



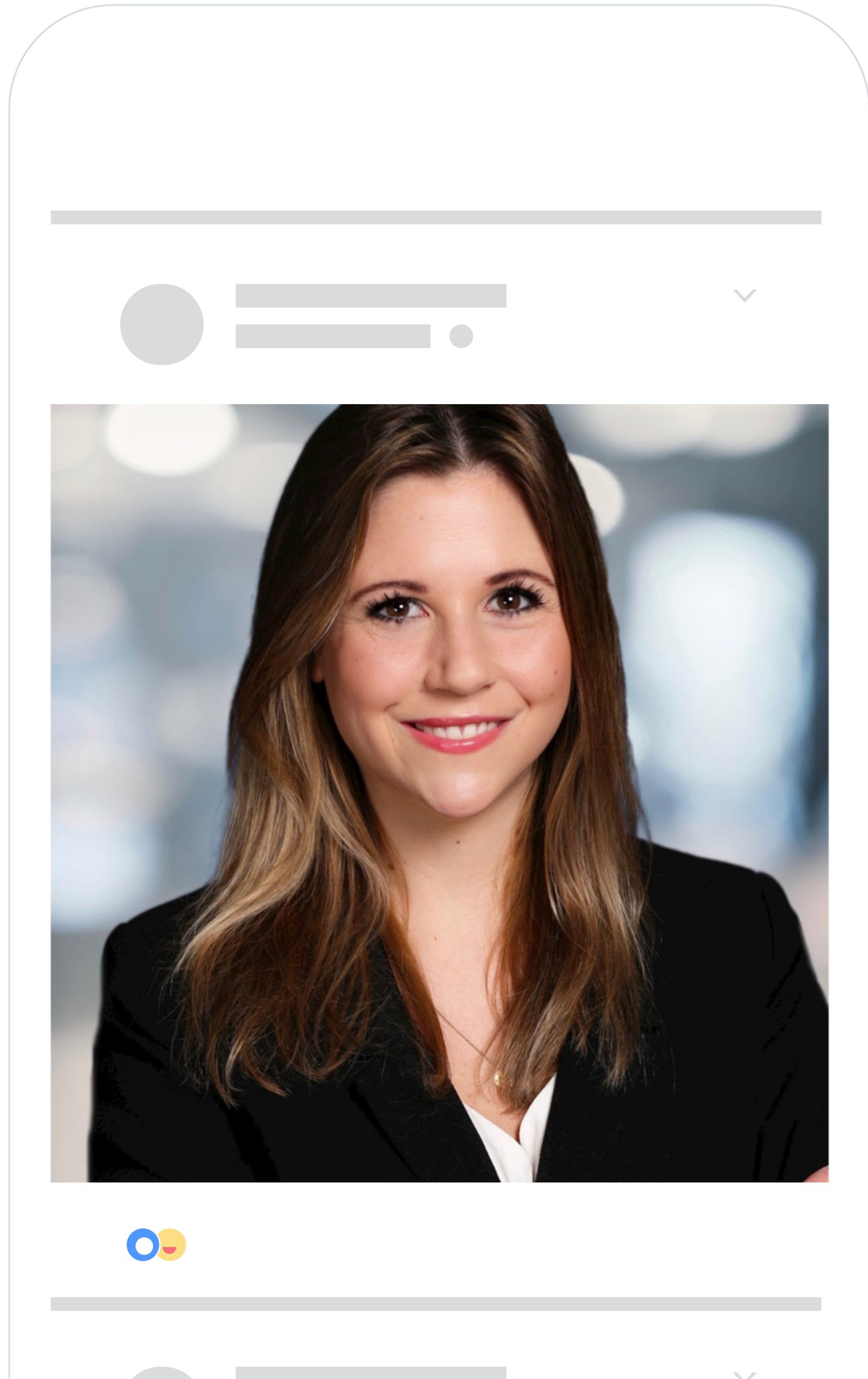
**Werde kreativ**

**Baue deine Marke auf**

Anna-Lena Schneider, 05. Mai 2022







**Anna-Lena**

Small Business Team @ Meta



---

## Das Facebook-Unternehmen heißt jetzt Meta.

Auch unter dem neuen Unternehmensnamen bieten wir weiterhin dieselben Produkte an, einschließlich der Facebook-App von Meta.

Unsere Datenrichtlinie und unsere Nutzungsbedingungen gelten auch weiterhin, und die Namensänderung hat keine Auswirkungen darauf, wie wir Daten verwenden oder übermitteln.

Erfahre mehr über Meta und unsere Vision für das Metaversum.

<https://www.facebook.com/terms.php>

# Was ist ein Creative?

Die Fotos und Videos,  
die du für Posts und  
Anzeigen verwendest.



Der Text, den du für  
Posts und Anzeigen  
verwendest.



Die Art und Weise,  
wie du Fotos,  
Videos und Text  
erstellst.



