

# Facebook für den Abo-Vertrieb?

Hamburg  
The Hague  
Dubai  
Madrid  
Paris  
Singapore  
Vicenza

A black and white portrait of Benjamin Schroeter, a man with short dark hair and a light beard, smiling slightly. He is wearing a light-colored collared shirt. The background is a plain, light color.

**Benjamin Schroeter**

CEO & Co-Founder. Geboren 1975, Architektur und BWL studiert, u.a. als Strategieberater bei BCG gearbeitet, fast verheiratet, Vater seit 22 Monaten.

# Spezialisten für Abo-Marketing auf Facebook

facelift

Ravi Ahluwalia



Alexander Helig



## 100% Facebook and „Social at Scale“

Mit rund 100 Mitarbeitern und 800 Kunden ist FACELIFT einer der führenden Anbieter für Social-Marketing-Technologien in Europa.





**100% Vertrauen**

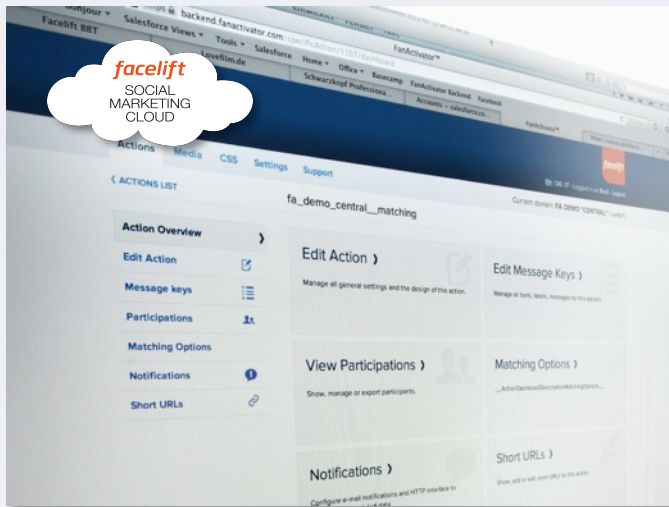
Hunderte Marken nutzen unsere Lösungen bereits – und aufgrund der hohen Flexibilität auch immer mehr führende (Media-)Agenturen.



# Wir unterstützen mit zwei Lösungenc

facelift

## FACELIFT Social Marketing Cloud



„Eine für Facebook perfektionierte Social-Marketing-Software.“

## FACELIFT Media Services



„Full-Service für professionelle Kampagnen auf Facebook.“

A world map with a blue background. Several locations are marked with white dots and connected to white callout boxes with orange text. The locations are: Den Haag (Netherlands), Hamburg (Germany), Paris (France), Madrid (Spain), Vicenza (Italy), Dubai (UAE), and Singapore (Singapore).

Den Haag

HAMBURG

Paris

Vicenza

Madrid

Dubai

Singapore

## 100% Internationalität

FACELIFT unterstützt viele Kunden bereits weltweit – und immer häufiger auch vor Ort und in Landessprache.

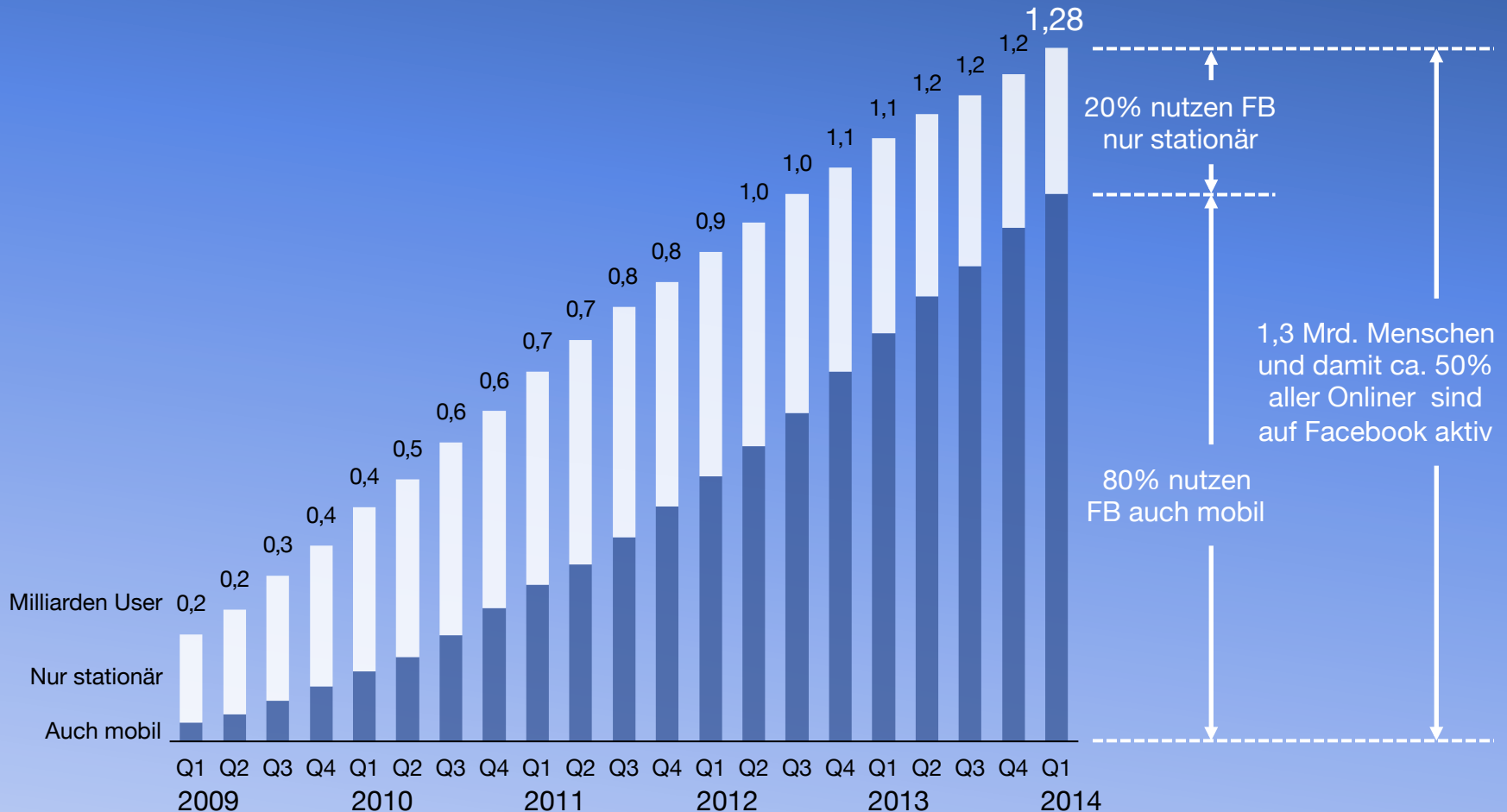
# Facebook | Abo-Vertrieb | Umsetzung

## Wie relevant ist Facebook?

Es gibt immer wieder Berichte, die eine abnehmende Relevanz von Facebook implizieren. Aber stimmt das überhaupt?

