

A photograph of two men in a modern office setting. The man on the left, wearing glasses and a pink shirt, is holding a tablet. The man on the right, wearing a blue checkered shirt, is looking at the tablet. They are both looking intently at the device. The background is a bright window with a view of a city.

Steigere den Online-Umsatz

facebook for business



5 Tipps zur Steigerung der Online-Umsätze mit Facebook

1. Richte deine Seite ein und optimiere sie
2. Identifiziere deine Kunden
3. Erstelle ansprechende Inhalte
4. Schalte Werbung
5. Führe Messungen und Anpassungen durch

1. Schritt

Nutze deine Seite, um Besucher in dein Online-Geschäft zu holen

Das Einrichten einer Facebook-Unternehmensseite oder das Optimieren einer bestehenden Seite ist eine gute Möglichkeit, um Besucher in dein Online-Geschäft zu leiten. Auf diese Weise wird es einfacher für bestehende und potenzielle Kunden, das Unternehmen bei Facebook zu finden. Deine Seite bietet Kunden auch einen Ort, an dem sie mit deinem Unternehmen interagieren, mehr über deine Produkte und Dienstleistungen erfahren sowie letztendlich Online-Einkäufe bei deinem Unternehmen tätigen können.

Locke mehr Besucher auf deine Webseite

Füge ein Titelbild hinzu, das dein Unternehmen sowie die Produkte und Dienstleistungen repräsentiert, die du anbietest.

Gib einen Link zu deiner Webseite, eine geschäftliche E-Mail-Adresse und eine Telefonnummer im „Info“-Bereich an. Durch diese Angaben wird dein Unternehmen in den Facebook-Suchergebnissen angezeigt.

Lade alle Kunden auf Kontaktlisten, die du möglicherweise verwaltest, dazu ein, deine Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren. Die Herstellung der Verbindung mit deinem Unternehmen ist eine wirksame Erinnerung für sie, online bei dir einzukaufen.

The screenshot shows a Facebook business page for 'Mornin' Glory'. At the top, there is a cover photo featuring two electric shavers, one green and one blue. Below the cover photo is the profile picture, which is a red and white logo with the text 'Mornin' Glory'. The page name 'Mornin' Glory' is displayed, along with the number of likes (10,234) and a 'Gefällt dir' button. Below the name, there is a navigation bar with options for 'Info', 'Fotos', '„Gefällt mir“-Angaben', 'Karte', and 'Twitter'. The main content area shows a post from 'Mornin' Glory' with the text: 'Verdammt, schon wieder ist das Wochenende vorbei! Wir wollen euch nicht unvorbereitet in die neue Woche schubsen und haben mal für euch aufgeräumt mit den lästigen Rasiermythen dieser Welt! http://bit.ly/1d1Ize2'. Below the post is a photo of a blue monkey. On the right side, there is a section for '3 Freunden gefällt Mornin' Glory' with a list of friends and an 'Einladen' button.

2. Schritt:

Identifiziere dein Zielpublikum auf Facebook



Von den 25 Millionen Nutzern in Deutschland, die Facebook jeden Monat verwenden, und den 19 Millionen, die Facebook täglich besuchen, sind möglicherweise nicht alle relevant für dein Unternehmen. Doch mit Facebook kannst du die Untergruppe erreichen, die am wahrscheinlichsten zu deinen Kunden zählen könnte. Bedenke das Profil deines Zielpublikums und wer am ehesten online bei deinem Unternehmen einkaufen würde. Dann überlege dir, wer dieses Zielpublikum auf Facebook sein könnte und welche gemeinsamen Eigenschaften es aufweist. Anhand dessen kannst du anfangen, die Profile für die Zielgruppen aufzubauen, die für dein Unternehmen wichtig sind. Als Kriterien dienen hierbei Aspekte wie Geschlecht, Alter, Ort, Interessen, Lebensabschnitt usw.

3. Schritt:

Erstelle Inhalte, um mit deinem Zielpublikum zu interagieren

Der Inhalt deiner Unternehmensseite ist entscheidend. Wir empfehlen dir, einen Plan für eine Beitragsstrategie zu entwerfen. Berücksichtige dabei die Inhalte, die für die Zielkundensegmente, die du identifiziert hast, am ansprechendsten sind. Probiere unterschiedliche Beitragsarten aus, um herauszufinden, welcher Meldungsstil die meisten Interaktionen von deinen Fans hervorruft. Dann investiere mehr in die Themen und Stile, die die besten Resultate erbringen. Verknüpfe deine Seitenbeiträge direkt mit deiner Webseite, damit sich die Nutzer zu deinem Online-Geschäft durchklicken können.