Creatives gehören zu den wichtigsten Faktoren, die sich auf den Erfolg deiner Posts und Anzeigen auswirken





**Zeit**

**Geld**

**Ressourcen**

**Wissen**



# Inhalt

1. Business branding 101
2. Kunde, Text, Creative
3. Inhalte für Posts und Werbeanzeigen

01

# Business Branding 101



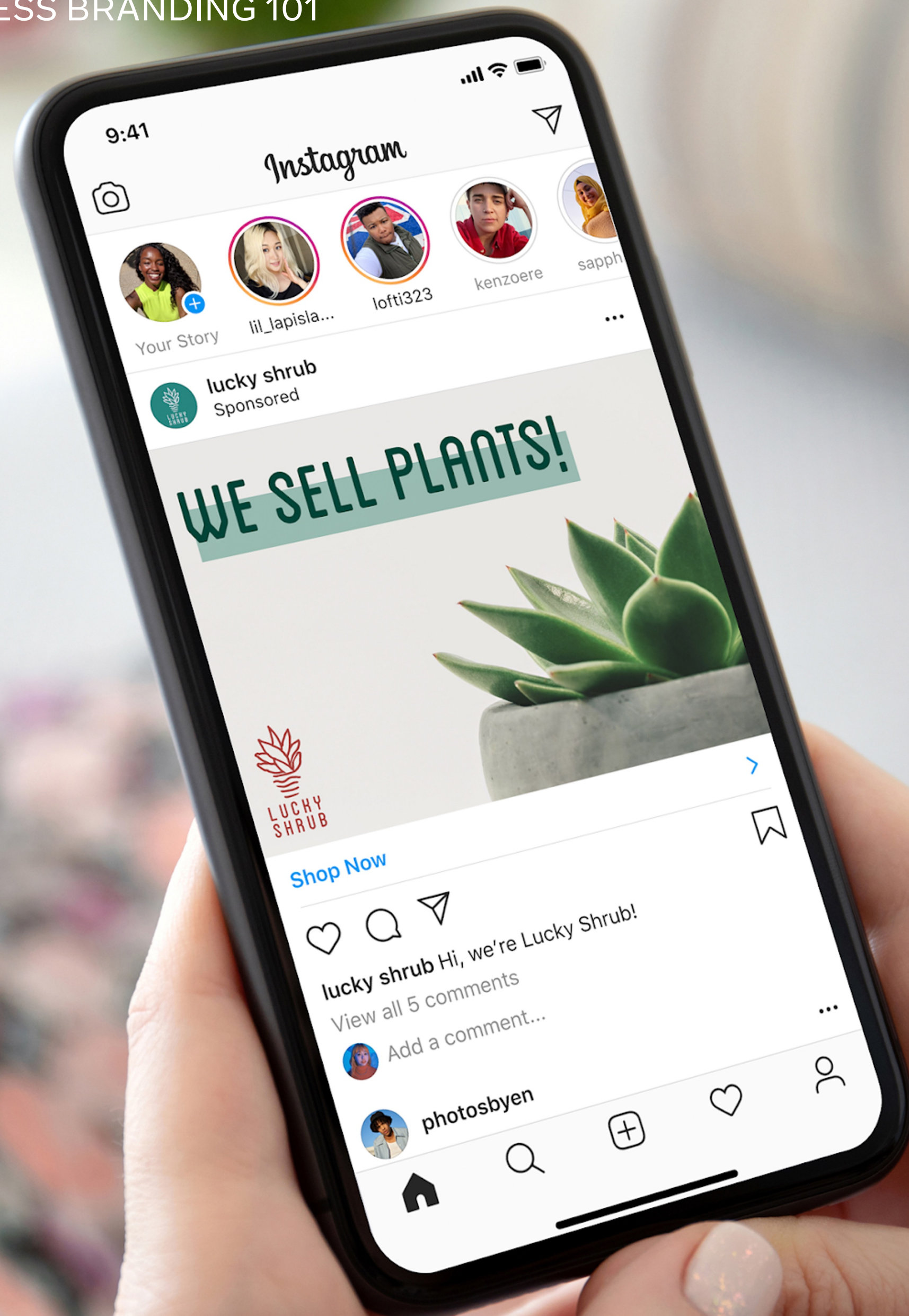
# Was ist eine Marke?

Die gesammelten Assoziationen, die Menschen zu einem Produkt oder einem Unternehmen haben. Menschen haben Persönlichkeiten – Unternehmen haben Marken.

Deine Marke hilft dir, zu bestimmen, wie die Menschen dein Business wahrnehmen und wie sie es anderen beschreiben würden.







## Warum ist eine Marke so wichtig?

Für 81 % der Verbraucher\*innen ist das Vertrauen in eine Marke ausschlaggebend für ihre Kaufentscheidung.

## 0.5 Sekunden

Die Zeitdauer, die das menschliche Gehirn benötigt, um Anzeigen auf Mobilgeräten zu erfassen und eine Reaktion auszulösen.

Quelle: MMA, Mobile Marketing Association Reveal Brands Need a "First Second Strategy", 2019



## Hat dein Unternehmen eine Marke?

Deine Marke hilft dir, zu bestimmen, wie die Menschen dein Business wahrnehmen und wie sie es anderen beschreiben würden.

Starte hier mit dem Aufbau deiner Marke:



Nutzen

Visuelle Identität

Positionierung



## Worin besteht dein Markennutzen?

Beim Nutzen geht es darum, was du tust und warum. Hier drückst du den Sinn für die Existenz deines Unternehmens aus.

Markennutzen:

Hallo, wir sind \_\_\_\_\_. Unser/e  
\_\_\_\_\_ befindet sich in \_\_\_\_\_  
und wir bieten  
\_\_\_\_\_ an. Wir  
lieben  
\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_ und legen großen Wert auf  
\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_,  
\_\_\_\_\_ und \_\_\_\_\_.

## Worin besteht dein Markennutzen?

Beim Nutzen geht es darum, was du tust und warum. Hier drückst du den Sinn für die Existenz deines Unternehmens aus.

