



# Online Marketing



**Social Media Marketing**  
**Schwerpunkt Facebook**



Folie/Inhalt ist  
**nicht**  
klausur-relevant!

**E-Mail**  
1971  
wird die erste  
**E-Mail** verschickt

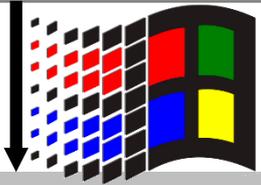
**World Wide Web**  
1989  
TIM BERNERS-LEE entwickelt am  
CERN in der Schweiz den ersten  
Webbrowser mit dem Namen  
**World Wide Web**



IBM PC  
1981



Motorola  
DynaTAC  
1983



Windows 3  
1990



**Arpanet**  
1969  
Arpanet wird  
beim US-  
Verteidigungs-  
ministerium  
entwickelt



Apple I  
1976

**Usenet**  
1978  
Das Usenet entsteht, ein  
weltweites elektronisches  
Netzwerk, das Diskussions-  
foren, die **Newsgroups**,  
bereitstellt

**Mosaic**  
1993  
Der erste grafik-  
fähige Web-  
browser kommt  
zum Einsatz



Folie/Inhalt ist  
**nicht**  
klausur-relevant!

**mySpace**  
2003  
Die **Community für Musik** wird schon 2005 für 580 Millionen Dollar verkauft

**facebook**  
2004  
Das **soziale Netzwerk** verfügt 2018 weltweit über 2,2 Milliarden aktive Nutzer

**Google+**  
2011  
Als Konkurrenz zu facebook gründet Google ein neues soziales Netzwerk

**Bosten Dynamcis**  
2016  
Der Google-Konzern stellt den antropomorphen **Roboter Atlas** in der nächsten Generation vor

Nokia Handy 8210  
1999



Apple iPhone  
2005



Apple iPad  
2010



Frank Schätzing  
Die Tyrannei des Schmetterlings  
2018

2000

2010

2020



Apple iPod  
2001

G1 Android Handy  
2008

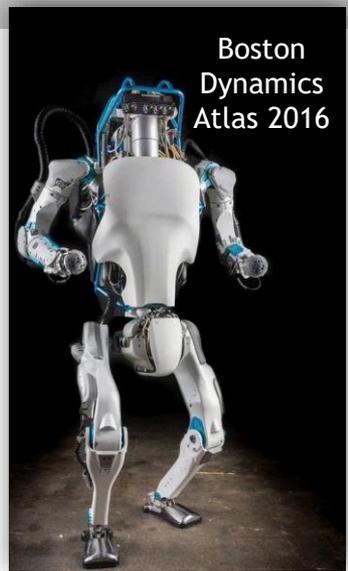


**Google**  
1998  
Die kostenlose **Suchmaschine** Google geht online

**Youtube**  
2005  
Geht auf Sendung. Schon 2006 kauft Google die „Röhre“

**twitter**  
2006  
Das **Microblogging**-System lebt von nur 140 Zeichen

**whatsapp**  
2014  
Der 2009 gegründete **Messenger** wird 2014 von facebook gekauft



Boston Dynamics  
Atlas 2016



## Definition :: Einige Begriffe...

### Social Media

Social Media (auch Soziale Medien) bezeichnen digitale Medien und Technologien (vgl. Social Software), die es **Nutzern** ermöglichen, sich **untereinander auszutauschen** und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten.

Man spricht neudeutsch auch gern von "**user generated content**"

### Social Marketing

Unter Social Marketing wird die Konzeption, Umsetzung und Evaluation von Strategien verstanden, die darauf abzielen, einen gesellschaftlichen **Bewusstseinswandel** herbeizuführen und gesellschaftlich relevante Werte, Einstellungen und Verhaltensweisen zu beeinflussen, zu erhalten oder bewusst zu machen. Oft wird es synonym verwendet mit Sozialmarketing bzw. **Non-Profit-Marketing**, dem Marketing für Non-Profit-Organisationen.

### Social Media Marketing

Social Media Marketing (SMM) beschreibt die Nutzung sozialer Netzwerke für **Marketingzwecke**.





Hier geht es nicht um konkrete Zahlen, sondern um das grundlegende Prinzip!

## Facebook :: Einige erstaunliche Zahlen

Markierungen auf Fotos	74.200
Pinnwand-Einträge	79.350
Neue Freundschaften	98.000
Hochgeladene Fotos	135.000
Klick auf "Like"-Button	382.850
Erstellte Kommentare	510.000

