

[SOCIALISED]

Media Marketing Apps and more



Social-Media-Ads

Fakten & Best Practice für den Internationalen Bund

Menschsein
stärken **ib**





Über Socialised.de

- 2009 gegründet und verstehen uns als eine kleine Manufaktur - mit 7 festen Mitarbeitern, die Wert auf Qualität und Liebe zum Detail gegenüber Massenproduktion legen.
- Von Support & Beratung, Media Buying, über Troubleshooting im Business Manager bis zu der Entwicklung individueller Lösungen im Bereich Tracking & API - Anbindungen
- Werbebudget 2023 - 1.6 Millionen Euro in den bekannten sozialen Netzwerken
- Seit 2018 unterstützen wir den Internationalen Bund und seine OEs



Meta Business Partner



01

Facebook Premium Marketing Partner (technical) & Certified Agency seit 2018
TikTok Enterprise Agency

02

Eventim, Orthomol, Buffalo Boots, Liebesleben.de, YFood, Foodspring, T-Mobile Austria, BMW Mini, Mobilcom, Stellenanzeigen.de, Antenne Bayern, TV2.dk

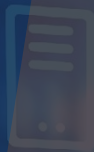
03

Marketing, das messbare Ergebnisse auf META (FB&IG), TikTok, LinkedIn, YouTube & Google liefert



Unsere Zusammenarbeit

Bisherige Erfolge



WEB
HOSTING







Bisherige **Kampagnen**





Zusammenarbeit für und mit dem IB

Socials

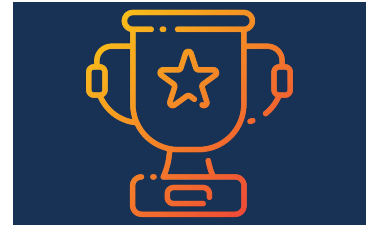
-  Kongress und Eventbewerbung
-  Stellenanzeigen
-  Flüchtlingsunterkunft
-  Imagebildung / Post Engagement

Google Adwords Suchkampagnen & Betreuung

Erreichte KPIs 2023:

 216.708 (Reichweite) & 511.896 (Impressionen) per Social Ads auf META (IG & FB)
 522.480 Impressionen & 90.000 Klicks per Google Adwords (Keyword Campaigns)

 Interaktionen total: 1.2+ Millionen





Die wichtigsten Fakten

der relevanten Plattformen



01

META (FB, IG & WhatsApp)

- 24,5 Millionen Nutzer auf **Facebook**
- davon 35 % 14 - 29 Jahre & 64 % 30 - 39+
- 27,45 Millionen Nutzer auf **Instagram** (#1)
- davon 73 % 14 - 29 Jahre & 35 % 30 - 39+
- 73 % aller Deutschen Internetnutzer werden erreicht

02

TikTok

- 20,65 Millionen Nutzer (monatlich)
- Durchschnittlich 95 Minuten pro Tag
- schnellste wachsende Social-Media-Plattform
- 35 % 18 - 29 Jahre
- 36 % 30 - 39+ Jahre



03

LinkedIn

- 17 Millionen Nutzer in Deutschland
- Fokus liegt auf Business & Vernetzung
- Jobsuche und Karriere
- 34 % der 20- bis 39-jährigen Internetnutzer
- 29 % der Nutzer sind 40 - 59 Jahre alt
- Weltweit werden jede Sekunde 90 Bewerbungen eingereicht und ca. 8 Stellen besetzt

04

Google

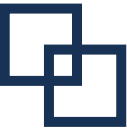
- Marktanteil der deutschen Nutzer bei 90 %
- 85,1 % aktive Nutzer auf YouTube
- Geräte- und Plattformübergreifende Google Ads Kampagnen ermöglichen gigantische Reichweiten.