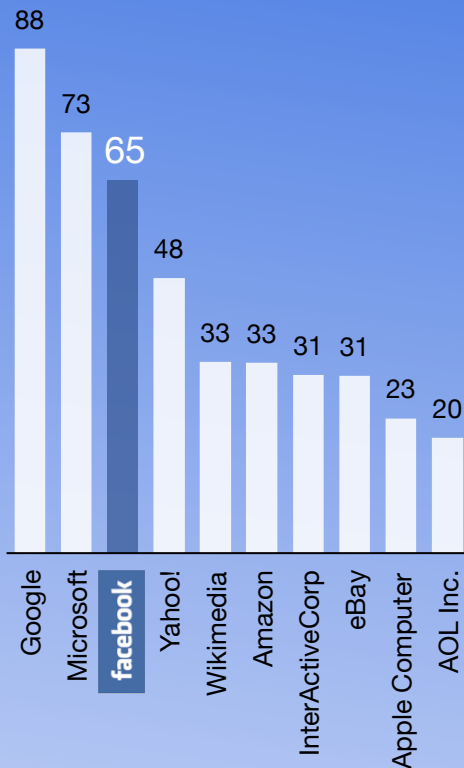
# Facebook wächst immer noch weltweit

Weltweite Anzahl der monatlichen aktiven Facebook-Nutzer in Milliarden



# Facebook im Vergleich der Top-Webkonzerne

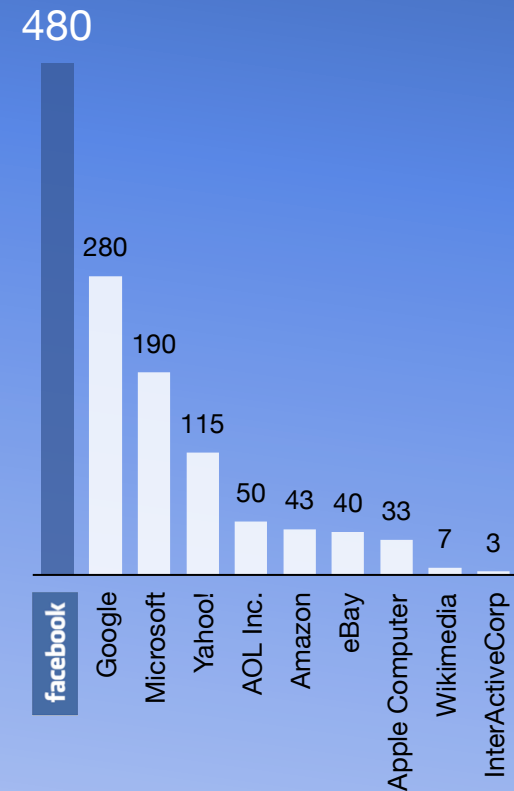
Reichweite  
bei Internetnutzern in %



Nutzung  
in Stunden pro Monat



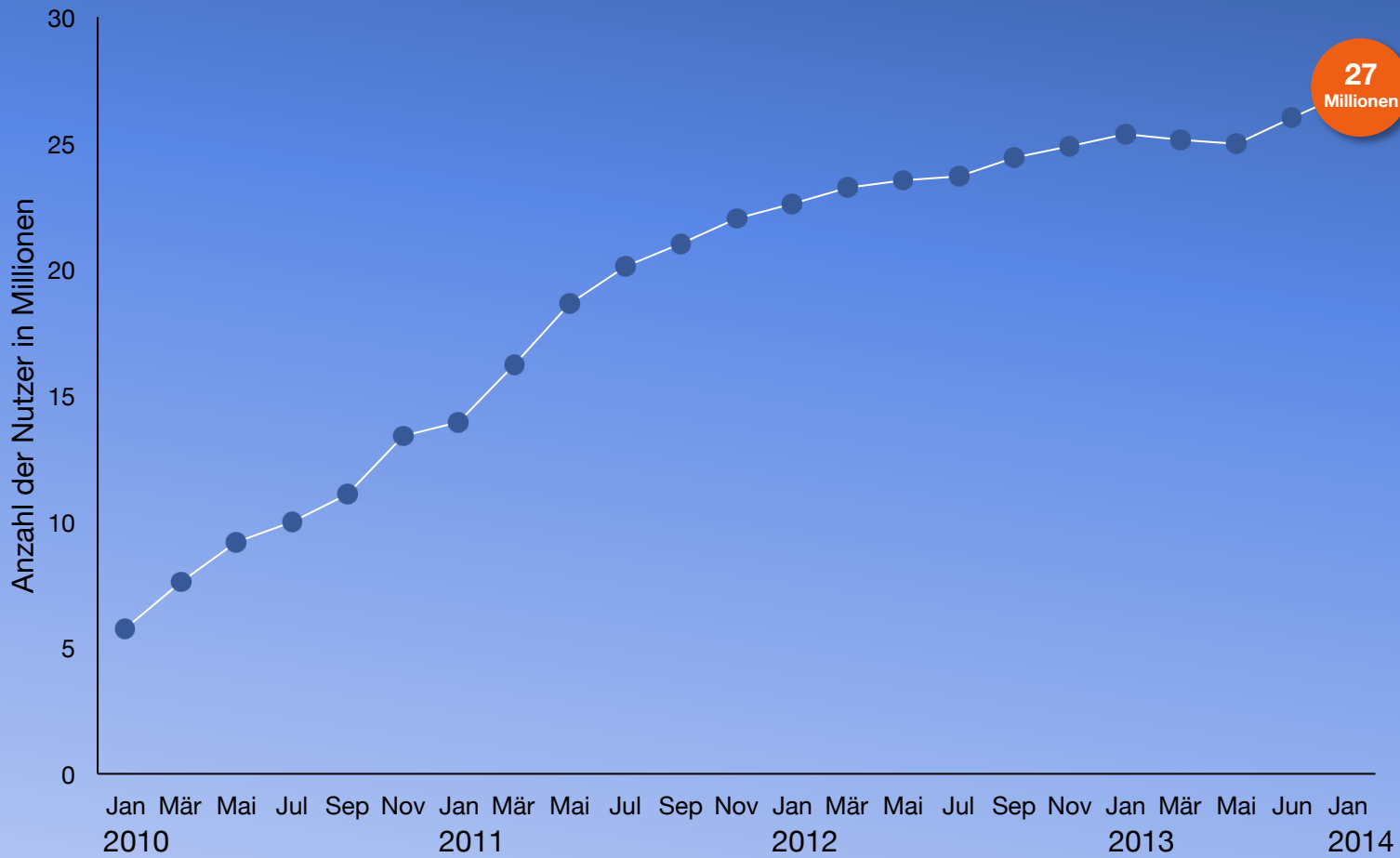
Ergebnis aus  
Reichweite x Nutzung



# Auch in Deutschland wächst Facebook weiter

Anzahl der aktiven Facebook-Nutzer in Deutschland

facelift



# Mobile? Nur Facebook erreicht über 50% der User!

Übersicht der prozentualen Reichweite auf mobilen Endgeräten

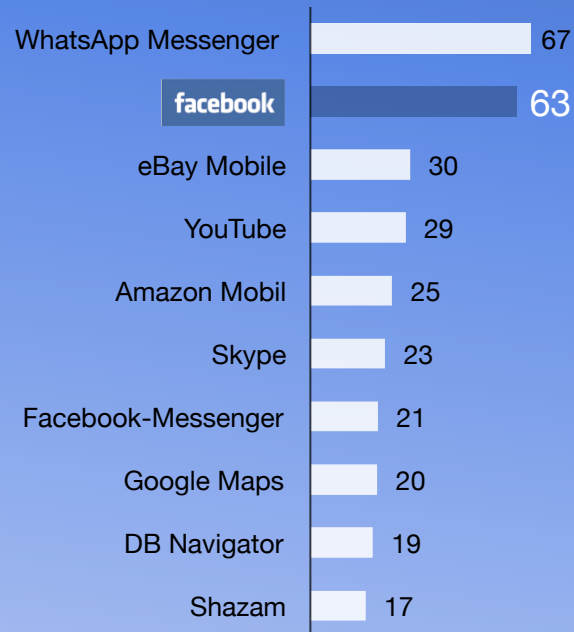
## iPad

Top 10 Apps in Deutschland



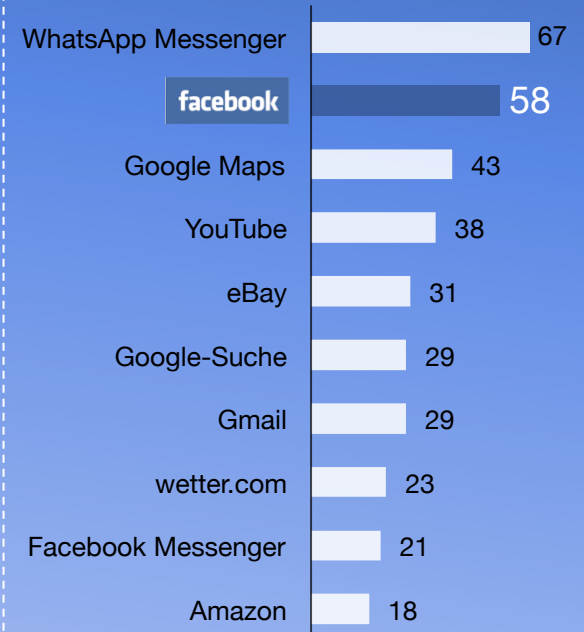
## iPhone

Top 10 Apps in Deutschland



## Android

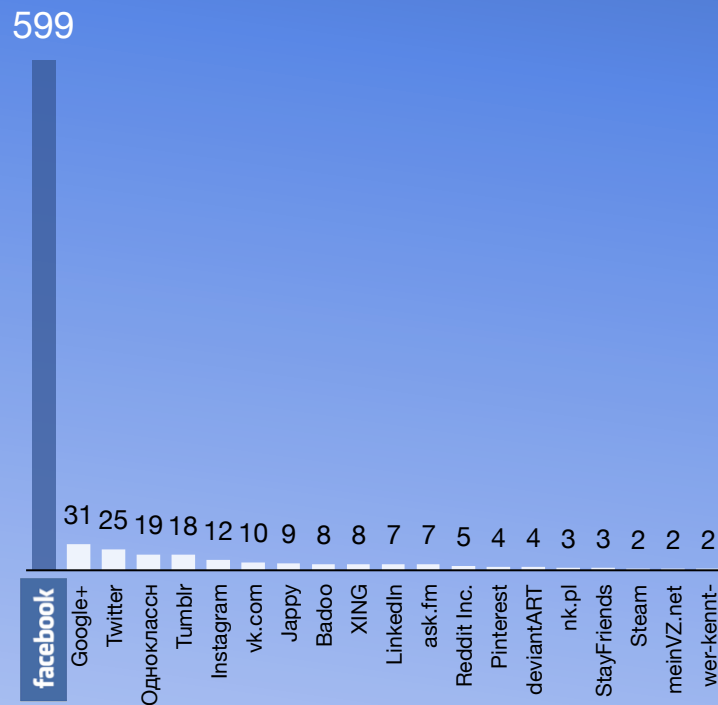
Top 10 Apps in Deutschland



# Fazit: Facebook bietet die größte Reichweite

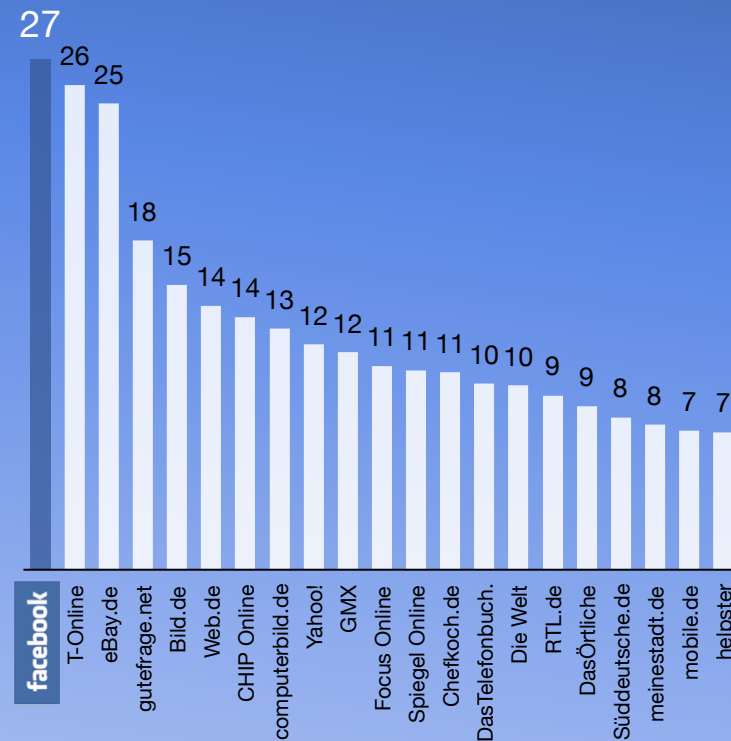
## Facebook ist No. 1 bei Social Networks ...

(Visits pro Monat in Mio.)