**Raten Sie...**

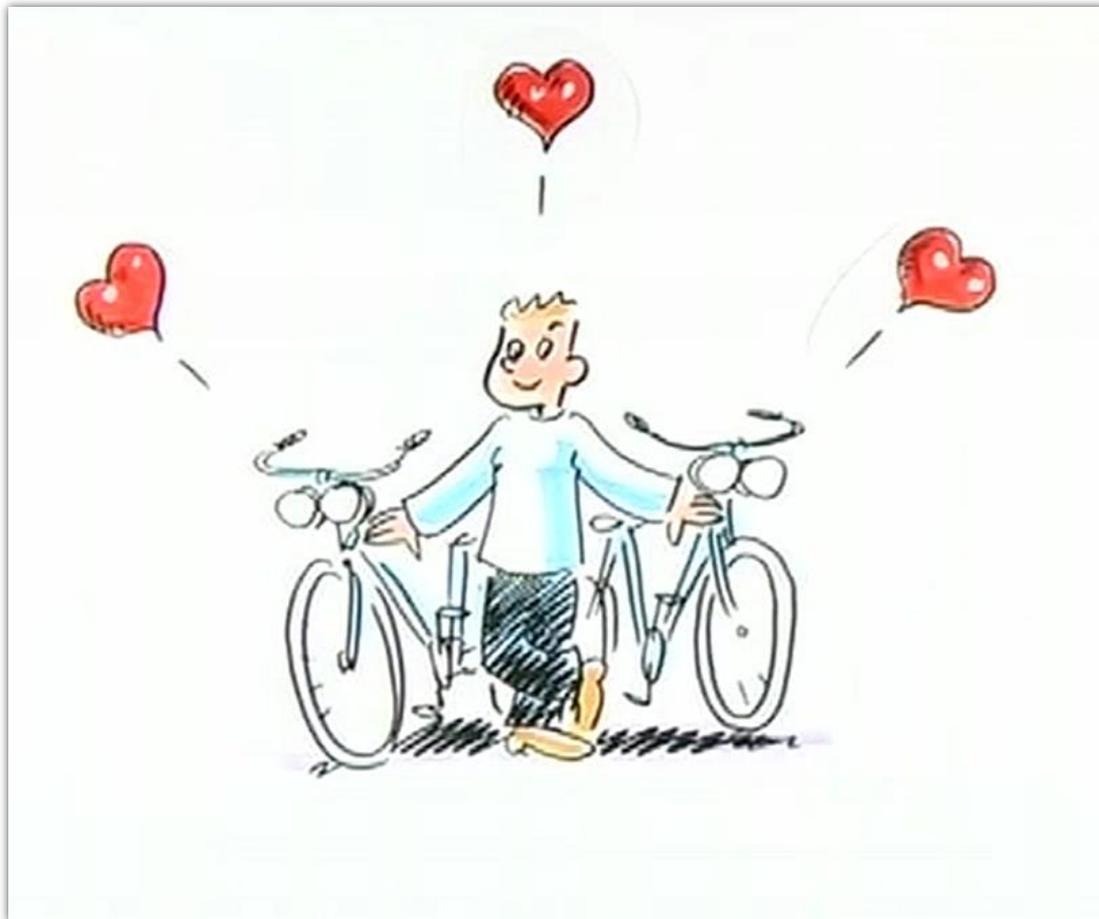
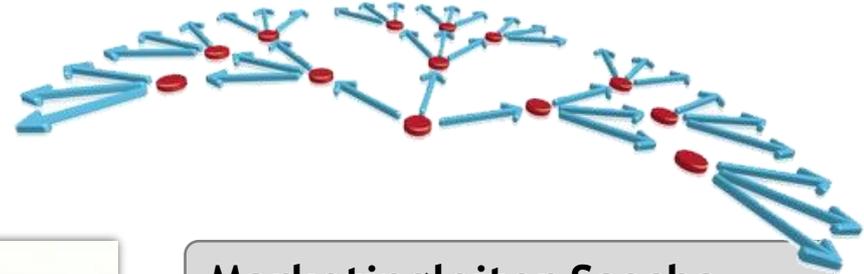
Versucht man, Facebook in **Zahlen** zu erfassen, dann kann eine Mark...



U... en  
Ze...  
lin... ne  
oder...  
...raten Sie... in Sie!



## Marketing 2.0 :: Einfach erklärt



### Marketingleiter Sascha...

**Social Media Marketing** - was erhoffen sich Unternehmen von einer **Marketing-2.0-Kampagne**?

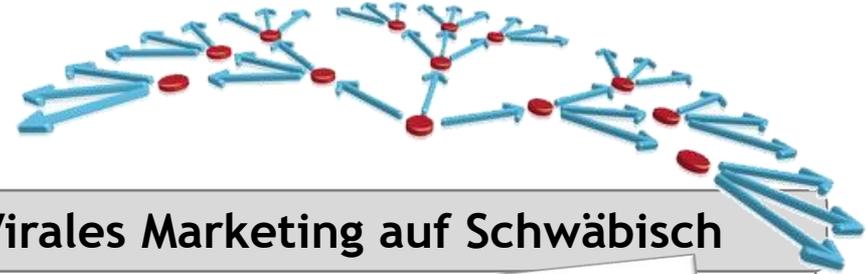
Der Film erläutern an einem anschaulichen Beispiel, wie sich das klassische Marketing in den letzten Jahren hin zum **Online-Marketing** gewandelt hat.

Im Marketing-Mix spielen soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter in der **Distribution** und **Kommunikation** eine gewichtige Rolle.

