FUNNEL	KAMPAGNENZIEL	STUFEN	ZIELGRUPPENANSPRACHE	ZIELGRUPPEN AUSSCHLUSS	OPTIMIERUNG & GEBOT	PLATZ-ZIERUNG	FORMAT & MEDIUM
Neukontakte – Dach des Funnels – **TOFU**	**DYNAMIC ADS** – KATALOG VERKÄUFE	1	**BROAD AUDIENCE** (LOOKALIKE/ÄHNLICHE FÜR DYNAMSICHE ANZEIGENSCHALTUNG & NEUKUNDEN) (NUR FÜR DAYNAMIC ADS)	2,3,7,8	OPTIMIERUNG FÜR: **CONVERSION ODER WERT(VALUE)** CONVERSION EVENT: **KAUF (PURCHASE)** CONVERSION FENSTER: **7 TAGE NACH KLICK ODER EIN TAG NACH ANSICHT** BIG STRATEGY: **GEBOT MIT DEN NIEDRIGSTEN KOSTEN**	**AUTOMATISCH**	**KARUSELL KOLEKTIONEN**
	CONVERSIONS – NARROW INTERESTS LOOKALIKE (ENGE INTERESSEN, DOPPELGÄNGER)	2	**INTERESTS / CORE AUDIENCE** (ZIELGRUPPEN AUS DEM MM)	3, 7, 8			**VIDEO (<15S)** — **SLIDESHOW** — **KARUSELL KOLEKTIONEN** — **STORIES** **2-4 CREATIVS PRO ANZEIGEN GRUPPE**
		3	**10% - LOOKALIKE AUD.** (KUNDEN MIT DEM HÖCHSTEN WERT)	4, 7, 8			
		4	**5% - LOOKALIKE AUD.** (KUNDEN MIT DEM HÖCHSTEN WERT)	5, 7, 8			
Kontakte / Leads – Mitte des Funnels – **MOFU**		5	**3% - LOOKALIKE AUD.** (KUNDEN MIT DEM HÖCHSTEN WERT)	6, 7, 8			
		6	**1% - LOOKALIKE AUD.** (KUNDEN MIT DEM HÖCHSTEN WERT)	7, 8			
	CONVERSIONS – STATIC RETARGETING (ERNEUTE BESPIELUNG)	7	**CA - FB PAGE & IG INTERAKTION - 30D** (INTERAKTION FB & IG)	8	OPTIMIERUNG FÜR: **CONVERSION ODER WERT(VALUE)** CONVERSION EVENT: **KAUF (PURCHASE)** CONVERSION FENSTER: **7 TAGE NACH KLICK ODER EIN TAG NACH ANSICHT** BIG STRATEGY: **GEBOT MIT DEN NIEDRIGSTEN KOSTEN**	**AUTOMATISCH**	**KARUSELL KOLEKTIONEN**
		8	**CA - PIXEL PAGEVIEWS - 30D** (WEBSEITENBESUCHER)	9			
Kunden & Wiederkäufer – Boden des Funnels – **BOFU**	**DYNAMIC RETARGETING ADS** – KATALOG VERKÄUFE	9	**VIEW CONTENT / ADD TO CART – 90D** (PRODUKTANSICHT & WARENKORB)	10, 14			**KARUSELL KOLEKTIONEN**
		10	**VIEW CONTENT / ADD TO CART – 30D** (PRODUKTANSICHT & WARENKORB)	11, 14			
		11	**VIEW CONTENT / ADD TO CART – 7D** (PRODUKTANSICHT & WARENKORB)	14			
		12	**UP-SELL** (VERKAUF EINES HÖHERWERTIGERN PRODUKTES)	9			
		13	**INITIATE CHECKOUT – 2D** (WARENKORBABARECHER - CHECKOUT)	14			
		14	**CROSS-SELL** (QUERVERKAUF VON PRODUKTEN BEI KUNDEN)				

ZIELGRUPPEN GRÖßE: + / –

KAUFABSICHT & INTENSION: – / +

KAMPAGNEN BUDGETOPTIMIERUNG

FÜR ALLE SETS KÄUFER AUSSCHLIEßEN