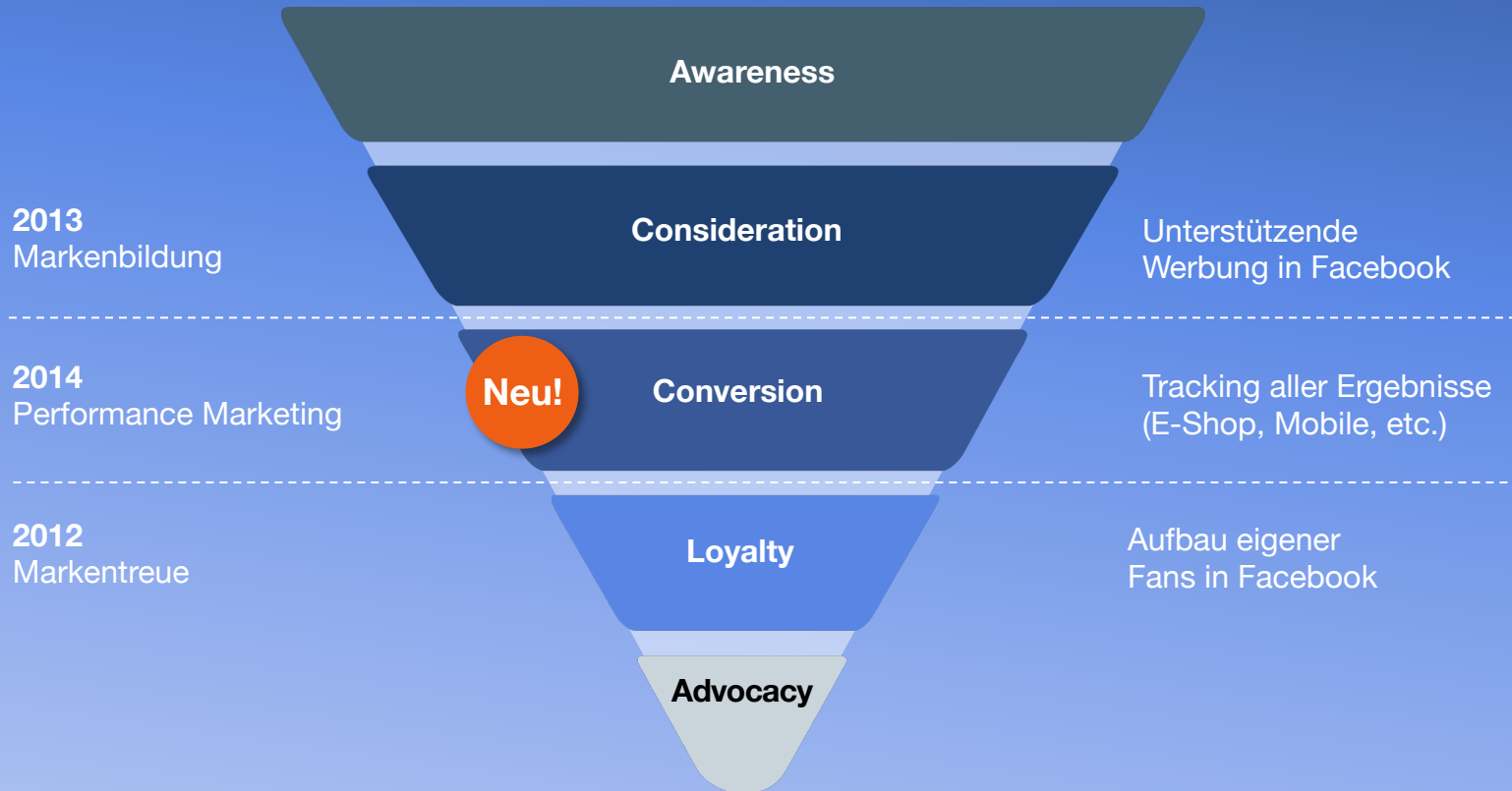


## ... und auch im klassischen Web

(Aktive User bzw. Unique Visitors pro Monat in Mio.)



# Wie sich Facebook entwickelt hat





## Fazit: Perfektes digitales Marketing

Mit Facebook können Marken mehr Menschen besser erreichen – und so jedes Ziel stützen: Branding, Leads, Verkauf, Service, MaFo u.v.m.



Facebook | **Abo-Vertrieb** | Umsetzung

**„People don't buy where they socialize“**

# Vergessen Sie Shops für die Fanpage!

facelift

The image displays a collage of several Facebook storefronts, illustrating the concept of a fanpage shop. The storefronts shown include:

- A storefront for "520 x 350 - deutsche-startups.de" featuring various bicycle models for sale.
- A storefront for "LINGERIE" by Donna Karan, advertising a sale on underwear with "FREE SHIPPING".
- A storefront for "LINSEN MAX" by Anzhou Gaoqi, featuring contact information and product images.
- A storefront for "Victoria's Secret" featuring a woman and a dog, with the text "Fabulous".

A large red 'X' is overlaid on the center of the collage, indicating that these storefronts are being highlighted or discussed. To the right of the collage, there is a promotional banner for "Launch a Storefront" with the following details:

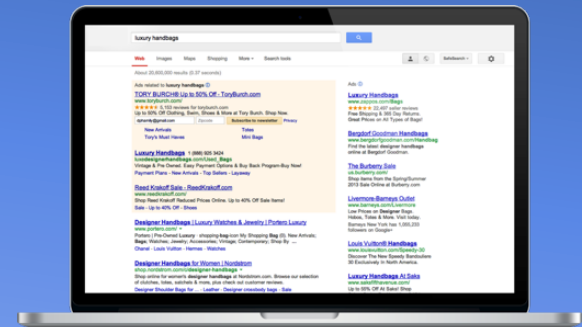
**Launch a Storefront**  
Complete E-Commerce Solution for Facebook

- ✓ Professional Storefront Features
- ✓ Sell An Unlimited Number of Items
- ✓ 400 Million Facebook Users Can Search, Discover, and Purchase Your Products
- ✓ Launch in Minutes
- ✓ Full-Featured Storefront Admin Built-In
- ✓ Absolutely FREE!

[Click Here to Install Storefront App](#)

# Facebook ist optimal zur aktiven Ansprache

facelift



Attraktive  
Formate in  
attraktivem  
Umfeld

# Strategischer Vorteil: Menschen statt Cookies



- Eindeutige persönliche Profile
- Echte Interessen als Grundlage
- Geräteübergreifendes Tracking
- Personenscharfes Targeting

- Cookies als Hilfsmittel
- Surfverhalten als Hilfsgröße
- Neuer Cookie für jedes Gerät
- Kein personenscharfes Targeting



# Beispiel „Brand Eins“

facelift

SCHWERPUNKT · HERBUNG · ONLINE-EXPERIMENT

## Was geht?

Die Meinungen über Onlinewerbung sind so zahlreich wie widersprüchlich. Die Etats steigen, die Wirkung verpufft, die User sind genervt.  
Wir haben getestet. Was bringt Onlinewerbung?

Text: Frank Dittmann

Test-Szenario

Wir schalten drei Anzeigen zu je 250 Euro: eine auf einer Nachrichtenseite, eine in einer Suchmaschine und eine in einem sozialen Medium. Laufzeit: sechs Tage (9.1. bis 14.1.2014). Wir werben für ein brandeins-Probabo zum Preis von 19,50 Euro. Jede Anzeige ist mit einem auszahlbaren Reducer-Link hinterlegt und führt zu einer Shop-Seite, auf der man das Probabo erwerben kann. Welche Anzeige wird am häufigsten geklickt, und wo verkaufen wir die meisten Abos? Die Anbieter wussten von dem Test nichts.

Das Nachrichtenportal

Wir denken groß: Wir wollen ein Banner auf der Startseite von Spiegel Online. Für 250 Euro. Wie viele Minuten lang wäre unser Banner dort wohl sichtbar? Wir rufen an. Die Dame am anderen Ende der Leitung kichert höflich: „Wir sind zu groß für Sie“, sagt sie. Das Mindestbudget beträgt 4000 Euro, sonst sei die Sichtbarkeit der Anzeige nicht gewährleistet.

Bei waldschnecke will man mindestens 2500 Euro haben, schickt aber immerhin eine Presstexte. Danke.

Wir versuchen es eine Kategorie kleiner, bei tagesspiegel.de, berliner-zeitung.de und ein paar anderen – und entscheiden uns schließlich für die Onlineseiten der Berliner Zeitung.

Service: Die Vermarktung übernimmt die BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG. Ein freundlicher Herr berät uns.

Formate: Es gibt insgesamt 13 Anzeigenformate. Vom klassischen Skyscraper in der rechten Randspalte über Content-Banner in den Artikeln oder Anzeigen, die sich über den Artikeltext legen. Solche Anzeigen würden am meisten angeklickt und seien deshalb am teuersten, sagt der Berater. Wir sind von solchen Anzeigen immer genervt, daher wollen wir sie nicht. Wir buchen also je einen Skyscraper auf der Start- und auf der Admachersseite des Wirtschaftssports.

Besonderheiten: Der Anzeigenkunde kann festlegen, wie oft ein Leser die Anzeige zu sehen bekommen soll. Das verhindert Streuverluste. Denn hat ein Leser die Anzeige zweimal gesehen und nicht angeklickt, wird er es auch beim dritten Mal nicht tun. Man kann sich die dritte Einblendung also sparen.

Und: Scrollt der Leser nach unten, folgt das Banner. Wir haben außerdem die Möglichkeit, eine kleine Animation zu platzieren. Bewegung erzeugt Aufmerksamkeit. Damit ist es das aufwendigste Banner im Test.

Preis: Er richtet sich, wie bei den anderen Nachrichtenportalen auch, nach dem TKP – dem Tausend-Kontakte-Preis. Bei berliner-zeitung.de sind das je nach Anzeigenformat 10 bis 35 Euro. Unsere Skyscraper-Anzeige kostet 10 Euro pro 1000 Aufrufe. Bei eingesetzten 250 Euro macht das also 25000 Kontakte (Page Impressions).

