



Starten Sie
durch mit
Pinterest!

„Quick & Easy“ – Anleitung für Werbung auf Pinterest

Starten Sie jetzt durch mit zielgerichteter, personalisierter und regionaler Werbung auf Social Media! Wir zeigen Ihnen anhand dieser Kurzanleitung wie dies ganz einfach möglich ist, nämlich „**quick & easy**“.

Inhalt

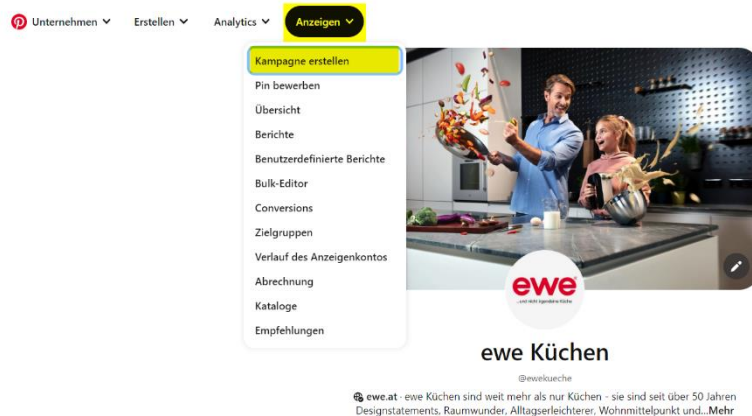
1	Werbung auf Pinterest erstellen	2
1.1	Budget und Laufzeit festlegen	3
1.2	Anzeigengruppen anlegen	4
1.3	Zielgruppe definieren	4
1.4	Standort festlegen	5
1.5	Anzeigen (Pins) auswählen bzw. neu erstellen	7
2	Ergebnisse Ihrer Anzeigen ansehen	8

Sie finden unsere **Kurzanleitungen**, **Textvorschläge**
und weitere **Tipps** für Social Media auch digital zum Download unter:

<https://www.ewe.at/de/specials/how-to-social-media/>

1 Werbung auf Pinterest erstellen

- Öffnen Sie Ihr **PINTEREST-UNTERNEHMENSKONTO**.
- Um ein Unternehmenskonto zu erstellen ist nur die Hinterlegung einer Kreditkarte notwendig.
- Um eine Werbeanzeige auf Pinterest zu erstellen, klicken Sie oben auf **ANZEIGEN** und dann auf **KAMPAGNE ERSTELLEN**.



- Wählen Sie nun das **KAMPAGNENZIEL** der neuen Kampagne aus: **MARKENPRÄFERENZ**.

Details zur Kampagne

Wähle ein **Kampagnenziel** ?

Das Kampagnenziel legt fest, wie du in der Anzeigenauktion bietest und welche Anzeigenformate zum Bewerben zur Verfügung stehen. Wähle das Kampagnenziel, das am besten zu deinen geschäftlichen Zielen passt.

Awareness steigern

Markenbekanntheit

Hilf den Nutzern dabei, deine Marke, Produkte und anderen Services zu entdecken.

Videoaufrufe

Bewirb Videos, um Nutzern die Entdeckung deiner Marke zu erleichtern oder Aktionen zu fördern.

Markenpräferenz bilden

Markenpräferenz

Bringe mehr Nutzer dazu, auf Pinterest auf deine Anzeige zu klicken.

Conversions steigern

Conversions

Vermehrte die Nutzeraktionen auf deiner Webseite.

Katalogverkäufe

Bewirb deine Produkte mit Shopping-Anzeigen.

- Geben Sie weiters die Details der Kampagne bezüglich **KAMPAGNENNAME** und **STATUS** ein.

Name und Status der Kampagne ?

Kampagnenname

05 2023 | ewe Frühlingskampagne

Nur du, Partner und Mitarbeiter mit Zugriff auf dein Konto können diesen Namen sehen.

Referenz zur Kampagnenbuchung (Bestellnummer)

Das ist ein optionales Feld, das du für deine eigenen Nachverfolgungs- und Abgleichszwecke verwenden kannst.

Kampagnenstatus

Aktiv (empfohlen)

Deine Anzeigen können geschaltet werden.

1.1 Budget und Laufzeit festlegen

- Nun legen Sie Ihr gewünschtes **BUDGET** und den **ZEITPLAN** fest. Wir empfehlen Ihnen, ein **LAUFZEITBUDGET** zu verwenden. Klicken Sie im Anschluss auf **FORTFAHREN**.

Budget und Zeitplan der Kampagne ?

