

SICHTBARKEIT & REICHWEITE

Linked-In Ads

0

LinkedIn Ads

Einführung in das Thema

Werbeanzeigen sind schön und gut, aber in der Regel erreichst du eigentlich nur B2C-Zielgruppen. Doch was wenn es eine Werbeplattform mit dem **Schwerpunkt B2B** gäbe? Tatsächlich gibt es eine und sie heißt "LinkedIn Ads". Ob das berufliche Netzwerk wirklich überzeugt und geeignet ist für dich, erfährst du in diesem Modul.

Die Plattform LinkedIn

Einführung in das Thema - LinkedIn und dessen Funktionsweise

- soziales Netzwerk für Geschäftskontakte
- einfache Pflege bestehender Geschäftskontakte
- Knüpfen von neuen geschäftlichen Verbindungen
- Kann zum Bewerben auf Stellenanzeigen genutzt werden (95 Bewerbungen pro Sekunde auf LinkedIn)
- Grundsätzlich kostenlos. Besondere Funktionen können kostenpflichtig dazu gebucht werden.
- Klassische Funktionalitäten wie Liken, Kommentieren, Teilen, Folgen, etc.

Die Plattform LinkedIn

Einführung in das Thema - Zahlen, Daten, Fakten

- Gegründet 2002 in Sunnyvale, Kalifornien, USA
- Tochterunternehmen von Microsoft
- Über 930 Mio. Nutzer in 200 Ländern und Regionen
- Etwa 17 Mio. monatlich aktive Nutzer in Deutschland
- Das entspricht 21% aller Deutschen (57% männlich und 43% weiblich)
- 2023 erwirtschaftete LinkedIn ca. \$15,2 Mrd.

1

LinkedIn Ads

Was sind LinkedIn Ads

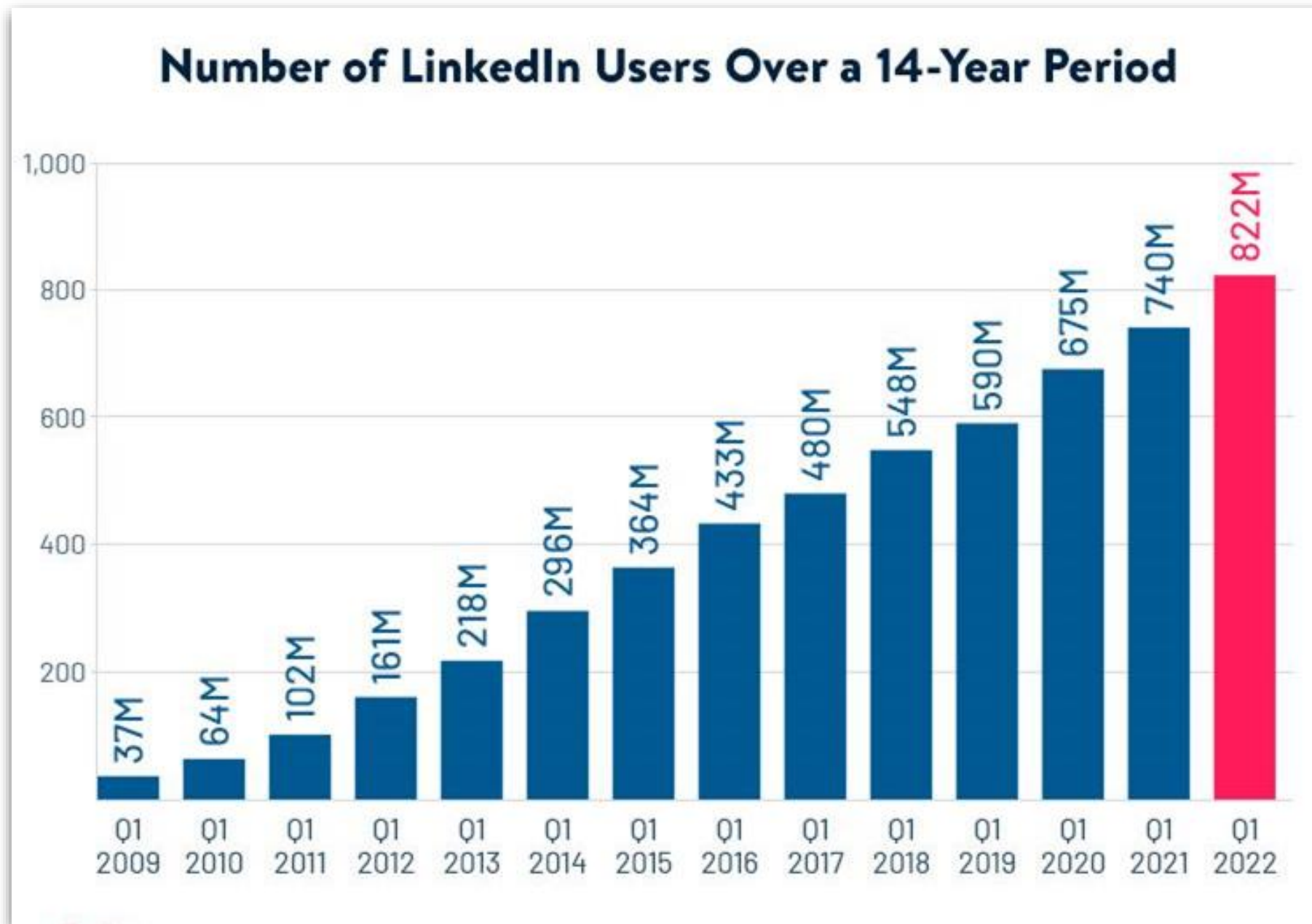
LinkedIn Ads

Was sind LinkedIn Ads

- LinkedIn Ads sind kostenpflichtige Werbeanzeigen
- Sie werden auf dem Business-Netzwerk LinkedIn geschaltet
- Ads ermöglichen zielgerichtete Werbung
- Essentiell und stark genutzt im Online-Marketing
- Kostet Geld und in der Regel wird per Klick (CPC) bezahlt
- Bei LinkedIn liegt der Schwerpunkt auf B2B-Zielgruppen, da Großteil der Nutzer LinkedIn geschäftlich nutzen

LinkedIn Ads

Was sind LinkedIn Ads



Quelle: 99firms.com

- Statistik: Jährliches Wachstum der Nutzer auf LinkedIn
- Größtes Business Netzwerk weltweit
- Theoretisch sind alle User für Ads targetierbar

LinkedIn Ads

Was sind LinkedIn Ads



Quelle: Databox

- Durchschnittlicher CPC von LinkedIn Ads
- Relativ hoch im Vergleich zu anderen Werbeplattformen
- Teilweise bis zu 10 € pro Klick

