



Quick Facts aus dem #OMinsider Webinar:

Facebook Video Ads - Basics, Tipps & Tricks

06.08.2018, Jan Stranghöner

- **Video the golden era**
 - mobile Welt → mobil verfügbarkeit zwingend notwendig
 - kaum Aufmerksamkeitsspanne (1,7s Mobil) → Werbebotschaft muss extrem schnell funktionieren
 - keiner nutzt z.b. Facebook um ein Produkt zu kaufen → Erwartungsmanagement! → Inspirationsphase entscheidend!
 - erstmalige Sichtbarkeit beim Kunden nicht zu unterschätzen (Awareness)
 - → Videokampagne : auf Videoaufrufe optimieren! → emotionale Bilder transportieren (statt nur Text) → günstige Reichweite
 - Kosten/ Ergebnis : CPM als Vergleichswert zu anderer Werbung
 - Video Monetarisierung hochschrauben: gerade großer Fokus bei Facebook
 - Videos starten meist automatisch - aber ohne Ton (muss aktiv angeschalten werden!)
 - Bsp: Keiner kennt das Produkt → Werbung mit Produktname zwecklos → kurzweiliges Video mit USPs des Produkts
 - Youtube Videos besser direkt hochladen statt nur über Link (Vorschau besser, Video spielt direkt ab)
 - Vorteile:
 - Videointeraktion: Audiences möglich bei organischen oder Live-Videos und Instagram Storys

- **Zielgruppensegmentierung durch Videos**
 - Business Manager für Facebook Werbetreibende (auf business.facebook.com einrichten! -> Professionalität!)
 - → Zielgruppen: Customed Audiences anlegen → Interaktion → Bsp. hier: Video
 - Welche Interaktion soll gebündelt werden? → Qualitative und Quantitative Betrachtung möglich
 - Segmentierung kann jeder mit Werbekonto



-
- Facebook Seite wählen usw.
 - Auch Rückwirkend möglich
 - Starke Marke/ Starke Person (Zielgruppe hat schon einmal interagiert) → Dann 365 Tage
 - es können innerhalb eine ZG auch andere/ alte ZG ausgeschlossen werden
 - Facebook ist eine Test-Umgebung
-
- **Live-Clustering von Zielgruppen auf Basis von Video Interaktionen**

 - **Storytelling durch Funnel-Bildung**
 - Mit diesen Mechaniken plus Werbebudget → Nutzer durch versch. Videosequenzen schicken
 - Geschichte aufbauen mit versch. Videos → Bis Nutzer Kaufentscheidung gefällt hat
 - Facebook funktioniert weil Nutzer ist als Nutzer unterwegs
 - Targeting und Storytelling: Vorqualifizieren der Nutzer möglich
 - aber: Keiner kauft direkt!
 - Aufbauen - Abschöpfen: Reichweite wird über Videos aufgebaut
 - relevante Viewer werden abgeschöpft → neue Audiences
 - im B2B oft kein anderes/ besseres Targeting möglich
 - Nutzer muss Facebook nicht verlassen um das Video zu sehen
 - über Trichter: In welcher Phase sprechen wir den Nutzer an (Awareness: Keine direkte Produktvorstellung sondern eher: Was macht besonders, welche Emotion....)
 - Danach: Marketing!
 - Vorteile: Funnel Bildung und Retargeting möglich - Ausweisung wie viele Personen tatsächlich mein Video gesehen haben - Zielgruppen Clustering möglich
 - Facebook Videos können auch auf Website integriert werden

 - **Video-Lifetime-Verlängerung**
 - **Vorplanen, bewerben, posten**
 - sobald geplant Beitrags ID → Beitrag kann beworben werden
 - Wenn Anzeige separat: Kann nicht mehr auf Facebook Seite geholt werden
 - ersten Kommentar selber setzen! Damit wird der Ton selbst bestimmt!
 - Sichtbarkeit im Newsfeed wird verlängert...



-
- Es geht ein Beitrag live der schon Kommentare, Likes usw. hat

 - Cross Posting
 - Ein Video kann von mehreren Accounts gepostet werden
 - muss freigeschalten werden!
 - Vorteile: Zielgruppen werden in einem Video gesammelt, Video kann erst auf der einen, dann auf der anderen gepostet werden