Kampagnenbudgettyp

Tagesbudgetlimit

Laufzeit

Gesamtbudget (in EUR) ⓘ

Für deine Kampagne kann Anzeigengruppen-übergreifend nicht mehr als 500,00 ausgegeben werden.

Zeitplan der Kampagne

Kontinuierlich ausführen

An bestimmten Daten schalten

07.05.2023

📅

00:10

UTC

-

07.06.2023

📅

23:59

UTC

ewe Tipp!
Auch mit einem kleineren Budget lassen sich in Social Media bereits gute Ergebnisse erzielen!

- Für zielgerichtete **WERBEKAMPAGNEN** mit hoher Aufmerksamkeit, orientieren Sie sich gerne an unseren Budgetvorschlägen:

3 Kanäle (Facebook, Instagram, Pinterest)

Gesamtbudget	Anteil FB/IG in %	Anteil PIN in %	Laufzeit
€ 1.000,-	50 %	50 %	1 Monat
€ 2.000,-			2 Monate
€ 3.000,-			3 Monate

1.2 Anzeigengruppen anlegen

- Im nächsten Schritt legen Sie eine sogenannte **ANZEIGENGRUPPE** an. Sie können innerhalb einer Kampagne mehrere Anzeigengruppen anlegen, die dann jeweils einzelne Anzeigen enthalten. Pro Anzeigengruppe können Sie unterschiedliche Zielgruppen und Anzeigen definieren.

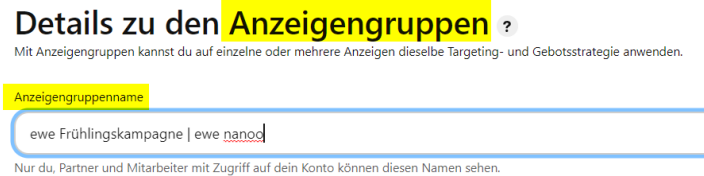
Beispiel:

Kampagne: Frühlingskampagne 2023

Anzeigengruppe 1: ewe nanoo
Anzeige 1: ewe nanoo – Sujet 1 (Kochspaß)
Anzeige 2: ewe nanoo – Sujet 2 (ewe Fina)

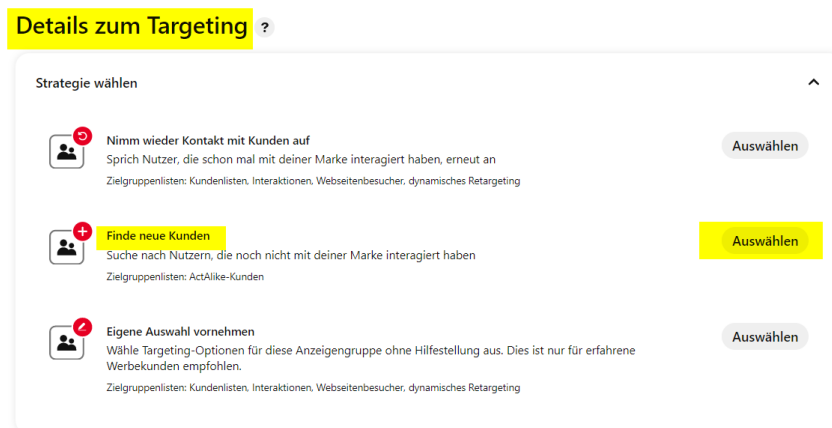
Anzeigengruppe 2: Genau meine ewe
Anzeige 1: ewe Küche – Sujet 1
Anzeige 2: ewe Küche – Sujet 2

Hierzu vergeben Sie einen **ANZEIGENGRUPPENAMEN**:



1.3 Zielgruppe definieren

- Um eine bestimmte **ZIELGRUPPE** mit Ihren Anzeigen zu erreichen, wählen Sie zuerst eine **STRATEGIE** aus und bestimmen in nächsten Schritt weitere Details bzgl. Alter, Standort, Interessen etc. Wir empfehlen die Strategie **FINDE NEUE KUNDEN**.



- Nun können Sie die Zielgruppe hinsichtlich **INTERESSEN**, **DEMOGRAFISCHER INFORMATIONEN** und **SPRACHEN** einschränken. Dazu öffnen Sie die Bearbeitungsfelder, indem Sie auf den Pfeil rechts klicken. Wir empfehlen folgende Einstellungen:

Interessen und Keywords ?	Interessen: 3 Interessen Keywords: 10 Keywords Erweitertes Targeting: Nicht aktiv	▼
Demografische Informationen ?	Geschlecht: Alle Geschlechter Alter: 25-34, 35-44, 45-49, 50-54, 55-64, 65+ Ort: Alle Österreich Sprache: Alle Sprachen Gerät: Alle Geräte	▼
Platzierung und Tracking ?	Platzierung: Browsing und Suchen Tracking-URLs: Keine	▼

ewe Tipp!
Wählen Sie Interessen wie z.B.: Dekoideen für die Wohnung, Architektur, Essen und Trinken

ewe Tipp!
Wählen Sie Keywords wie z.B.: Küche kaufen, neue Küche, Küchenideen, Haus einrichten, Küchenstauraum, Küche einrichten, Küchenzubehör, "Küche planen", "neue Küche", "Küchenideen"

1.4 Standort festlegen

- Und so bestimmen Sie nun den **STANDORT**, an dem die Anzeigen dann ausgespielt werden sollen: Öffnen Sie dazu den kleinen Pfeil unter **DEMOGRAFISCHE INFORMATIONEN**.

Demografische Informationen ?	Geschlecht: Alle Geschlechter Alter: 25-34, 35-44, 45-49, 50-54, 55-64, 65+ Ort: Ein Ort Sprache: Alle Sprachen Gerät: Alle Geräte	▼
-------------------------------	--	---

Hier wählen Sie nun **BESTIMMTE STANDORTE AUSWÄHLEN** und **POSTLEITZAHLEN** aus. Über den Button **POSTLEITZAHL HINZUFÜGEN** können Sie nun Ihren Standort eingeben, bzw. die Postleitzahlen, wo Ihre Werbung ausgespielt werden soll.

Alle Standorte in Österreich

Bestimmte Standorte auswählen

Verwende das Standort-Targeting, um deine Anzeige Nutzern an einem bestimmten geografischen Standort zu präsentieren.

Länder, Regionen und Gebiete **Postleitzahlen** **Postleitzahlen hinzufügen**

AT:4600

Standorte

0 Länder, 0 Regionen, 0 Gebiete, 1 Postleitzahl (Alle löschen)

Wähle Länder, Gebiete und Regionen oder Postleitzahlen aus. In Anzeigengruppen können nicht gleichzeitig Regionen und Postleitzahlen für das Targeting verwendet werden.

- Kontrollieren Sie im nächsten Schritt unter **OPTIMIERUNG UND AUSLIEFERUNG**, ob die Optimierung auf **KLICKS AUF PINS** und das Gebot auf **AUTOMATISCH** eingestellt ist.

Optimierung und Auslieferung ?

Optimierung

Hinweis: Wenn du die Optimierungsstrategie in dieser Anzeigengruppe änderst, wird sie für jede Anzeigengruppe innerhalb dieser Kampagne geändert.

Klicks auf Pins

Ausgehende Klicks

Gebot

Automatisch (empfohlen) **NEU**

Pinterest versucht, so viele Klicks auf Pins wie möglich aus deinem Budget herauszuholen.

Benutzerdefiniert

Du legst fest, wie viel du bei der Auktion bietest.

1.5 Anzeigen (Pins) auswählen bzw. neu erstellen

- Als letzten Schritt wählen Sie nun noch bestehende Pins bzw. **ANZEIGEN** aus, die Sie dieser Anzeigengruppe zuordnen möchten. Sie können hier auch noch neue Pins erstellen.

Anzeigen ?

Zu bewerbende Pins hinzufügen ?

Wähle Pins von deinen Pinnwänden aus oder erstelle einen neuen.

Pins auswählen
Wähle aus deinen Pinnwänden oder bezahlten Partnerschaften aus.

Pin erstellen
+ Standard, Video, Collections und Karussell

Idea Pin erstellen
+ Ein- oder mehrseitige Bild- und Videomedien

Anzeigen

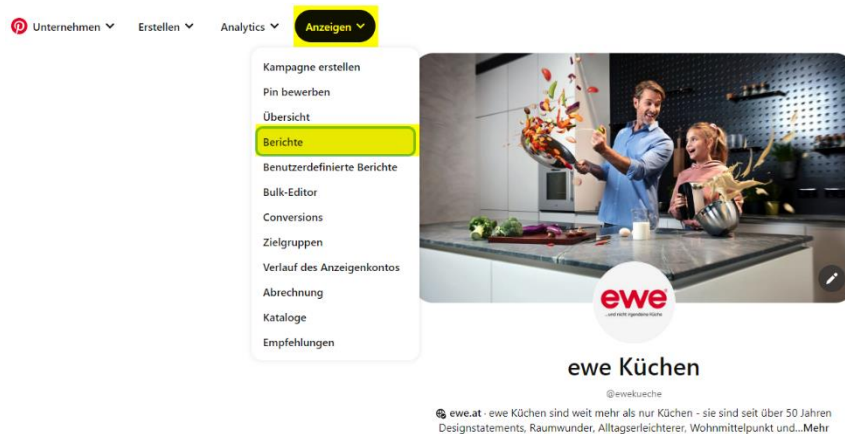
Alle Pins Pinnwände Ausgewählt (1)