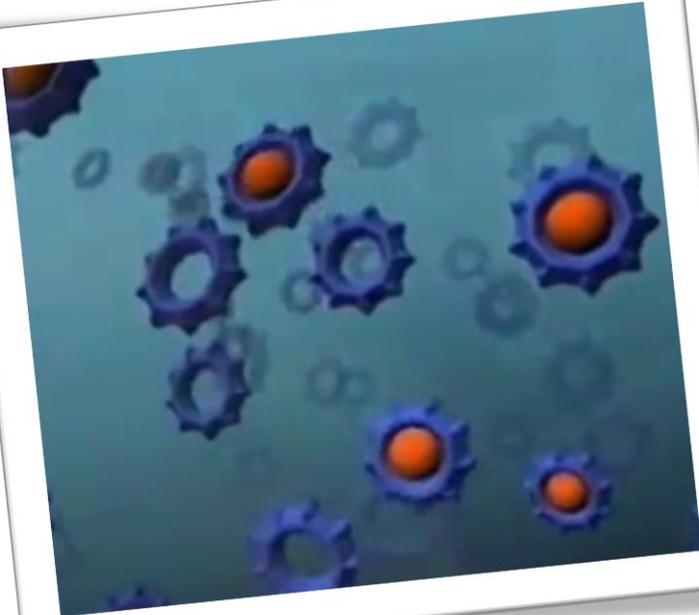




## Der Virale Effekt



### Virales Marketing erklärt ...



**YouTube:**

**ZDF Heute Jornal - Virales Marketing**

<http://www.youtube.com/watch?v=n0wQaRt6NsU> (4:03 min)

### Virales Marketing auf Schwäbisch



**YouTube:**

**Virales Marketing auf dem Todesstern**

[https://www.youtube.com/watch?v=GPO\\_ycwwVlg](https://www.youtube.com/watch?v=GPO_ycwwVlg) (2:29 min)

Sehen Sie zwei YouTube-Videos zum Thema „Virales Marketing“: Zum einmal eine Erklärung zur Funktionsweise von viralem Marketing und zum anderen etwas zum Schmunzeln.



Folie/Inhalt ist  
**nicht**  
klausur-relevant!

# NewsFlash :: Facebook auf mobilen Geräten

**DIE WELT** zur Startseite machen

Home Politik Wirtschaft Geld Sport Wissen Panorama Kultur Reise Motor Regionales

IN DEN NACHRICHTEN: Nordkorea | Alvin Lee † | Dieter Pfaff † | Champions League

20:29 | Soziales Netzwerk 4

## Facebook baut seine Seite zur digitalen Zeitung um



Umbau bei Facebook: Wegen des Tablet-Booms wird der Neuigkeiten-Stream, in dem Postings von Freunden und Seiten landen, grundlegend verändert. Facebook versucht damit einen schwierigen Spagat. **mehr...**

- Übersetzung: Facebook auf Deutsch – Wie das Anstupsen entstand
- Graph Search: Wie man Fotos vor Facebooks neuer Suche schützt

**DIE WELT** zur Startseite machen

Home Politik Wirtschaft Geld Sport Wissen Panorama Kultur Reise Motor Regionales Mein

IN DEN NACHRICHTEN: Nordkorea | Alvin Lee † | Dieter Pfaff † | Champions League

Home > Wirtschaft > Digital > Facebook baut seine Seite zur digitalen Zeitung um

WELT DIGITAL Komplett + iPad mini. Nur 14,99 €\* mtl.

DIGITAL | PC & Notebooks | Smartphones | Tablet-PC | Sicherheit | Internet | TV & Video | Audio | Kamera | Spiele

20:45 | Soziales Netzwerk

## Facebook baut seine Seite zur digitalen Zeitung um

Umbau bei Facebook: Wegen des Tablet-Booms wird der Neuigkeiten-Stream, in dem Postings von Freunden und Seiten landen, grundlegend verändert. Facebook versucht damit einen schwierigen Spagat.



Foto: AP/Alpa



### LinkTipps:

#### Die Welt :: Artikel vom 07.03.2013

<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article114242521/Facebook-baut-seine-Seite-zur-digitalen-Zeitung-um.html>

#### Meedia :: Artikel vom 03.12.2013

<http://meedia.de/internet/facebook-zeigt-mehr-journalistischen-content/2013/12/03.html>



Folie/Inhalt ist  
**nicht**  
klausur-relevant!

# Ihr Auftrag: Anzeigenformate bei Facebook



## Gehen Sie auf die Jagd ...

Auf dem Schulserver finden Sie eine Arbeitsauftrag zu

### Werbeformate auf Facebook

**Recherchieren** Sie selbst und tragen Sie anhand der Fragen die passenden **Informationen** zu Facebook zusammen.

Sie können auch zu **zweit im Team** arbeiten.

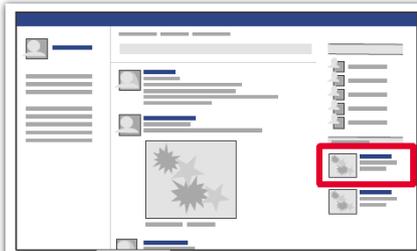
**Sie haben 45 min Zeit.**



Hier geht es nicht um konkrete Formate, sondern um das grundlegende Prinzip!