LinkedIn Ads

Was sind LinkedIn Ads



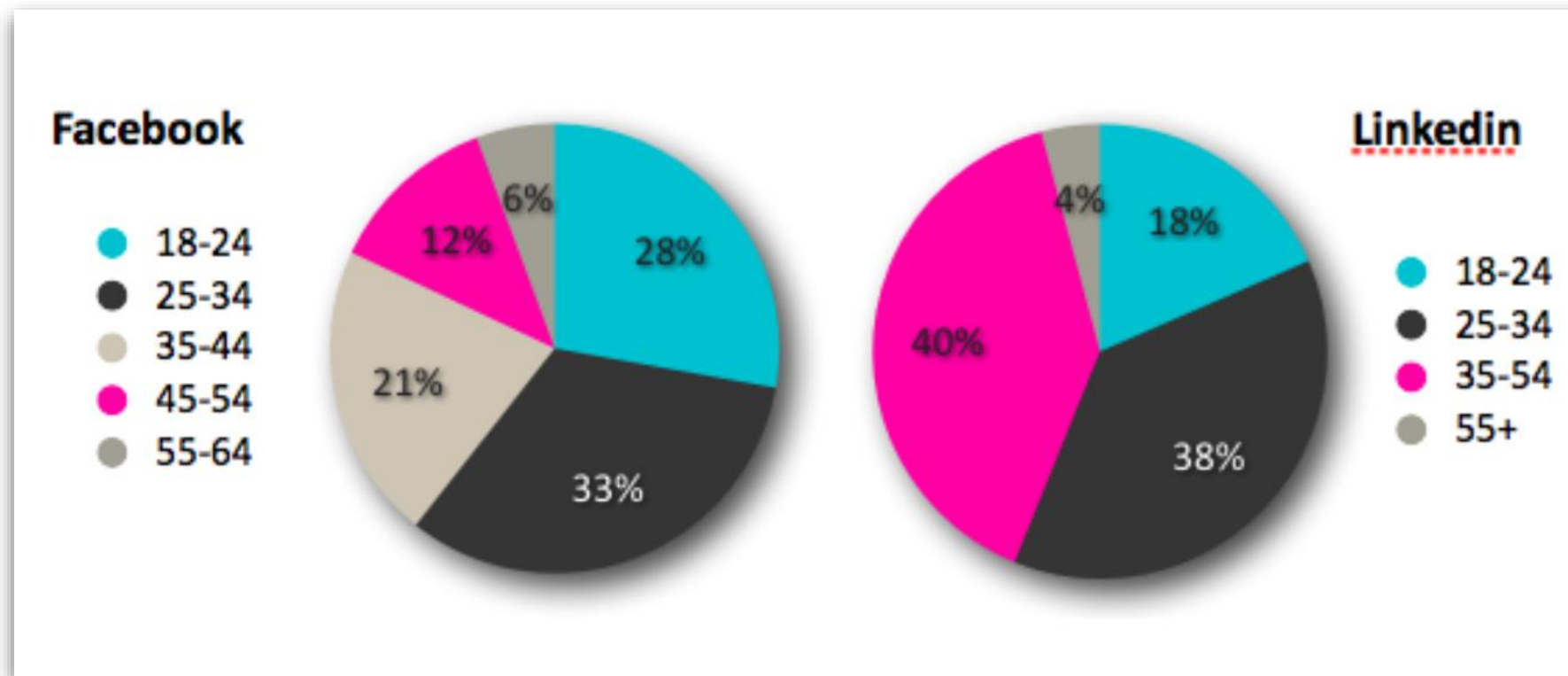
- Statistik: Zu Nutzern auf LinkedIn
- Wird hauptsächlich nicht privat genutzt
- Ist die Nummer 1 Plattform für Leadgenerierung (laut einer LinkedIn Studie)

2

Linkedin Ads Nutzer-Demographie

LinkedIn Ads

Nutzer-Demographie - Wer nutzt LinkedIn?

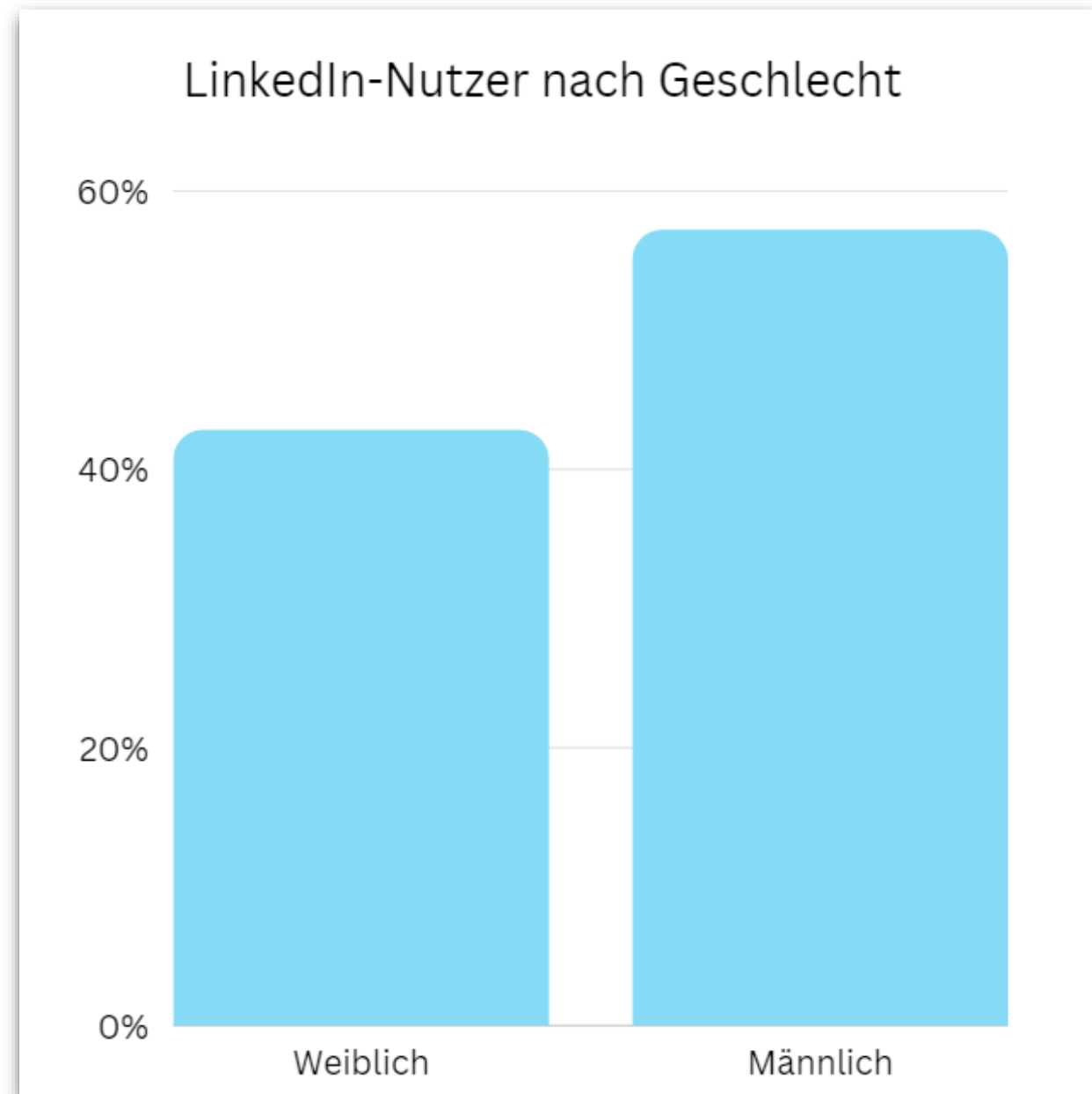


Quelle: Databox

- LinkedIn Zielgruppe: Erwachsene im mittleren Alter
- Nutzer älter als auf Facebook
- Großteil der Nutzer sind zwischen 34 und 54 Jahre alt

LinkedIn Ads

Nutzer-Demographie - Wer nutzt LinkedIn?



Quelle: Neuroflash

- LinkedIn Nutzer sind tendenziell eher männlich
- Aufteilung 57% / 43 %

LinkedIn Ads

Nutzer-Demographie - Wie gut kann man Targetieren?