Der Text sollte kurz, prägnant und leicht verständlich sein.

Zögere nicht, einen verkürzten Link zu verwenden, mit dem Fans auf deine Webseite geleitet werden, wo sie eine Handlung durchführen müssen.

Verwende klare, auffallende Bilder, um die Interaktion mit deinen Fans zu steigern.



Tipps für Seitenbeiträge

- ✓ Verwende Bilder und Videos, um Emotionen zu wecken
- ✓ Nutze Inhalte, die dein Unternehmen von der Masse abheben
- ✓ Präsentiere deine Produkte und Dienstleistungen
- ✓ Halte Besucher zur Beteiligung an, stelle Fragen und antworte zeitnah auf Fankommentare

“ Die sehr genauen Targeting-Optionen wie Custom & Lookalike Audiences haben dabei entscheidend zu den überzeugenden Ergebnissen bei Conversion Rate und CPO beigetragen

Julia Brewing, Head of Marketing, Mornin' Glory

”



4. Schritt:

Erreiche mehr Menschen mit Facebook-Werbeanzeigen

Nachdem du begonnen hast, das Profil deines Zielpublikums zu identifizieren sowie die Beitragsart, mit der es am meisten interagiert, kannst du zu Werbemaßnahmen übergehen, durch die du eine noch größere Gruppe von potenziellen Kunden erreichst. Facebook-Werbeanzeigen sind einzigartig, denn sie werden einem äußerst interaktiven Publikum sowohl auf dem Computer als auch auf dem Mobiltelefon gezeigt. Damit kannst du dein Ziel erreichen, die Online-Umsätze deines Unternehmens zu steigern.



Erreiche
die richtige
Zielgruppe.

Identifiziere dein Zielpublikum, um mit allen Personen in Verbindung zu treten, die für dein Unternehmen von Bedeutung sind.



Jeden Tag.
Überall.

Deine potenziellen Kunden verbringen Zeit auf Facebook. Du kannst sie mit deiner Botschaft auf dem Computer, dem Handy und Tablet erreichen.



Mit
nachweisbaren
Ergebnissen.

Das Abstimmen der richtigen Botschaft auf die richtige Zielgruppe trägt dazu bei, die Online-Umsätze deines Unternehmens zu erhöhen.

4. Schritt:

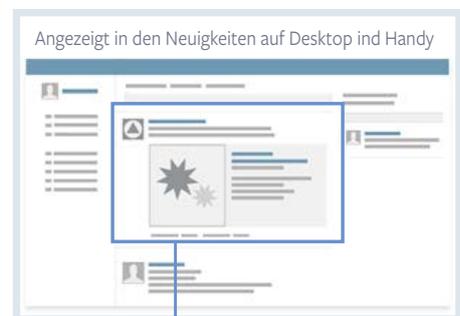
Wähle die Werbeanzeigenformate, die am besten zur Steigerung der Online-Umsätze geeignet sind

Optimierte Link Page Post Ads

Optimierte Link Page Post Ads werden in den Neuigkeiten sowohl auf dem Computer als auch auf dem Mobiltelefon eingeblendet. Sie erzielen 8-mal mehr Interaktionen als andere Werbeanzeigenformate.



Link Page Post Ads bieten Platz, um ein ansprechendes Bild einzufügen. Das erhöht die Rate der Offsite-Conversions deiner Werbeanzeigen. Wir empfehlen, eine Bildgröße von mindestens 154 x 154 zu verwenden und einen Handlungsauftrag in die ersten 90 Zeichen des Seitenbeitragstextes einzubeziehen.

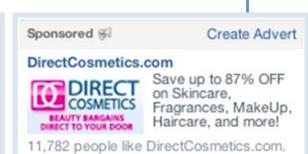


Domain Ads auf der rechten Seite

Domain Ads auf der rechten Seite verlinken zu einer Domain außerhalb von Facebook. Wenn Nutzer auf die Werbeanzeige klicken, werden sie direkt zu deiner Webseite weitergeleitet.