## Einige Anzeigenformate als Beispiel (1)

### Desktop-Formate



FACEBOOK – RECHTE SEITE

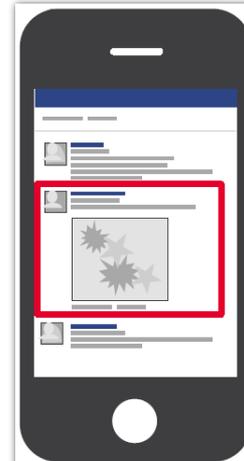


DESKTOP – NEUIGKEITEN

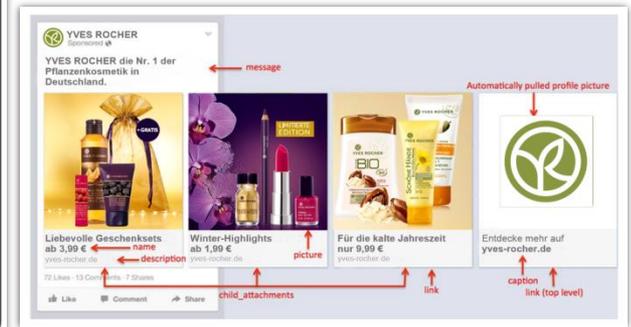


HOMEPAGE – RECHTE SEITE

### Mobile-Formate



MOBILE – NEUIGKEITEN



### Classic Ads

(Voice of business)

#### Pro

- Format mit Vertriebscharakter
- Gute Konversionsrate

#### Contra

- Geringe Aufmerksamkeit
- Geringe CTR
- Keine mobile Auslieferung

### Page Post Ads

(Ready for Action)

#### Pro

- Verschiedene Arten von Posts: z.B. Bild, Video, Link, Event, Umfrage
- Call to Action-Button: z.B. kaufen, buchen, herunterladen
- Desktop und mobile Auslieferung

### Page Post Ads

(Ready for Action)

### Multi Product Ads

(5 zum Preis von 1)

#### Pro

- Weniger Streuverlust
- Mehr Webseitenbesucher
- Zeigen der Produktvielfalt
- Anstieg der CTR
- Desktop und mobile Auslieferung



## Einige Anzeigenformate als Beispiel (2)

Hier geht es nicht um konkrete Inhalte, sondern um das grundlegende Prinzip!  
**Wichtig sind die Bezahlmodelle.**

	Engagement Ads	Marketplace Ads (Facebook-Werbeanzeigen)	Sponsored Stories (Gesponserte Meldungen)
Kundengruppe	Nur für spezielle Werbepartner möglich	Alle Facebook-Nutzer Alle Nicht-Mitglieder	Alle Facebook-Nutzer Alle Nicht-Mitglieder
Position der Anzeige	Direkt nach dem Einloggen auf Facebook-Hauptseite und dort am rechten Rand	Kann auf Hauptseite (News-feed) stehen, eher auf Profil- und Unterseiten des Nutzers	Kann auf Hauptseite (News-feed) stehen, eher auf Profil- und Unterseiten des Nutzers
Budget	Mindestens 10.000 Dollar	Nutzer legt Tagesbudget selbst fest	Nutzer legt Tagesbudget selbst fest
Bezahlmodell	CPM (Cost Per Mille, TKP) CPC (Cost Per Click, PPC)	CPM (Cost Per Mille, TKP) CPC (Cost Per Click, PPC)	CPM (Cost Per Mille, TKP) CPC (Cost Per Click, PPC)
Zielseiten	Zumeist eigene Fan-Page oder Unternehmens-URL	<b>Externe</b> Webseiten und <b>interne</b> Facebook-(Fan)-Seiten	Nur <b>interne</b> Facebook-(Fan)-Seiten und -Anwendungen
Allgemeine Gestaltung	Überschrift, externe/ interne URL, Bild, Text und...	Überschrift, externe/interne URL, Bild, Text	Überschrift, nur interne URL, Bild, Text
Besonderheiten der Anzeige	... Einbindung von Videos, Umfragen und weiteren Besonderheiten (wie z.B. direkt Fan werden, einem Event zu- oder absagen, virtuelle Geschenke usw.)	Bei Fanpages Werbetitel fest auf Titel der Fanpage eingestellt  Werbetext wird innerhalb von Facebook vorgeschlagen kann aber auch selbst festgelegt werden	Bei Fanpages Werbetitel fest auf Titel der Fanpage eingestellt  Einbettung in Facebook-Duktus (Werbetext aus Textbausteinen): - [XY] Personen gefällt das - [Name] gefällt [Werbepartner] - Gefällt-mir-Button



# Bezahlmodelle bei facebook im Überblick

## CPC

### Cost per Click

Die „Kosten pro Click“ sind zumeist die von der **Werbepattform vorgegebenen Kosten** (bzw. Preise) pro Klick auf die Video Ad ...

... die Schritte hierbei sind in etwa diese:

- ⇒ Monatsbudget festlegen
- ⇒ Preis pro Klick festlegen
- ⇒ Targeting

Das **Targeting** erfolgt bei Google und YouTube über die Auswahl geeigneter **Keywords** bei Facebook über das Filtern des **Nutzerprofils**.