ADS

Best Practice: **Werbeanzeigen**

Aufbau einer Werbeanzeige



META

Textzeile:

3 Zeilen Regel
mit Schlüsselwörtern starten
Textlänge beliebig, wenn informativ

Formate:

FB Feed 1:1
IG Feed 1:1
IG Storys & Reels 9:16



Call to Action:

Animiert Nutzer*innen dazu, für dein Vorhaben relevante Handlungen vorzunehmen, z. B. Terminbuchungen oder Besuche auf deiner Website

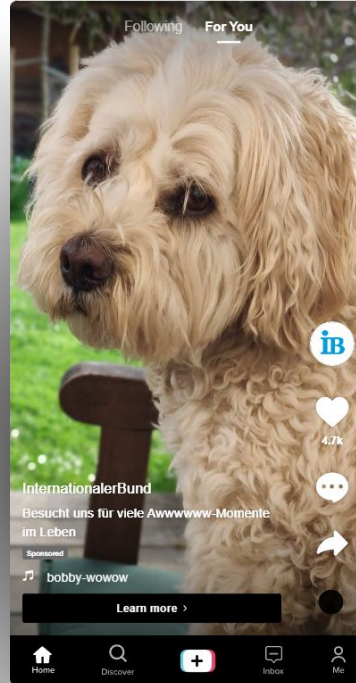
Aufbau einer Werbeanzeige



TIKTOK

Format:
9:16
ca. 30 bis 60 Sekunden

Textzeile:
2 Zeilen - Keywords hoch!
12 - 100 Zeichen
keine Emojis / Hashtags



Content:
User Generated Content - lass es nicht
nach Werbung aussehen

Call to Action:
möglich automatisch
an Uservorlieben
anpassen zu lassen

FACT: Für Werbung auf TikTok braucht es keinen eigenen Kanal und Content

Aufbau einer Werbeanzeige



LinkedIn

Formate:
1:1 & 9:16
Nutzung an Mobile &
Desktop 50:50



Textzeile:
2 Zeilen
Fokus auf den Text legen
es wird mehr gelesen als auf anderen
Plattformen

Call to Action:
unbedingt verwenden



Besonderheiten bei META


Spezielle Anzeigenkategorien

Spezielle Anzeigenkategorien



& was sie für dein Targeting und den Inhalt bedeuten

Welche Kategorien gibt es?

-  Stellenanzeigen
- Politische oder gesellschaftlich relevante Themen
- Kredite & Wohnraum

Einfluss auf das Targeting:

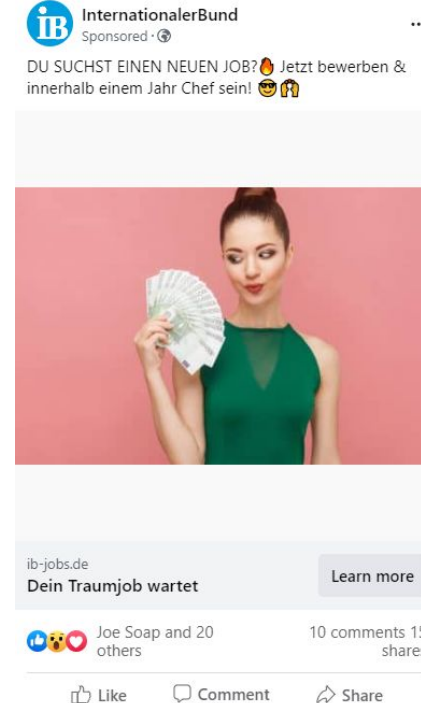
- keine Altersgruppen oder Geschlechter (Jobs, Kredite, Wohnraum)
- weniger Optionen zu Demografie, Verhalten und Interessen + keine Ausschlüsse möglich
- deutlich weniger Platzierungen (Soziales & Politik)

Einfluss auf den Content:

- Jobanzeigen mit nur einer Person oder einem Geschlecht im Bild fallen oft unter Diskriminierung.
- keine direkte Ansprache mit unzulässiger personenbezogenen Merkmalen
- keine unrealistischen Ergebnisse



Beispiel Job AD:



ib InternationalerBund
Sponsored · 🌐

DU SUCHST EINEN NEUEN JOB? 🔥 Jetzt bewerben & innerhalb einem Jahr Chef sein! 🤑 🙌

ib-jobs.de
Dein Traumjob wartet [Learn more](#)

👍❤️ Joe Soap and 20 others 10 comments 15 shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share



Basics

Targeting



WEB
HOSTING



Die Basics zum Thema Targeting



Targeting / Targeted Advertising:

... bezeichnet die genaue Zielgruppenansprache im Onlinemarketing.