Domain Ads leiten die Nutzer zur Umwandlung auf eine andere Webseite. Achte deshalb darauf, dass deine Zielseite relevant ist und mit der Botschaft in deiner Werbeanzeige übereinstimmt.



4. Schritt:

Wende dich mit der richtigen Botschaft an die richtigen Personen

Stimme deine Werbekampagnen auf die Personen ab, die du als Käufer für dein Unternehmen gewinnen möchtest. Analysiere das Profil deiner treuesten Kunden. Was haben sie gemeinsam und was würde sie motivieren, online bei dir zu kaufen? Anhand dieser Informationen und der nachstehenden Kriterien kannst du die Zielgruppen für deine Werbekampagnen aufbauen. Dies wird mit der Botschaft und den Bildern kombiniert, die am relevantesten für jede Zielgruppe sind.

Demografische Angaben

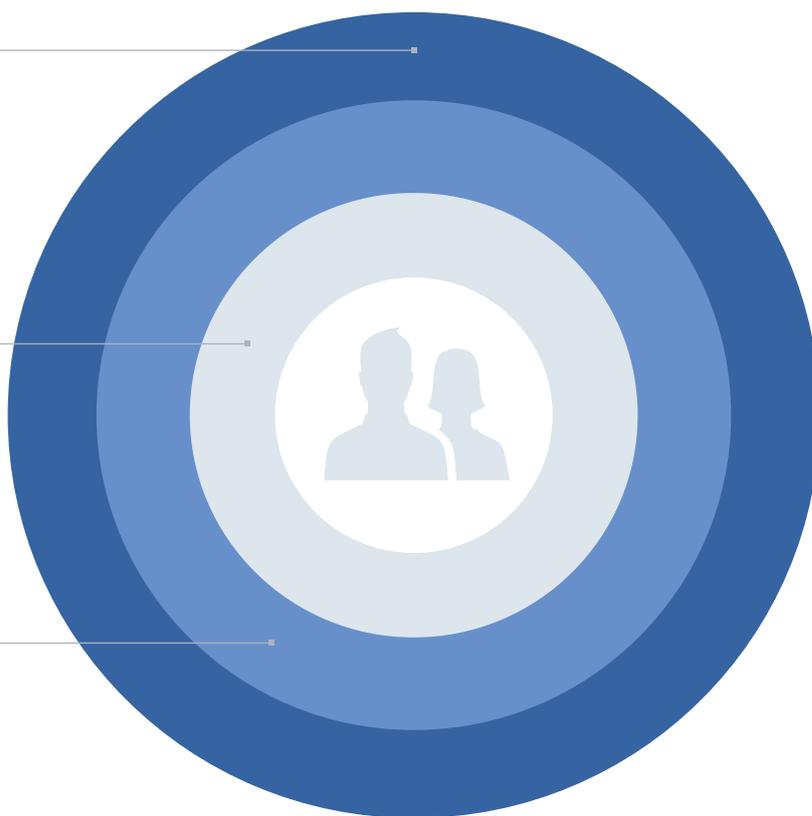
- Alter
- Geschlecht
- Standort
- Geburtstag

Persönliche und soziale Angaben

- Ausbildung und Arbeit
- Vorlieben und Interessen
- Beziehungsstatus
- Lebensabschnitt

Deine Daten

- E-Mail-Listen abstimmen
- Ähnliche Kunden finden

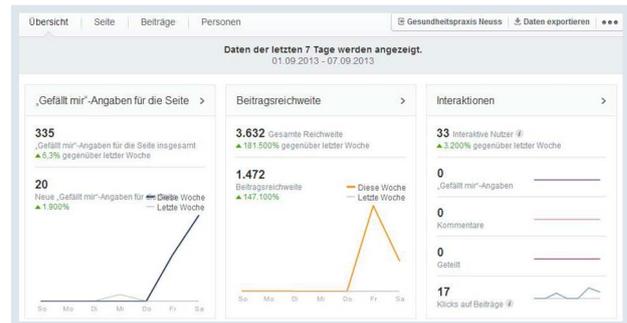


5. Schritt

Analysiere, was gut funktioniert

Mithilfe der Seitenstatistiken kannst du herausfinden, welche Interaktionen auf deiner Seite stattfinden

Der Zugriff auf die Seitenstatistiken erfolgt über den Administratorbereich oben auf deiner Unternehmensseite. Dort erfährst du mehr über das Profil deiner Fans und auf welche Beiträge Nutzer am besten reagieren. Die Daten können exportiert werden, um einzelne Bereiche genauer zu analysieren.



Nutze Statistiken für Werbeanzeigen, um die Leistung zu messen

Der Zugriff auf die Statistiken für Werbeanzeigen erfolgt über den Werbeanzeigenmanager unter www.facebook.com/ads/manage. Anhand dieser Daten kannst du herausfinden, welche Werbeanzeigen die meisten Handlungen bewirken. Dadurch kannst du mehr in die Werbeanzeigen investieren, die die besten Ergebnisse erbringen, und solche anhalten, die nicht funktionieren. Bei der Durchsicht solltest du auf Aspekte wie Text, Kreativmaterial und Handlungsaufwurf achten.

Kampagne	Status	Start	Ende	Budget	Verbraucht	Gesamtergebnis
201000110 Promoting 'Sports For Development'	Beendet	05.09.2013	05.09.2013	20,00 \$	10,12 \$	83,88
201000110 Promoting Gesundheitspraxis Heuss	Beendet	05.09.2013	05.09.2013	10,00 \$	4,81 \$	35,08
201000110 Promoting Dental Heuss	Beendet	05.09.2013	05.09.2013	20,00 \$	20,00 \$	0,00
201000110 Promoting Dental Heuss	Beendet	27.08.2013	14.09.2013	100,72 \$	0,00 \$	100,72
201000110 Promoting Dental Heuss	Beendet	25.08.2013	14.09.2013	20,00 \$	20,00 \$	0,00
201000110 Promoting 'Sports For Development'	Beendet	01.07.2013	01.07.2013	20,00 \$	20,00 \$	20,00
201000110 Promoting Gesundheitspraxis Heuss	Beendet	01.07.2013	01.07.2013	10,00 \$	10,00 \$	10,00
15.04.2013 (Kosten für Gesundheitspraxis Heuss)	Beendet	15.04.2013	01.07.2013	10,00 \$	10,00 \$	557,88



Miss den ROI mit Conversion-Messung

Mit der Conversion-Messung kannst du den ROI deiner Werbeausgaben messen, denn sie erfasst die Handlungen von Nutzern, nachdem sie deine Werbeanzeigen auf Facebook gesehen haben. Hierfür musst du Tracking Pixel auf deiner Webseite einrichten. Mit diesen werden die Conversions zu den Werbeanzeigen zurückverfolgt, die du auf Facebook geschaltet hast. Das Conversion Tracking kann mit den optimierten Kosten pro Impressionen (oCPM) kombiniert werden, um Werbeanzeigen den Personen zu präsentieren, die am wahrscheinlichsten auf deiner Webseite einkaufen werden.

Checkliste zur Steigerung der Online-Umsätze mit

1. Richte deine Seite ein und optimiere sie

Richte deine Seite ein:

- Füge Titel- und Profilbilder hinzu
- Gib einen Link zu deiner Webseite an
- Gib Kontaktdaten an, um in der Facebook-Suche gefunden zu werden
- Lade Kunden ein, sich mit deiner Seite zu verbinden

2. Identifiziere deine Kunden

Identifiziere dein bestehendes und potenzielles

Zielpublikum:

- Alter, Geschlecht
- Standort
- Lebensabschnitt
- Beziehungsstatus
- „Gefällt mir“-Angaben & Interessen

3. Erstelle ansprechende Inhalte

Der Inhalt deiner Seite ist entscheidend:

- Füge Bilder und Videos hinzu, um die Interaktion zu erhöhen
- Zeige Inhalte, die dein Unternehmen von der Masse abheben
- Gib Links zu deinem Online-Geschäft an
- Stelle Fragen, um mit deinen Fans zu interagieren

4. Schalte Werbung

Sprich die relevanten Zielpersonen an:

- Stimme deine Werbeanzeigen auf die richtige Zielgruppe ab, um neue und bestehende Kunden zu erreichen
- Erhöhe die Durchklickrate zu deiner Webseite durch optimierte Link Page Post Ads und Domain Ads auf der rechten Seite

5. Führe Messungen und Anpassungen durch

Analysiere, was gut funktioniert:

- Überprüfe deine Seitenstatistiken
- Überprüfe die Statistiken für Werbeanzeigen regelmäßig
- Richte die Conversion-Messung ein, um den ROI zu messen