- Targeting auf Standort, Unternehmen, Alter, Geschlecht, Arbeitserfahrung, Interessen, Bildung
- Placements können angepasst werden (Feed, Login-In, in den Messages, etc.)
- Erweitertes Targeting auf Personen in spezifischen Unternehmen (z.B. "Top 10 Unternehmen im DAX" möglich)
- Retargeting möglich (z.B. "Alle Personen, die meine LinkedIn-Seite besucht haben" oder "Alle Personen, die meine Ad geliked haben")

3

LinkedIn Ads Vor- und Nachteile

LinkedIn Ads

Vor-/Nachteile

	Pros		Cons
Sehr präzises Targeting möglich	✓	✗	Sehr hohe CPC-Kosten
Perfekt geeignet für Unternehmen mit B2B-Fokus	✓	✗	Nur geeignet für hochpreisige Produkte
Kleine Lernkurve bei der Ad-Erstellung	✓	✗	LinkedIn-Seite ist zwingend erforderlich zum Schalten von Ads
Jeder 5. in DE ist auf LinkedIn	✓	✗	Nutzer sind nicht primär auf LinkedIn, um nach Produkten zu suchen
Hohe Conversion Rate (6% im Durchschnitt)	✓		

4

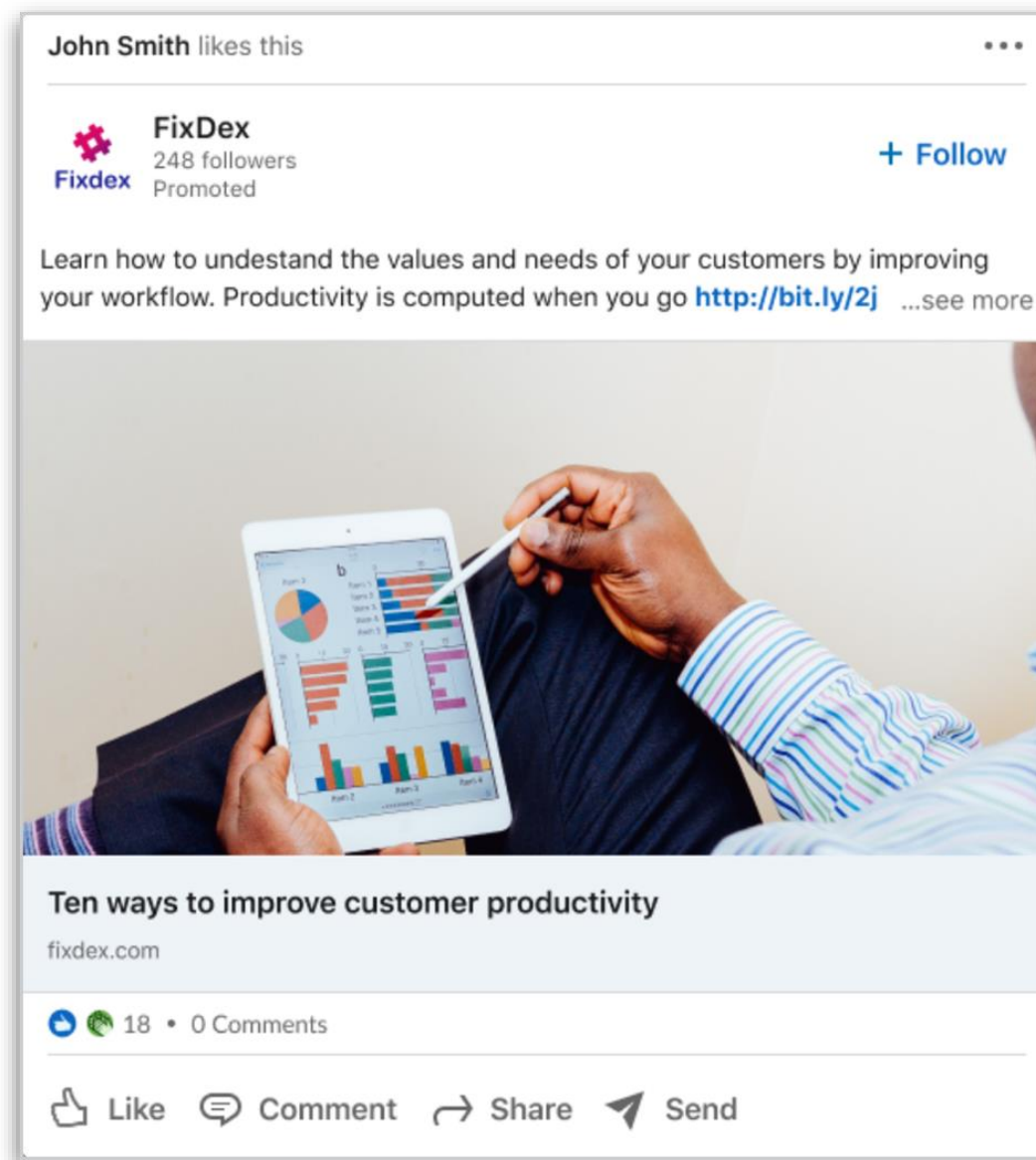
LinkedIn Ads Anzeigenformate

4.1

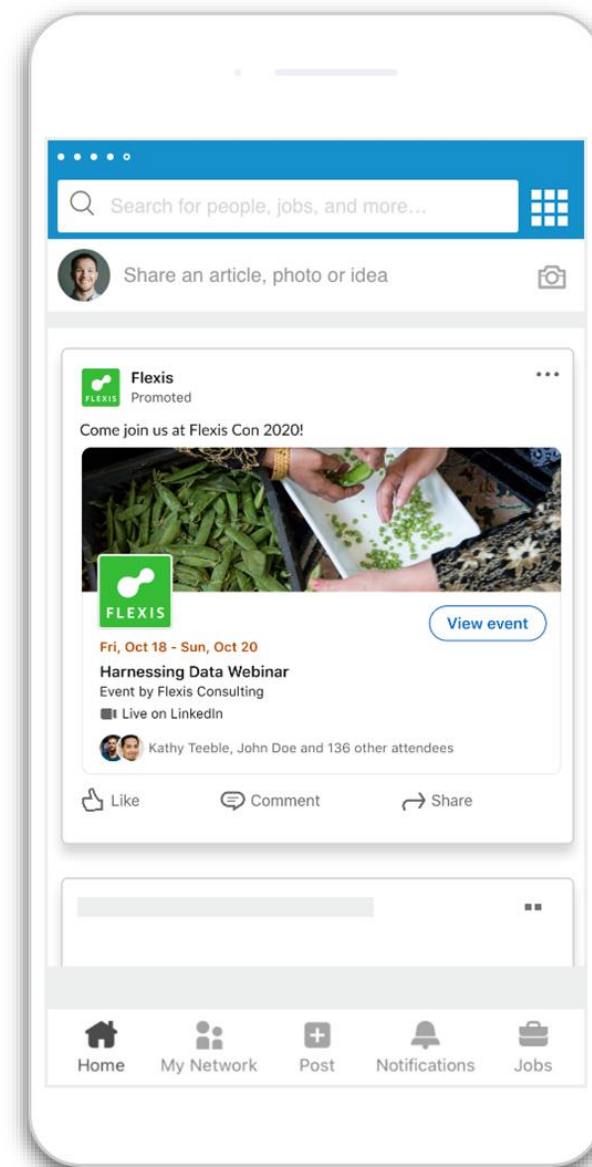
LinkedIn Ads
Single Image Ads

LinkedIn Ads

Single Image Ads



Quelle: Facebook



- Einzelnes Bild mit Texten und CTA-Button
- 1,91:1 (Querformat, Desktop- und Mobilversion)
- 1:1 (Quadrat, Desktop- und Mobilversion)
- 1:1,91 (Hochformat, nur Mobilversion)