Strategie: Alle angesprochenen Portale bieten Rabatte von 20 bis zu 75 Prozent.

Die Suchmaschine

Hier ist die Auswahl leicht. Wir wählen den Platzhirsch: Google AdWords.

Service: Auch Google AdWords bietet eine telefonische Erstberatung. Leider befinden sich zurzeit alle Kundenberater im Gespräch, bitten wir und danach „die vier Jahreszeiten“ von Virvák. Gefühle am Ende der vierten Jahreszeit meldet sich eine Dame. Sie hilft bei den ersten Einstellungen. Da sie auch bitter steigt, wie sich zeigen wird. Insgesamt rufen wir sie in dieser Woche fünfmal an.

Formate: Wir haben drei Zeilen Text zur Verfügung, inklusive Überschrift – und schreiben: „brandeins-Probabo, drei Monate brandeins testen für 19,50 Euro.“

Besonderheiten: Bei Google gibt es keine Festpreise. Man bietet Höchstbeträge für bestimmte Sachbegriffe, wie zum Beispiel: Wirtschaft, Handel, Design, Magazin oder Grundlängern.

Konkurrenzieren mehrere Anzeigenkunden um denselben Sachbegriff, entscheidet das höchste Gebot, die Bekanntheit der Marke und die größte Wahrscheinlichkeit, dass die Anzeige auch angeklickt wird. Dem Google wird nur für Klicks bezahlt, nicht für Page Impressions. AdWords versucht mit möglichst wenig Einplatzieren, Bewegung erzeugt Aufmerksamkeit. Damit ist es das aufwendigste Banner im Test.

Preis: Er richtet sich, wie bei den anderen Nachrichtenportalen auch, nach dem TKP – dem Tausend-Kontakte-Preis. Bei berliner-

brand eins Probe-Abo (nicht wiederholbar) – Print-Abo (inkl. Digital-Abo)

brand eins Probe-Abo (nicht wiederholbar)



Lieferzeit 2-3 Tage

19,50 €

inkl. 7% MwSt. plus Versandkosten

Menge 1 In den Warenkorb

Das Probe-Abonnement ist nicht wiederholbar. Es umfasst drei aufeinanderfolgende Ausgaben von brand eins. Wenn Sie brand eins danach nicht automatisch weiterbeziehen wollen, teilen Sie uns dies bitte zehn Tage nach Erhalt des dritten Hefes mit. Anderenfalls erhalten Sie das Jahresabonnement.

Print-Abonnenten erhalten die digitalen Ausgaben kostenlos dazu. Sie müssen sich nur bei uns auf der Webseite registrieren und sich als Abo-Kunde identifizieren. Eine

- Selbstversuch aus Januar 2014
- Ziel: Gewinnung von Probe-Abonnenten
- Einsatz: Je 250,- Euro bei Newsseite, Google, Facebook
- Ergebnis: 11 Abos in Facebook, 0 Abos im Rest
- Fazit: Nur Facebook scheint erfolgversprechend

# Ergebnisse im Detail

Die Zahlen:	Nachrichtenseite:	Suchmaschine:	Soziales Medium:
Gebuchtes Budget.....	250 Euro (rabattbereinigt) .....	40 Euro pro Tag x 6 = 240 Euro.....	40 Euro pro Tag x 6 = 240 Euro.....
Tatsächliche Kosten.....	297,50 Euro (inkl. Mehrwertsteuer)	188,76 Euro (eigentlich 238,76 Euro, wir haben einen Gutschein über 50 Euro erhalten. Warum, wissen wir nicht)	226,15 Euro (Facebook blieb unter dem Budget. Wir rätseln bis heute, warum)
Page Impressions.....	25089 (Angabe Agentur).....	206468 (Angabe Google) .....	350631 (Angabe Facebook) .....
Anzeigen-Klicks.....	64 (Angaben Agentur), 65 (eigene Messung).....	143 (Angabe Google), 198 (eigene Messung).....	809 (Angabe Facebook), 798 (eigene Messung), durch Teilen und Liken der Anzeige kommt Facebook sogar auf eine Gesamtklickzahl von 1713.....
Kosten pro Klick.....	4,65 Euro (Angabe Agentur), 4,57 (eigene Messung).....	ohne Gutschrift: 1,67 Euro (Angabe Google), 1,21 Euro (eigene Messung) ..	0,28 Euro .....
Tatsächliche Verkäufe im Onlineshop .....	0 Probeabos.....	0 Probeabos.....	11 Probeabos.....

Aber skaliert das auch?

# FACELIFT Kundenbeispiel „Sky“

facelift

The screenshot displays the Sky website's subscription page for the Bundesliga. The page is titled "Sky Angebot | Fußball Bundesliga live und Filme in HD | sky.de". The navigation bar includes "Sport", "Film", "Entertainment", "Abonnieren", "Kundencenter", "Sky Select", and "TV-Guide". The main content area features a banner for "Die Fußball-Bundesliga ist zurück." with a price of "nur € 24,90 mtl.\*" (im 24-Monats-Abo, danach € 34,90 mtl.). Below the banner, there are three subscription options:

- Jetzt Fußball Angebot sichern:** € 24,90 mtl.\* (im 24-Monats-Abo, danach € 34,90 mtl.). Includes HD-Leihreceiver für € 0\* statt € 99. Includes Sky Go.
- Jetzt kompletten Live-Sport sichern:** € 36,90 mtl.\* (im 24-Monats-Abo, danach € 46,90 mtl.). Includes Sky+ Festplattenleihreceiver für € 0\* statt € 199. Includes Sky Go.
- Jetzt die komplette Vielfalt sichern:** € 46,90 mtl.\* (im 24-Monats-Abo, danach € 56,90 mtl.). Includes Sky+ Festplattenleihreceiver für € 0\* statt € 199. Includes Sky Go.

A large orange circle in the foreground contains the text: "Kleinstes Abo für 25 Euro x 24 Monate = 600 Euro Mindest-Vertragswert".

# Sky investiert signifikant in Facebook Werbung!

facelift

Facebook



**Dein Sky Sport**  
Sponsored · 

Steilvorlage: Hol Dir jetzt Sky und sicher Dir den Sky+ HD Festplattenleihreceiver gratis\*

See translation



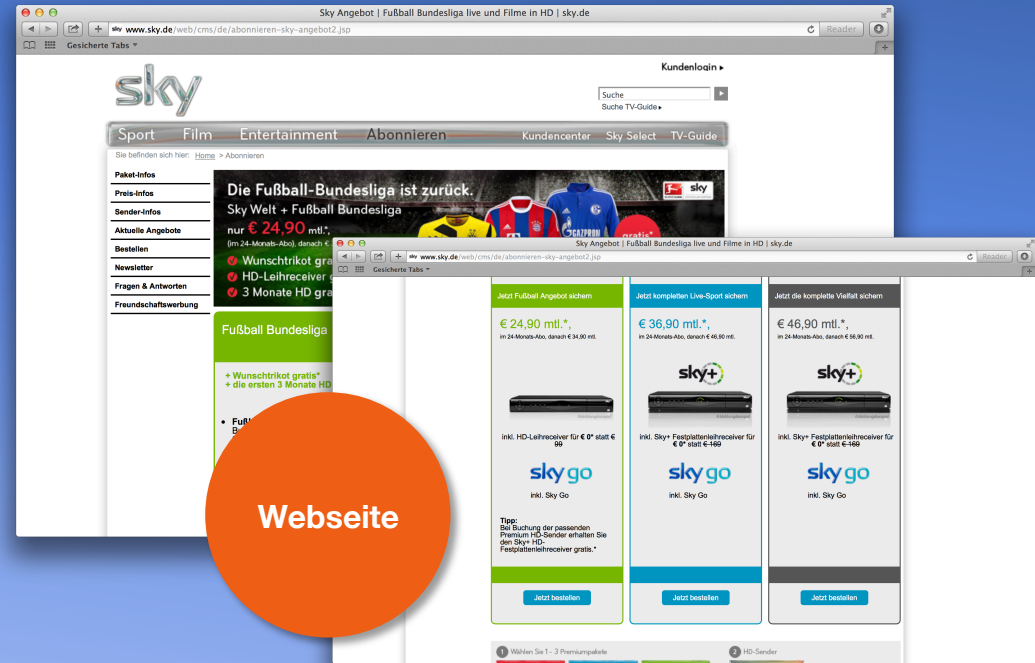
**Sky Fußball Angebot**  
Inkl. Sky Go\* und 3 Monate HD gratis\*

WWW.SKY.DE | BY SKY.DE

Like · Comment · Share ·  31  15

[Book Now](#)

Webseite



Sky Angebot | Fußball Bundesliga Live und Filme in HD | sky.de

www.sky.de/web/cms/de/abonnieren-sky-angebot2.jsp

Kundenlogin

Suche  
Suche TV-Guide

Sport Film Entertainment Abonnieren Kundencenter Sky Select TV-Guide

Sie befinden sich hier: Home > Abonnieren

**Die Fußball-Bundesliga ist zurück.**  
Sky Welt + Fußball Bundesliga  
nur € 24,90 mtl.\*  
(in 24-Monats-Abö, danach € 34,90 mtl.)

- Wunschkot gratis\*
- HD-Leihreceiver gratis\*
- 3 Monate HD gratis\*

**Jetzt Fußball Angebot sichern**  
€ 24,90 mtl.\*  
inkl. HD-Leihreceiver für € 0\* statt € 169  
inkl. Sky Go

**Jetzt kompletten Live-Sport sichern**  
€ 38,90 mtl.\*  
inkl. Sky+ Festplattenleihreceiver für € 0\* statt € 169  
inkl. Sky Go

**Jetzt die komplette Vielfalt sichern**  
€ 46,90 mtl.\*  
inkl. Sky+ Festplattenleihreceiver für € 0\* statt € 169  
inkl. Sky Go

Tipps:  
Für Buchung der passenden Premium HD-Sender erhalten Sie den Sky+ HD-Festplattenleihreceiver gratis.\*

Jetzt bestellen



# Key-Learnings aus Sky-Case

**sky** Dein Sky Sport  
Sponsored · 🌐

Steilvorlage: Hol Dir jetzt Sky und sicher Dir den Sky+ HD-Festplattenleihreceiver gratis\*

See translation

Abbildungsbeispiel: Sky+ HD-Festplattenleihreceiver \*Mehr Info

**Sky Fußball Angebot**  
Inkl. Sky Go\* und 3 Monate HD gratis\*

WWW.SKY.DE | BY SKY.DE [Book Now](#)

Like · Comment · Share · 👍 31 💬 15

- Auch Promotion hochpreisiger Abos funktioniert sehr gut in Facebook → CPO bei Sky über 30% niedriger als in Vergleichskanälen
- Testphase war nötig, um Erfolgsformel zu finden → Jede Marke und jedes Produkt funktioniert anders
- Permanente Nachsteuerung ist essentiell und Flexibilität im Werbedruck pro Monat sehr förderlich → Bereits mehr als 250 Kampagnenvariationen umgesetzt → Optimierung hat Erfolg um 34% erhöht
- Kampagnen MÜSSEN auch für mobile Endgeräte optimiert sein → Großteil des Erfolgs kommt auch aus Mobile!

# Bespiel Luxus-Immobilien

Immobilien: „So lässt sich noch ein guter Schnitt machen“ – Immobilien – Finanzen – Handelsblatt

## Handelsblatt

» Drucken

IMMOBILIEN 27.08.2014, 19:25 Uhr

### „So lässt sich noch ein guter Schnitt machen“

von Jens Hagen

Der Immobilienunternehmer Einar Skjerven holt Investoren aus der ganzen Welt nach Deutschland. Im Interview erklärt er, wie er Wohnungen über Facebook verkauft und wo ein Kauf in der Hauptstadt noch lohnt.



Luxusapartments der Skjerven-Gruppe in Berlin: Der Gründer Einar Skjerven stieg in Berlin rechtzeitig ein und machte gute Renditen.  
*Quelle: Reuters*

Himmelblaues Sakko und himmelblaue Hose, schwarze Schuhe im Schlangenleder-Cowboy-Look, die Haare lang und das Hemd weit geöffnet: Einar Skjerven macht seinem Ruf als bunter Hund der Immobilienbranche wieder einmal alle Ehre.

Skjerven kaufte mit seiner Gruppe bereits im Jahre 2006 im großen Stil Wohnimmobilien in Berlin, zu einem Zeitpunkt, als die meisten anderen die Stadt wegen schlechter Wirtschaftsdaten längst abgeschrieben hatten. Skjerven lag richtig, heimste beim Verkauf kräftige Preisauflschläge ein. In einem Düsseldorfer Café unweit der Luxusmeile Königsallee erklärt der gut gelaunte Norweger, wie er seine Wohnungen über soziale Medien vertickt.

# Grundstruktur der Werbewelt von Facebook

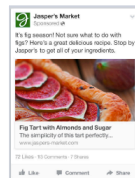
## Ziele

### Werbemittel

#### Video



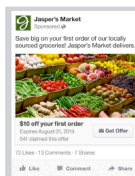
#### Bild



#### Call To Actions



#### Angebote



### Targeting

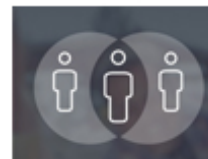
#### FB Targeting



#### Web Retargeting\*



#### Custom Audiences



#### Lookalike Audiences



## Tracking

\*Bei Facebook auch „Website Custom Audiences“ genannt



# Facebook ist für alle strategischen Ziele geeignet

facelift

## Branding und Loyalty / Interaktion



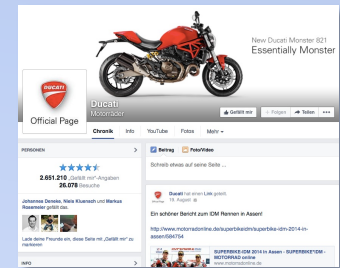
## Online Sales und Website Traffic



## Mobile Apps für iOS und Android



## Offline Sales z.B. über Angebote



# Case: Branding

facelift

The screenshot displays the Bayer Facebook page with the following elements:

- Header:** A large banner image of a school of fish with the text "PASSION TO INNOVATE" in green and "POWER TO CHANGE" in blue.
- Profile Picture:** The Bayer logo with "DE" below it.
- Page Name:** "Bayer" with a verified badge, "Unternehmenssitz", and "Weitergeleitet von Bayer".
- Interaction Buttons:** "Gefällt mir", "+ Folgen", "Nachricht senden", and a menu icon.
- Navigation:** "Chronik", "Info", "Fotos", "Videos", "Mehr".
- Left Sidebar:**
  - PERSONEN:** "1.068.127 „Gefällt mir“-Angaben" and "Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren".
  - INFO:** Imprint link, "Sicherheitsinformationen" (Please read "Your comments" before posting any medical issues), and contact information for enquiries.
- Post:** A post from Bayer dated 18. August with the caption "Bayer hat sein/ihr Titelbild geändert." and a thumbnail of the new banner image.

Ziel:

Kampagne zum Aufbau einer globalen Seite für BAYER AG als Kundenbindungsmaßnahme

Über  
700.000  
Fans in 9  
Monaten

# Case: Online Sales

facelift

The image shows a screenshot of the Facebook profile for 'Dein Sky Sport'. The profile picture is a large image of a soccer player in a green jersey kicking a ball, with the 'sky' logo in the top left and 'Dein Sky Sport' in the bottom right. The cover photo is a smaller version of the same image. The profile name is 'Dein Sky Sport' with a verified badge and 'Fernsehsender' below it. The navigation tabs include 'Chronik', 'Info', 'Traumelf WM2014', 'Fotos', and 'Mehr'. The 'PERSONEN' section shows 430,716 'Gefällt mir'-Angaben and a list of people who liked the page. The 'INFO' section shows the website URL 'http://www.sky.de/sport'. The main content area shows a post from 'Dein Sky Sport' from 8 hours ago with the text: 'Das läuft mal gar nicht für Felix Magath: Mit Absteiger Fulham kas Coach in der zweiten englischen Liga die dritte Niederlage im dri Alle Infos: [http://bit.ly/magath\\_fehlerstart](http://bit.ly/magath_fehlerstart)'. The post features a photo of Felix Magath.

Ziel:

Generierung von Abo  
Abschlüssen auf der  
sky.de Homepage für  
SKY Sport / Film /  
Entertainment

Generierung  
tausende  
SKY Abos

# Case: Mobile Apps

The image shows a Facebook post from the page 'Coyote Deutschland Computer/Technik'. The post features a large graphic with the word 'BLITZMERKER.' in white on a black background. Below this, there is a speedometer showing 122 km/h and a driver in a suit holding a coffee cup. The driver's car dashboard displays '077 km/h' and 'SPEED LIMIT 850 KM/H'. The post includes a 'Gefällt mir' button, a '+ Folgen' button, and a 'Nachricht senden' button. The page header shows 'Coyote Deutschland Computer/Technik' and navigation tabs for 'Chronik', 'Info', 'Fotos', 'Videos', and 'Mehr'. The left sidebar shows 'PERSONEN' with 5.423 'Gefällt mir'-Angaben and 'INFO' with a link to 'http://www.meincoyote.de/' and an 'Impressum' link.

**Ziel:**  
Kampagne zum Aufbau  
der Nutzerschaft der  
iCoyote App auf Apple  
iPhones und Android  
Smartphones über App  
Install Ads

60.000  
App Installs  
in 3  
Monaten

# Case: Offline Sales

**Ziel:**  
**Generierung von Probe-**  
**fahren bei Ducati**  
**Händlern bundesweit.**  
**Maximale Durch-**  
**dringung der affinen**  
**Zielgruppe**

**Ducati**  
Motorräder

New Ducati Monster 821  
Essentially Monster

Official Page

2.651.210 „Gefällt mir“-Angaben  
26.078 Besuche

Johannes Deneke, Niels Klusch und Markus Rosemeier gefällt das.

Ein schöner Bericht zum IDM Rennen in Assen!

<http://www.motorradonline.de/superbikeidm/superbike-idm-2014-assen/584754>

**Generierung von hunderten Probefahrten**

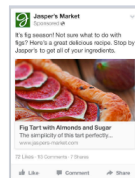
## Ziele

### Werbemittel

#### Video



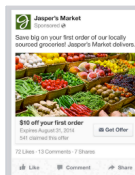
#### Bild



#### Call To Actions



#### Angebote



### Targeting

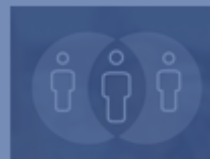
#### FB Targeting



#### Web Retargeting\*



#### Custom Audiences

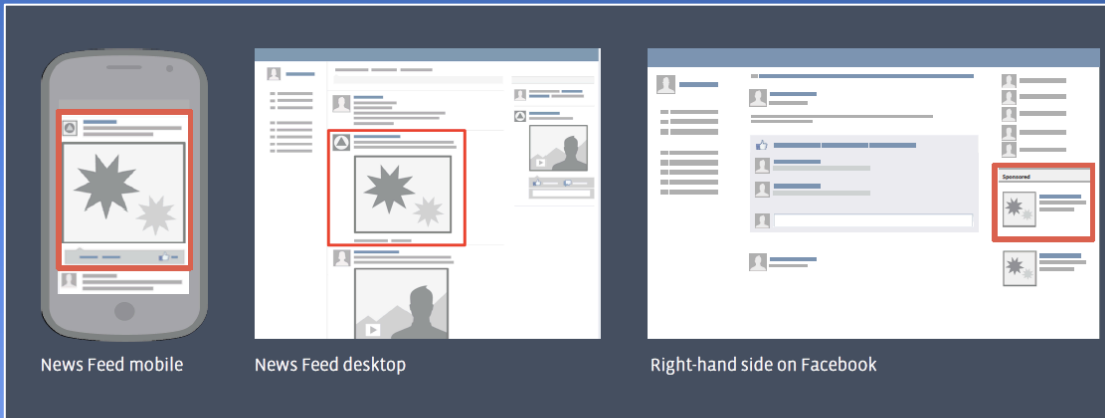


#### Lookalike Audiences



## Tracking

# Werbemittel: Mobile, Newsfeed Desktop, RHS



What your business is

What your message is

What your visual assets are  
*Includes photos, videos*

Which action your want people to take with your ad (optional)  
*Includes Like, Get Offer, Join Event, Install app*

The image shows three panels illustrating a sponsored ad for Jasper's Market. The first panel, 'News Feed mobile', shows the ad on a smartphone screen. The second panel, 'News Feed desktop', shows the ad on a desktop newsfeed. The third panel, 'Right-hand side on Facebook', shows the ad on the right-hand side of a Facebook interface. The ad text includes: 'Jasper's Market Sponsored', 'Save big on your first order of our locally sourced groceries! Jasper's Market delivers within the city!', '\$10 off your first order over \$50', '541 claimed this offer', and 'Get Offer'. The ad features a vibrant photo of fresh produce.


