

Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Budgetierungs-Checkliste

- Budgetziele festlegen:
 - Ziele definieren:
 - Was soll die Kampagne erreichen? Z.B. Anzahl der Bewerbungen, Reichweite, Verkäufe, Leads.
 - Priorisiere diese Ziele: z.B. Fokus auf Lead-Generierung (aka Bewerber) oder Markenbekanntheit.
 - Gesamtbudget bestimmen:
 - Welcher Betrag steht für die Kampagne zur Verfügung? Kalkuliere realistisch auf Basis der Zielerwartungen und bisherigen Kampagnen-Ergebnisse.
- Budgetverteilung planen:
 - Plattformwahl:
 - Welche Plattformen sind am relevantesten für deine Zielgruppe (z.B. Facebook, Google Ads, LinkedIn)?
 - Welcher Mix von Plattformen deckt deine Zielgruppen am besten ab?
 - Verteilung des Budgets:
 - Wie viel Budget wird auf jede Plattform und Anzeigentyp aufgeteilt (Textanzeigen, Display-Ads, Video-Ads)?
 - Berücksichtige Plattform-Kosten und erwartete Performance.
 - Testphase festlegen:
 - Wie viel Prozent des Budgets wird für Tests von neuen Ideen, Anzeigen oder Plattformen verwendet?
 - Stelle sicher, dass genügend Budget für fundierte Tests bereitgestellt wird.
- Testphase einplanen:
 - Anzahl der Testanzeigen:
 - Wie viele Variationen sollen getestet werden (verschiedene Anzeigenformate, Zielgruppenansprachen)?
 - Testbudget:
 - Lege ein separates Budget für die Testphase fest, das 10-20% des Gesamtbudgets nicht überschreitet.



Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



- Analyse- und Optimierungsplan erstellen:
 - KPIs definieren:
 - Welche Leistungsindikatoren sollen gemessen werden? Beispiele: Klickrate (CTR), Conversion Rate, Kosten pro Bewerbung, Return on Ad Spend (ROAS).
 - Zeitplan für die Performance-Analyse:
 - Lege regelmäßige Zeitpunkte für die Analyse der KPIs fest. Z.B. wöchentliche oder zweiwöchentliche Berichte.

Posten	Betrag (Euro)	Anteil (%)
Gesamtbudget	750	100
Plattform 1 (Facebook)	300	40
Plattform 2 (TikTok)	250	33
Plattform 3 (LinkedIn)	200	27
Testphase (10% des Budgets)	75	10
Restbudget Top-Ads	675	90



Trainingsprogramm

Kampagnenmanagement



Übung:

1. Erstelle einen Budgetplan:

Verwende das bereitgestellte Beispiel und dein eigenes Gesamtbudget, um einen Budgetplan zu erstellen. Verteile das Budget auf verschiedene Plattformen und Anzeigentypen.

Übung:

1. Analyse der Budgetverteilung:

Analysiere den Beispiel-Budgetplan. Wie würdest du das Budget anders verteilen, um die Ziele zu optimieren?

