

Die komplette Checkliste für Facebook-Werbung

Planung

Dupliziere eine bestehende Kampagne, falls vorhanden. Bestimme das Umwandlungsereignis (Traffic, Leads, Anmeldungen, etc.)

Abgleich mit einer Marketingkampagne oder Unternehmensinitiative.

Optional: Sammle Feedback oder Input von relevanten Abteilungen.

Lege KPIs und Erfolgskennzahlen fest.

Plane einen Zeitplan für die Kampagne.

Bestimme die Zielgruppe und das Targeting.

Richte das Tracking in Facebook, Google Analytics und/oder HubSpot ein.

Budgetierung

Bestimme den notwendigen ROI, um die Ausgaben zu rechtfertigen.

Lege das Gesamtbudget für jede Kampagne fest.

Bestimme die tägliche Aufteilung der Ausgaben.

Entwerfen & Texten

Halte dich an die Zeichenbegrenzung:

Text: 125 Zeichen

Überschrift: 25 Zeichen

Link-Beschreibung: 30 Zeichen

URL anzeigen: 30 Zeichen

Halte dich an die Designvorgaben:

Bilder: 1200 × 628 Pixel

Video: Mindestens 600 × 315 oder 600 × 600

Karussellbild: 1080 × 1080 Pixel

Gestalte GIFs, Bilder und/oder Videos.

Optional: Importiere Kreativdaten aus Excel.

Optional: Kreative Assets in Dropbox speichern.

Terminplanung

Planen von Anzeigensätzen in Facebook oder deiner Anzeigenverwaltungssoftware.

Lege einen Mindestzeitrahmen für die Durchführung deines Testes fest, um genügend Daten zu sammeln.

Plane die täglichen Werbeausgaben.

Überwachung

Überwache die Kampagne in Facebook, Google Analytics und/oder HubSpot regelmäßig.

Notiere, welche Anzeigensätze gut funktionieren.

Notiere, ob Facebook Probleme bei den Anzeigen gemeldet hat.

Optional: Exportiere Daten zur einfachen Analyse.

Pausiere und/oder bearbeite die Anzeigeninhalte nach Bedarf.

Analysieren

Dokumentiere und berechne die Ergebnisse für:

Ausgegebenes Budget

Erreichen von Zielen/KPIs

Customer lifetime value (LTV)

Rendite der Werbeausgaben (ROAS)

Bestimme das optimale Design, den Text und Ausgaben für zukünftige Kampagnen.

Optional: Bestimmen, welche Anzeigen weiterlaufen sollen.

Überlege dir A/B-Tests für Text, Gerätetyp usw.