Markennutzen:

Hallo, wir sind Lucky Shrub. Unser/e  
Pflanzenladen befindet sich in Chicago  
und wir bieten  
besonders hochwertige Pflanzen an. Wir  
lieben  
das Reisen, eine ökologische Lebensweise,  
die freie Natur und legen großen Wert auf  
Zufriedenheit, Wohlbefinden,  
Nachhaltigkeit,  
Authentizität und Erreichbarkeit.



# Wie sieht die visuelle Identität deiner Marke aus?

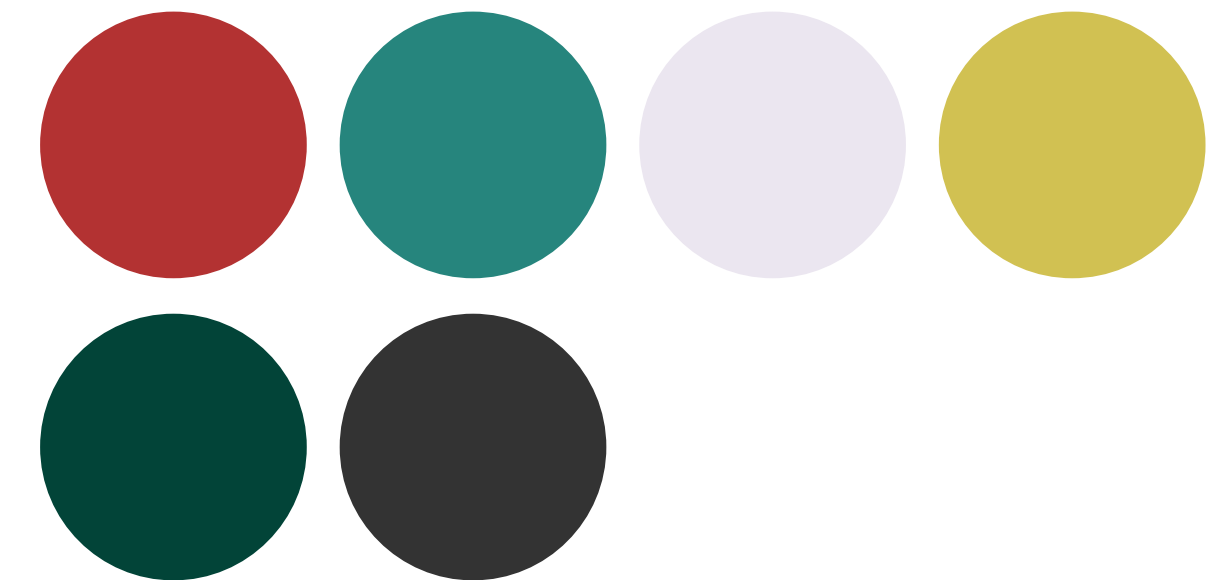
Die visuelle Identität deiner Marke umfasst das äußere Erscheinungsbild deines Unternehmens. Dazu gehören visuelle Anhaltspunkte, die Menschen helfen, sich an deine Marke zu erinnern und sie wiederzuerkennen.

