



Tricks für sofort bessere Social Ads

von Miriam Betancourt und Sandra Staub



Hallo

Ich bin Miriam Betancourt. Ich unterstütze Onlineunternehmer dabei, Herz, Hirn und Geldbörse ihrer Kunden zu erreichen. Das tue ich mit guten Geschichten, richtig erzählt und mit Verkaufspsychologie in einen digitalen Prozess mit Online-Werbeanzeigen. Mein System heißt „Storymarketing für Hirn, Herz und Geldbörse“.



[miriam-betancourt.de](https://www.miriam-betancourt.de)

Schau mir in die Augen

Wir Menschen brauchen andere Menschen. Darum reagieren wir sofort, wenn uns Augen anschauen. Das können wir uns in Anzeigen zunutze machen. Denn Menschen kaufen auch von Menschen. Darum reagieren wir besonders gut auf Bilder in Anzeigen, auf denen uns ein Augenpaar anschaut.

Belohnung für die Guten

Facebook ist es wichtig, dass die Nutzer eine gute Zeit auf der Plattform haben. Uns als Werbetreibende haben sie dabei besonders im Auge. Stichprobenmäßig fragt Facebook deshalb unsere Kunden, ob sie mit dem Service zufrieden waren. Also, eine gute Dienstleistung bringt nicht nur Kunden, die immer und immer wieder kaufen. Facebook belohnt uns auch mit niedrigeren Anzeigenpreisen.

Es geht um den Kunden

In einer Anzeige geht es nie um Dich oder Dein Unternehmen. Es geht immer um den Kunden und sein Problem. Das muss in der ersten Zeile des Textes klar werden. Also, überlege mal: Was ist der größte Schmerzpunkt und von wem? Wenn Du beide Aspekte schon im ersten Satz ansprichst, bist Du vielen schon voraus.



Hallo

Ich bin Sandra Staub. Mit meiner Social Media Agentur in München betreue ich kleine und mittelständische Unternehmen bei Ihren Social Media Aktivitäten. Wir erstellen sowohl die Inhalte als auch die Werbeanzeigen über mehrere Social Media Plattformen hinweg. Zudem engagiere ich mich in der Lehre und gebe mein Praxiswissen gerne weiter.



[sandra-staub.de](https://www.sandra-staub.de)

Mit Pixel punkten

Facebook stellt uns Werbetreibenden individuelle Facebook Pixel zur Verfügung. Wenn wir dieses Stück Code auf Landingpages, Homepages und auch Online-Kursseiten einbauen, kann Facebook besser verstehen, wer eigentlich unsere Kunden sind. Unsere Anzeigen werden damit automatisch von Facebook an eine passendere Zielgruppe ausgespielt.

Nimm das Karussell

Bei Facebook und LinkedIn Anzeigen schlägt zur Zeit eine Variante fast alles: Karussell-Ads. Dabei kannst Du mehrere Bilder und Videos nebeneinander in sogenannten Karten zeigen. Der User kann dann mit dem Finger weiterswipen und selbst entscheiden, was spannend ist. Zudem lassen sich hinter den unterschiedlichen Karussell-Karten auch unterschiedliche Links verstecken. Genial um zu testen!

Aufgaben verteilen

Werbeanzeigen zu machen, gibt uns oft das Gefühl alles parallel machen zu müssen. Wenn wir hier Jobs abgeben, können wir eine Menge Zeit und Nerven sparen. Sei es für Textkorrektur, Landingpages nach Vorgabe erstellen oder einfach Grafikdesign. Heiße Tipps dafür sind <https://www.fiverr.com/> oder <https://www.upwork.com/>



Trommelwirbel

Gemeinsam sind wir die Stimmen hinter dem neuen Podcast How to Social Werbung für alle, die mehr Werbeerfolg mit ihren Social Media Werbeanzeigen erreichen möchten

howtosocialwerbung.de

Wir launschen unseren Podcast mit einer kostenlosen

Challenge

vom 2. bis zum 6. November 2020

die **Deine Ads in nur 5 Tagen raketenhaft verbessern** wird.

- ★ 5 Tage lernen aus der Praxis
- ★ Popup Facebook Gruppe
- ★ tägliche LIVE-Videos
- ★ tolle Gewinne für Empfehlungen
- ★ wertvolle Downloads am Schluss

[Klicken & anmelden](#)