News Feed mobile      News Feed desktop      Right-hand side on Facebook

**Update:  
RHS Ads jetzt  
auch in News  
Feed Format**

# Beispiele für Werbeanzeigen in Facebook

**Apsu Nutrition**  
Sponsored

APSU - Specifically thought for watermen, making it the premium Surfer supplement!



**Francisco Porcella:**  
"Healthy nutrition is one of my top priorities in life. Apsu gives me that extra balance, boost to keep my body at 100% at all times."

APSULUTE.COM [Shop Now](#)

**Chicago - Das Musical**  
Sponsored

Leidenschaftlich, aufregend, sexy. Das ist Stuttgarts neues Musical CHICAGO.  
See translation



**JETZT TICKETS SICHERN!**

WWW.STAGE-ENTERTAINMENT.DE [Book Now](#)

**Triperna**  
Sponsored

Enjoy an once-in-a-lifetime trip to Maldives with an all-inclusive package!  
Book now!



**Best Price Guarantee!**

WWW.TRIPERNA.COM [Learn More](#)

Suggested App

**7TV**  
3 hrs

Lieblingsserie verpasst? Jetzt die aktuelle Episode in der größten Mediathek schauen!  
See translation




**Neue Episode online!**  
Available on the App Store [Watch Video](#)

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

Suggested App

**Quoka Kleinanzeigen Flohmarkt**  
4 August

Hoi dir jetzt deinen persönlichen Flohmarkt aufs Smartphone! Einfach & in deiner Nähe.  
See translation



**Die Kleinanzeigen App!**  
★★★★☆  
Get it on Google Play [Install Now](#)

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

Florian Höft likes this.

**Duravit AG**  
Sponsored

Courage to innovate. Get to know Duravit on Facebook!



**Duravit AG**  
Company  
126,218 likes [Like Page](#)

# NEU: Video Ads

**Deine Sky Serien**  
Sponsored · 🌐

Jetzt das Game of Thrones Special exklusiv auf Sky Atlantic HD sehen. Tom Wlaschiha alias Jaqen H'ghar gibt einen Einblick in die beste Serie der Welt!

[See translation](#)



Like · Comment · Share · 👍 504 💬 20 📧 46

**Das Wunder von Bern**  
Sponsored · 🌐

Kannst Du denn wirklich nur an Fussball denken? Hör dir jetzt Annett Louisans Song zum neuen Musical Das Wunder von Bern an.

[See translation](#)



Like · Comment · Share · 👍 1,024 💬 94 📧 590

**Aufmerksamkeit  
durch Bewegtbild  
inklusive aller  
Targeting Optionen  
auf Facebook**

# NEU: Multi Product Ads



Ziele

Werbemittel

Video



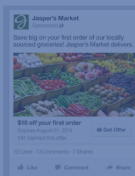
Bild



Call To Actions



Angebote



Targeting

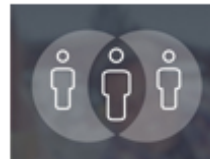
FB Targeting



Web Retargeting\*



Custom Audiences

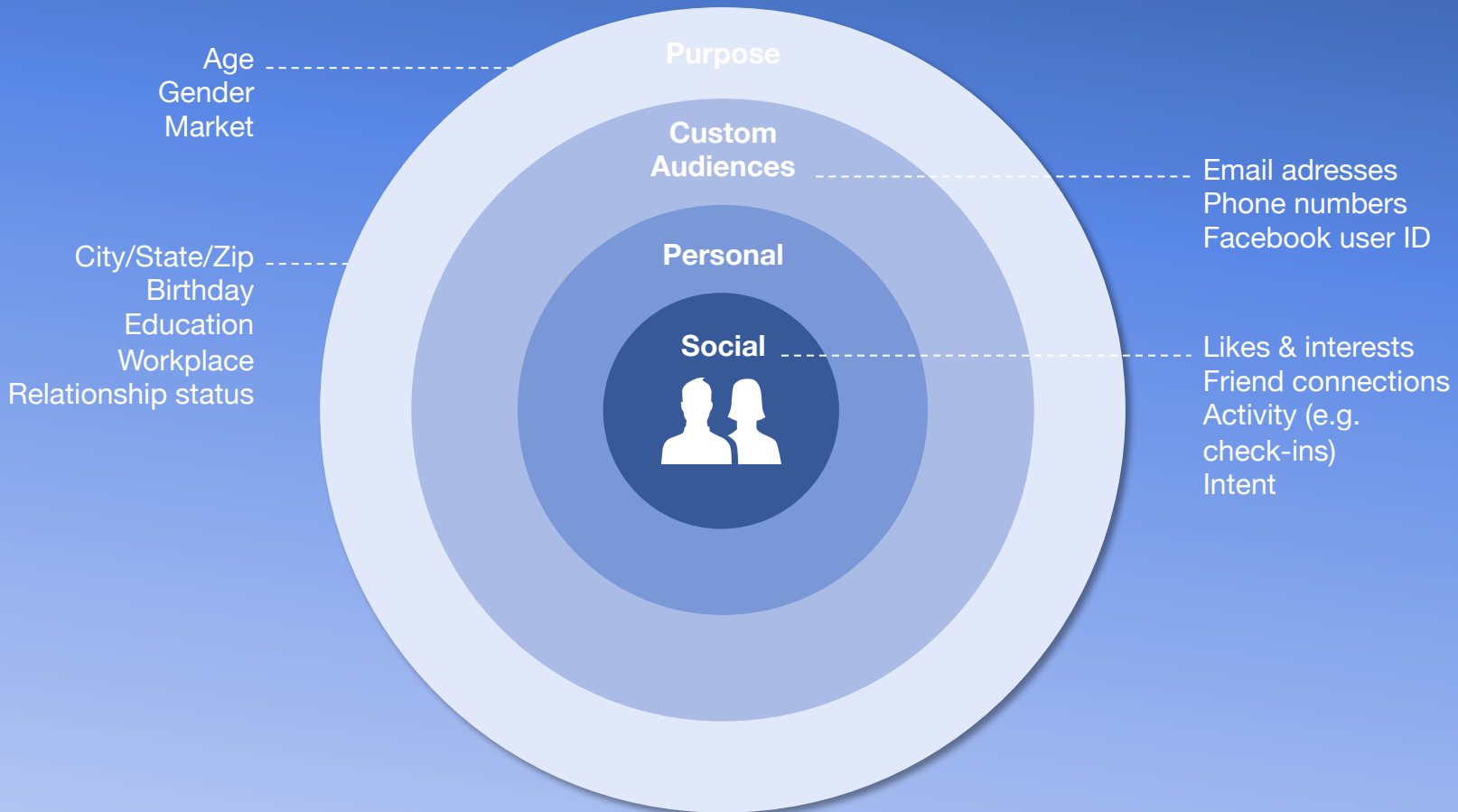


Lookalike Audiences



Tracking

# Zielgruppengenaue Werbung auf Basis realer Daten



# Alle Targetingmöglichkeiten in der Übersicht



**Locations** Germany, Hamburg  
Hamburg + 25 mi  
Add a country, state/province, city or ZIP

**Age** 13 - --

**Gender** All Men Women

**Languages** Enter a language...  
More Demographics

INCLUDE NEARBY  
Hamburg  
Hamburg + 10 miles  
✓ Hamburg + 25 miles  
Hamburg + 50 miles  
EXCLUSION TARGETING  
Exclude Locations

**Interests** Business and industry  
All Business and industry  
Search interests | Suggestions | Browse  
Potential Reach: 620,000 people

**Behaviors** Entertainment  
Games  
Action games

**Categories** Board games  
Browser games  
Card names

53,354,000 people  
Description: People who have expressed an interest in or like pages related to Action games

**Placement**

✓ News Feed on Desktop  
✓ News Feed on Mobile on iOS devices only

iPhones (all) x  
iPods (all) x  
iPads (all) x  
i

✓ Minimum version 3.0  
✓ Only when connected to Wi-Fi

Partner Mobile Apps  
Right Column on Desktop

**Categories** Search categories

PARTNER CATEGORIES  
Action  
Datalogix  
DLX CPG  
Bakery Buyers  
Baking & Cooking Supplies Buyers  
Beverage Buyers  
Cereal Buyers  
Frozen Food Buyers

FACEBOOK BROAD CATEGORIES

**Sweetheart Cupcakes**  
Plainfield's own gourmet cupcake and coffee shop!  
You like Sweetheart Cupcakes.

23,436,300 people  
Description: People who are heavy buyers of bakery products.  
Details: People who spend 3 times or more than the national average based on volume unit spend in the bakery category and have actively purchased over the last 12 months.  
Source: Loyalty card and transaction-level household purchase data with multi-channel coverage across all product categories.

Connections: Target users who are connected to:  
Enter your page, app or event names  
Target users who are not already connected to:  
Sweetheart Cupcakes

**More Demographics**

Relationship >  
Education >  
Work >  
Ethnic Affinity  
Generation  
Parents >  
Politics (US)  
Life Events

**Interests** Search interests | Suggestions | Browse

**Behaviors** Search behaviors | Browse

**More Categories** Choose a category | Browse

**Connections**  
 All  
 Only people connected to Dr. Oetker Pizza Deutschland  
 Only people not connected to Dr. Oetker Pizza Deutschland  
 Advanced connection targeting

**Create Audience**

Choose the type of audience you want to create on Facebook.  
This process is secure and the details about your customers will be kept private.