## Meine visuelle Identität:

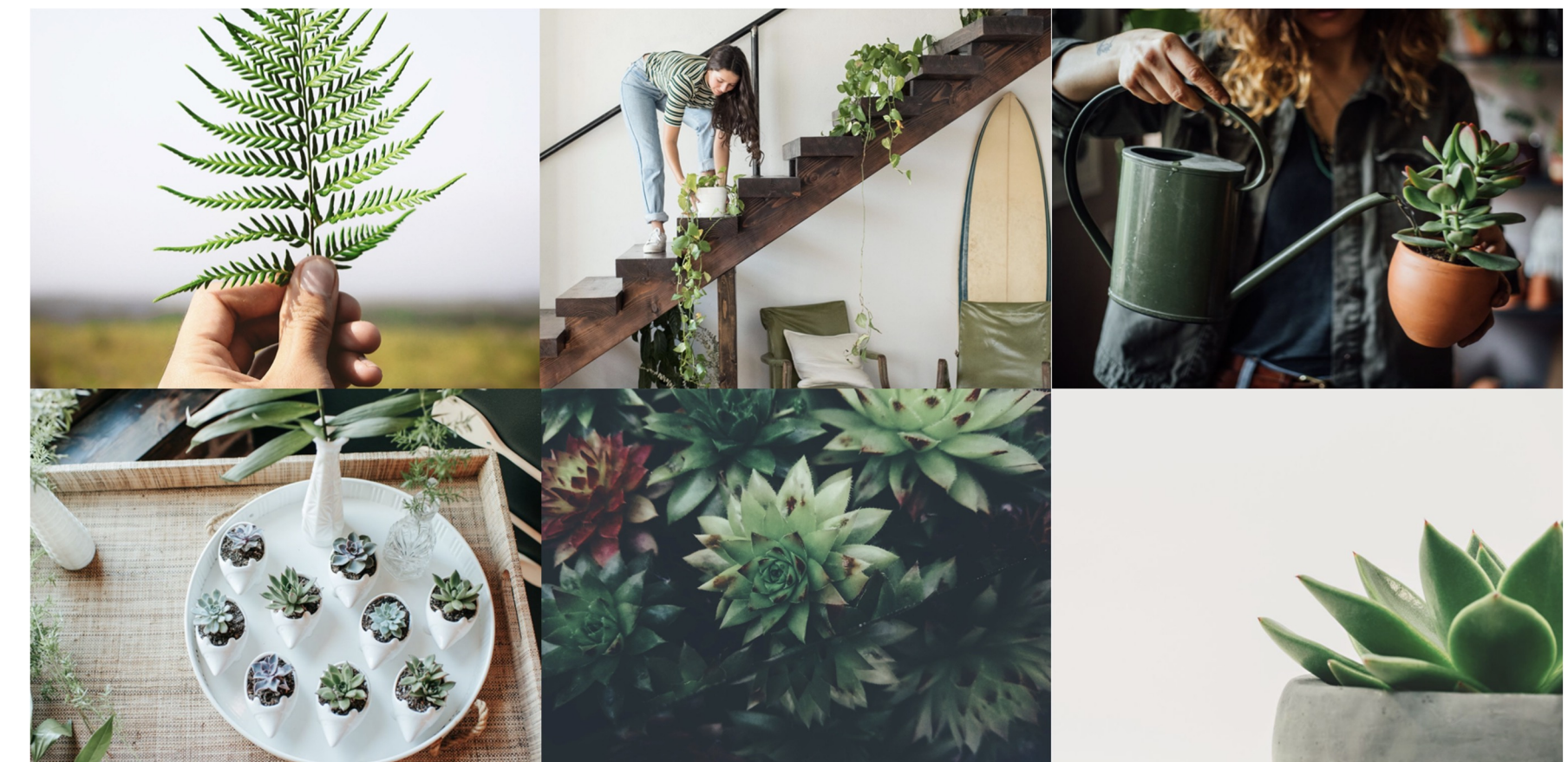
### Logo



### Farben