Je nachdem, wie fein das Targeting eingestellt wird, **sinkt** oder **steigt** das CPC-Wert.

## CPM

### Cost per Mille

CPM ist nichts anderes als der TKP also zu deutsch der **Tausend-Kontakt-Preis** ...

... die Berechnung läuft nach folgendem Schema:

$$\frac{\text{Preis der Schaltung}}{\text{AD Impression}} \cdot 1000 \text{ Nutzer}$$

... ein Beispiel (TakeOver bei bild.de für 1 Tag:

$$\frac{90.000 \text{ €}}{8 \text{ Mio AI / Tag}} \cdot 1000 \text{ Nutzer}$$

ergibt einen CPM von 11,25 €

## oCPM

### Optimierter CPM

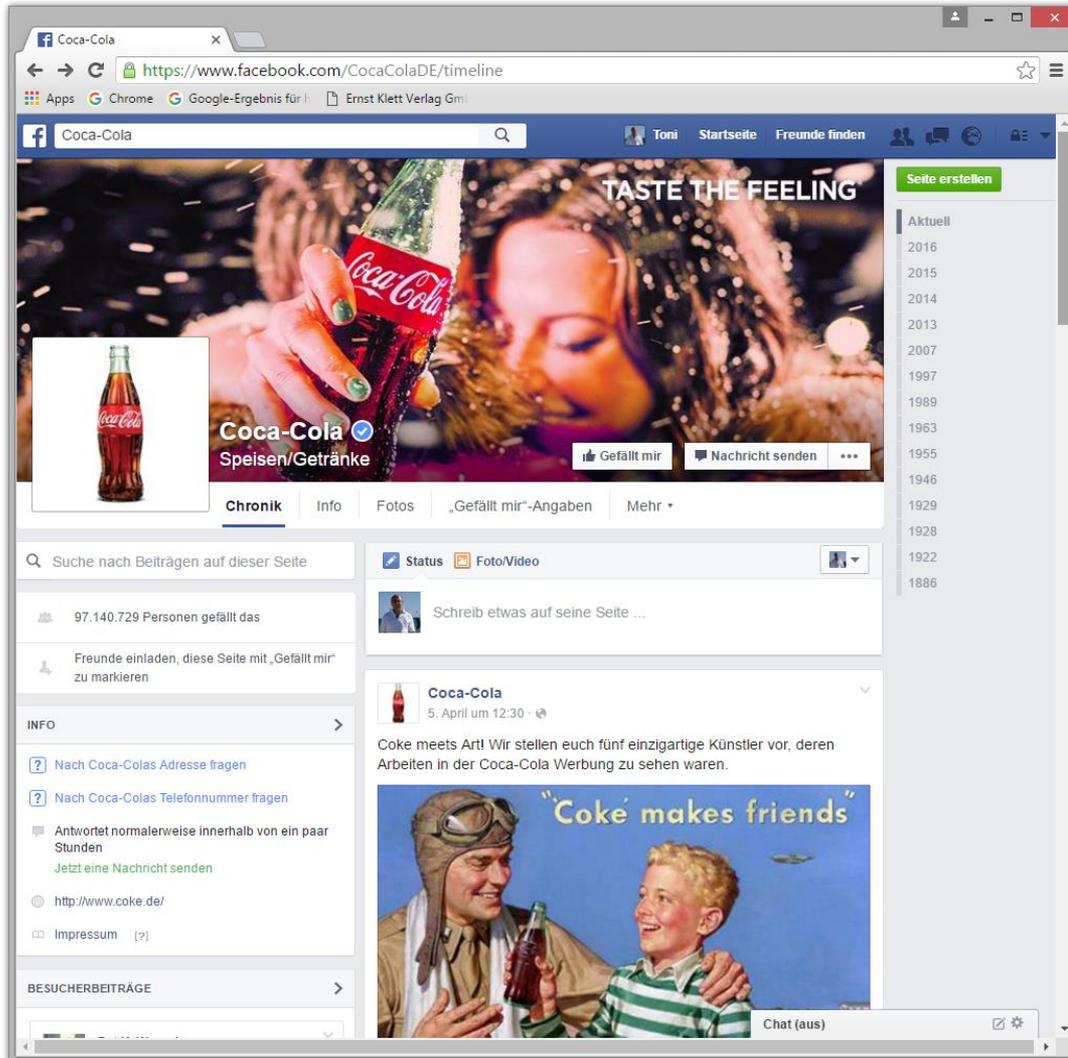
Wie beim CPM bezahlt der Auftraggeber für die **Anzahl** der von facebook ausgelieferten Werbenzeigen.

Dazu kann man facebook beauftragen, möglichst viele „Clicks“ im Sinne von **Benutzeraktionen** zu generieren. Facebook liefert die Anzeige mithilfe des Targeting an **interaktionsfreudige Nutzer** aus.

Clicks in diesem Sinne können sein:

- „Gefällt mir“
- Kommentar erstellen
- Teilen eines Beitrags
- Veranstaltung zusagen
- Abspielen eines Videos
- App installieren

# Diskussion :: Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf FaceBook?



## Warum machen die das?

Immer mehr Unternehmen stellen sich bzw. ihre Produkte mit einer **Fanpage** auf Facebook dar...