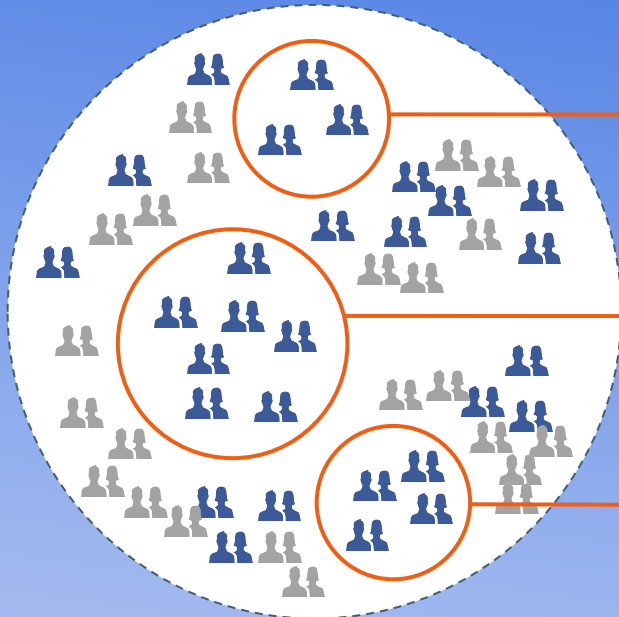
Data File Custom Audience  
MailChimp Custom Audience  
Custom Audience from your Mobile App  
Custom Audience from your Website

Cancel

# Targeting auf eigene Webseiten-Besucher

## Webseite

Herausfiltern der Besucher mit einer Facebook-ID, was in der Regel über 50% aller Besucher sind!



Besucher ohne FB ID  
 Besucher mit FB ID

## facelift

Gruppierung entlang spezifischer Interessen

Fans von „TWD“

Fans von „FC Bayern“

Fans von „House of Cards“

## facebook

Jede Gruppe sieht individuelle Werbung

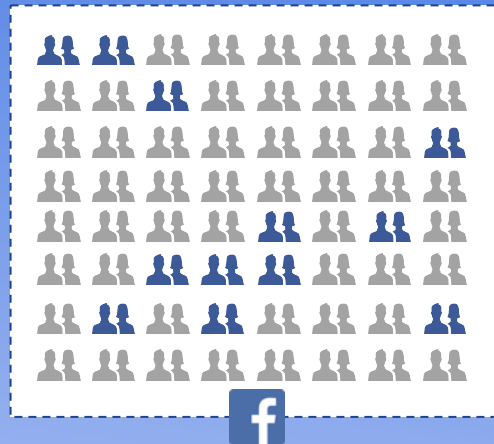


# Targeting mit eigenen CRM-Daten

## Vorbereitung

Hochladen eigener Daten zur Identifikation der eigenen Kunden in Facebook, ggf. weiteres Targeting nach Interessen etc.

- peter.schmidt@web.de
- lisa.mueller@gmx.de
- mark.schroeder@gmx.de
- sandra87@gmail.com
- josh.stein@email.com
- tina987@gmx.de
- kati.petersen@mail.it
- micha123@gmail.com



## Aktion in Facebook

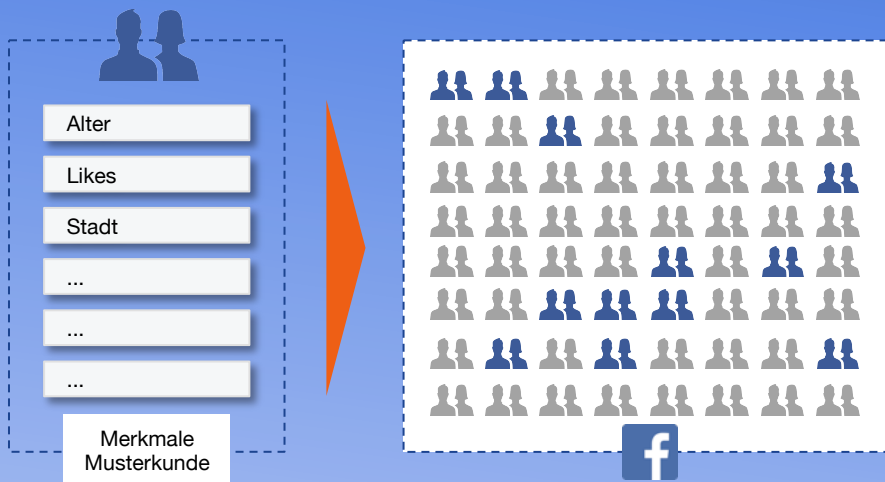
Nur eigene Kunden sehen Werbung innerhalb von Facebook



# Identifizierung von statistischen Zwillingen

## Vorbereitung

Definition eines Musterkunden/-profils (via Custom Audiences) und Abgleich, welche Facebook-User die Kriterien erfüllen



## Aktion in Facebook

Nur „Klone“ des Musterprofils sehen Werbung innerhalb von Facebook



# NEU: Tool für Reach & Frequency

facelift

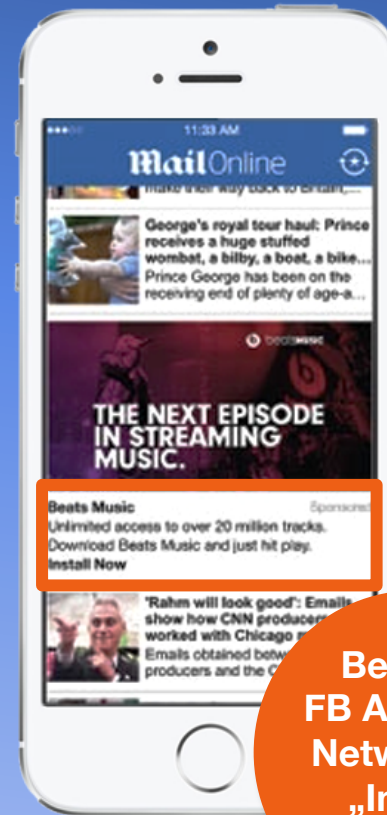
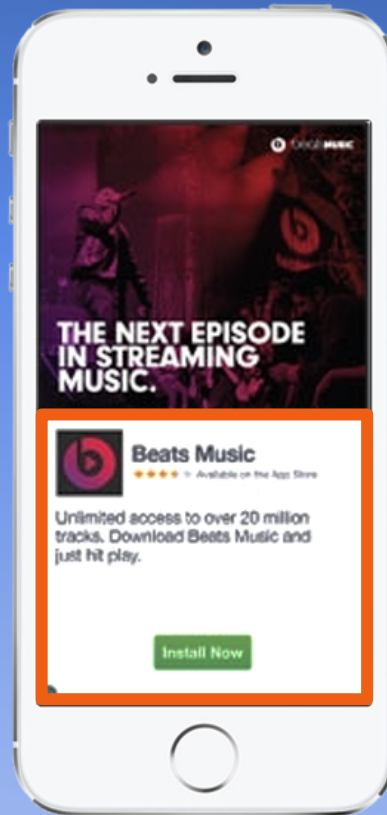


**Garantierte  
Reichweite zum  
garantierten Preis  
in einer  
garantierten  
Nutzergruppe**



# Ausblick: Facebook Werbung überall ausspielen

facelift



Beispiel:  
FB Audience  
Network für  
„In-App  
Adertising!“

## Ziele

### Werbemittel

#### Video



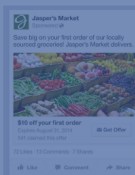
#### Bild



#### Call To Actions



#### Angebote



### Targeting

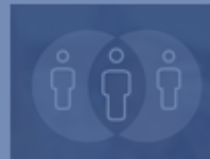
#### FB Targeting



#### Web Retargeting\*



#### Custom Audiences



#### Lookalike Audiences



## Tracking

# Grundsätzlich: Alles in Facebook ist messbar...

The image displays four overlapping screenshots of the Facebook 'Edit Columns' interface, illustrating the vast number of metrics and dimensions available for tracking. A central orange circle contains the text: **Hunderte von Möglichkeiten entlang aller Kennzahlen** (Hundreds of possibilities along all key figures).

**Screenshot 1 (Top Left):** Shows the 'Edit Columns' dialog with 'Cost per App Engagement' selected. The 'Metrics' section includes 'Cost per App Engagement', 'Cost per Clicks to Play Video', 'Cost per Video View', 'Cost per Website Conversion', 'Cost per Checkout (Conversion)', 'Cost per Registration (Conversion)', 'Cost per Lead (Conversion)', 'Cost per Key Web Page View (Conversion)', 'Cost per Add To Basket (Conversion)', and 'Cost per Other Website Conversion'. The 'Dimensions' section includes 'Data Aggregation', 'Data Breakdowns', 'Clicks', 'Actions', and 'Revenue'.

**Screenshot 2 (Top Right):** Shows the 'Edit Columns' dialog with 'Video Views to 95%' selected. The 'Metrics' section includes 'Video Views to 95%', 'Video Views to 75%', 'Video Views to 50%', 'Video Views to 25%', 'Avg. % of Video Viewed', 'Avg. Duration of Video Viewed', 'Clicks to Play Video', and 'Clicks to Play Video'. The 'Dimensions' section includes 'Data Aggregation', 'Data Breakdowns', 'Clicks', 'Actions', and 'Revenue'.

**Screenshot 3 (Bottom Left):** Shows the 'Edit Columns' dialog with 'Attribution Window Settings' selected. The 'Metrics' section includes 'Attribution Window Settings', '1 day after viewing advert', '7 days after viewing advert', '28 days after viewing advert', '1 day after clicking on advert', '7 days after clicking on advert', and '28 days after clicking on advert'. The 'Dimensions' section includes 'Data Aggregation', 'Data Breakdowns', 'Clicks', 'Actions', and 'Revenue'.

