

# VDZ Akademie

## MASTERCLASS „FACEBOOK ADVERTISING“ ERFOLGREICHE VERTRIEBSKAMPAGNEN AUF FACEBOOK

- Die richtigen Werbeziele auf Facebook auswählen
- Das optimale Kampagnen-Setup für beste Ergebnisse
- Die richtige Gebotsstrategie definieren
- Durch granulares Targeting Streuverluste vermeiden
- Conversions-Tracking richtig einsetzen
- Attributionsmodelle definieren und richtig einsetzen
- Conversion-Boost durch Personalisierung

Early Bird  
bis 28.08.2015

HAMBURG, 19. NOVEMBER 2015

### DAS SEMINAR

Immer mehr Verlage nutzen Facebook, um ihre Marketingziele schnell, effizient und nachhaltig zu realisieren. Das Spektrum reicht dabei von effizientem Abovertrieb, über sofortigen Online-Traffic bis zu Marktforschung für neue Titel und Angebotsformen. Alles ist mittlerweile möglich und immer mehr Beispiele zeigen, dass Facebook ein extrem kraftvolles Tool für Verlage sein kann. Der Grund ist einfach: Facebook bietet eine Reichweite von 28 Millionen aktiven deutschen Usern, die aus der Zielgruppen extrem genau separiert und per Werbung angesprochen werden können. Und das auf Basis eines leistungsorientierten Abrechnungsmodells. Die Masterclass „Facebook Advertising“ der VDZ Akademie vermittelt praxisnah das operative Rüstzeug für höchste Werbeeinflussung auf Facebook. Sie ist damit die ultimative Trainingseinheit für alle, die bereits Social Media-Kenntnisse haben und diese verstärkt mit Facebook im Vertrieb und Marketing erfolgreich einsetzen wollen.

### SEMINARAUFBAU

- **DIE RICHTIGEN WERBEZIELE AUF FACEBOOK AUSWÄHLEN**  
Die passende Werbestrategie auswählen und miteinander verzahnen, beispielsweise Reichweiten-/Aktivitätssteigerung, Sales-/Lead-Generierung oder Conversion-Optimierung.
- **DAS OPTIMALE KAMPAGNEN-SETUP FÜR BESTE ERGEBNISSE**  
Multivariate Testmodelle zur Evaluierung einzelner Kampagnen-Parameter erstellen und beurteilen, z.B. in Bezug auf Targeting und Ad-Kreation. Inklusive Praxishinweise, wo häufig Fehler gemacht werden.
- **DIE RICHTIGE GEBOTSSTRATEGIE DEFINIEREN**  
Die Besonderheiten der unterschiedlichen Facebook Gebotsstrategien im umfangreichen Praxis-Vergleich: CPM, CPC, CPA oder oCPM – die besten Strategien für unterschiedliche Ziele.
- **DURCH GRANULARES TARGETING STREUVERLUSTE VERMEIDEN**  
Alle Targeting-Möglichkeiten von Facebook im umfangreichem Überblick: Demographisches Targeting, Interessenscluster, Custom Audiences, Lookalike Audiences, Re-Targeting
- **ATTRIBUTIONSMODELLE DEFINIEREN UND RICHTIG EINSETZEN**  
Mit Multi-Touch-Attribution-Modellen alle Kanäle und ihre Bedeutung für die Conversion betrachten und so bessere Rückschlüsse auf die Kampagnenplanung zu ermöglichen.

### ■ CONVERSIONS-TRACKING RICHTIG EINSETZEN

Cross-Device- und Cross-Channel-Tracking: Wie Kampagnen-Reichweiten und -Erfolge über unterschiedliche Kanäle und Endgeräte gemessen werden können. Inklusive Tipps für schnelle und unkomplizierte Umsetzung.

### ■ CONVERSION-BOOST DURCH PERSONALISIERUNG

Welche Effekte die Personalisierung von Kampagnen und Landing Pages hat und welche Komponenten sich wie automatisieren lassen. Inklusive Überblick über den richtigen Umgang mit Dynamic Landing Pages.