Die folgenden Pins sind für die Einrichtung einer Kampagne geeignet. Klicke rechts auf den Filter-Button und wähle das Anzeigenformat aus, um Pins verschiedener Bildmaterialtypen anzuzeigen. [Weitere Informationen](#)

- Schließen Sie die Erstellung der Anzeigengruppe durch Klicken auf die Schaltfläche **VERÖFFENTLICHEN** ab.

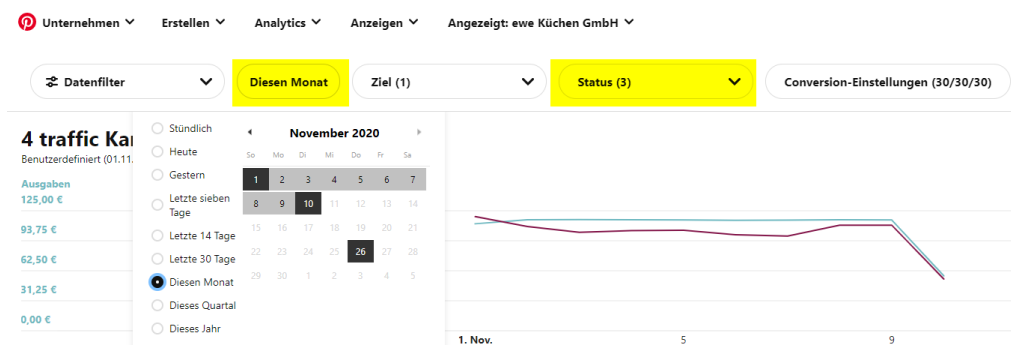
2 Ergebnisse Ihrer Anzeigen ansehen

- Um sich die Ergebnisse Ihrer Anzeigen ansehen zu können, bzw. auch die bestehenden Kampagnen zu bearbeiten, klicken Sie auf **ANZEIGEN** und **BERICHTE**.



Hier finden Sie alle **DETAILS ZU IHREN KAMPAGNEN** (wie Laufzeit, Budget, Zielgruppe) und auch eine Übersicht über die **PERFORMANCE/ERGEBNISSE**. Diese Informationen dienen gegebenenfalls auch zum Nachweis für einen Werbekosten-zuschuss.

- Über die Schaltflächen in der Menüleiste können Sie diverse **FILTER** auswählen: z.B.: Zeitraum und Status der Kampagnen (aktiv, pausiert, etc.)



- Nun erhalten Sie eine gefilterte **ÜBERSICHT** über Ihre Kampagnen. Um ein detailliertes **ERGEBNIS** einer bestimmten Kampagne zu sehen, klicken Sie diese an.

- Das Ergebnis der Kampagne können Sie am einfachsten anhand der angegebenen **KENNZAHLEN** messen bzw. interpretieren. Fahren Sie mit der Maus über die Spaltenüberschrift, um mehr Informationen über diese Kennzahl zu erhalten.

Am interessantesten sind sicherlich die Klicks auf Ihre Website (**KLICKS AUF LINKS**), wie oft die Anzeige ausgespielt wurde (**IMPRESSIONEN**), der dabei ausgegebene Betrag (**AUSGABEN**), die Kosten pro Linkklick (**KOSTEN PRO ERGEBNIS / CPC**) und das Verhältnis der Linkklicks zu den Impressionen (**CTR**).

Aus/Ein	Status	Kampagnenname	Ausgaben	Ergebnis	Kosten pro Er...	Impressions	Klicks auf Links	CTR
<input type="checkbox"/>	Aktiv	2020-10 ... Kampagne ... <small>Traffic, ID: 626742771466</small>	€		€ CPC			%

- Möchten Sie eine Kampagne bearbeiten, markieren Sie die gewünschte Kampagne und klicken Sie auf **BEARBEITEN**.

Aus/Ein	Status	Kampagnenname	Ausgaben	Ergebnis
<input type="checkbox"/>	Aktiv	2020-10 Flagship Partner Kampagne <small>Traffic, ID: 626742771466</small>		
<input checked="" type="checkbox"/>	Aktiv	2020-10 Flagship Partner Kampagne <small>Traffic, ID: 626742771489</small>		
<input type="checkbox"/>	Aktiv	Herbstkampagne 2020 Traffic <small>Traffic, ID: 626742771800</small>		