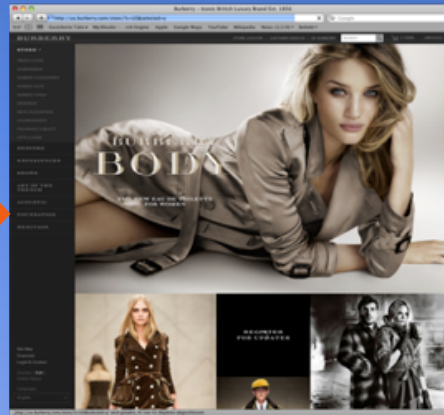
**Screenshot 4 (Bottom Right):** Shows the 'Edit Columns' dialog with 'Click-Through Rate (CTR)' selected. The 'Metrics' section includes 'Click-Through Rate (CTR)', 'Unique Click-Through Rate (uCTR)', 'Cost Per Click (CPC)', and 'Cost Per Unique Click'. The 'Dimensions' section includes 'Data Aggregation', 'Data Breakdowns', 'Clicks', 'Actions', and 'Revenue'.

# ...aber auch volle Transparenz im Web/Shop!

Traffic aus Facebook



Weiterleitung z.B. in E-Shop



Messung der Ergebnisse



Vielzahl  
an Möglichkeiten,  
z.B. Verkäufe,  
Leads und  
Registrierungen



# Geräteübergreifendes Tracking ist möglich



# Grundstruktur der Werbewelt von Facebook

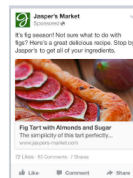
## Ziele

### Werbemittel

#### Video



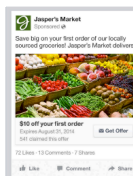
#### Bild



#### Call To Actions



#### Angebote



### Targeting

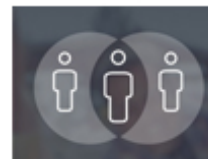
#### FB Targeting



#### Web Retargeting\*



#### Custom Audiences



#### Lookalike Audiences



## Tracking

\*Bei Facebook auch „Website Custom Audiences“ genannt

# Welche Potentiale sehen wir für Verlage?

facelift

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger – Zeitschriftenbranche

www.vdz.de/branche/

Startseite | Presse | RSS-Feed | Newsletter | Keyfacts in English

Suche  Druckansicht

**VDZ** Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

**Anzeigen Vertrieb Digital Medienpolitik Events**

DER VdZ BRANCHE KÖPFE TERMINE PUBLIKATIONEN DIENSTLEISTER SERVICE

Sie sind hier: Startseite > Branche > Branchendaten > **Zeitschriftenbranche**

**Kennzahlen der deutschen Zeitschriftenbranche**

**Reichweite:**

Gesamtreichweite der Magazine in der Bevölkerung ab 14 Jahren: 92,2 %

Reichweite bei m/w 14 bis 19 Jahren: 91,2 %

Reichweite bei m/w 20 bis 29 Jahren: 90,8 %

WEITERE THEMEN:  
WEITERBILDUNG  
BETRIEBSWIRTSCHAFT  
INTERNATIONAL  
TARIFPOLITIK  
NACHHALTIGKEIT

## Zeitschriftenbranche

Digitale Medien

Fachzeitschriften

Konfessionelle Zeitschriften

Publikumszeitschriften



**Leseproben**



**Probe-Abos**



**Voll-Abos**



**Leseproben**



**Probe-Abos**



**Voll-Abos**

Facebook | Abo-Vertrieb | **Umsetzung**

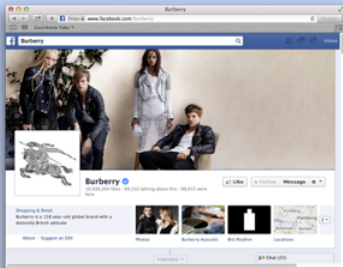
The 'Facelift Media' logo is positioned in the lower-left area of the image. It features the text 'FACELIFT Media' in a white, uppercase, sans-serif font, centered within an orange rectangular box.

Wir realisieren ausschließlich „Full Service Kampagnen“ auf Facebook – und liefern so immer beste Ergebnisse.

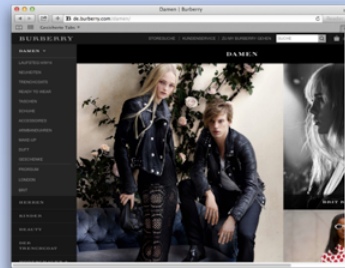
# Vollständige Umsetzung der Kampagne

facelift

## Branding und Loyalty / Interaktion



## Online Sales und Website Traffic



## Mobile Apps für iOS und Android



## Offline Sales z.B. über Angebote



## Wir übernehmen den gesamten Prozess



Umsetzung immer innerhalb von 1-2 Werktagen

Inklusive Technologieeinsatz wenn sinnvoll

**FACELIFT** mit  
direktem Zugang  
zur Marketing API  
von Facebook

# Starker Fokus auf Einsatz von Technologie

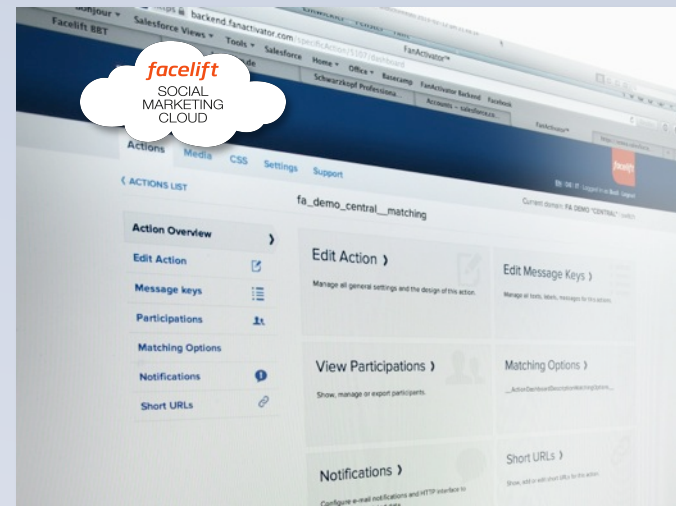
facelift

## FACELIFT Media Team



Dediziertes Team mit der Erfahrung von über 3.000 Kampagnen für alle Ziele

## FACELIFT Social Marketing Cloud



Weltweit einzigartige All-In-One-Lösung mit Fokus auf Facebook-Werbung



100% Facebook

Back to Dashboard

## All Adverts of "Birthday Contest"

Campaign Statistics: Clicks: 130.968 ↑ +15,27 % | Impressions: 78.855.575 ↑ +0,27 | Spent: 22.966,13 €

All except deleted

Name	Status	Advert Reach	Frequenzy	Clicks	Click-Trough-Rate	Avg. Price	Total Spent	Page Likes	Cost per P
<input type="checkbox"/> ▶ Promoting "Wohnungsspecial mit für den Mieter ..."	▶	15	2,4	4.585	0,548 %	0,45 €	48,54 €	46.253	
<input type="checkbox"/> ▶ Promoting "Hund müsste man sein :) #Sommer (Bild via..."	▶	24	6,8	215	0,256 %	1,20 €	8.895,44 €	487.521	
<input checked="" type="checkbox"/> ▼ Promoting "Was immer ihr wollt, es wird geschehen!!"	▶	35	14,3	8.965					

**Alle Kampagnen über alle Pages und Partner an einem Ort**

Advert Preview

Targeting



Hier werden Fans zu Nachbarn Entdecke auf Facebook

This Advert targets 90.000 people

- Who live in Germany
- exactly between the ages of 37 and 42 inclusive
- Who are female
- Who like reisen, Hapag-Lloyd, National Geographic Society, travelling, Expedia, Vacations, Opodo, Reisen, Urlaub, Lorem, Ipsum, Dolor, Seti, Handewing

The background of the slide is a photograph of a man with a beard and mustache, wearing a black tuxedo jacket, a white dress shirt, and a black bow tie. He is looking directly at the camera with a neutral expression. Two hands are visible, one on each side of his chest, adjusting his bow tie. The background is dark and out of focus, with several warm, circular bokeh lights in shades of orange and red.

## Fazit: Trial and Error ist vorbei

Die letzten Jahre wurde viel auf Facebook ausprobiert – jetzt geht es um Professionalisierung. Und um messbare Ergebnisse.

VDZ Direct Marketing Summit: Home

www.vdz-direct-marketing-summit.com/home/

Gesicherte Tabs

 **VDZ**  
Direct Marketing Summit

**VDZ** Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

## 6. VDZ DIRECT MARKETING SUMMIT

03. – 04. September 2014 in Hamburg

☰

**JETZT BUCHEN UND SICH MIT PRAXISNAHEN THEMEN FÜR DAS ABO-GESCHÄFT VON MORGEN RÜSTEN!**

[Zur Anmeldung](#)

**VDZ Special zum Testen von Abo-Vertrieb über Facebook**

# 100% Sicherheit für nur 20k Euro einmalig

1 REACH	2 CLICKS	3 ACTIONS	4 CONVERSION	5 TARGETING
Page Impressions	Clicks	Leads	CpF	Age
Unique Impressions	Unique Clicks	Likes	Cpl	Gender
		Installs	CpL	Location
		Basket	CpO	Country
		Shares	Post Click Post View	Placement
		...	...	...

**Erinnerung:  
Für Sky verkaufen  
wir 600-Euro-Abos  
über Facebook!**

100% Umsetzung für nur 20k Euro einmalig, inkl. aller „händischen“ und technischen Leistungen (5k) sowie Facebook-Media-Budget (15k).

## Ergebnis nach 4-6 Wochen

- Daten bzgl. Leseproben, Probe-Abos und Abos als „Hauptprodukt“
- Daten bzgl. Branding, Traffic/Klicks als „Nebenprodukt“
- Reale Abschlüsse, reale Daten, optimale Entscheidungsgrundlage

## **FACELIFT brand building technologies GmbH**

Part of the Facebook Preferred Marketing Developer Program

Lehmweg 17  
20251 Hamburg | Germany

+49 40 605 900 425  
[contact@facelift-bbt.com](mailto:contact@facelift-bbt.com)