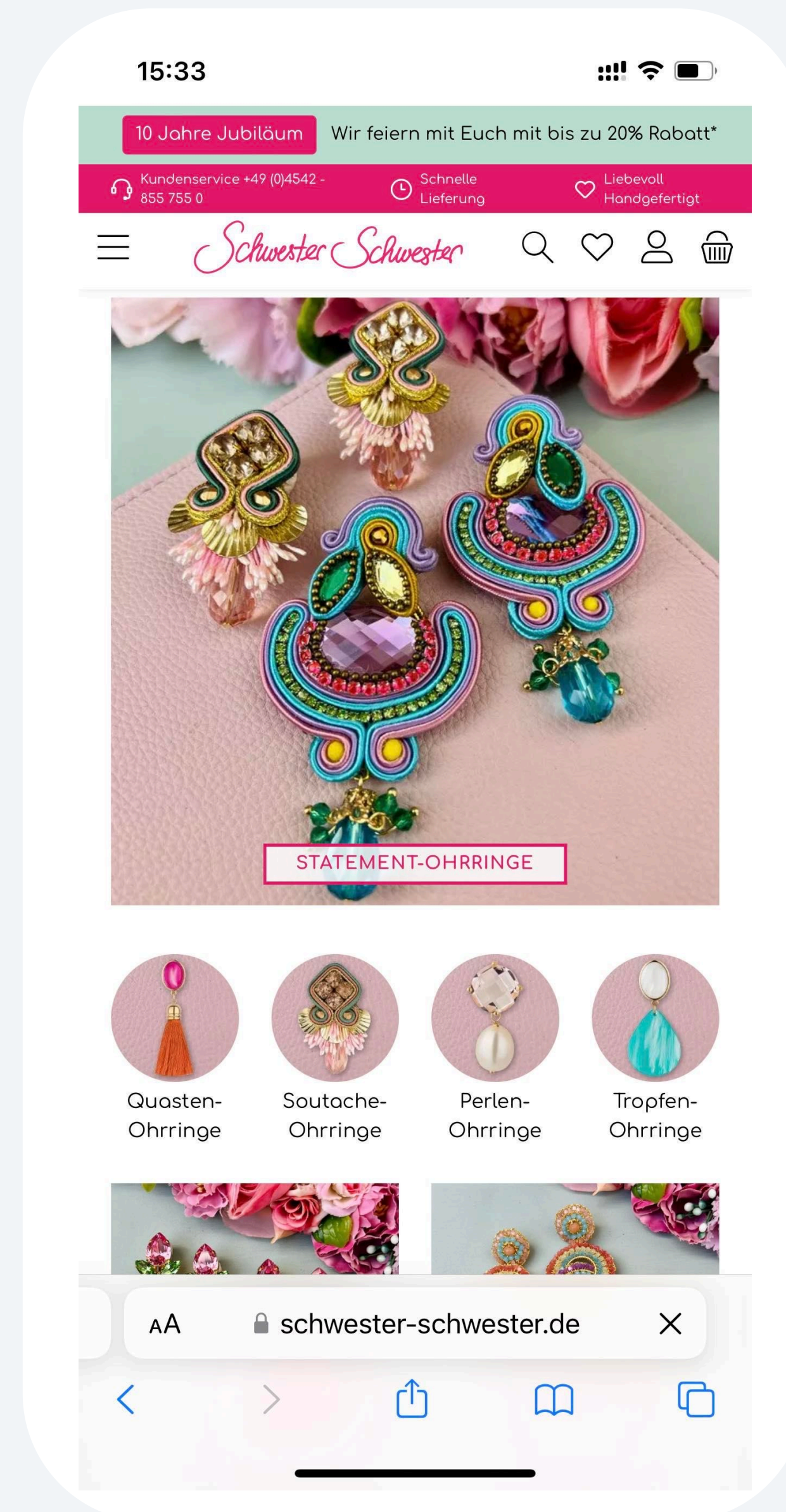
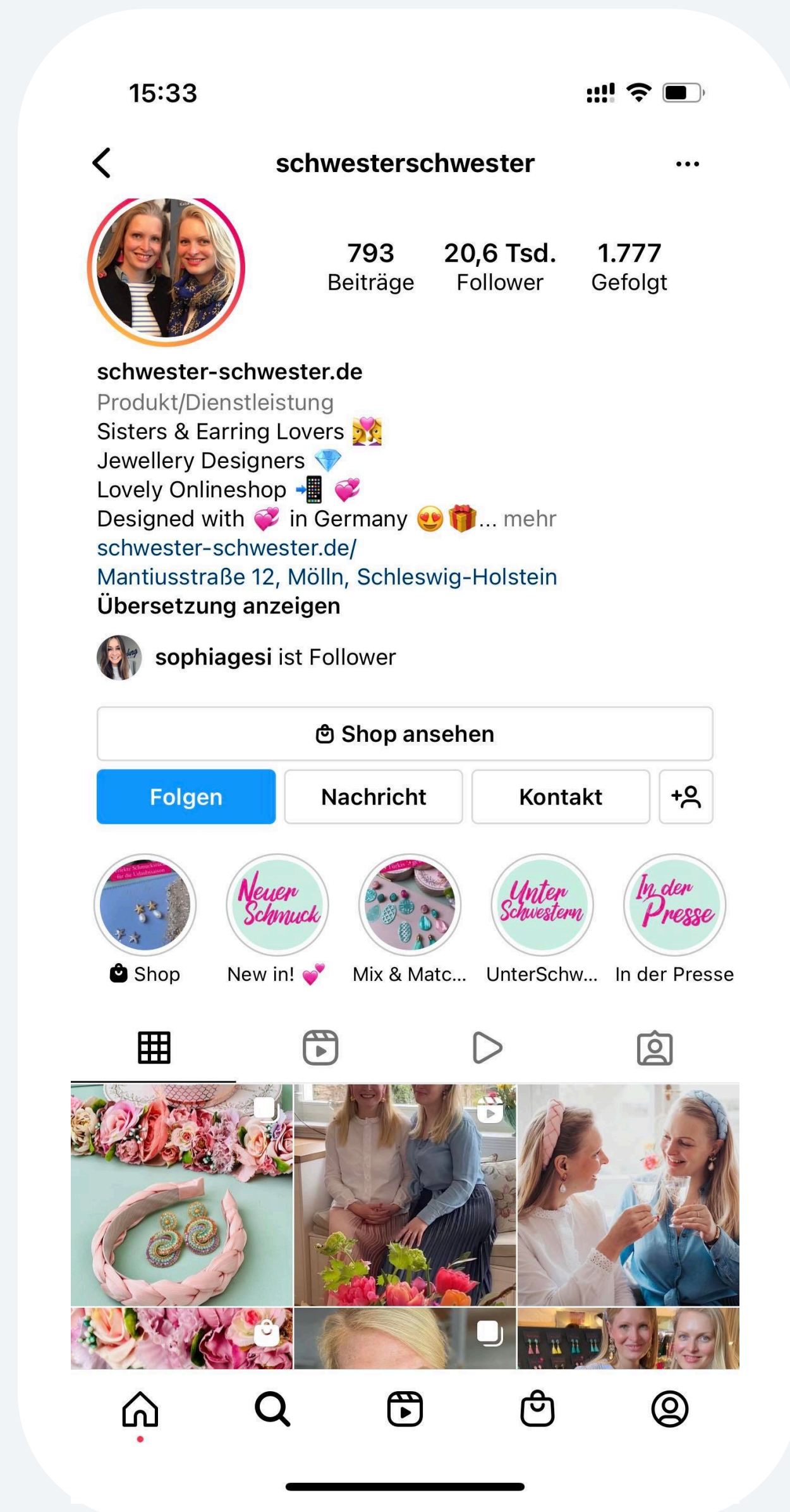


