Der Facebook Ad-Funnel

Von Sabine Schmidt, Inbound Consultant

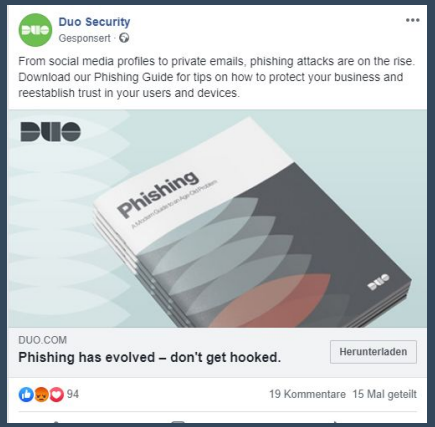
Facebook heute...

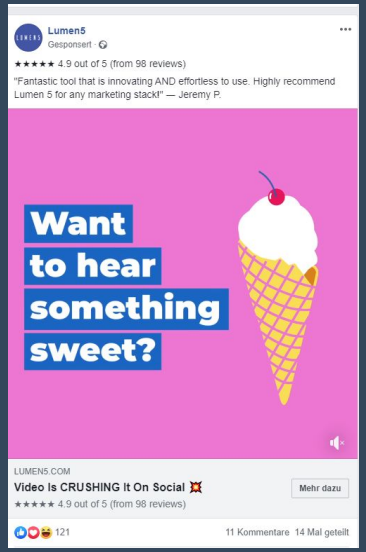
- Facebook-Nutzer wollen mit Freunden, Familie & Communities interagieren
- Eignet sich primär für Lead-Generierung & Nurturen statt für Hard Sale
- Trotzdem versuchen die meisten Marketeer zu früh zu verkaufen & nutzen keinen Ad Funnel

Inhalt

1. Der Facebook-Ad Funnel
2. Die passende Anzeige für jede Phase
3. Das passende Targeting für jede Phase
4. Das Budget
5. Take-Aways

Der Facebook Ad-Funnel



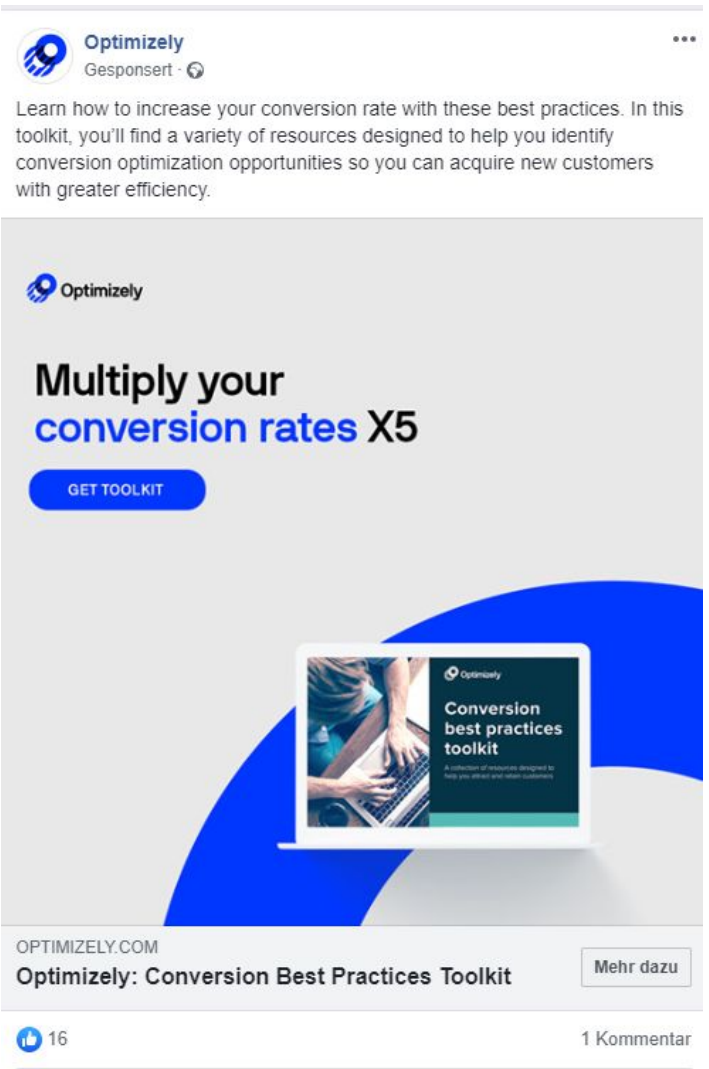


Bewusstseins-Phase → Verbindungs-Phase → Interaktions-Phase → Close-Phase

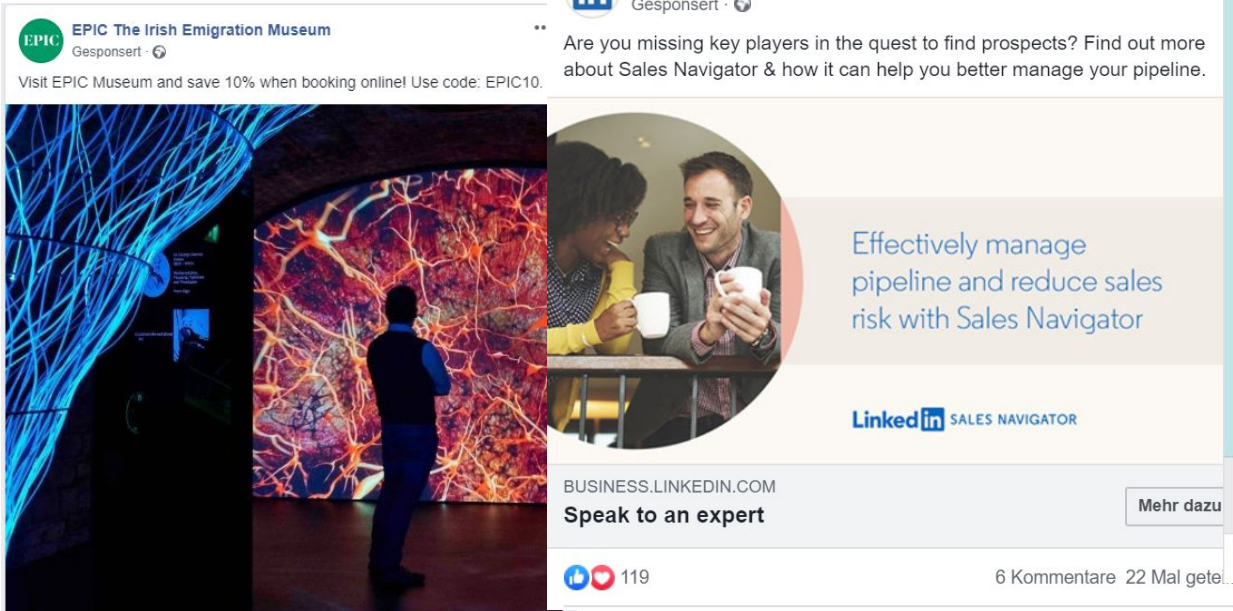
Die passende Anzeigen für jede Phase

Bewusstseins-Phase

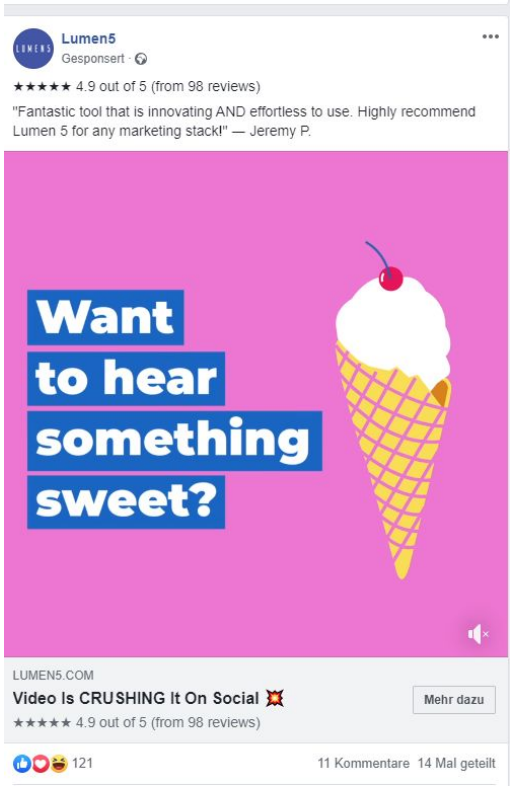
Verbindungs-Phase

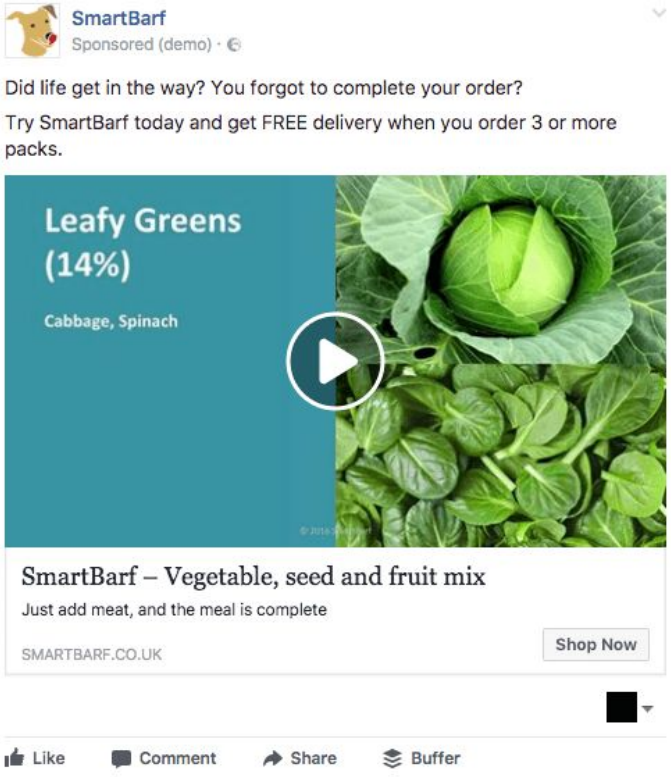


Interaktions-Phase



Close-Phase

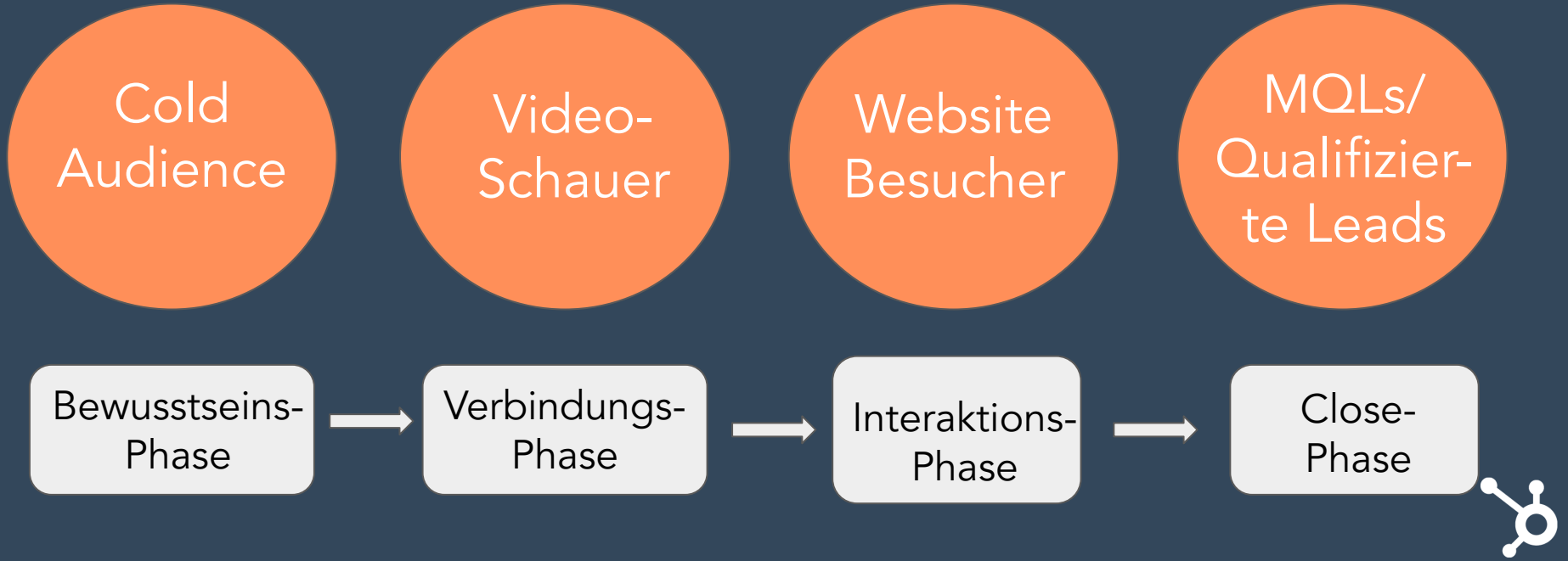

Lumen5
Gesponsert ·
★★★★★ 4.9 out of 5 (from 98 reviews)
"Fantastic tool that is innovating AND effortless to use. Highly recommend Lumen 5 for any marketing stack!" — Jeremy P.
Want to hear something sweet?
LUMEN5.COM
Video Is CRUSHING It On Social 💥
Mehr dazu
★★★★★ 4.9 out of 5 (from 98 reviews)
121
11 Kommentare 14 Mal geteilt


SmartBarf
Sponsored (demo) ·
Did life get in the way? You forgot to complete your order?
Try SmartBarf today and get FREE delivery when you order 3 or more packs.
Leafy Greens (14%)
Cabbage, Spinach
SmartBarf – Vegetable, seed and fruit mix
Just add meat, and the meal is complete
SMARTBARF.CO.UK
Shop Now
Like
Comment
Share
Buffer

Search
Status
Photo
Check In
Jasper's Market
Receive 20% off your entire purchase when you visit us anytime in September!
Come check out some fresh, local produce for 20% off!
Only valid for September
Learn More
Recent
Jasper's Market
Manage
Jasper's Market
500k people like this
Food/Grocery
Hi there! Here's your coupon for 20% off when you visit us this month. Just show it to us at checkout: SUMMERSALE
Find Nearby Store
Hours
Type a message...

Das richtige Targeting für jede Phase

Das Targeting



Bewusstseins-Phase

- Teste, Teste, Teste!
- Starte damit, 3-5 gute Interessen zu testen
- Zielgruppengröße: 100.000-1M
- Lasse deine Kampagnen minimum für die Länge deines Sales-Cycles laufen, bevor du Ergebnisse misst.

Bewusstseins-Phase

- Lege die Automatisierte Regel fest “wenn Frequenz 3 erreicht, stoppe die Anzeige”

- Messe ALLES und vergleiche Zielgruppen-Performance

- Erstelle ein Lookalike Audience der besten Zielgruppe & teste eine weitere Ebene (z.B. Bildungsstatus)

- Teste das Creative erst, nachdem du die beste Zielgruppe gefunden hast

Verbindungs-Phase

- Retargete alle, die das Video zumindest 25% / 50% gesehen haben

- Retargete alle, die deine FB Page in den letzten 30-90 Tagen besucht haben

Interaktions-Phase

- Retargete alle, die (d)ein Bewusstseins-Phase-Angebot heruntergeladen haben

- Retargete alle, die kürzlich auf deiner Website waren

- Nutze HubSpot's Listen-basierte Audiences

- Schließe alle aus, die kein guter Fit sind

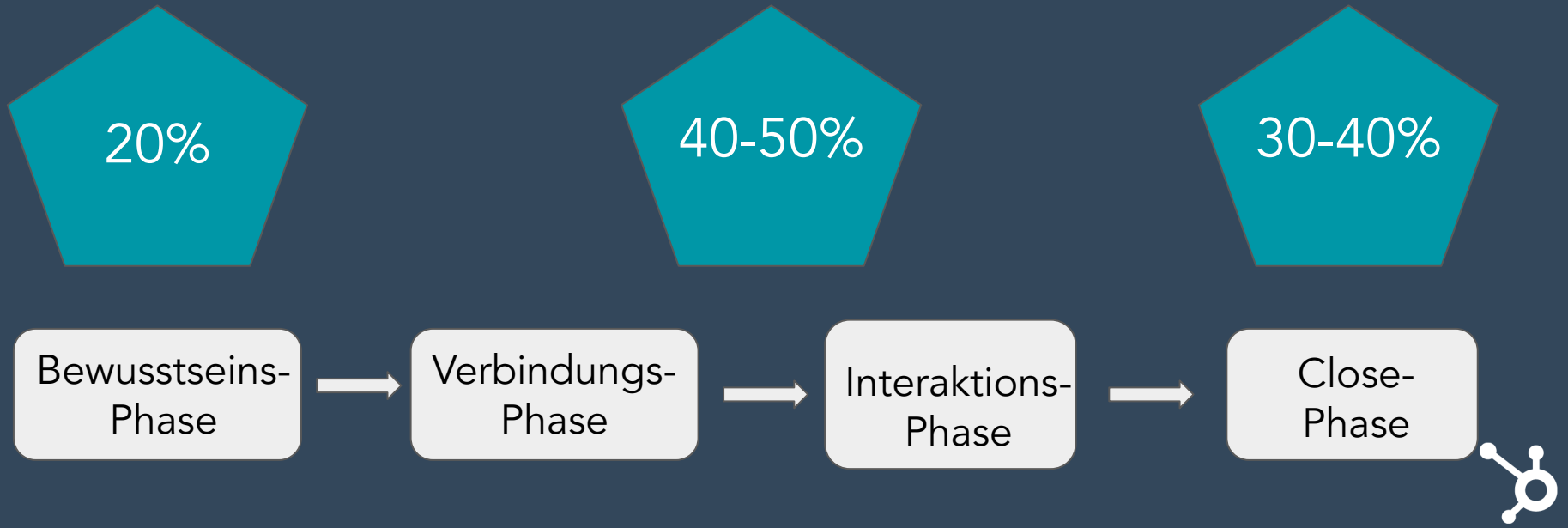
Close-Phase

- Re-targete Leute, die
  dein Entscheidungs-Phase-Angebot heruntergeladen haben
  die den Checkout abgebrochen haben
  die Schlüsselseiten besucht haben

- Schließe alle aus, die kein guter Fit sind

- Nutze HubSpot's Listen-basierte Audiences

Das Budget


20%
40-50%
30-40%
Bewusstseins-Phase
Verbindungs-Phase
Interaktions-Phase
Close-Phase

Take-aways...

Versuche nicht, zu früh zu verkaufen - verdiene das Vertrauen und Interesse!

Kosteneffizientes Konzept, dass auf der Inbound-Methodik basiert

Ist die Anzeige HILFREICH und RELEVANT für die Person, die sie sieht?

Welche Fragen hast du?