

mendalis.®

# Erfolgreiche META- Kampagnen erstellen und skalieren

**Die ultimative  
Checkliste zur Erstellung von  
effizienten META-Kampagnen**



# Lerne endlich das META-Versum kennen!



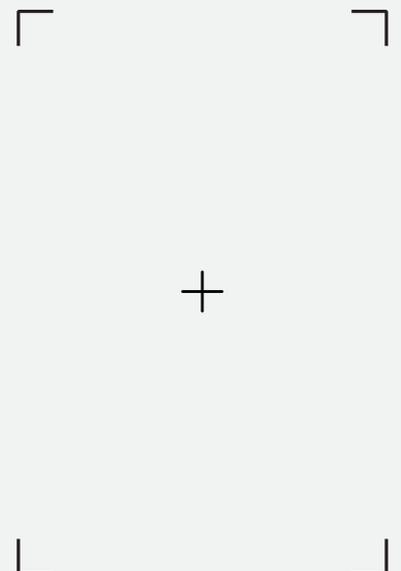
Werbung auf Meta (ehemals Facebook) zu schalten, bietet dir die Möglichkeit, deine Zielgruppe gezielt zu erreichen und beeindruckende Ergebnisse zu erzielen. Gerade als Einsteiger kann der Prozess jedoch schnell überwältigend wirken. Dieser Leitfaden zeigt dir Schritt für Schritt, wie du eine erfolgreiche Meta-Werbekampagne planst, umsetzt und optimierst. Profitiere von unseren Tipps und Strategien, die auf Daten und bewährten Methoden basieren.

## 1. Erfolgreiche Planung und Strategieentwicklung

### 1.1 Ziele festlegen

Bevor du startest, ist es wichtig, dir klare und messbare Ziele zu setzen. Hier ein paar Beispiele:

- Umsatz steigern: Mehr Verkäufe generieren und deinen Umsatz erhöhen
- Markenbekanntheit erhöhen: Deine Marke bekannter machen und im Gedächtnis deiner Zielgruppe verankern
- Leads generieren: Potenzielle Kunden anziehen, die sich für dein Angebot interessieren
- Website-Traffic erhöhen: Mehr Besucher auf deine Website lenken, um sie von deinen Produkten oder Dienstleistungen zu überzeugen



# 1.2 Zielgruppe analysieren

Je besser du deine Zielgruppe kennst, desto effektiver wird deine Kampagne. Nutze dafür die Insights im Meta Ads Manager:

- Demografie: Alter, Geschlecht, Standort und Sprache deiner Zielgruppe
- Interessen: Hobbys, Vorlieben und genutzte Plattformen
- Verhalten: Kaufgewohnheiten und Online-Aktivitäten

## Praxis-Tipp:

Schaue dir die Engagement- und Conversion-Daten deiner bisherigen Kampagnen an. So kannst du herausfinden, welche Zielgruppen besonders gut reagieren.

.....

# 2. Kampagnenerstellung und technische Einrichtung

## 2.1 Werbekonto erstellen

Falls du noch kein Werbekonto hast, kannst du ganz einfach eines anlegen. Voraussetzung dafür ist ein bereits bestehendes Facebook-Konto.

- Gehe zum Meta Ads Manager
- Klicke auf „Konto erstellen“ und fülle die erforderlichen Felder aus
- Hinterlege eine Zahlungsmethode, um deine Kampagnen zu finanzieren

**Werbekonto hinzufügen**  
Dein Unternehmen kontrolliert Kampagnen und die Abrechnung für dieses Werbekonto. Durch das Beanspruchen eines Werbekontos wird es in den Business Manager verschoben.

**Zugriff auf ein Werbekonto beantragen**  
Dein Unternehmen muss dieses Werbekonto im Namen eines anderen Unternehmens verwenden (z. B. wenn du für eine Agentur arbeitest und das Werbekonto einem Kunden gehört). Das Werbekonto gehört weiterhin dem aktuellen Eigentümer.