LinkedIn Ads

Single Image Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



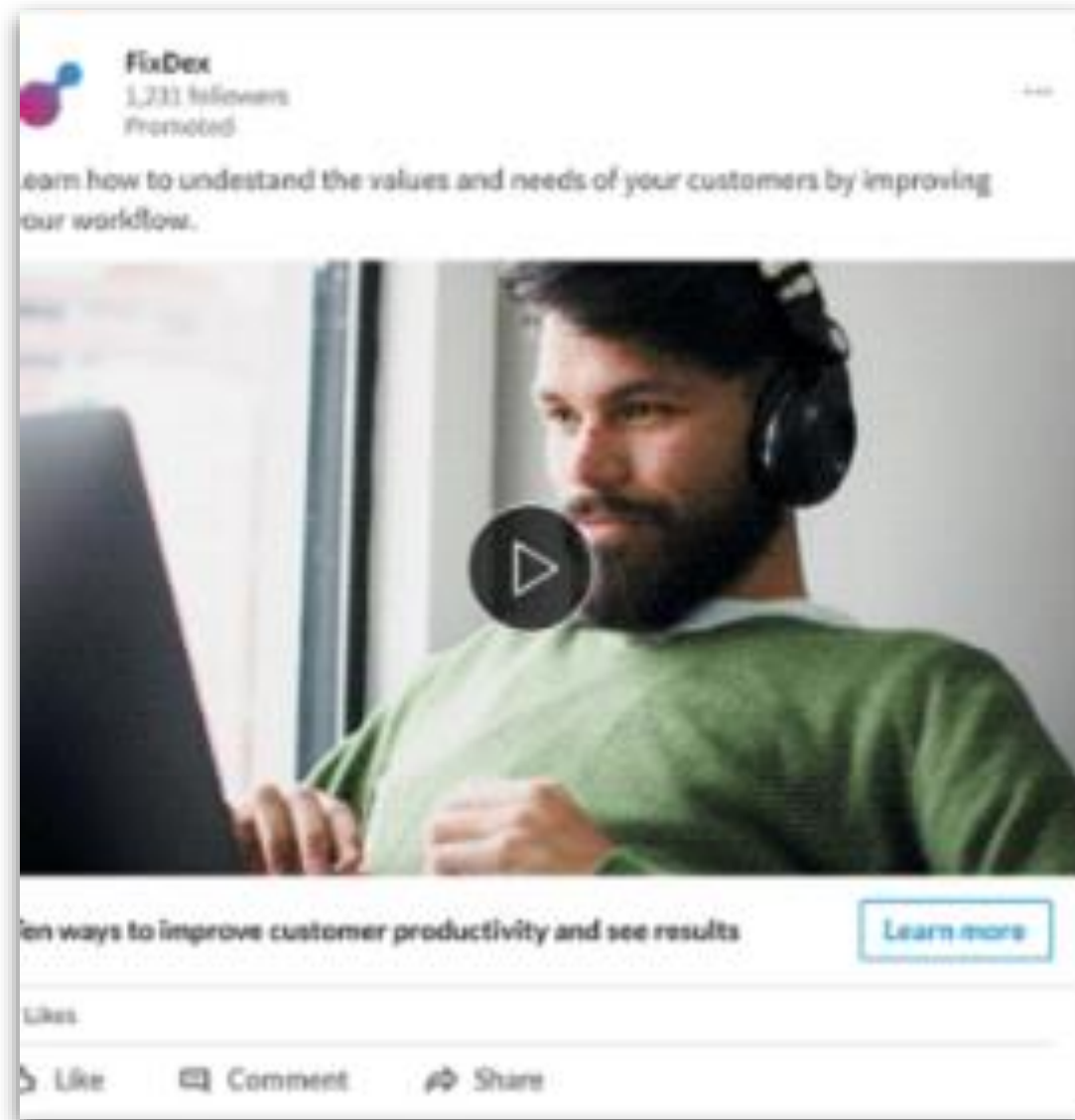
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.2

LinkedIn Ads
Video Ads

LinkedIn Ads

Video Ads



Quelle: Facebook

- Video-Werbeanzeige mit CTA-Button
- 4:5 (Hochformat)
- 9:16 (Hochformat)
- 16:9 (Querformat)
- 1:1 (Quadrat)

LinkedIn Ads

Video Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



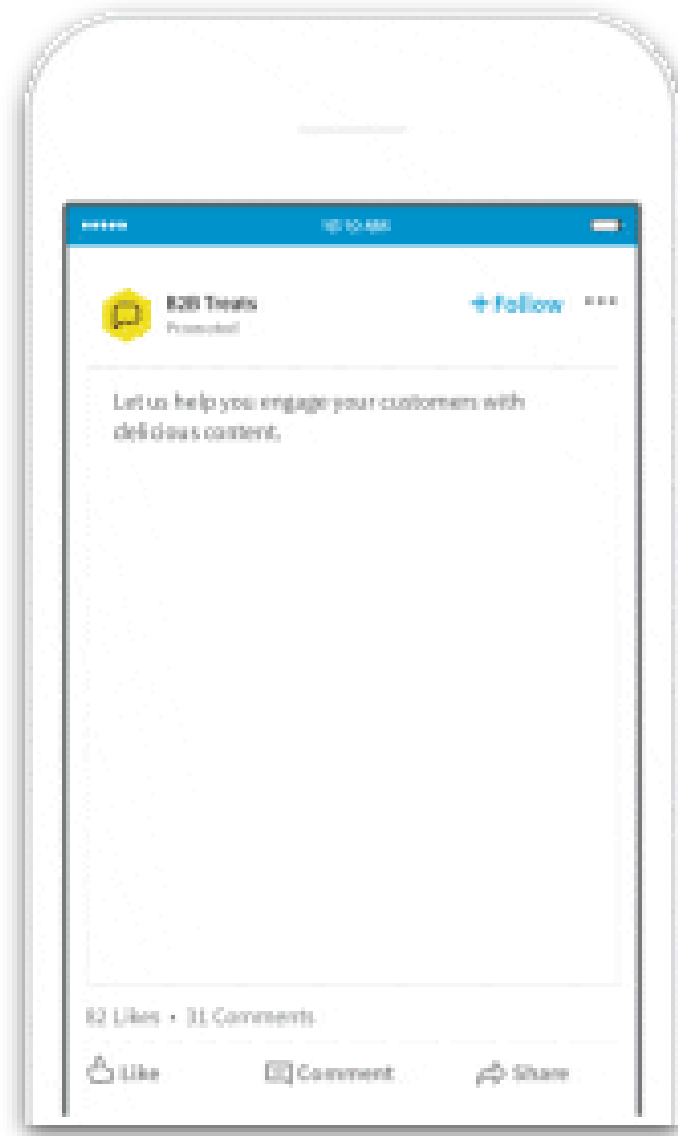
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.3

LinkedIn Ads
Carousel Ads

LinkedIn Ads

Carousel Ads



Quelle: Facebook

- Werbeanzeige mit mehreren Bildern und mehrere CTA-Buttons
- 1:1 (Quadrat)

LinkedIn Ads Carousel Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.4

LinkedIn Ads
Event Ads

LinkedIn Ads

Event Ads

 **Flexis**
Promoted

Come join us and hear our chief data scientist George Beck speak!



Live Fri · 12:30PM

Fri, Oct 18, 12:30 PM - 1:30 PM

Harnessing Data Webinar at San Francisco Bay Area

Event by Flexis Consulting

LinkedIn Live

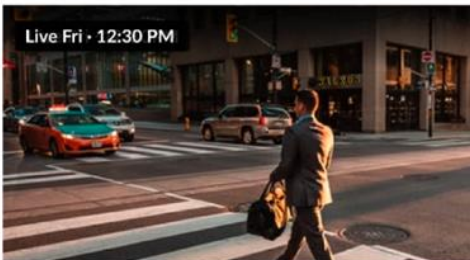
 Kathy Teeble, John Doe and 136 others interested

 Like  Comment  Share  Send

[View event](#)

 **Flexis Consulting**
Promoted

Come join us and hear our chief data scientist George Beck speak!



