

Facebook-Pixel – Update

Alles Wichtige über das das Facebook-Pixel:

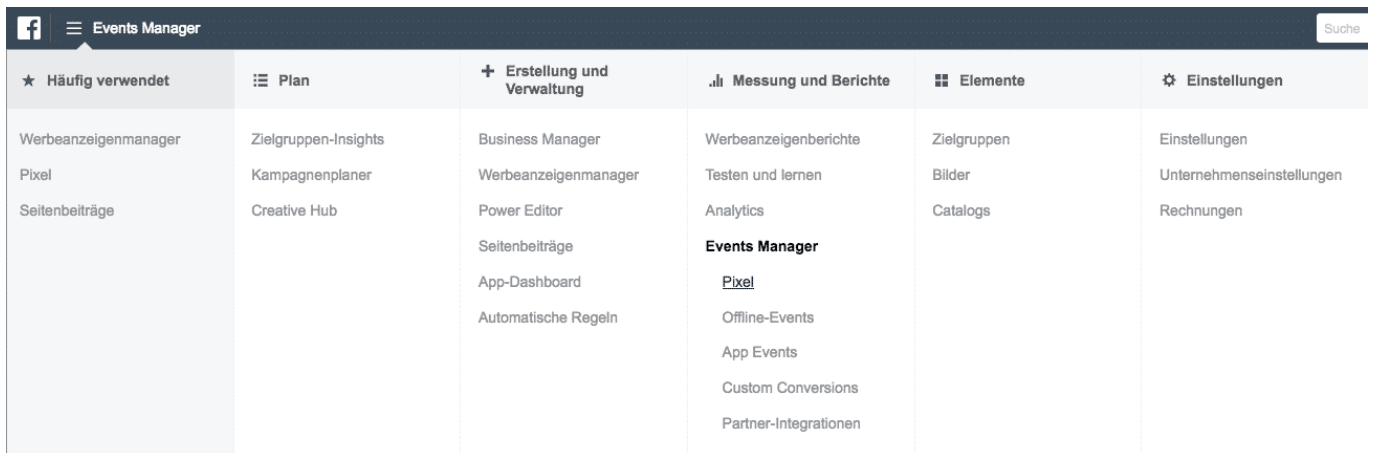
Zur Zeit befindet sich ein neues Facebook-Pixel Update im Test. Mit dem Update soll die Implementierung des Facebook-Pixels zukünftig stark vereinfacht werden.

Was ist das Facebook-Pixel eigentlich?

Das Facebook-Pixel ist ein Analysetool, das auf der eigenen Website integriert wird und mit dessen Hilfe man dann die Effektivität seiner Facebook-Werbeanzeigen messen und verbessern kann.

Wie wurde es bisher implementiert?

Zunächst (und der Teil bleibt auch in Zukunft gleich) muss man im Facebook Business Manager den Punkt „Pixel“ auswählen.

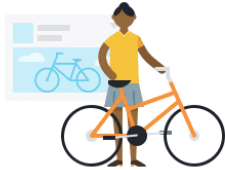


★ Häufig verwendet	☰ Plan	+ Erstellung und Verwaltung	📊 Messung und Berichte	📦 Elemente	⚙️ Einstellungen
Werbeanzeigenmanager	Zielgruppen-Insights	Business Manager	Werbeanzeigenberichte	Zielgruppen	Einstellungen
Pixel	Kampagnenplaner	Werbeanzeigenmanager	Testen und lernen	Bilder	Unternehmenseinstellungen
Seitenbeiträge	Creative Hub	Power Editor	Analytics	Catalogs	Rechnungen
		Seitenbeiträge	Events Manager		
		App-Dashboard	<u>Pixel</u>		
		Automatische Regeln	Offline-Events		
			App Events		
			Custom Conversions		
			Partner-Integrationen		

Auf der sich öffnenden Seite klickt man auf „Pixel erstellen“ und folgt den Anweisungen.

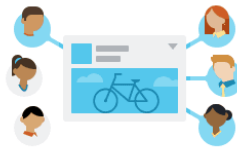
Erstelle ein Facebook-Pixel

Füge das Facebook-Pixel auf deiner Webseite hinzu, um den Erfolg deiner Werbeanzeigen zu messen. Aktiviere leistungsstarke Funktionen für die Facebook-Werbung.



