Black Friday: 5 Ad-Formate, die du jetzt baust

Die Checkliste zum Reel. Diese fünf Formate bereite ich gerade für meine Shop-Kunden vor. Hak sie ab, dann bist du vor der Black-Friday-Woche fertig.

WARUM JETZT?

In der Black-Friday-Woche steigen die Klickpreise, weil alle gleichzeitig werben. Wer seine Anzeigen erst dann startet, zahlt mehr und gibt Meta keine Zeit zum Lernen. Bau die Ads jetzt, dann weiß Meta rechtzeitig, wer bei dir kauft.

1 Die Warteliste

Ab heute sammelst du Leute, die den Deal zuerst bekommen. Am Black Friday sind das deine günstigsten Käufer, weil du sie direkt per Mail, SMS oder Retargeting erreichst.

- [ ] Landingpage oder Pop-up: „Trag dich ein und bekomm den Deal 24 Std. früher“
- [ ] Lead-Anzeige auf genau diese Seite, Ziel: Leads (nicht Käufe)
- [ ] Liste als Custom Audience in Meta hochladen bzw. per Pixel erfassen

2 Das Angebot

Ein klares Bild: ein Produkt, ein Rabatt, ein Enddatum. Keine Collage mit zehn Produkten, die versteht im Feed niemand in einer Sekunde.

- [ ] Ein Bestseller, groß im Bild
- [ ] Preis vorher → nachher oder „−30 %“, gut lesbar
- [ ] Enddatum direkt im Bild („nur bis Montag“)

3 Du selbst vor der Kamera

Zehn Sekunden: warum es den Deal gibt und warum nur jetzt. Mit dem Handy aufgenommen wirkt das echter als jedes Studiofoto.

- [ ] Handy hochkant, Licht von vorne, ruhiger Hintergrund
- [ ] Satz 1: Was ist der Deal? Satz 2: Warum nur jetzt?
- [ ] Untertitel drauf, die meisten schauen ohne Ton

4 Die Produktdemo

Zeig in fünf Sekunden, was das Produkt kann. Keine Erklärung, nur zeigen.

- [ ] Der „Aha"-Moment gleich in den ersten 2 Sekunden
- [ ] Nah dran, eine Handlung, kein Schnickschnack
- [ ] Am Ende kurz: Preis + Enddatum

5 Das Erinnerungs-Karussell

Alle, die in den letzten 30 Tagen in deinem Shop waren, sehen deine Bestseller nochmal, mit Countdown bis Cyber Monday.

- [ ] Zielgruppe: Shop-Besucher 30 Tage (ohne Käufer der letzten 7 Tage)
- [ ] 3–5 Karten: je ein Bestseller mit Deal-Preis
- [ ] Letzte Karte: Countdown „Noch X Tage"

DEIN ZEITPLAN

Jetzt
Warteliste starten, Formate 2–5 bauen

Eine Woche vorher
Ads testen, Gewinner finden

BF-Woche
Budget auf die Gewinner, Warteliste anschreiben

Bis Cyber Monday
Karussell an Besucher, Countdown

Die 3 häufigsten Fehler

× Zu spät starten

Neue Anzeigen brauchen ein paar Tage, bis Meta weiß, wem es sie zeigen soll. In der Black-Friday-Woche hast du diese Zeit nicht.

× Zu viel in ein Bild

Zehn Produkte, drei Rabatte, fünf Siegel. Im Feed entscheidet sich in einer Sekunde, ob jemand stoppt. Eine Botschaft pro Anzeige.

× Nur ein Format

Wer nur Bilder schaltet, verschenkt Reichweite. Mische Bild, kurzes Video und Karussell, so findet Meta für jede Person das passende Format.

Welches Format passt zu deinem Shop?

Ich schaue mir deinen Shop und deine aktuellen Anzeigen an und sage dir, mit welchem Format du am Black Friday am meisten rausholst. Kostenlos und ohne Verkaufsdruck.

Kostenlosen Shop-Check buchen