Live Fri · 12:30 PM

Fri, Oct 18, 12:30 PM - 1:30 PM

Harnessing Data Webinar

LinkedIn Live

 Kathy Teeble, John Doe and 136 others interested

[View event](#)

 Home  My Network  Post  Notifications  Jobs

- Werbeanzeige mit einem Bild und CTA-Button zur Event-Teilnahme
- 4:1 (Querformat)

Quelle: Facebook

LinkedIn Ads

Event Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



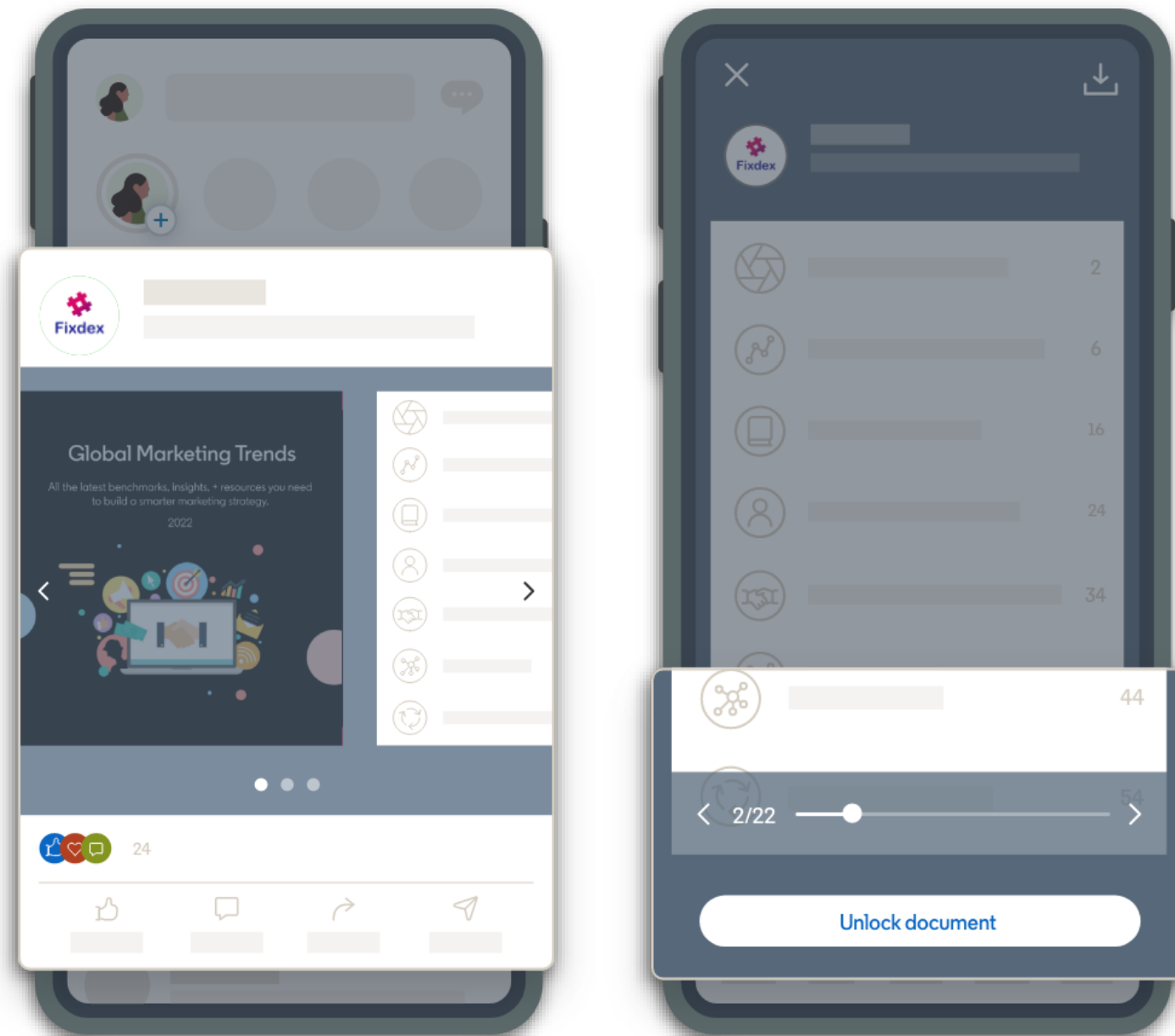
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.5

LinkedIn Ads
Document Ads

LinkedIn Ads

Document Ads



Quelle: Facebook

- Direkter Download von Dokumenten im Nutzer-Feed
- Bildformat: Vertikal, horizontal, quadratisch
- Dokument-Format: Beliebig, aber maximal 300 Seiten oder 1 Million Wörter pro Dokument

LinkedIn Ads

Document Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



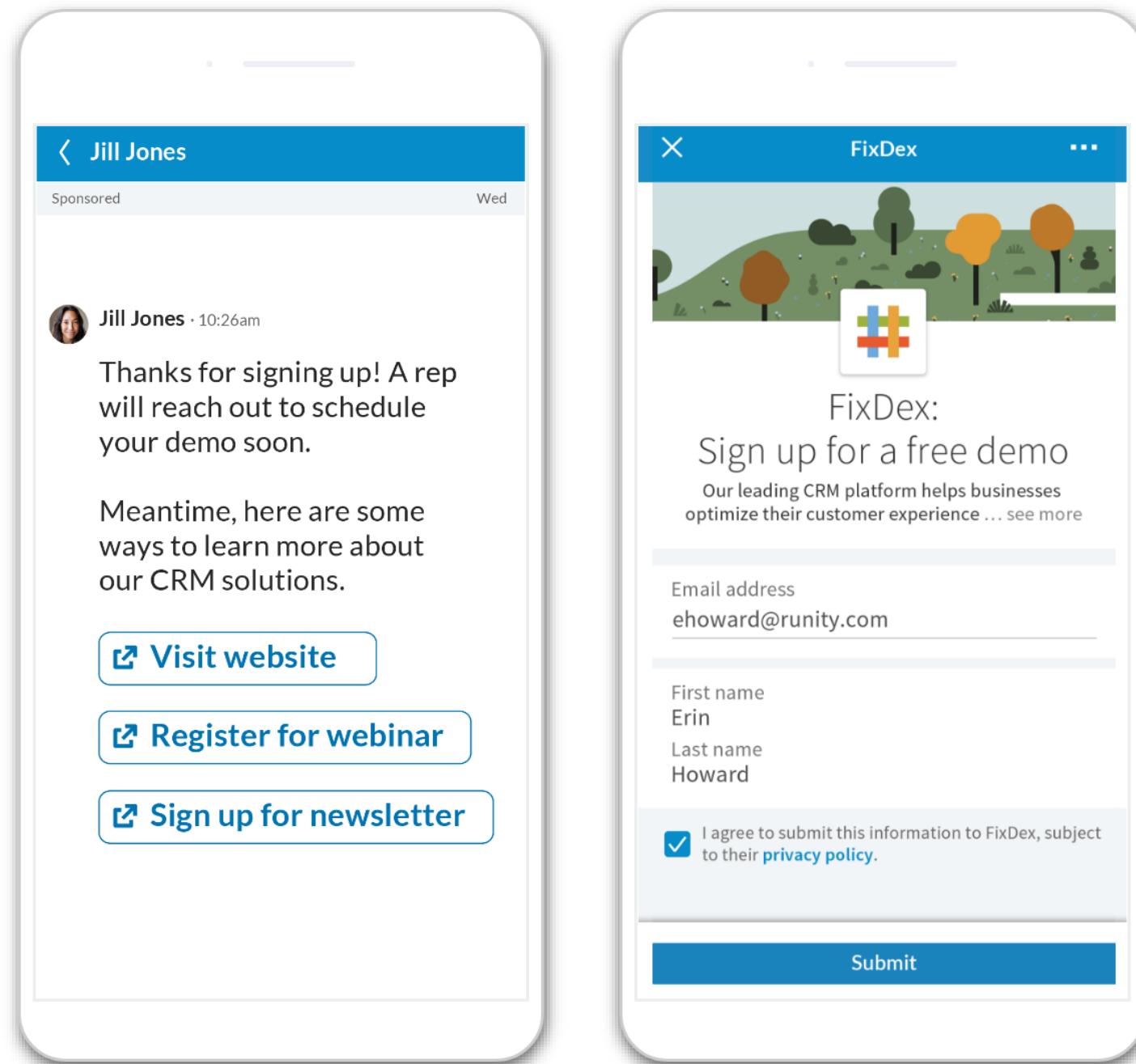
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.6