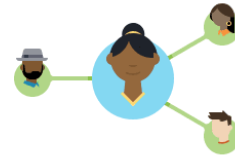
Verfolge die Webseiten-Aktivitäten

Versuche die Handlungen nachzuvollziehen, die infolge deiner Werbeanzeigen durchgeführt wurden. Erfasse Conversions und miss deinen ROAS.



Verbessere deinen ROAS

Facebook liefert Werbeanzeigen automatisch an Personen aus, die höchstwahrscheinlich eine Handlung vornehmen. Die Auswahl basiert auf Conversion-Daten deiner Webseite.



Erreiche neue und bestehende Kunden

Zeige Personen Werbeanzeigen basierend auf den Handlungen, die sie auf deiner Webseite vornehmen. Erstelle Lookalike Audiences, um Personen zu erreichen, die deinen besten Kunden ähneln.





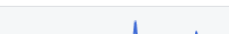
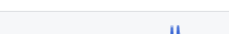
[Pixel erstellen](#)

Nach nur wenigen Klicks hat man so den Facebook-Pixel Basiscode erstellt. Dieses kleine Stück JavaScript-Code muss nun auf der eigenen Website so integriert werden, dass es auf jeder Unterseite auftaucht. Im Normalfall fügt man es dazu einfach in den Header der Website ein.

Damit man nun aber auch die wirklich interessanten Ereignisse (Events) wie „Verkäufe“ oder „In den Warenkorb gelegte Produkte“ erfassen kann, mussten auf den jeweiligen Unterseiten noch sogenannte Event-Codes eingefügt werden. Die Implementierung war für Laien jedoch mitunter recht mühsam und zeitintensiv.

Wie wird es nach dem Update implementiert?

Nach dem Update implementiert Facebook die Events nun ganz automatisch. Es reicht also vollkommen aus, den Pixel-Basiscode zu erstellen und im Header zu integrieren. Man erkennt die automatisch generierten Events in der Übersicht dann an dem Zusatz „Automatisch“

Events von 19. Dezember 2017 – 15. Januar 2018			
Name ⓘ	Status	Aktivität ⓘ	Verzeichnete Events ⓘ
PageView	● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		94 Tsd.
Event-Code			94 Tsd.
AddToCart	⚡ ● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		1,2 Tsd.
Automatisch ⓘ			1,2 Tsd.
CompleteRegistration	⚡ ● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		291
Automatisch ⓘ			291
Purchase	⚡ ● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		241
Automatisch ⓘ			240
Contact	⚡ ● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		61
Automatisch ⓘ			61
Lead	⚡ ● Aktiv Zuletzt erhalten: In der letzten Minute		24
Automatisch ⓘ			24

Bleiben die bisher angelegten Events bestehen?

