

Online-Workshop Facebook/Instagram-Advertising für Zeitungsverlage

20. + 21. Oktober 2021

Wiederholung wegen
großer Nachfrage



Online Learning

Wie setze ich eine Video-Funnel-Strategie für Facebook und Instagram zur Steigerung der Reichweite und der Conversions um?

Social Media ist aus dem Verlagsmarketing nicht mehr wegzudenken. Die große Herausforderung für Zeitungsverlage ist nach wie vor: Wie schaffe ich es, die eigene Markenpräsenz zu steigern und Nutzer*innen langfristig zu binden, bzw. attraktive Angebote für Werbekunden zu schaffen.

Große Unternehmen und Werbetreibende nutzen bereits erfolgreich Funnel-Strategien, um ihre Reichweite sowie Absätze zu steigern. Hier können Verlage anknüpfen. Doch wie sieht der richtige Advertising-Funnel aus und wie kann man diesen für das eigene Medienhaus adaptieren? Wie verknüpft man diesen Funnel mit der Website, um erfolgreich Daten zu sammeln?

In diesem Online-Workshop zeigen wir Ihnen anhand praktischer Beispiele, wie Videos auf Facebook und Instagram dabei helfen, eine Strategie aufzubauen und Daten für Remarketing-Kampagnen zu sammeln. Der entscheidende Faktor für eine hohe Watch Time und daraus schlussfolgernd Daten zu sammeln ist es, Content zu schaffen, der die Bedürfnisse der Zielgruppe bedient. Je länger die User die Videos schauen, desto präziser können wir Daten sammeln anhand unserer Optimierung und sie für weitere Marketing-Kampagnen nutzen. Wichtig ist, die potenziellen Nutzer*innen, die schon im ersten Schritt des Funnels erreicht wurden, weiterhin mit Informationen zu bespielen und Incentivierungen, um das Ziel (nämlich die Conversion) zu erreichen. Wir zeigen Ihnen, wie wir den Funnel anlegen und während der Laufzeit optimieren, damit bestmögliche Ergebnisse erzielt werden können.

Die Referentin

Jil Laubenthal hat nach ihrem Bachelor in Business Management den Masterstudiengang in Marketing Management absolviert. Als Social Media Managerin bei netspirits ist sie für die Entwicklung von Funnel-Strategien sowie Paid-Media-Anzeigen auf den Plattformen Facebook, Instagram und LinkedIn verantwortlich. Ihr Kundenportfolio beinhaltet Firmen wie Placetel, La mer, Ferchau GmbH und die Uniklinik Köln.

Agenda

Termin: Mittwoch, 20. Oktober 2021
Donnerstag, 21. Oktober 2021
Dauer: jeweils 10:00 Uhr bis 12:30 Uhr
Leitung: Jil Laubenthal

Zielgruppe: Verlagsleits- und Anzeigenleitungen, Verantwortliche für den Anzeigenverkauf und für das Digitalgeschäft mit Werbekunden, Social Media Mitarbeiter*innen

Ablauf

- Online-Video-Funnel: Wie nutzt man Videos, um erfolgreich Daten zu sammeln?
- Welche Ziele sind mit dem Funnel möglich, wie erreiche ich sie?
- Wie ist so ein Funnel konkret aufgebaut?
- Wie sammle ich Daten für Remarketing-Kampagnen?
- Wie nutze ich die Daten für die eigenen Angebote?
- Praktische Beispiele aus dem Verlagswesen



ANMELDUNG

Online-Workshop

Facebook/Instagram-Advertising für Verlage

Bitte digital ausfüllen und an sek@zmg.de senden
oder ausdrucken und faxen an **(0 69) 97 38 22-51**
Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

■ **Referentin**
Jil Laubenthal
www.netspirits.de

netspirits.

■ **Veranstalter**
ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH
Darmstädter Landstraße 125, 60598 Frankfurt/M.
E-Mail: sek@zmg.de, Tel. (0 69) 97 38 22-19

■ **Kosten**
ZMG-Partnerverlage: **349,00,- €** zzgl. MwSt.
Nicht-Partnerverlage: **698,00,- €** zzgl. MwSt.

■ **Technische Voraussetzungen**
Zur Teilnahme benötigen Sie einen PC/Laptop oder ein Mobilgerät mit Internetzugang. Den Teilnahmelink und den Audio-Code erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung. Die Veranstaltung wird mit dem Video-Konferenztool GoToMeeting durchgeführt.

■ **Mindestteilnehmerzahl**
5 Personen

■ **Teilnehmer*in 1**

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

■ **Teilnehmer*in 2**

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

■ **Teilnehmer*in 3**

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

■ **Ansprechpartner*in**

Name, Vorname

Durchwahl

E-Mail

■ **Rechnungsanschrift**

Firma

Straße

PLZ, Ort

■ **Datum, Unterschrift**

Stornierung, Rücktritt: *Kostenfreie Stornierungen* sind schriftlich bis vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich. Stornierungen bis 14 Tage vorher werden unter Berechnung einer Bearbeitungsgebühr von 50% entgegengenommen. Bei späteren Stornierungen oder Nichterscheinen sind die vollen Teilnahmegebühren zu entrichten. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen, bitte nennen Sie uns vorher schriftlich (per E-Mail an sek@zmg.de) den oder die Ersatzteilnehmer*in.

Absage von Veranstaltungen: Die ZMG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung von mehreren Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen. Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis vierzehn Tage vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie bei Änderungen des Programms wird die ZMG die Teilnehmer*innen so rechtzeitig wie möglich informieren. Muss eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. In diesem Fall bestehen keine Ersatz- oder Ausfallansprüche an die ZMG.