### Bilder





# BUSINESS BRANDING 101

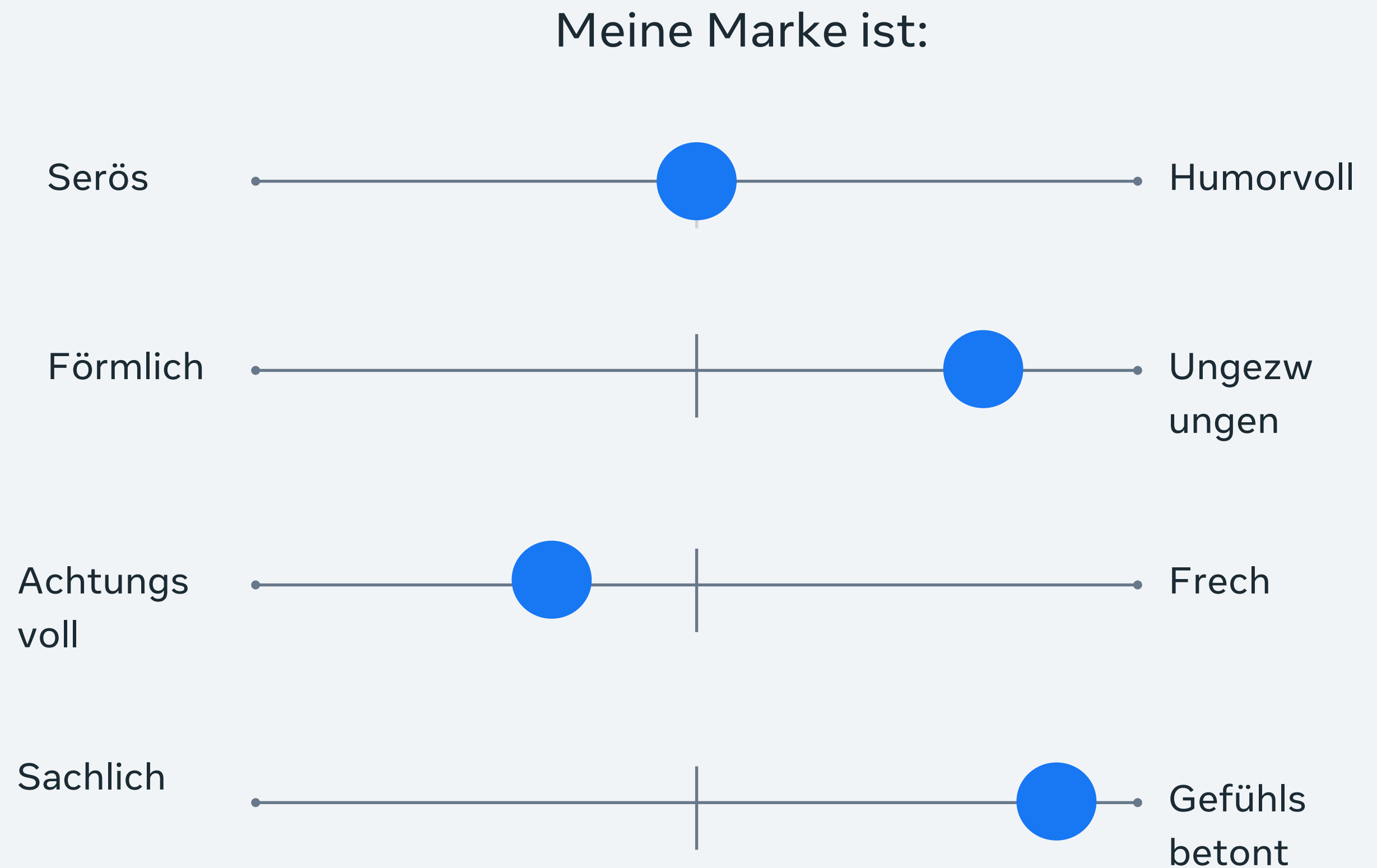




# Wodurch zeichnet sich die Positionierung deiner Marke aus?

Es ist wichtig, dir Gedanken zur Positionierung deiner Marke zu machen. Soll sie seriös oder eher humorvoll sein? Förmlich oder ungezwungen – oder vielleicht ein Mittelweg aus beidem? Mehr oder weniger achtungsvoll? Sachlich oder sentimental?

## Positionierung der Marke Lucky Shrub:



Beispiel: „Hey Leute, wir sind Lucky Shrub und bei uns gibt es wunderschöne und nachhaltige Pflanzen für euer Zuhause. Schaut doch mal in unserem Laden vorbei!“



# Wie wird Content aufgerufen?

1 Foto oder Video

2 Logo

3 Text





02

Kunde, Creative, Text



## Kunde

Wen sprichst du an?  
Wofür interessieren  
sich diese  
Menschen?  
Warum sollten sie  
sich für dein Produkt  
bzw. deine  
Dienstleistung  
interessieren?

## Creative

Was möchtest du  
deiner Kundschaft  
zeigen? Gibt es einen  
Bezug zu ihr? Gibt es  
einen Bezug zu  
deinem Text?

## Text

Was muss deine  
Kundschaft wissen?  
Was möchtest du ihr  
mitteilen?

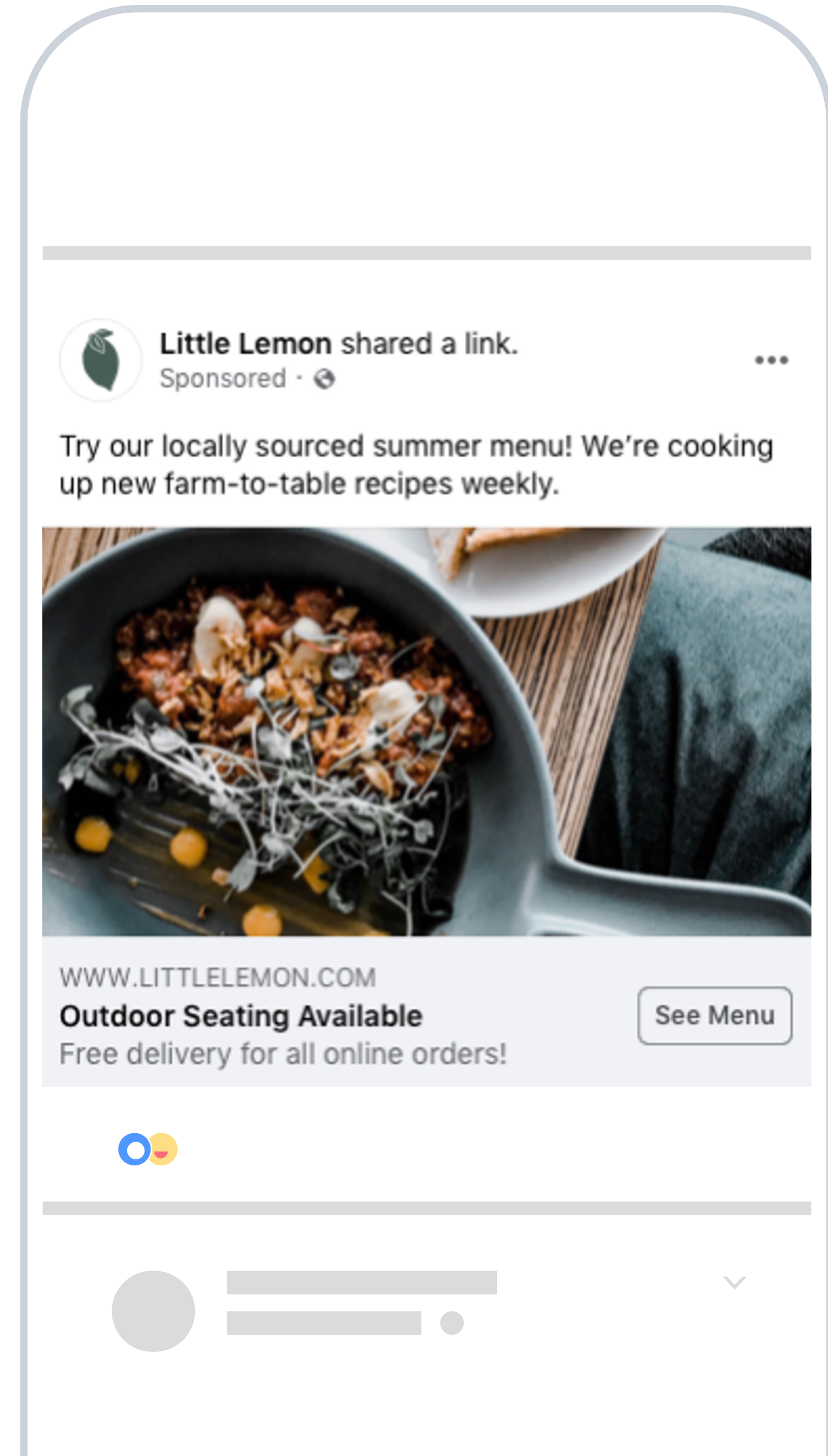


KUNDE, CREATIVE, TEXT

# Aufbau einer Facebook- Werbeanzeige

Text  
Creative  
Kunde

Menschen aus der Umgebung,  
die nach regionalen Gerichten  
mit Zutaten direkt vom Hof  
suchen.





KUNDE, CREATIVE, TEXT

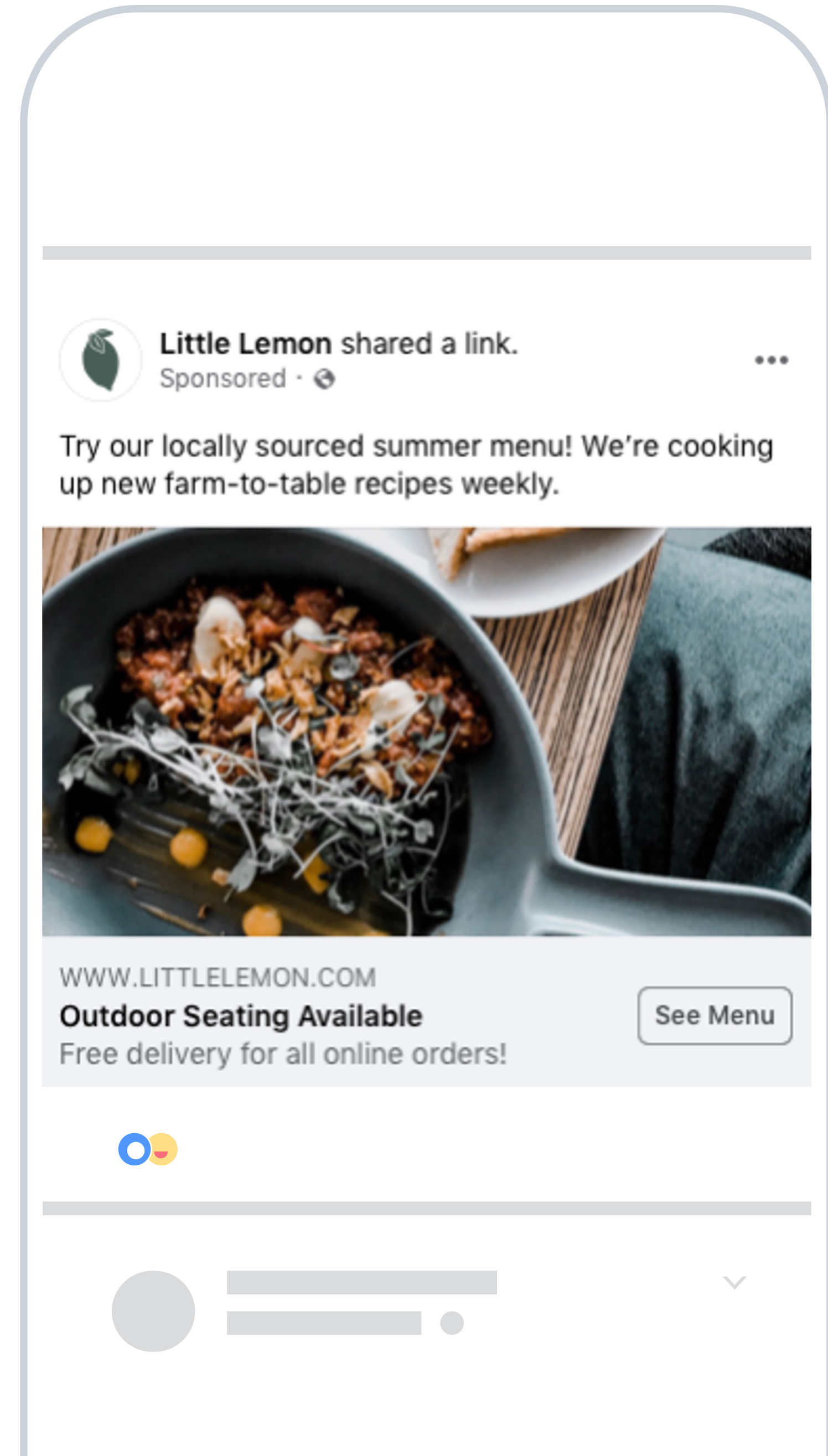
# Aufbau einer Facebook- Werbeanzeige

Text

Creative

Kunde

Hochauflösendes Foto von einem Gericht von einer Speisekarte mit Zutaten direkt vom Hof. Das Gericht bildet deutlich den Fokus des Bildes.



