

# Kampagnen-Checkliste: So werden Ihre Kampagnen ein Erfolg



## 1 Konto einrichten

Haben Sie das **Insight-Tag** auf Ihrer Website eingefügt?



Sobald das Insight-Tag platziert ist, sollten Sie im Kampagnen-Manager unter „Insight-Tag“ alle Domains zu Ihrem Konto hinzufügen.

Haben Sie **Website Demographics** eingerichtet?



Sie können die demografischen Informationen als Orientierung für die Auswahl zukünftiger Targeting-Optionen nutzen.

Nutzen Sie **Retargeting**?



Erstellen Sie Segmente unter „Matched Audiences“ und warten Sie, bis diese mind. 300 Mitglieder umfassen, bevor Sie Ihre Kampagne starten.

Haben Sie **Conversion-Tracking** eingerichtet?



LinkedIn kann Daten nicht rückwirkend erfassen, daher müssen Sie diese Option unbedingt vor dem Start der Kampagne einrichten.

## 2 Kampagne erstellen

Haben Sie **Benennungsregeln** für Ihre Kampagne festgelegt?



Verwenden Sie konsistente Benennungsregeln, damit Sie leicht nach Ihren Kampagnen suchen und diese identifizieren können. Beispiel: `LOB_Initiative_Kampagne` Produktname\_Zielgruppe Targeting\_zusätzliche Angaben Details (z. B. Auftragsnummer)

Haben Sie ein **Kampagnenziel** ausgewählt?



Sobald Ihre Kampagne online ist, können Sie das Ziel nicht mehr ändern.

Haben Sie eine **Sprache** und ein **Anzeigenformat** festgelegt?



Nachdem Sie Ihre Kampagne gespeichert haben, können Sie diese nicht mehr ändern. Wählen Sie Sprache und Anzeigenformat deshalb gleich aus.

## 3 Zielgruppe

Haben Sie die **Targeting-Optionen** für Ihre Wunschzielgruppe ausgewählt?



Achten Sie darauf, dass Ihre Zielgruppe groß genug ist. Nur so kann Ihre Kampagne die bestmöglichen Ergebnisse erzielen (siehe „Prognostizierte Ergebnisse“).



Möchten Sie die **Zielgruppenerweiterung** aktivieren?

**Tipp** →

Damit erreichen Sie neue Zielgruppen, die der Zielgruppe dieser Kampagne ähnlich sind. Die Option ist automatisch ausgewählt. Entfernen Sie zum Deaktivieren einfach das Häkchen.

Haben Sie ein geeignetes **Anzeigenformat** ausgewählt?

**Tipp** →

Stimmen Sie das Format auf Ihre Kampagnenziele und die verfügbaren Assets ab.

Möchten Sie das **LinkedIn Audience Network** aktivieren?

**Tipp** →

Damit erreichen Sie Ihre Zielgruppe in einem Premium-Netzwerk von Publisher:innen über den LinkedIn Feed hinaus. Diese Funktion ist automatisch aktiviert. Entfernen Sie zum Deaktivieren einfach das Häkchen.

## 4 Gebot und Budget

Ist Ihr **Gebot** konkurrenzfähig?

**Tipp** →

Siedeln Sie Ihr Gebot am oberen Ende der empfohlenen Gebotsspanne an oder nutzen Sie die Funktion „Automatische Gebote“.

Haben Sie ein **Tages- und Gesamtbudget** vorgegeben?

**Tipp** →

Nutzen Sie einen Content-Kalender, um Ihre Budgets festzulegen.

Haben Sie ein **Enddatum für Ihre Kampagne** angegeben?

**Tipp** →

Damit stellen Sie sicher, dass Ihre Kampagne zum gewünschten Termin endet. Sie können das Datum bei Bedarf ändern.

Haben Sie **Conversions** angewendet?

**Tipp** →

Wenn Sie Kampagnen duplizieren oder neue Kampagnen hinzufügen, stellen Sie sicher, dass Sie alle Conversions entsprechend zuordnen – sie werden nicht automatisch voreingestellt.

## 5 Anzeigentexte

Haben Sie in jeder Kampagne **4 Anzeigentexte** verwendet?

**Tipp** →

Schalten Sie pro Kampagne 4 verschiedene Inhalte. So maximieren Sie Reichweite und Frequenz.

Haben Sie **Tracking über Klicks hinaus** aktiviert?

**Tipp** →

Nutzen Sie URL-Tracker von Drittanbietern, LinkedIn Conversion-Tracking und/oder Impressions Tracking, um die Post-Click-Aktivitäten auf der Seite zu erfassen.

## 6 Nach dem Start der Kampagne

Haben Sie die **Häufigkeit für Berichte/Kontrollen** festgelegt?

**Tipp** →

Achten Sie darauf, dass Sie Ihr vorrangiges Ziel kennen und dieses messen können. Prüfen Sie die Kennzahlen, die mit Ihrem KPI zusammenhängen, und optimieren Sie diese gegebenenfalls.

Nutzen Sie **Lead Gen Forms**?

**Tipp** →

Legen Sie regelmäßige Erinnerungen zum Download Ihrer Leads fest. Leads werden 90 Tage auf LinkedIn gespeichert.

Weitere Informationen

Jetzt starten