LinkedIn Ads
Conversation Ads

LinkedIn Ads

Conversation Ads



Quelle: Facebook

- Banner mit CTA-Button zum Registrieren
- Nach Registrierung personalisierte Nachricht
- Banner-Format: beliebig, 300 x 250 Pixel empfohlen
- Text: max. 500 Zeichen

LinkedIn Ads

Conversation Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



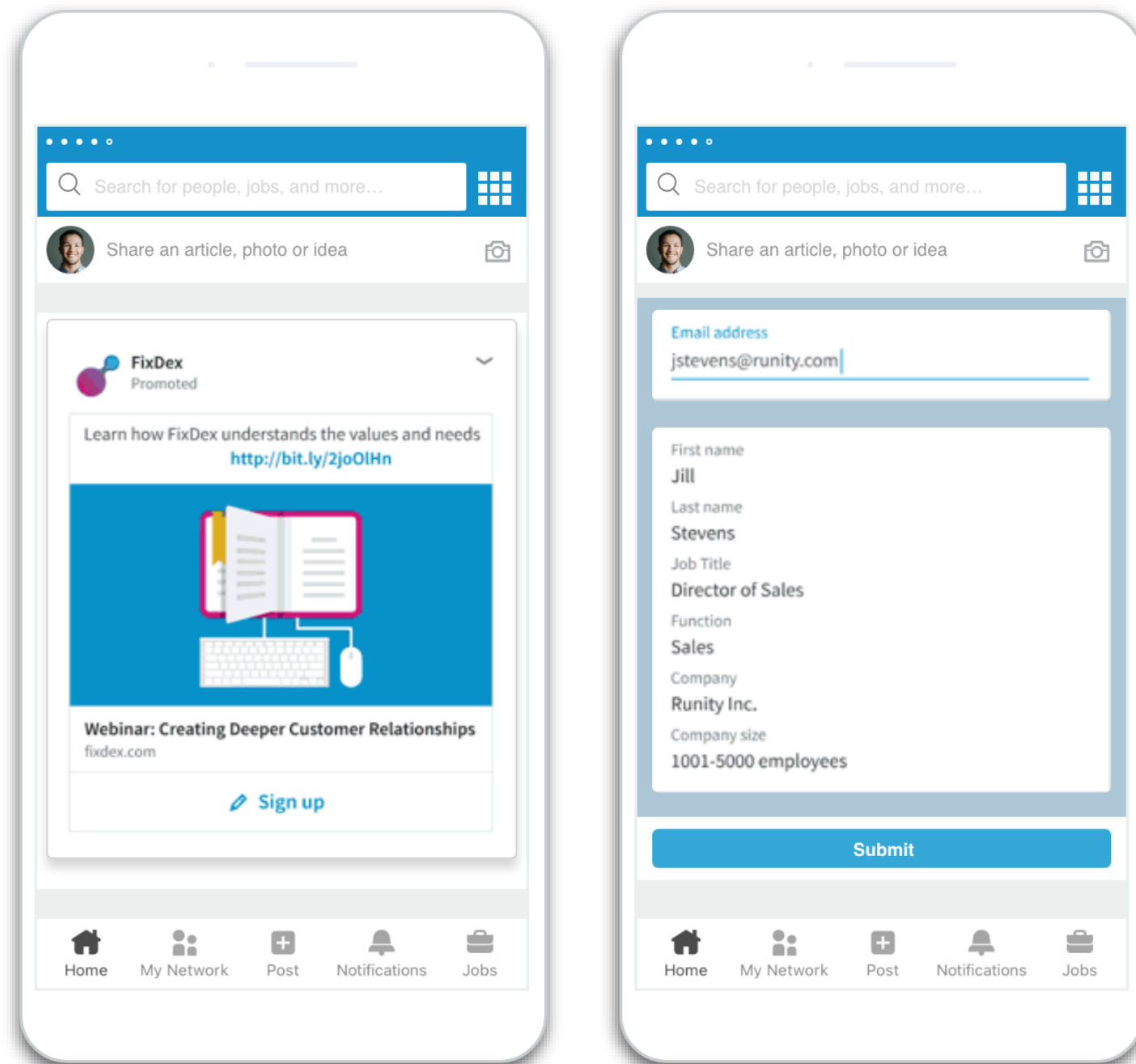
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.7

LinkedIn Ads
Lead Gen Forms

LinkedIn Ads

Lead Gen Forms



Quelle: Facebook

- Vorausgefüllte Formulare zum Sammeln von Leads
- Bis zu 11 mögliche Informationen (wie z.B. E-Mail, Telefonnr., Bundesland, PLZ, Land, usw.)

LinkedIn Ads

Lead Gen Forms

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



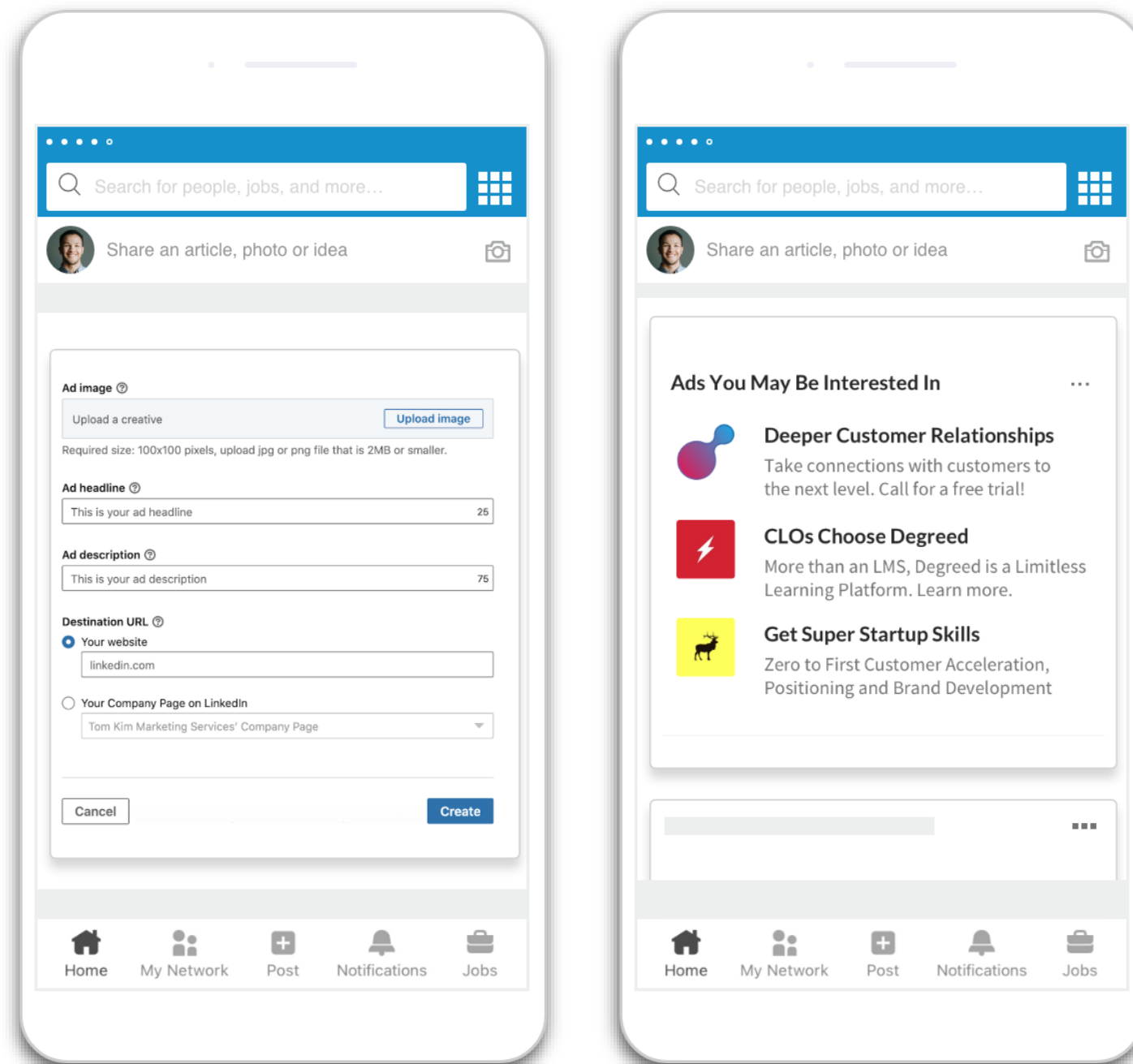
Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