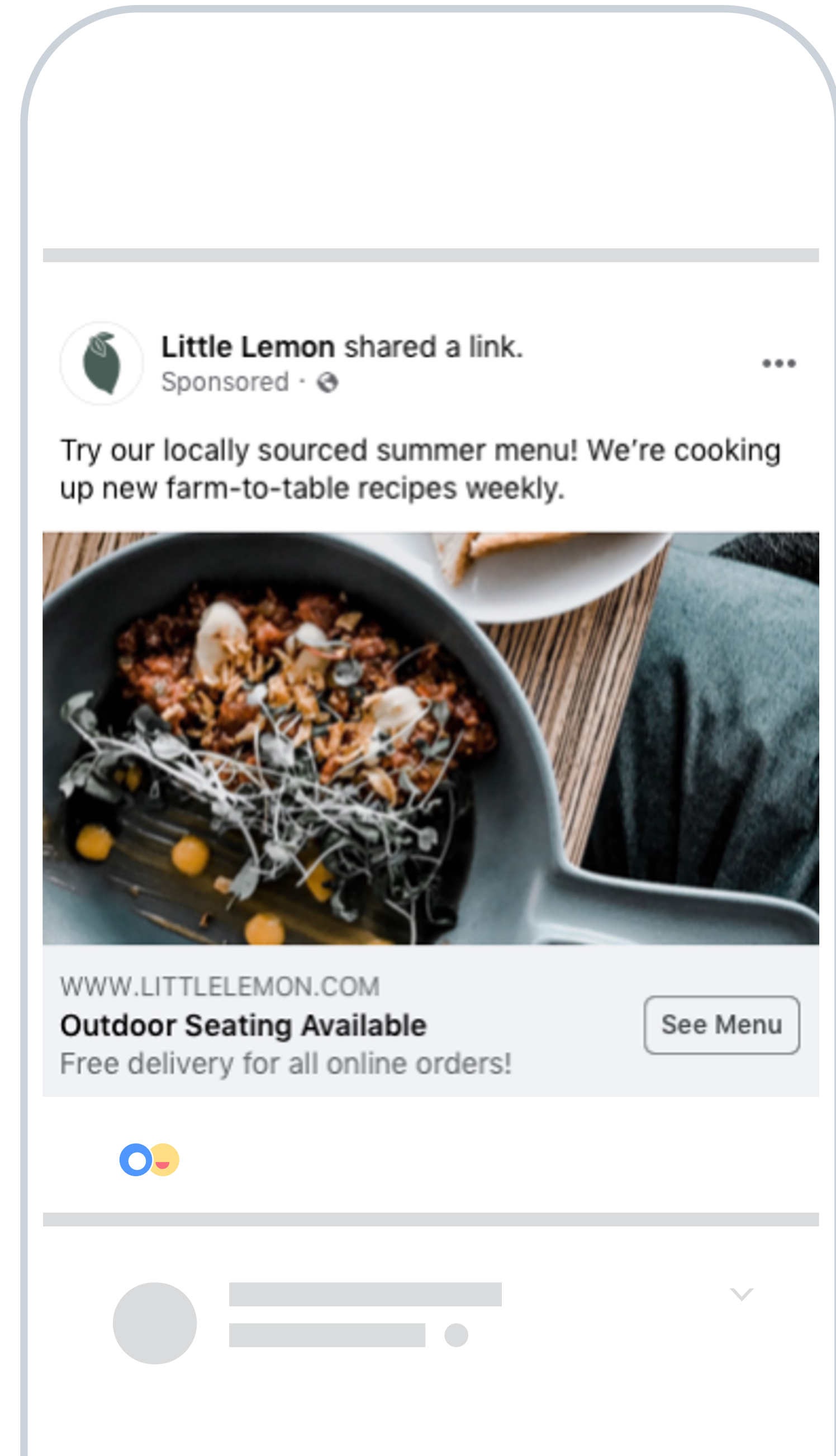
# Aufbau einer Facebook- Werbeanzeige

## Text

Creative  
Kunde

Im oberen Bildtext vermittelt das Unternehmen seiner Kundschaft klar und präzise seine Botschaft.

Im Link-Text unter dem Foto werden wichtige Informationen zur Bewirtung im Freien gegeben. Der Call to Action-Button führt zur Speisekarte mit ausführlicheren Informationen.





# 03 Inhalte für Posts und Werbeanzeigen

## WAS SOLLTE ICH POSTEN BZW. BEWERBEN?

### Ansprechen



Gewinne das Interesse deiner Zielgruppe, damit sie deinem Unternehmen folgen.

### Informieren



Informiere deine Zielgruppe über dein Produkt bzw. deine Dienstleistung, dein Unternehmen und deine Branche.

### Begeistern



Begeistere deine Zielgruppe, um sie zum Kaufen zu motivieren.



Beziehe  
deine  
Marke ein

Kunde, Text,  
Creative

Ansprechen,  
informieren,  
begeistern

# Vielen Dank!

[Fb.me/MetaBoostDE](https://fb.me/MetaBoostDE)



 **Meta Boost**