

Zielgruppe Facebook





Zielgruppe Facebook

01.

Demografische Merkmale

- **Alter:** Facebook-Nutzer aller Altersgruppen sind vertreten, aber die Plattform ist besonders beliebt bei jüngeren Erwachsenen im Alter von 18 bis 49 Jahren.
- **Geschlecht:** Es gibt eine relativ ausgeglichene Verteilung von männlichen und weiblichen Nutzern auf Facebook, obwohl es Unterschiede in den Nutzungsmustern geben kann.
- **Standort:** Facebook ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Anzeigen auf bestimmte geografische Regionen, wie Länder, Regionen, Städte oder sogar Stadtviertel, auszurichten.



Zielgruppe Facebook

02.

Interessen und Verhaltensweisen

- **Interessen:** Facebook analysiert das Nutzerverhalten und ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Anzeigen anhand von Interessen und Vorlieben der Nutzer auszurichten. Dies umfasst Interessen wie Sport, Musik, Reisen, Kochen, Mode, Technologie und vieles mehr.
- **Verhaltensweisen:** Facebook ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Anzeigen anhand des Verhaltens der Nutzer zu optimieren, wie beispielsweise Kaufverhalten, Gerätetypen, Internetnutzung und vieles mehr.



Zielgruppe Facebook

03.

Lebensereignisse und Meilensteine

- **Lebensereignisse:** Facebook ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Anzeigen an bestimmte Lebensereignisse oder Meilensteine im Leben der Nutzer anzupassen, wie beispielsweise Geburtstage, Hochzeiten, Umzüge, Schwangerschaften und vieles mehr.
- **Kaufverhalten:** Facebook kann Nutzer identifizieren, die vor kurzem bestimmte Kaufentscheidungen getroffen haben oder sich in einem bestimmten Kaufzyklus befinden, und ihnen entsprechende Anzeigen präsentieren.



Zielgruppe Facebook

04.

Berufliche Merkmale

- **Branchen und Berufe: Für B2B-Unternehmen oder solche, die sich an bestimmte Berufsgruppen richten, können Anzeigen auf Facebook anhand von Branchen, Berufen, Jobtiteln und Arbeitgeber ausgerichtet werden.**



Zielgruppe Facebook

05.

Bestehende Kunden und Interaktionen

- **Kundendaten:** Unternehmen können ihre vorhandenen Kundenlisten hochladen und ihre Anzeigen an diese Zielgruppe ausrichten, um bestehende Kunden zu reaktivieren oder Cross-Selling- und Upselling-Möglichkeiten zu nutzen.
- **Interaktionen:** Facebook ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Anzeigen an Nutzer auszurichten, die bereits mit ihrer Marke interagiert haben, sei es durch Besuche auf ihrer Website, Interaktionen mit ihren Beiträgen oder Nutzung ihrer App.