### TEILNEHMERNUTZEN

Die Teilnehmer lernen, wie sie ihre Vertriebskampagnen erfolgreich mit Facebook umsetzen. Durch die Masterclass „Facebook Advertising“ werden die Teilnehmer konzeptionell und operativ in die Lage versetzt, selbstständig effiziente Facebook-Kampagnen zu planen, einzubuchen, zu optimieren und auszuwerten. So können alle Aktivitäten inhouse abgebildet oder die eingekaufte Agenturleistung besser gesteuert/überprüft werden.

### TEILNEHMER

Verlagsleiter, Vertriebsleiter, Vertriebsmitarbeiter, Marketing-Manager und Personen, die das Thema „Facebook Advertising“ verantworten und/oder selbst erste Facebook Kampagnen eingebucht haben bzw. in Zukunft durchführen möchten.

Grundkenntnisse über Facebook und Online-Marketing sollten vorhanden sein.

### DIE REFERENTEN



#### FLORIAN HÖFT

Head of Advertising Technologies bei Facelift

Herr Höft ist einer der erfahrensten Facebook-Spezialisten in Deutschland und hat bereits hunderte von Kunden aus unterschiedlichsten Industrien zum Thema „Facebook Advertising“ beraten. Herr Höft ist ausgewiesener Experte im Bereich Facebook für Verlage bzw. Medienhäuser.



#### ROXANE RAFATIAN

Head of Advertising Services bei Facelift

Frau Rafatian ist eine der erfahrensten Facebook-Spezialistinnen in Deutschland und leitet das Managed Media Team bei Facelift. Sie berät und unterstützt führende Unternehmen bei der Konzeption und Umsetzung für erfolgreiche Kampagnen auf Facebook. Ihre Expertise in der Optimierung von Brand- und Performancekampagnen dient auch als Grundlage des Facelift Advertising Tools.

# INFORMATIONEN ZUM SEMINAR

## KONDITIONEN

Early Bird – VDZ Mitglied: 440,- EUR (zzgl. MwSt.)  
Early Bird – Nicht Mitglied: 590,- EUR (zzgl. MwSt.)  
**(GILT BIS FREITAG, DEN 28. AUGUST 2015)**

Regular Rate – VDZ Mitglied: 590,- Euro (zzgl. MwSt.)  
Regular Rate – Nicht Mitglied: 720,- Euro (zzgl. MwSt.)

Der Seminarbeitrag enthält ein Mittagessen sowie die Pausen- und Seminargetränke. Teilnehmerabsagen sind bis vier Wochen vor Seminarbeginn kostenfrei. Bei späterer Absage wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der VDZ Akademie GmbH, jederzeit einsehbar unter [www.vdz-akademie.de](http://www.vdz-akademie.de)

## TERMIN UND ORT

Hamburg, 19. November 2015  
9:30 Uhr – 17:00 Uhr

Design Offices Domplatz Hamburg  
Domstraße 10  
20095 Hamburg

T. +49 (0)800 7241273  
[www.designoffices.de](http://www.designoffices.de)

## ANMELDUNG

Bitte schicken Sie so bald wie möglich die untenstehende Fax-Anmeldung an **Fax-Nr. 030 - 72 62 98 - 114** oder **per Post** an:

VDZ Akademie GmbH  
Jennifer Panse  
Markgrafenstraße 15  
10969 Berlin  
T. +49 30 - 72 62 98 - 113  
F. +49 30 - 72 62 98 - 114  
[j.panse@vdz-akademie.de](mailto:j.panse@vdz-akademie.de)

Unter [www.vdz-akademie.de](http://www.vdz-akademie.de) können Sie sich auch **online anmelden**.

## HIERMIT MELDE ICH MICH AN ZUM SEMINAR

## MASTERCLASS „FACEBOOK ADVERTISING“

An der Veranstaltung am 19. November 2015 in Hamburg nimmt aus unserem Hause teil:

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Firma / Verlag

\_\_\_\_\_  
Funktion

\_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon / Mobil

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Datum / Unterschrift

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

