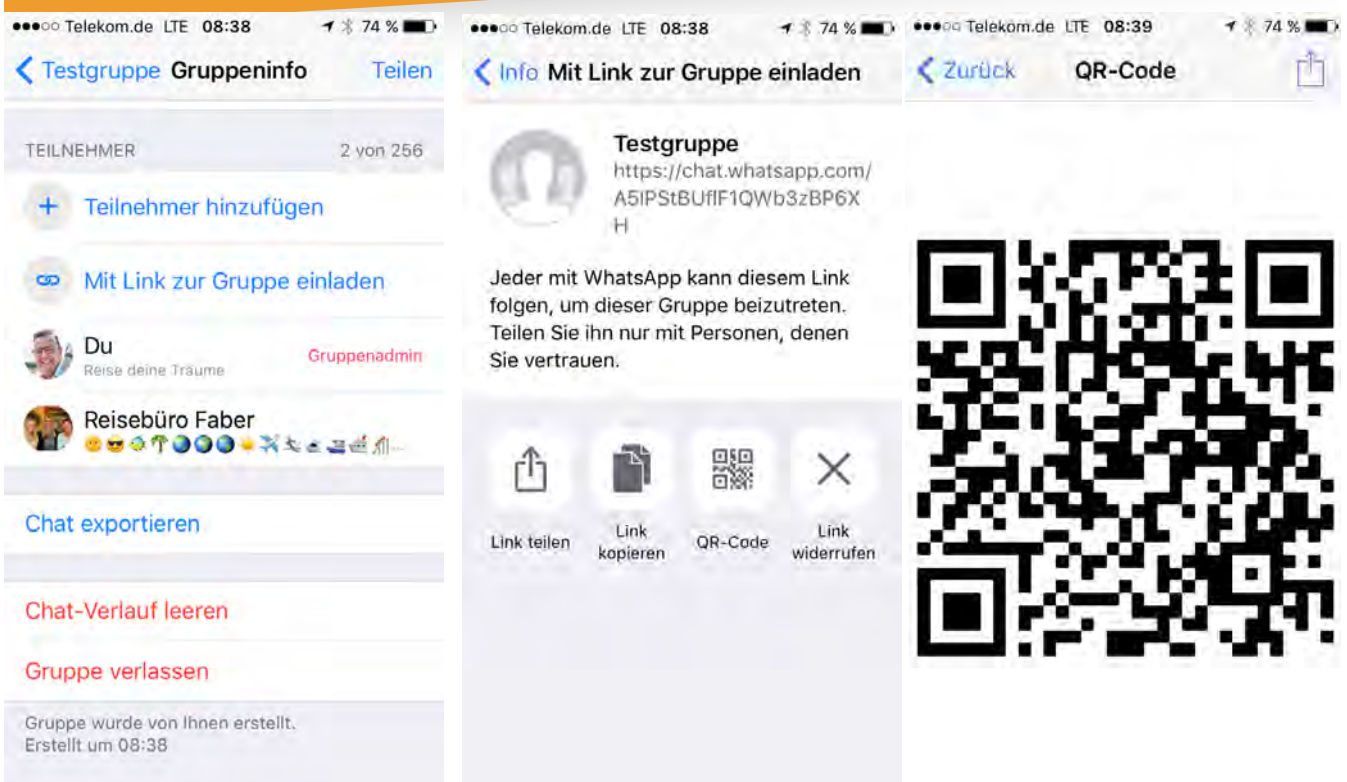
Quelle: www.XXXXXXXXXX.com

164

TIPP 7: SHARING-BUTTON



TIPP 8: GRUPPEN EINLADUNG



PRAXIS-AUFGABE

WELCHE INHALTE FÜR **WHATSAPP STATUS?**



- » Wer wäre die Zielgruppe Ihres WhatsApp Services?
- » Welche Inhalte wären für Ihren WhatsApp Status geeignet?
- » Wie häufig würden Sie kommunizieren?
- » Was machen die Infos besonders wertvoll für den Kunden?

167

10 IDEEN FÜR TOURISMUSBETRIEBE

- Tagesgericht
- Special Offers
- Wetterinfos inkl. Bilder
- Gästeservice vor Ort
- Krisenkommunikation
- Beratung für Buchung
- Eventeinladung
- Gewinnspiele
- Gästekommunikation in Gruppe

168

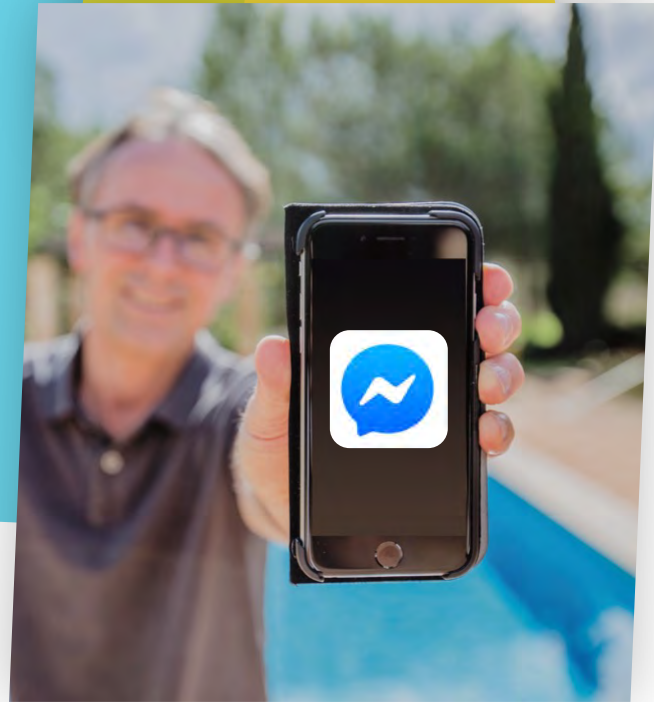
FACEBOOK MESSENGER

WIE: Mobilfotografie, Meme, Kurzvideo, Messenger, Sound, Bildeffekt, Games, Wettbewerb, Chat, Chatbot, Gewinnspiel

WER: Social Media, Support; Owned. Shared

WARUM: Informieren, Unterhalten

WAS: Protagonist, Setting



169



DREI MASSNAHMEN FÜR SOCIAL MEDIA

170

IHRE PRAKTISCHE MASSNAHME 1

BESTIMMEN SIE IHRE ZIELGRUPPE



»

171

IHRE PRAKTISCHE MASSNAHME 2

ANALYSIEREN SIE IHRE PERFORMANCE



»

172

IHRE PRAKTISCHE MASSNAHME 3

SETZEN SIE 3 KAMPAGNEN AUFSETZEN



- » Interaktion von Fans
- » Neue Fans
- » Website-Besucher

173



FEEDBACK UNTER [BIT.LY/COTTBUS-FB](https://bit.ly/cottbus-fb)

174



HERZLICHEN DANK!

MICHAEL FABER
TOURISMUSZUKUNFT



Tourismusakademie: www.tourismuszukunft.de/akademie