...machen die das nur aus Spaß oder verfolgen Sie handfeste Ziele damit?

## Was meinen Sie?

Und welche Rolle spielt dabei eigentlich dieser **"Gefällt-mir"-Button** bei Facebook?



### LinkTipp:

**Content Strategie von Coca Cola auf Facebook**

<http://www.futurebiz.de/artikel/content-strategie-coca-cola-facebook/>



## Welche Ziele verfolgen Unternehmen auf Facebook?

Weiter- bzw. Neuentwicklung  
von Produkten

Unternehmensinhalte mit den  
Kunden teilen

Marke  
bekannter  
machen oder  
positives Image  
verleihen

**facebook**

Werbung für  
Produkte über  
Anzeigen

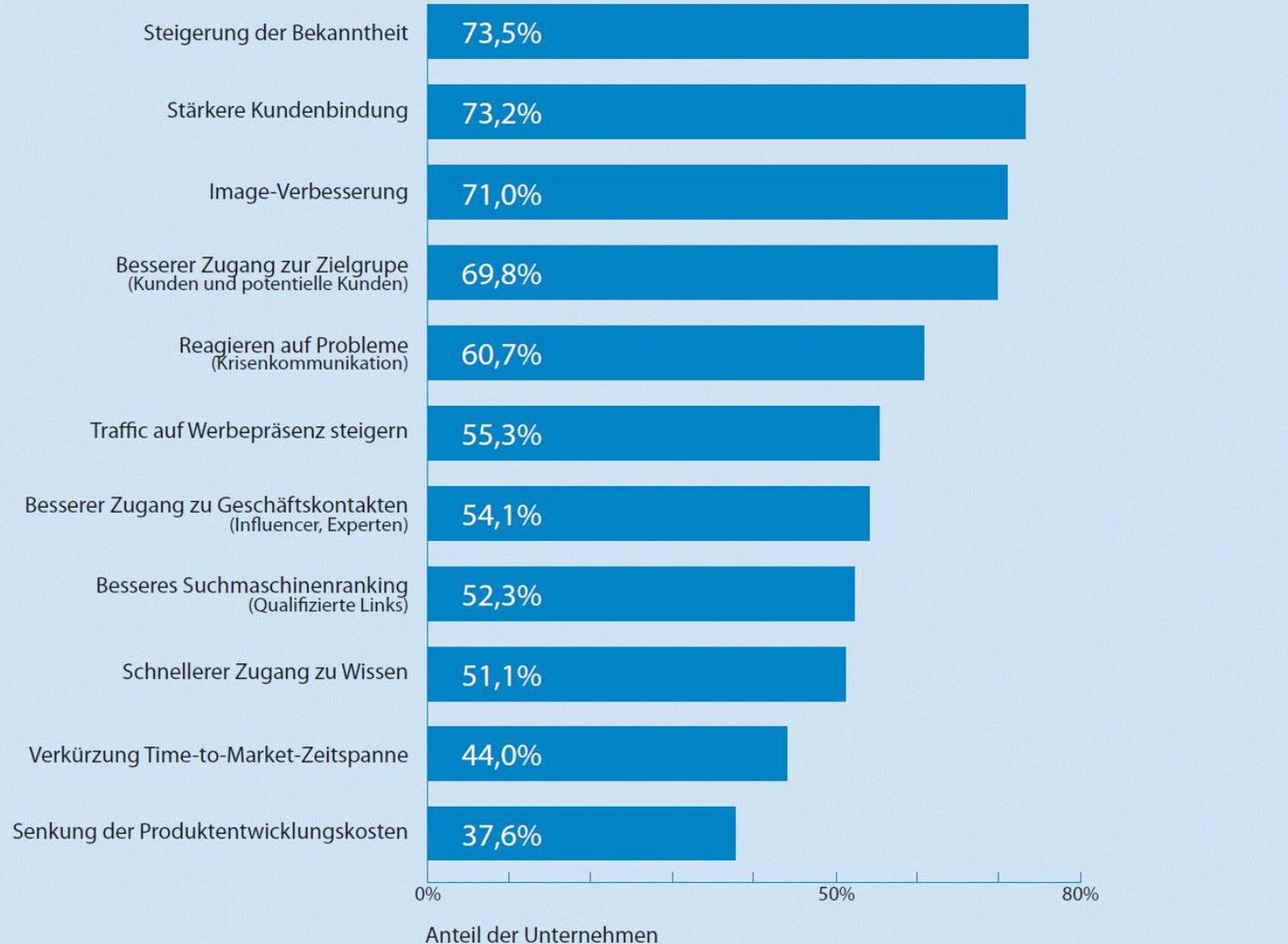
Besucherzahlen der Homepage  
verbessern