- Interessen-Targeting
- Retargeting
- Custom Audiences
- Look a Like Audiences (Digitalen Zwillinge)



BROAD



Retargeting



Funnel

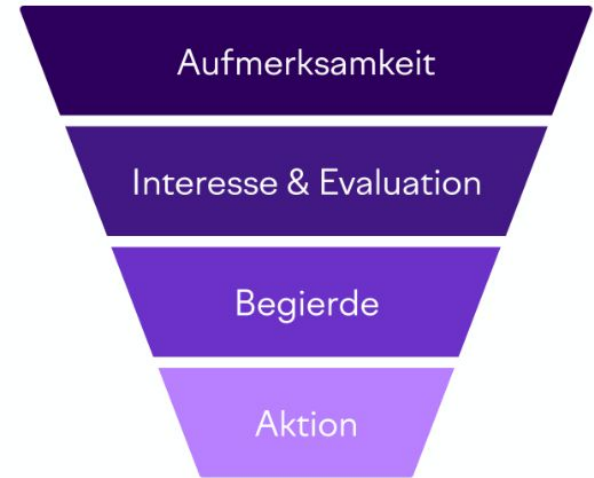
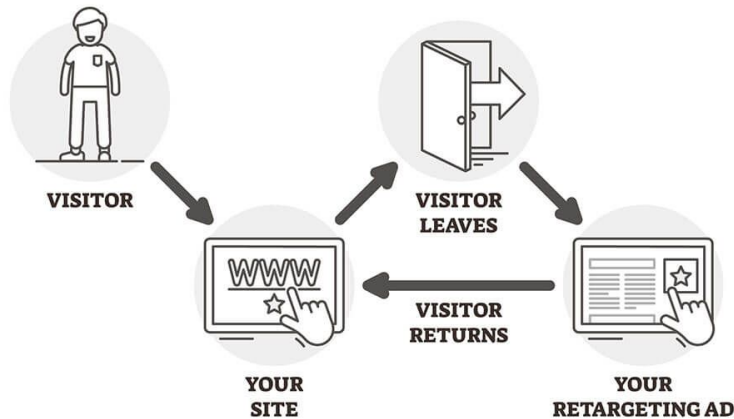
Die Basics zum Thema Targeting



Was ist Retargeting?

Was ist ein Funnel?

RETARGETING





Anzeigen

Dos and Don'ts

WEB
HOSTING



Ads - Do's & Don'ts



- ✓ Werbeanzeigenmanager anstelle "Hervorheben" auf der Facebook Seite nutzen.
- ✓ Perspektivenwechsel - Aus Sicht der beworbenen Nutzer denken
- ✓ Content ist King
- ✓ Kampagnen immer beobachten und Stellschrauben anpassen
- ✗ Keine Ziele definieren oder erst Budget dann Ziele definiert
- ✗ Zu geringe Budgets einkalkulieren.
- ✗ Post (Ad) Interaktionen nicht beobachten, teilnehmen oder moderieren.
- ✗ Platzierungen nicht optimieren





Lokales oder zentral gesteuertes Marketing?

Vor und Nachteile

WEB
HOSTING

Zentral oder doch lokal?



Lokale Ads

Vorteile:

- organischer Content Reichweite verschaffen
- Interessen vor Ort
- geringe Streuverluste
- Lokale Ziele schnell erreicht

Nachteile:

- kleinste Reichweite
- fehleranfällig
- Zuständigkeiten
- Zahlungsmittel & Buchhaltung
-



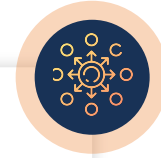
Zentral oder über OEs

Vorteile:

- Qualitätsüberprüfung gewährleistet
- Einheitlichkeit
- Budgetbündelung
- Lerneffekte für das Werbekonto
- Regelmäßige A/B-Tests

Nachteile:

- Längere Planungen
- ggf. Einschränkungen im Look&Feel
- fehlende lokale Bindung





[SOCIALISED]

VIELEN DANK

Kontakt:

Mail: m.wattrodt@socialised.de

Tel / WhatsApp: +49-177-21 00 221

LinkedIn: /mwattrodt

META: /mwattrodt

Menschsein
stärken **ib**