4.8

LinkedIn Ads
Text Ads

LinkedIn Ads

Text Ads



Quelle: Facebook

- Text-Ad mit kleinem Logo
- Logo: 1:1 (quadratisch)
- Überschrift: max. 25 Zeichen
- Beschreibung: max. 75 Zeichen

LinkedIn Ads

Text Ads

Relevanz im E-Commerce



Sehr hoch	hoch	neutral	Eher gering
++	+	o	-/o

Komplexität bei der Erstellung



Sehr gering	gering	neutral	Eher hoch
++	+	o	-/o

Erwartete Kosten im Vergleich



Sehr günstig	günstig	neutral	Eher teuer
++	+	o	-/o

Engagement Rate



Sehr gut	gut	neutral	Eher schlecht
++	+	o	-/o

5

LinkedIn Ads Unterschiede & Wichtiges

LinkedIn Ads

Unterschiede & Wichtiges - Customer Journey

- Genauso wie auf Facebook sind LinkedIn-Nutzer nicht auf der Plattform um nach Produkten zu suchen
- In der Regel tun Nutzer auf LinkedIn scrollen und stoßen dann auf die Werbung, aber wissen noch gar nicht, dass sie das Produkt wollen
- Bezeichnet man als Push-Marketing, welches im Vergleich zum Gegensatz, dem Pull-Marketing, herausfordernder ist

Anzeigenformate

Unterschiede & Wichtiges - Push- & Pull-Marketing



Quelle: <https://www.marketing360.in/wp-content/uploads/2020/06/Push-Pull-Strategy.jpeg>

- Push-Marketing ist herausfordernder als Pull-Marketing
- Push: Kunden wird vermittelt, dass er das Produkt möchte. Sucht noch nicht danach.
- Pull: Kunden weiß bereits, dass er das Produkt möchte. Sucht bereits nach dem Produkt.

LinkedIn Ads

Unterschiede & Wichtiges - Unterschiede

- LinkedIn unterscheidet sich klar von anderen Werbeplattformen
- Plattform hat seinen Schwerpunkt auf Business-Publikum und nicht auf persönlichen Kontakten
- Daher wird die Plattform zum Schalten von Ads mit Schwerpunkt B2B benutzt und ist weniger geeignet für B2C-Ads
- Mitarbeiter bestimmter Abteilungen (z.B. "Marketingmanager) und/oder Entscheidungsträger eines Unternehmens lassen sich auf LinkedIn gezielter mit Werbung bespielen als auf anderen Werbeplattformen

6

Linkedin Ads Beispiele (Hands On)

7

LinkedIn Ads Kosten & Optimierung

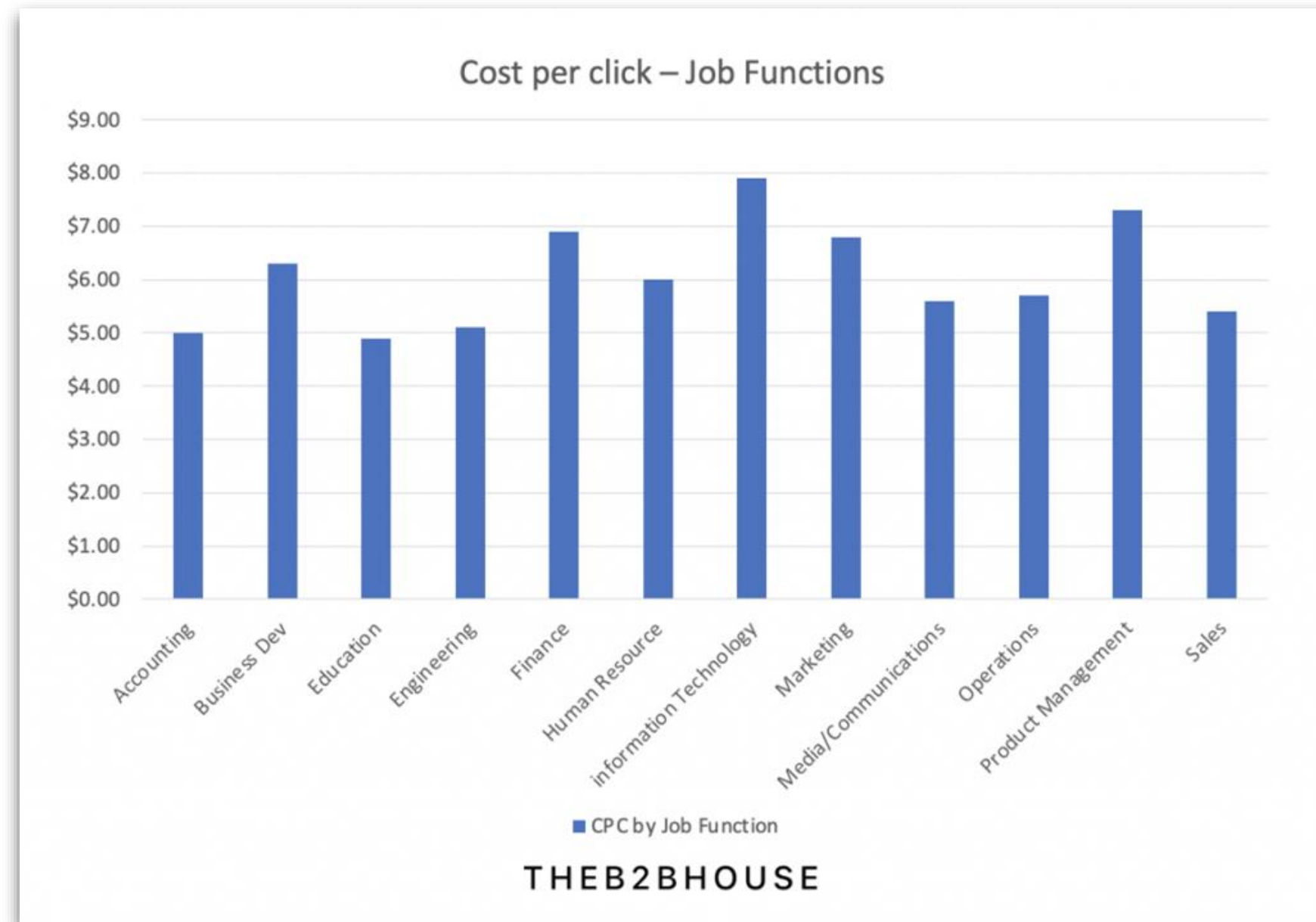
LinkedIn Ads

Kosten & Optimierung

- Preis für CPC unterliegt kontinuierlichen Schwankungen und ist niemals konstant
- Besonders während intensiver Monate, wie zum Beispiel im vierten Quartal, erfahren die CPC-Preise erhebliche Anstiege
- Zudem gibt es verschiedene CPC-Preise in unterschiedlichen Branchen
- Auf LinkedIn gibt es sogar verschiedene CPC-Preise für Personen in denselben Branchen aber mit unterschiedlichen Berufstiteln