Neukunden-Akquise





## Ziele - eine Umfrage Anfang 2014

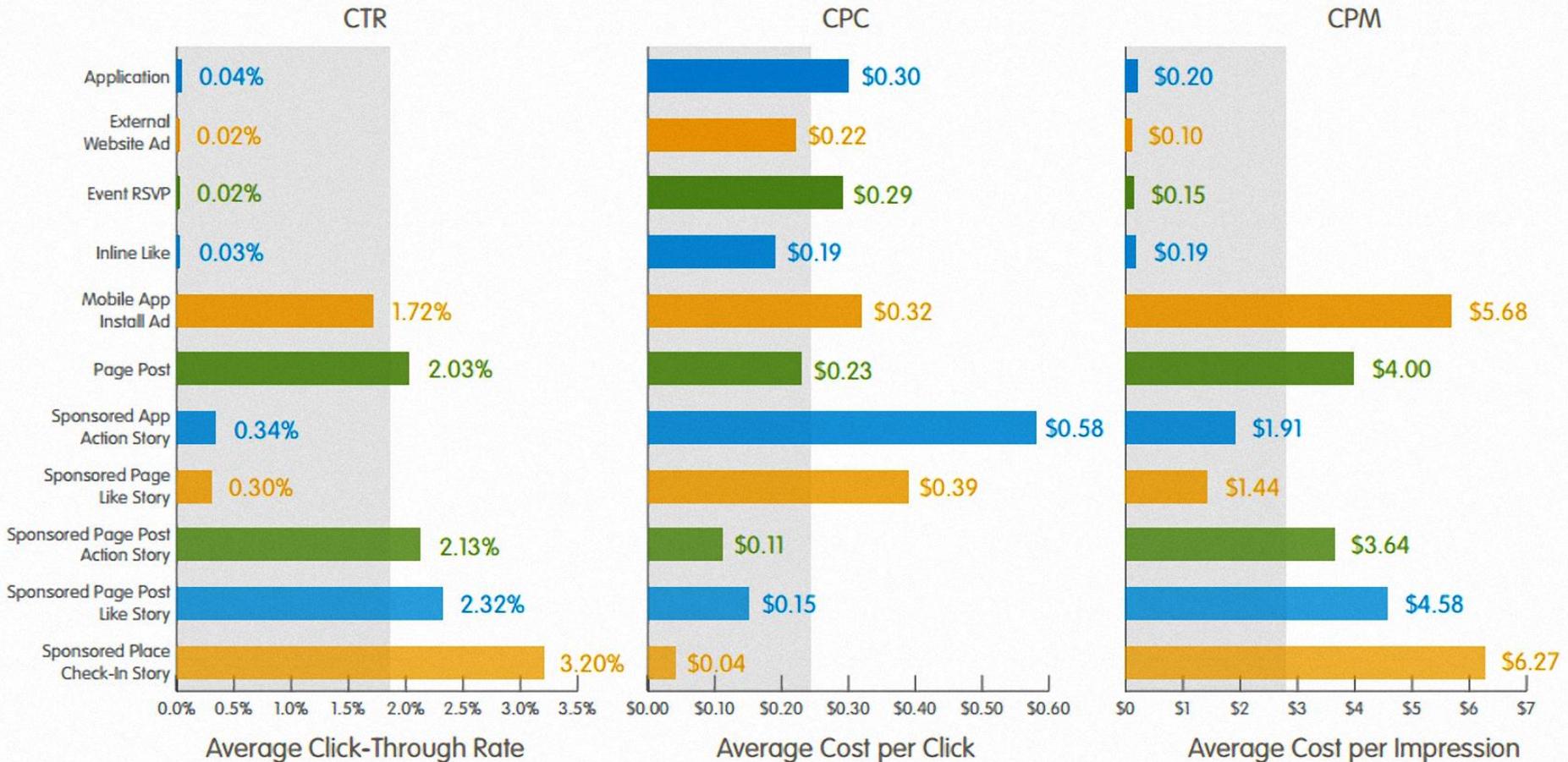




## Facebook - ein Erfolg für Werbetreibende?

Hier geht es nicht um konkrete Inhalte, sondern um das grundlegende Prinzip!  
Sie müssen eine solche Grafik aber interpretieren können.