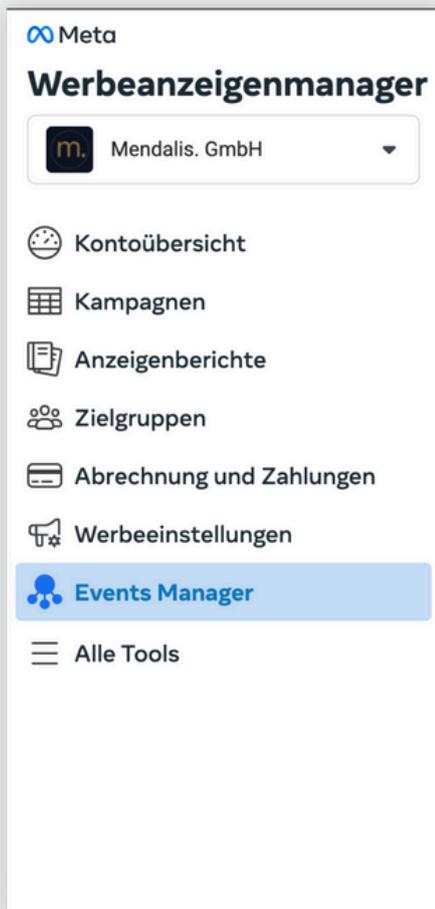
**+ Neues Werbekonto erstellen**  
Du benötigst ein neues Werbekonto für dein Unternehmen.

**Erstelle ein neues Konto**  
Es geht ganz schnell und einfach.

Vorname Nachname  
Geburtsdatum 1 Jan. 2000  
Geschlecht Weiblich Männlich Divers  
Handynummer oder E-Mail-Adresse  
Neues Passwort

**Werbekonto-Einstellungen**  
Werbekonto-Konfiguration  
Seiten  
Zahlungseinstellungen  
Benachrichtigungseinstellu...  
Zahlungen von Unternehmen  
Tätige Zahlungen, verwalte deine Zahlungsmethoden und bearbeite deine Unternehmensinformationen.  
Werbekonto deaktivieren Zahlungseinstellungen öffnen  
Kontakt für Werbekonto  
Wir verwenden diese E-Mail-Adresse, um dir Marketing-Updates und Benachrichtigungen zu Werbekonten zu senden, die mit deinem persönlichen Facebook-Konto verknüpft sind. Wenn du diese E-Mail-Adresse aktualisierst, erhältst du diese Benachrichtigungen nur soanders, die Benachrichtigungen an sich bleiben jedoch dieselben. Um deine Benachrichtigungseinstellungen zu ändern, gehe zu deinen Werbekonto-Einstellungen.  
Benachrichtigungseinstellungen E-Mail-Adresse bearbeiten  
Rollen für das Werbekonto  
Administrator des Werbekontos  
Personen hinzufügen

## 2.2 Meta Pixel einrichten



Das Meta-Pixel ist ein leistungsstarkes Tool, das dir hilft, die Effektivität deiner Anzeigen zu messen und zu verbessern. Es trackt Aktionen auf deiner Website (z. B. Käufe oder Anmeldungen), optimiert deine Kampagnen basierend auf echten Nutzerdaten und ermöglicht dir, Custom Audiences für gezielte Remarketing-Kampagnen zu erstellen.

Schritte zur Pixel Integration:

- Gehe zum Meta Events Manager und klicke auf „Datenquellen verbinden“
- Erstelle ein Pixel und füge ihn als Code auf deiner Website oder mithilfe eines geeigneten Tools ein
- Nutze Partnerintegrationen wie Shopify oder WooCommerce, um die Einrichtung zu erleichtern

### Beispiel:

Stell dir vor, jemand legt ein Produkt in den Warenkorb, schließt den Kauf aber nicht ab. Mit dem Pixel kannst du genau diese Personen mit Anzeigen erneut ansprechen und sie an ihren Kauf erinnern.

## 2.3 Conversion API nutzen

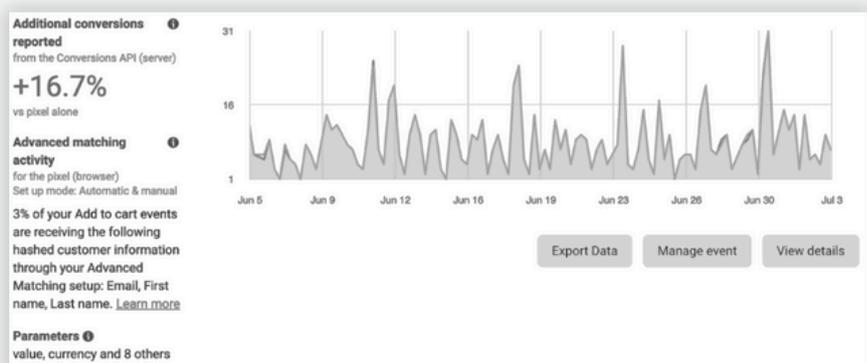
Die Conversions API (CAPI) ergänzt das Pixel und sorgt dafür, dass deine Daten noch präziser erfasst werden – auch bei Browser-Einschränkungen.

Vorteile der CAPI:

- Bessere Datenqualität: Erfassung von Aktionen unabhängig vom Browser
- Gezieltes Targeting: Genauere Zielgruppenansprache durch verbesserte Daten
- Effizienz: Reduzierte Kosten pro Conversion durch optimiertes Werbebudget

### Fallstudie:

Ein Kunde, der die Conversions API (CAPI) verwendet, konnte Ereignisse seiner E-Commerce-Kampagne gleichzeitig über den Browser und über den Server verfolgen, was 16.7% mehr Daten ergab.

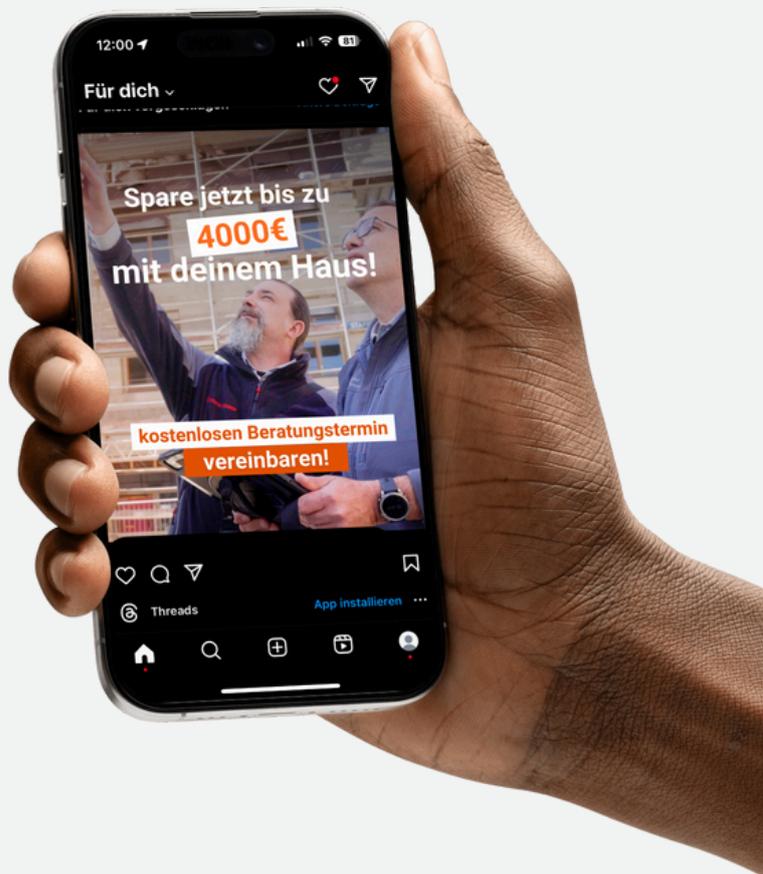


## 4. Erstellung von Werbeanzeigen

### 4.1 Vorbereitung des Inhalts

Erstelle ansprechende visuelle und textliche Materialien. Nutze Videos, Bilder und Animationen, um Aufmerksamkeit zu erregen. Die Anzeigentexte sollten klar und ansprechend sein.