LinkedIn Ads

Kosten & Optimierung



Quelle: TheB2BHouse

- Durchschnittliche CPCs für unterschiedliche Jobfunktionen
- Höchster CPC im Bereich IT
- Niedrigster CPC im Bereich Bildung

LinkedIn Ads

Kosten & Optimierung - Tipps zur Kostenoptimierung



Breitere Zielgruppen

Sehr spezifische Zielgruppen führen zu höheren Kosten, daher sollten breitere Zielgruppen ausgewählt werden, wenn man geringere Kosten anstrebt.



Nutze Videos statt Bildern

Video-Ads haben in der Regel einen viel geringeren CPC als Image-Ads.



Regelmäßiges Testen

Regelmäßiges Testen & Optimierung ist sehr wichtig für das Schalten von Ads. Schalte nicht gut laufende Ads nach einigen ab und teste neue Ads, um kosteneffiziente Werbung zu schalten.

8

Linkedin Ads

Entscheidung treffen - LinkedIn Ads

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - LinkedIn Ads

01

Kosten

- | Suchst du eine kostengünstige Werbeplattform?
- | LinkedIn Ads ist vergleichsweise sehr teuer.
- | Einzelne Leads können sogar bis zu zweistellige Euro-Beträge kosten.



02

Präzises Targeting

- | Befinden sich deine Produkte in kleinen Nischen?
 - | Oder handelt es sich um sehr spezifische Zielgruppen?
 - | Mit LinkedIn Ads kannst du sehr präzise targetieren. Auch kleinere Zielgruppen.
- 

03

Produkt

- | Ist dein Produkt hochpreisig?
- | Es können hohe Werbekosten für einen Verkauf entstehen.
- | Daher sollte die Marge deines Produktes dementsprechend sehr hoch sein.

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - LinkedIn Ads



04

Zielgruppe

- | Handelt es sich bei deiner Zielgruppe um B2C oder B2B?
 - | Beachte, dass überwiegend B2B-Zielgruppen auf LinkedIn sind.
- 

9

LinkedIn Ads

LinkedIn Ads Agentur

LinkedIn Ads

LinkedIn Ads Agentur

- LinkedIn Ads Agenturen sind Unternehmen bzw. Dienstleister
- Sie sind auf die Erstellung, Verwaltung und Optimierung von Werbekampagnen auf der LinkedIn-Plattform spezialisiert.
- Agenturen erhalten in der Regel einen prozentualen Anteil des genutzten Ad-Budget auf der Plattform.
- Aufgaben von LinkedIn Ads Agenturen sind unter Anderem: Zielgruppen-Recherche, Kampagnenerstellung, Anzeigenentwicklung, Budgetmanagement, Ausrichtung & Targeting, Analyse & Optimierung, usw.

LinkedIn Ads

LinkedIn Ads Agentur - Leistungen von Agenturen

LinkedIn Ads Leistungen *This is how we do it!*

Zielgruppen Recherche  Mit einer eingängigen Zielgruppenanalyse und den entsprechenden Tools, finden wir die Personen, die für deine Dienstleistung oder dein Produkt relevant sind und sprechen diese an.	Tracking Integration  Wir implementieren den LinkedIn Insight Tag für dich und richten alle Events ein, sodass der Erfolg messbar wird. Deine Zielvorhaben legen wir ebenfalls in Google Analytics an.	Anzeigen Erstellung  Texte, Bilder und Videos erstellen wir gerne für deine Anzeigen. Entweder mit deinem Bildmaterial oder kostenfrei von uns zur Verfügung gestelltem, lizenziertem Material.
Ausführlicher Report  Du erhältst eine genaue Auflistung der Erfolge deiner Kampagne, die wir dank unseres Trackings messen können. Das ist auch als Live-Dashboard möglich.	Beratung als Agentur  Du erhältst ohne weitere Kosten eine Beratung zu deiner Website oder Landingpage. Wir geben dir Tipps, wie mehr Conversions und Leads generiert werden.	Plattformweite Werbung  Wir konzeptionieren und übernehmen auf Wunsch die Erstellung für Whitepaper und Leadmagneten. Dabei beachten wir stets deine Corporate Identity.

- Beispiel Leistungen einer echten LinkedIn-Agentur
- Viele weitere Leistungen als nur einfach Ads schalten
- Geht von Zielgruppen-Recherche bis zur Beratung und Reporting

LinkedIn Ads

LinkedIn Ads Agentur - Vor-/Nachteile

	Pros	Cons
Expertise & Fachkenntnisse	✓	✗ Hohe Kosten
Zeitersparnis	✓	✗ Abhängigkeit
Automatische Optimierung durch Agentur	✓	✗ Verlust der direkten Kontrolle
Regelmäßige Analyse & Berichterstattung	✓	✗ Richtige Agenturauswahl ist herausfordernd

10

Linkedin Ads

Entscheidung treffen - Agentur

Abhängigkeit

- | Ist es dir wichtig unabhängig von externen Dienstleistern zu sein?
- | Auch deine Flexibilität geht verloren, da du abhängig wirst.

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - Agentur

Zeit

| Möchtest du Zeit einsparen?

| Agenturen übernehmen zeitaufwändige Bereiche des Marketings.

| Du musst dank Agenturen z.B. nicht mehr mit deinen Ads herum experimentieren oder irgendwelche Creatives erstellen.

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - Agentur

03

Budget

- | Agenturen nehmen durchschnittl. etwa 20 - 30% des Adspends.
- | Diesen Invest kannst du dir sparen, wenn du selbst Ads schaltest.
- | Daher musst du dir die Frage stellen ob du dir lieber Zeit oder lieber Geld sparen möchtest?

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - Agentur



04

Expertise

- | Hast du jemanden mit Marketing-Expertise in deinem Unternehmen?
 - | Agenturen setzen oftmals sogar mehrere Mitarbeiter mit starker Expertise ein.
- 

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - Agentur



05

Kontrolle

- | Agenturen erhalten oftmals die volle Kontrolle über den Ad-Account.
 - | Ist es dir wichtig, dass du selbst die volle Kontrolle über deine Werbekampagnen behältst (und flexibel agieren kannst)?
- 

LinkedIn Ads

Entscheidung treffen - Allgemein



Die Nutzung von LinkedIn Ads bietet die Chance, präzise festgelegte Zielgruppen gezielt anzusprechen. Jedoch ist Vorsicht geboten, da unüberlegte Anzeigenplanung zu finanziellen Verlusten führen kann. Daher ist es dringend ratsam, vor der Auseinandersetzung mit diesem Thema eine gründliche Recherche durchzuführen.