



Facebook-Werbeanzeigen
Vorlage

Leittext

Dies ist der Text, der oben in Ihrer Anzeige erscheint. Auf Mobilgeräten werden zunächst nur die ersten 3 Zeilen angezeigt. Stellen Sie also sicher, dass Sie Ihren aussagekräftigsten Text an den Anfang stellen.

Das heißt aber nicht, dass Sie Ihre Anzeige nicht viel länger als 3 Zeilen machen können. Interessierte Personen werden auf den Link "Mehr sehen" klicken, um den Rest zu sehen. Scheuen Sie sich also nicht, ein gutes, langes Pitch zu machen, um sie dazu zu bringen, sich zu Ihrer Seite durchzuklicken.

Sie können auch Aufzählungspunkte und Emojis verwenden.

Schreiben Sie in die Felder unten 3 verschiedene Versionen des Leittextes Ihrer Anzeige. Machen Sie jede Version ein bisschen anders.

Bild(er) oder Video

Ihre Bilder sind der größte Teil Ihrer Anzeige und müssen ins Auge fallen.

Tatsächlich ist das Bild oder Video neben dem Leittext der wichtigste Teil Ihrer Anzeige.

Sie haben 3 Hauptoptionen für diesen Teil Ihrer Anzeige:

- Einzelnes Bild
- Mehrere Bilder (für ein Karussell)
- Video (das auch eine Diashow aus mehreren Bildern sein kann)

Sie können auch Text in Ihre Bilder einfügen. Achten Sie nur darauf, dass er weniger als 20 % des Bildes einnimmt, da er sonst als qualitativ schlecht eingestuft werden könnte.

Tipp 1: Verwenden Sie das [Text-Overlay-Tool](#) von Facebook, um zu prüfen, ob Sie zu viel Text in Ihrem Bild verwendet haben. Und sehen Sie sich die [Richtlinien für Seitenverhältnisse](#) hier an.

Tipp 2: Verwenden Sie das kostenlose [Video Ad Creation Kit](#) von Facebook, um Videos zu erstellen, oder verwenden Sie ein kostenpflichtiges Tool wie [Animoto](#) für mehr Optionen.

Überschrift

Die Überschrift wird unten in Ihrer Anzeige neben der Schaltfläche für die Handlungsaufforderung angezeigt. Sie ist technisch gesehen optional. Aber es ist eine gute Idee, eine zu verwenden. Facebook schneidet Überschriften mit mehr als 40 Zeichen (einschließlich Leerzeichen) ab. Fassen Sie sich also kurz.

Ideen zum Ausprobieren:

- Beschreiben Sie genau, was sie bekommen, z. B. "Holen Sie sich sofortigen Zugang".
- Verwenden Sie emotional aufgeladene Wörter, wie "Sie werden es lieben" oder "Verpassen Sie es nicht".
- Fügen Sie eine Zahl ein, z. B. "Jetzt 50 Dollar sparen".
- Verwenden Sie Knappheit, z. B. "Letzte Chance".

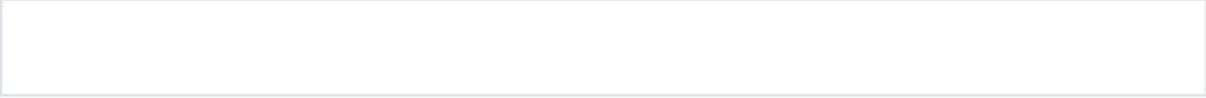
Schreiben Sie in die Felder unten 3 verschiedene Versionen der **Überschrift** Ihrer Anzeige.

Beschreibung

Die Beschreibung erscheint direkt unter der Überschrift in den Platzierungen des News Feeds.

Da sie nicht in jeder Platzierung angezeigt wird, ist sie nicht der richtige Ort für wichtige Informationen. Aber sie eignet sich gut, um die Leute ein letztes Mal anzustupsen.

Schreiben Sie in die Felder unten 3 verschiedene Versionen der Beschreibung.



Call to Action

Die Handlungsaufforderung ist die Schaltfläche, die unten in Ihrer Anzeige neben der Überschrift und der Beschreibung angezeigt wird.

Sie können keinen eigenen Call-to-Action-Text verfassen, aber Sie können aus über einem Dutzend Optionen wählen, die Facebook anbietet, wie z.B. Mehr erfahren, Kontakt, Jetzt buchen, Herunterladen und Anmelden.

Probieren Sie ein paar verschiedene Optionen aus und sehen Sie, welche am besten abschneidet.

Alles zusammenfügen

Jetzt, wo Sie die 5 wichtigsten Bestandteile einer Anzeige haben, ist es an der Zeit, diese in Anzeigen zu verwandeln.

Tipp: Verwenden Sie Dynamische Kreativanzeigen. Mit diesen mischt und kombiniert Facebook alle Ihre Anzeigenelemente im laufenden Betrieb. Die Algorithmen finden die Kombination, die am besten funktioniert, um Ihr Ziel zu erreichen. Das ist eine riesige Zeitersparnis.

Das war's mit dieser Facebook-Anzeigenvorlage. Ich hoffe, Sie war nützlich! Denken Sie daran, dass Sie [hier](#) mehr als 20 weitere Marketing-Vorlagen finden können.

Iman Koma Khabazi

Gründer, BEK Service GmbH

Westendstr. 2A

87439 Kempten (Allgäu)

Website: www.bekservice.de

Email: info@bekservice.de

Tel.: (+49) 831 93065616