- Hochwertige Bilder und Videos, die deine Botschaft klar vermitteln
- Prägnante und überzeugende Texte, die den Nutzen deines Produkts/ deiner Dienstleistung hervorheben
- Call-to-Action (CTA): Klare Handlungsaufforderungen wie „Jetzt kaufen“, „Mehr erfahren“ oder „Anmelden“



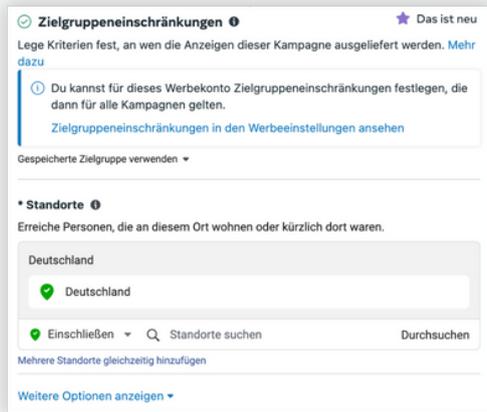
### 4.2 Auswahl des Kampagnentyps

Ziel	Kampagnentyp	Optimierungsfokus
Umsatz steigern	<b>Conversions</b>	Käufe, Add-to-Cart
Markenbekanntheit	<b>Brand Awareness, Reach</b>	Reichweite, Häufigkeit
Leads generieren	<b>Lead Generation</b>	Formularausfüllungen
Website-Traffic steigern	<b>Traffic</b>	Link-Klicks
Interaktionen fördern	<b>Engagement</b>	Likes, Kommentare, Shares
App-Installationen	<b>App Installs</b>	App-Downloads
Ladenbesuche	<b>Store Traffic</b>	Standortdaten

## 4.3 Targeting Optionen

Nutze erweiterte Targeting Optionen, um deine Zielgruppe präzise zu erreichen. Hierzu kannst du folgende Targeting Parameter festlegen:

- Standort: spezifische geografisch Standorte
- Alter und Geschlecht: basierend auf demografischen Daten
- Interessen: Zielgruppen nach Interessen und Online-Verhalten



## 5. Budget- und Zeitplan-Einstellungen

### 5.1 Budgetfestlegung

Legen ein **Tages- oder Gesamtbudget** fest. Bestimmen die Dauer der Kampagne und wählen die optimale Zeit für die Anzeigenschaltung.

Budgetarten:

- Tagesbudget: Der maximale Betrag, den du täglich ausgeben möchtest
- Gesamtbudget: Der maximale Betrag, der während der gesamten Kampagnendauer ausgegeben werden darf

Zeitplan-Einstellungen:

- Benutzerdefiniert: Lege dein eigenes Start- und Enddatum fest
- Kontinuierlich: Die Anzeigen laufen, bis das Budget aufgebraucht ist (Der Algorithmus hat hier die optimalen Voraussetzung zum Lernen)

### 5.2 Budgetoptimierung

Nutze die Budgetoptimierung der Kampagne (Advantage-Kampagnenbudget), um das Budget automatisch auf die besten Anzeigengruppe zu verteilen.

Vorteile des Advantage-Kampagnenbudgets:

- **Effizienz:** Das Budget wird automatisch auf die leistungsstärksten Anzeigengruppen verteilt.
- **Flexibilität:** Anpassungen in Echtzeit basierend auf der Leistung.
- **Skalierbarkeit:** Einfaches Hoch- oder Runterskalieren von Kampagnen



## 6. Optimierung und Skalierung von Kampagnen

### 6.1 Überwachung und Analyse

Verfolge regelmäßig die Effektivität deiner Werbung über den Ads Manager. Achten auf folgende, wichtige Schlüsselmetriken:

- **CTR (Click-Through-Rate):** Prozentsatz der Nutzer, die auf deine Anzeige klicken. Eine höhere CTR deutet darauf hin, dass deine Anzeige ansprechend ist und die Zielgruppe interessiert.
- **Conversions:** Anzahl der Nutzer, die die gewünschte Aktion durchführen, z.B. einen Kauf tätigen oder sich für einen Newsletter anmelden. Die Conversion-Rate ist ein wichtiger Indikator für den Erfolg deiner Kampagne.
- **CPC (Kosten pro Klick):** Kosten, die dir für jeden Klick auf deine Anzeige entstehen. Ein niedriger CPC kann auf eine gut optimierte und relevante Anzeige hinweisen.
- **CPA (Cost per Acquisition):** Kosten pro Akquisition, also die Kosten, die entstehen, um einen neuen Kunden zu gewinnen. Dies umfasst alle Marketing- und Werbekosten, die bis zur Akquisition eines Kunden anfallen.
- **CPM (Cost per Mille):** Kosten pro tausend Impressionen. Dies gibt an, wie viel es kostet, deine Anzeige tausend Mal anzuzeigen. CPM ist nützlich, um die Reichweite und Sichtbarkeit deiner Kampagne zu messen.

### 6.2 Testing und Analyse

Führe Tests verschiedener Elemente deiner Anzeigen durch. Analysieren die Ergebnisse und nehme Anpassungen vor, um die Kennzahlen zu verbessern:

- **Anzeigenbild oder -video:** Teste verschiedene Formate und visuelle Elemente
- **Anzeigentext:** Experimentiere mit verschiedenen Textvarianten
- **Zielgruppen:** Teste verschiedene Zielgruppensegmente
- **Landing Page:** Untersuche verschiedene Landing Pages, um die Conversion-Rate zu maximieren. Variiere das Design, den Inhalt und die Platzierung von Call-to-Actions (CTAs) → *pssst hier haben wir auch eine geeignete Checkliste für dich*
- **Offers:** Teste unterschiedliche Angebote, wie z. B. spezielle Rabatte, zeitlich begrenzte Aktionen oder exklusive Deals, um die Kaufbereitschaft zu steigern
- **Hooks:** Experimentiere mit verschiedenen Aufhänger-Elementen, wie z. B. emotionalen Triggern, Fragen oder einzigartigen Wertversprechen, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu fesseln

## 6.3 Skalierung von Kampagnen

### Langsame und kontrollierte Budgeterhöhung

- Empfehlung: Erhöhe das Budget für leistungsstarke Kampagnen um etwa 20 % pro Tag.
- Warum langsam? Eine zu schnelle Budgetsteigerung kann zu einer Überlastung des Algorithmus und ineffizienten Ausgaben führen.



### Zielgruppenerweiterung

- Nutze die Insights im Meta Ads Manager: Analysiere deine aktuellen Zielgruppen und finde neue potenzielle Nutzer.
- Erweitere deine Zielgruppe schrittweise (z. B. durch breitere demografische oder geografische Filter) oder erstelle Lookalike Audiences, basierend auf deinen besten Kunden.



### Kreative Anzeigenformate testen

- Neue Ansätze ausprobieren: Verwende abwechslungsreiche und kreative Anzeigenformate, um sowohl neue Nutzer anzuziehen als auch bestehende Zielgruppen zu reaktivieren.
- Videos, Karussell-Anzeigen, Interaktive Story-Ads



### Variationen in der Ansprache

- Teste unterschiedliche Call-to-Actions (CTAs), um herauszufinden, welche bei deiner Zielgruppe besser ankommen.
- Verwende personalisierte Angebote, die gezielt auf die Interessen deiner Zielgruppe eingehen.

.....

Die Erstellung und Verwaltung von Werbekampagnen auf Meta erfordert sorgfältige Planung und Analyse. Mit den Schritten in diesem Leitfaden kannst du die Möglichkeiten von Meta effektiv nutzen, um deine Geschäftsziele zu erreichen.

Dieser Leitfaden wird von **mendalis.**, Experten im digitalen Marketing, bereitgestellt. Wenn du Fragen hast oder professionelle Unterstützung bei der Einrichtung deiner Werbekampagnen wünschst, kontaktiere uns über unsere Website **mendalis.**

Für zusätzliche Informationen und Beratung bei der Umsetzung deiner Werbekampagnen sind wir für dich da. Wir begleiten dich bei jedem Schritt auf deinem Weg zum Erfolg!

mendalis.®

**Du willst noch mehr Informationen?**

**Kontaktiere uns  
jetzt!**

**Scanne jetzt den QR-Code oder schreibe uns oder ruf uns direkt für weitere Infos und eine unverbindliche Beratung an!**



mendalis. GmbH  
Nordostpark 25  
90411 Nürnberg

[kontakt@mendalis.com](mailto:kontakt@mendalis.com)  
+49 911 8931910