

Meta Kampagnen Übersicht

Werbevideos werden laufend nach Ihrer Organic Performance ausgewählt.

Es wird eine Umsatz-Kampagne gestartet, dabei sind Webshop-Besucher und anschliessende Verkäufe das Ziel. In dieser Kampagne arbeiten wir mit einer "Broad" (breitgefächerten) Werbegruppe, dabei werden alle SchweizerInnen in jedem Alter targetiert.

Zusätzlich wird eine Targeting-Werbegruppe gestartet. Dabei werden nur SchweizerInnen im Alter zwischen 25 und 50 Jahren mit spezifischen Interessen targetiert.

Diese Interessen beinhalten u.a. "Specialty coffee", "local food", "fairtrade", "arts and music", etc.

Neben der Umsatz-Kampagne wird ebenfalls eine "Awareness" Kampagne eingesetzt.

Diese setzt eine stärkere Markenbekanntheit, in Form von Following-Wachstum und Interaktionen, zum Ziel. Bei dieser Kampagne kommt nur eine Broad-Werbegruppe zum Einsatz, weil damit gleichzeitig neue Interessengruppen gefunden und analysiert werden können.

Umsatz-Kampagne

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 > 2 Ad sets > 2 Ads

 Edit

 Review

Campaign name

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024
ID: 120208118869660452

Special ad categories

No categories declared

Buying type

Auction

Objective

Sales

Ad sets

Please add: Ad sets

Broad-Werbegruppe der Umsatz-Kampagne

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 > **broad - xx.10.2024** > 1 Ad

 Edit

 Review

Conversion location

Website

Budget

Daily budget Fr.15.00

Ad scheduling

Run ads all the time

Gender

All

Placements

Advantage+ placements

Performance goal

Maximize number of conversions

Bid strategy

Highest volume

When you get charged

Impression

Delivery type

Standard

Targeting-Werbegruppe der Umsatz-Kampagne

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 > targeting - xx.10.2024 > 1 Ad

 Edit

 Review

Ad set name

targeting - xx.10.2024
ID: 120208118877530452

Conversion location

Website

Budget

Daily budget Fr.15.00

Start date

Tuesday, October 15, 2024, 1:17 PM
Zurich Time

End date

Run as ongoing

Ad scheduling

Run ads all the time

Saved audience

coffee, arts 25-50jr

Age

18-65+

Minimum age

18-65+

Gender

All

Placements

Advantage+ placements

Performance goal

Maximize number of conversions

Bid strategy

Highest volume

When you get charged

Impression

Delivery type

Standard

Awareness-Kampagne

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 - awareness > 1 Ad set > 1 Ad

campaign structure

 Edit

 Review

Campaign name

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 - awareness
ID: 120208118936820452

Special ad categories

No categories declared

Buying type

Auction

Objective

Awareness

Ad sets

Please add: Ad sets

Broad-Werbegruppe der Awareness-Kampagne

Herbst/Winter 24 - xx.10.2024 - awareness > broad - xx.10.2024 > 1 Ad

 Edit

 Review

Ad set name

broad - xx.10.2024
ID: 120208118936900452

Page

hässig & hässig, Luzerner Kaffee Handwerk

Budget

Daily budget Fr.10.00

Start date

Tuesday, October 15, 2024, 1:33 PM
Zurich Time

End date

Run as ongoing

Ad scheduling

Run ads all the time

Locations included

CH

Minimum age

18

Age suggestion

18 - 65+

Gender

All

Targeting expansion

Yes

Placements

Advantage+ placements

Performance goal

Maximize reach of ads

Frequency cap

Show ads no more than 1 time every 7 days

Bid strategy

Highest volume

When you get charged

Impression

Delivery type

Standard