### FACEBOOK AD TYPE PERFORMANCE AND COSTS

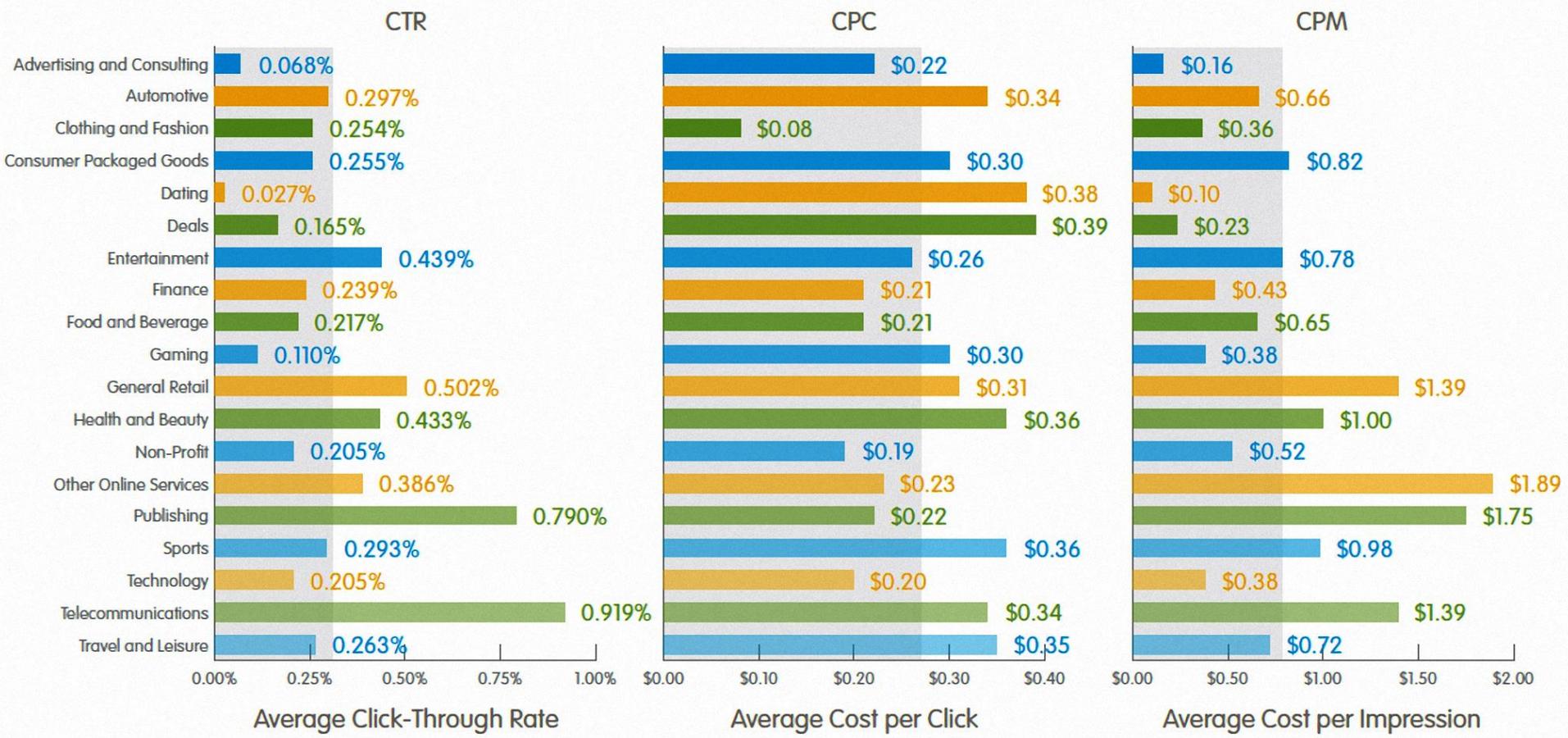


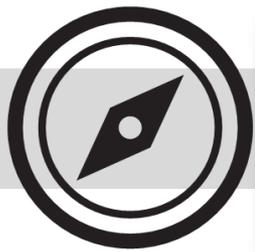


## Facebook - ein Erfolg für Werbetreibende?

Hier geht es nicht um konkrete Inhalte, sondern um das grundlegende Prinzip!  
Sie müssen eine solche Grafik aber interpretieren können.

### FACEBOOK AD PERFORMANCE AND COSTS BY INDUSTRY





# MICROTONIC

Verantwortlich im Sinne des Presserechtes für diese PowerPoint-Präsentation ist **Toni Cramer**.

Die Präsentation begleitet den Kurs „**Online Marketing**“ an der Johann-Friedrich-von-Cotta-Schule. Es handelt es sich um eine nicht kommerzielle, für Schulungs- und Bildungszwecke, eingerichtete Präsentation.

Meine Adressdaten sind:



Toni Cramer  
Irisweg 36  
71672 Marbach

Fon: 07144-861177  
Fax: 07144-858350  
Mail: [Softonic@aol.com](mailto:Softonic@aol.com)  
Web: [www.projectonic.de](http://www.projectonic.de)  
[www.sciencetonic.de](http://www.sciencetonic.de)

## Medienquellen

Alle Quellenhinweise zu grafischen Darstellungen und Texten werden auf den jeweiligen Folien selbst wiedergegeben.

Andere grafische Darstellungen, die nicht gesondert gekennzeichnet sind entstammen den Sammlungen von Hemera Photoobjects 50.000 oder der Serif Image Collection.

## Schutzrechtsverletzungen

Falls Sie vermuten, dass von dieser Website bzw. PowerPoint-Folie aus eines Ihrer Schutzrechte verletzt wird, teilen Sie mir das bitte umgehend per Post, Mail oder Telefon mit. Es wird sofort Abhilfe geschaffen.

## Copyright: MicroTonic, 2019 :: Alle Rechte vorbehalten

Die PowerPoint-Datei und ihre Teile (Folien und grafische Darstellungen) sind urheberrechtlich geschützt. Das gleiche gilt für alle Texte der Folien. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des jeweiligen Rechtegebers bzw. Autors.

**Hinweis zu §52 a UrhG:** Weder die PowerPoint-Dateien noch ihre Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung überspielt, gespeichert und in ein Netzwerk eingestellt werden.

Dies gilt auch für Intranets von Firmen, Schulen, Bildungseinrichtungen und anderen Institutionen.