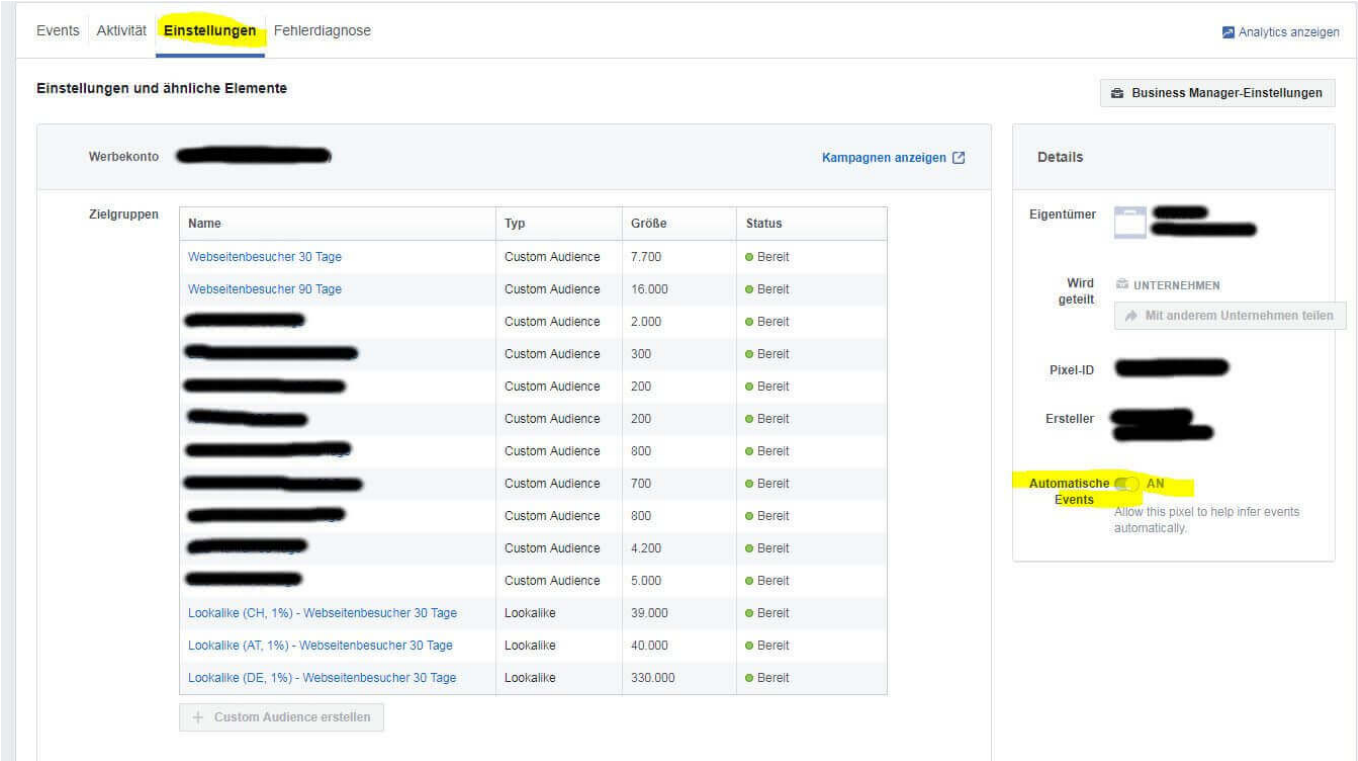
Ja, laut Facebook bleibt die Möglichkeit selber Events anzulegen bestehen. Die Events werden dann in der Übersicht untereinander gelistet und mit dem Zusatz Event-Code bzw. Automatisch unterschieden.

In meinem Business Manager finde ich noch keine automatischen Events!

Die Funktion befindet sich momentan noch in der Testphase. Laut Facebook liegen noch keine Informationen vor, wann weitere Werbekonten für diese Option freigegeben werden. Es gilt jedoch als gesichert, dass die Funktion für alle Werbekonten kommen soll.

Mich stören die automatischen Events in meiner Übersicht, was kann ich tun?

Wenn man in der Facebook-Pixel-Ansicht den Punkt Einstellungen auswählt, hat man auf der rechten Seite die Möglichkeit die automatischen Events auszustellen.



The screenshot shows the Facebook Pixel settings page. The 'Einstellungen' tab is selected. On the right side, under 'Business Manager-Einstellungen', the 'Automatische Events' toggle is turned ON. Below the table, there is a note: 'Allow this pixel to help infer events automatically.'

Name	Typ	Größe	Status
Webseitenbesucher 30 Tage	Custom Audience	7.700	Bereit
Webseitenbesucher 90 Tage	Custom Audience	16.000	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	2.000	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	300	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	200	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	200	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	800	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	700	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	800	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	4.200	Bereit
[Redacted]	Custom Audience	5.000	Bereit
Lookalike (CH, 1%) - Webseitenbesucher 30 Tage	Lookalike	39.000	Bereit
Lookalike (AT, 1%) - Webseitenbesucher 30 Tage	Lookalike	40.000	Bereit
Lookalike (DE, 1%) - Webseitenbesucher 30 Tage	Lookalike	330.000	Bereit

Was muss ich sonst noch über das Pixel wissen?

Da mit dem Facebook-Pixel personenbezogene Daten erfasst werden, ist das Facebook-Pixel aus datenschutzrechtlichen Gründen durchaus etwas kritisch zu betrachten. Da ich selbst kein Rechtsgelehrter bin, möchte ich Sie an dieser Stelle auf andere Publikationen zu diesem Thema verweisen.



Titelbild © geschmacksRaum® / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX