



2-Tages-Seminar:

Anzeigen auf Social Media leicht gemacht – ein Überblick über die relevanten Social Advertising Werbeanzeigenmanager, Social Ad Strategien und direkte Anwendungsbeispiele aus der Praxis

Lernen Sie in nur 2 Tagen, wie Sie mit der passenden Strategie auf Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter & Co. erfolgreiche Ad-Kampagnen entwickeln, technisch aufsetzen und Ihre Erfolge auf den richtigen Plattformen nachweislich messbar machen.

Seminarbeschreibung

Die organische Reichweite von Facebook, Instagram und Co. beträgt nur noch rund 15% der eigentlichen Anzahl der Follower. Auch auf nahezu alle anderen sozialen Netzwerke lässt sich dieser reichweiten-Schwund 1:1 übertragen. Die Lösung: Anzeigen auf Social Media – so genannte Social Ads.

Durch den Einsatz von Social Ads eröffnen sich völlig neue Möglichkeiten, um Zielgruppen spezifisch und genau zu erreichen. Dadurch lässt sich die fehlende organische Reichweite ausgleichen und sogar noch mehr: Denn Social Ads ermöglichen es Unternehmen konkrete Zielsetzungen zu fokussieren, diese zu optimieren und nachweislich messbar zu machen!

Doch wie erreichen Sie Ihre Zielgruppe über Social Ads? Welche Plattformen setzen Sie am besten für Ihr Unternehmen ein? Wie setzen Sie ein Werbekonto vollständig und korrekt auf? Wie funktioniert das Kampagnensetup für unterschiedliche Unternehmensziele? Welches Tracking muss zur Messung der Kampagnen hinterlegt werden und vor allem wie? Welche Platzierungen wähle ich aus? Was genau sind Custom Audiences und Lookalike Audiences? Welche Formate gibt es auf den einzelnen Plattformen und welche sind die richtigen für meine Zielgruppe? Welche Inhalte spiele ich für welche Zielsetzung und mit welchem Call-to-Action? Wie führe ich Tests durch? Welche Kennzahlen werden dabei gemessen? Und wie nutzen Sie diese Zahlen, um Ihre Strategie zu verfeinern und Ihre Kampagnen zu optimieren?

In unserem 2-Tages-Seminar beantworten wir Ihnen all diese Fragen. Anhand von direkten SetUp und Umsetzungsbeispielen erhalten Sie einen fundierten Überblick über die relevantesten Social Advertising Werbeanzeigenmanager. Verständlich führt Sie unsere Online Marketing-Expertin Ines Pfab in den Kosmos der Social Ads ein und vermittelt Ihnen dabei neben fundiertem Basiswissen auch vielfältige Praxis- und Experten-Tipps für einen erfolgreichen Start Ihrer Social Ads Kampagnen. Sie lernen, wie eine Strategie mit passenden Zielsetzungen und einer entsprechenden Plattformauswahl aussieht, wie Sie Ihre Zielgruppenstruktur definieren und Kampagnen richtig und erfolgreich aufsetzen. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Ihre Kampagnen messen, analysieren und durch Optimierung kontinuierlich verbessern.

Seminarziele

- Sie haben einen umfassenden Überblick über die verschiedenen Social Advertising Plattformen und wissen, wie Sie die jeweilige Plattform bedienen: Werbekontosetup, Kampagnensetup, Zielgruppensetup, Platzierungsauswahl, Formate und Trackings
- Sie wissen, wie Sie die richtige Social Advertising Plattform, passend zu Ihrer organischen Social Strategie, auswählen.
- Sie wissen, wie Sie ein Kampagnensetup für unterschiedliche Zielsetzungen (Awareness, Traffic, Engagement, Performance) angehen.
- Sie wissen, wie Sie Ihre Kampagne nachweislich messbar machen, können die einzelnen KPIs erklären und anhand von Benchmarks bewerten.
- Sie können Ihr Werbekonto vertikal und horizontal skalieren.
- Sie können Shopping Kampagnen aufsetzen und kennen Tricks und Hacks, um diese perfekt mit Ihrem Facebook und Instagram Shop zu verbinden.

Seminarinhalte – Agenda

Social Ads: Reason Why

- Was sind Social Ads und was unterscheidet sie von organischen Social Posts
- Wann sollten Sie Social Advertising als Marketingmaßnahme einsetzen

Selbstbuchungsplattformen im Überblick

Die nachfolgend aufgeführten Punkte werden anhand der Werbeanzeigenmanager von Meta, Pinterest, TikTok, LinkedIn, Xing aufgezeigt.

- Einführung in den Werbeanzeigenmanager
- Schritt für Schritt Anleitung für ein sauberes und vollständiges Account-Setup
- Ziel- und Zielgruppensetups
- Platzierungen
- Anzeigenerstellung
- Trackingmethoden
- Berichterstellung
- Analyse- und Insightmöglichkeiten
- Weitere Besonderheiten: Testings, Studien, Collaboration Center, Brand Safety Center

Social Advertising Strategien

- Wettbewerbsanalyse
- Zielgruppendefinition
- Plattformdefinition
- Zieldefinition
- Formatdefinition
- Aussteuerungsstrategien und -herangehensweisen

Praxisteil

Gemeinsame Erstellung eines Mediaplans inkl. Forecast

Deep Dive Kampagnensetup

Für nachfolgende Kampagnenziele schauen wir uns einzelne Best Practice Beispiele im Kampagnen-Setup an und beleuchten, wie Sie für Ihr Unternehmensziel die beste Kampagnenstruktur definieren:

- Awareness Kampagnen / Engagement Kampagnen
- Traffic-Kampagnen
- Performance Kampagnen
- Spezielle Anzeigenkategorien (z.B. Jobangebote) & deren Einschränkungen
- Praxisteil: Gemeinsames Setup einer Kampagne inkl. Zielgruppen → inkl. der unterschiedlichen Formate wie Post Sponsorings, Dark Ads & Branded Content Ads

Kampagnenmessung, -optimierung und -analyse

- Der Pixel
- iOS14 und die Folgen
- Conversion API
- Social Ads vs. Google Analytics

Social Commerce

- Was ist Social Commerce und welche Besonderheiten bringt es mit sich
- Anzeigenformate für Social Commerce
- Katalogbasiertes Advertising
- Trends: Community Commerce

Business Manager Hacks

- Tipps und Tricks im Business Manager
- Zertifizierungen

Die Trainerin

Ines Pfab



Als Master für Marketingmanagement mit dem Schwerpunkt Social Media begleitete die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin unter anderem den FC Bayern über Sqor Sports, wo sie unter anderem die organischen Inhalte für einige Spieler der 1. Bundesliga und deren Community Management übernehmen durfte. Mit gelebter Leidenschaft von TikTok bis LinkedIn hilft sie heute Unternehmen als Teamlead Social Advertising bei Territory Media, ihre Ziele mit entsprechenden Strategien über relevante Social Kanäle hinweg zu entwickeln und in der operativen Umsetzung zu verwirklichen. In ihren Seminaren nutzt die Digital Native die technische und strategische Schnellebigkeit im Social Umfeld als Schlüssel zum Social Media Erfolg – und nimmt Teilnehmende auf diese Fahrt mit erhöhter Geschwindigkeit begeistert mit.

Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für Einsteiger wie auch für Marketer mit ersten Erfahrungen zum Thema Social Ads. Das Seminar richtet sich an Online Marketing-Mitarbeitende aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag für die Themen Social Media, Social Advertising und Online Marketing-Kampagnen verantwortlich sind. Das Seminar ist zudem geeignet für Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über das Thema Social Ads verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den Grundlagen auch Spezialgebiete wie die Definition von Zielgruppen, das Messen, Analysieren und Optimieren von Kampagnen sowie Einblicke in die neuesten Trends rund um Social Commerce, sowie die Änderungen mit und durch iOS14 behandeln, profitieren selbst erfahrene Online Marketer von unserem gebündelten eMBIS-Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Kosten

	 Online-Seminar	 Präsenzseminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 880,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 1180 Euro zzgl. MwSt.

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/social-ads/#termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/social-ads/#anmeldung>