



LINKEDIN ADS STARTER GUIDE



Inklusive 4
KI-Assistenten

**In 8 einfachen Schritten zur
LinkedIn Ads Kampagne**

WWW.VIA-DIGITAL.AT



VIAdigital

Die Zahl der LinkedIn-Mitglieder ist rasant gestiegen. Kein Wunder: LinkedIn hat sich von einer Karriere Plattform zu einem Business und Newsportal gemausert.

Zusätzlich zu den organischen Möglichkeiten der Plattform, kannst du mit LinkedIn Ads vor allem **deine B2B Zielgruppe gut erreichen & konvertieren.**

In diesem Guide zeigen wir dir in nur 8 einfachen Modulen

- ✓ wie eine erfolgreiche Ads Strategie aussieht,
- ✓ wie du Kampagnen kreierst, die dir qualitative Leads bringen &
- ✓ welche Hacks & Optimierungen deine Ads zum Fliegen bringen.

[Vernetze dich auch gern mit mir auf LinkedIn](#) – ich versuche dir bei deinen offenen Fragen zu helfen.

Liebe Grüße

✌️ Deine Theresa

Das erwartet dich im Guide

1. Fundament: Sind LinkedIn Ads wirklich sinnvoll?

Warum LinkedIn Ads für dich der Schlüssel zu qualifizierten Leads sein können – und was du dafür brauchst.

2. Technik: Die Must-Haves für deinen Start

Insights-Tag, Admin-Zugriff und Conversion-Tracking – so richtest du alles richtig ein, um die Leistung deiner Ads zu messen.

3. Zielgruppe: Deine Wunschkunden erreichen

Zielgerichtet und präzise: Mit LinkedIn's Targeting-Optionen holst du genau die Entscheider und Unternehmen ab, die du brauchst.

4. Angebot: Der perfekte Lead Magnet

Dein Lead Magnet als Türöffner: So schaffst du Vertrauen und bekommst die Kontaktdaten deiner Zielgruppe.

5. Copy & Creatives: Ads, die knallen

Stoppe den Scroll! Mit kreativen Texten und Bildern, die wirklich auffallen, holst du die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe.

6. Kampagne: Deine LinkedIn Ads richtig aufsetzen

So legst du dein Kampagnenziel fest, setzt das Budget und startest mit den richtigen Formaten – von Single Image Ads bis hin zu Lead-Gen-Formularen.

7. Optimierung: Deine Kampagnen auf das nächste Level bringen

Schlechte Klickrate? Hohe Kosten? Wir zeigen dir, wie du mit kleinen Anpassungen die Performance steigern kannst.

8. Full Funnel Strategie

So vermarktest du ein hochpreisiges Angebot mit langem Sales Cycle + mehreren Entscheidungsträgern.

9. Bonus: Die ultimative Checkliste für den Start

Damit du nichts vergisst: Alle wichtigen Schritte noch einmal zusammengefasst – für einen erfolgreichen Kampagnenstart.

10: Bonus KI Agenten

Hol dir unsere 4 besten KI Agenten zur smarten KI Unterstützung in deinem Kampagnen Set-Up.

LinkedIn Ads Starter Guide

#1 Fundament

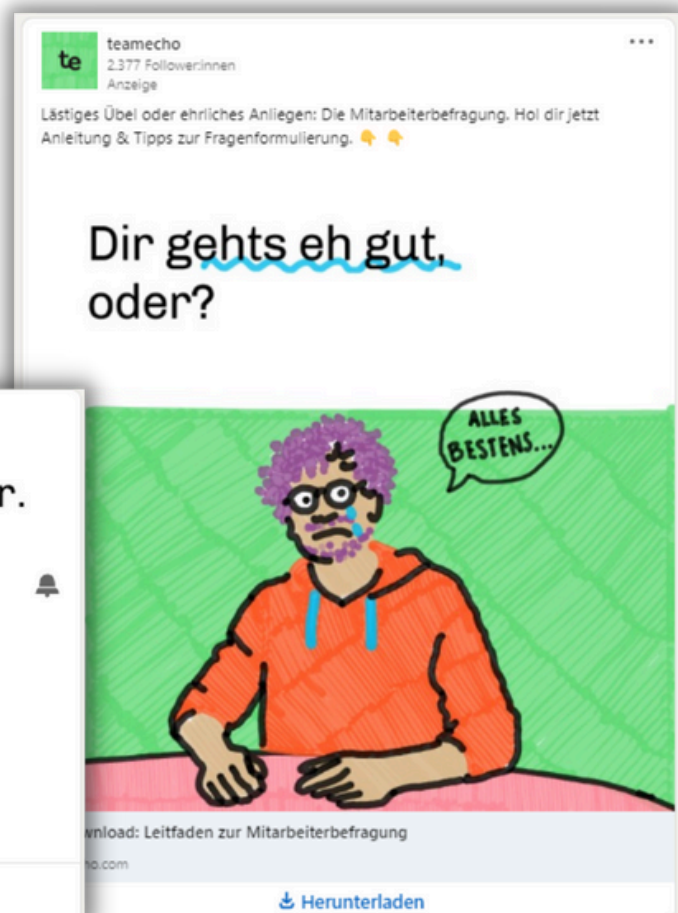
Sind LinkedIn Ads sinnvoll?

- ✔ Ist deine Zielgruppe auf LinkedIn aktiv?
- ✔ Vermarktest du ein B2B oder hochpreisiges B2C Produkt?
- ✔ Ist dein CLV (Kundenwert) > 10.000 Euro?
- ✔ Hast du mindestens 3.000 Euro Medienbudget pro Monat?

Pimp your company profile

Unternehmensprofil = Absender deiner Anzeigen. 10-20% der Klicks auf die Anzeigen führen zum Company Profile. Achte auf ein starkes Profilbild + Profilnamen, füll deine Company Page mit Leben (Content!) und starte deine Ads erst ab 500 Follower ([siehe Tipps für mehr Follower](#)).

Absender deiner Ads



teamecho
2.377 Follower:innen
Anzeige

Lästiges Übel oder ehrliches Anliegen: Die Mitarbeiterbefragung. Hol dir jetzt Anleitung & Tipps zur Fragenformulierung. 🌟🌟

Dir gehts eh gut,
oder?

ALLES BESTENS...

Download: Leitfaden zur Mitarbeiterbefragung

Herunterladen



te
teamecho

dein digitales
Stimmungsbarometer.

Wir sind dein digitales Stimmungsbarometer im Unternehmen, um mit Feedback ein besseres Miteinander zu schaffen. 🌟

IT-Services und IT-Consulting · Employee Recognition Software · Linz · 2.377 Follower:innen

134 Kontakte folgen epunkt Verwendet von epunkt und 17 ausgewählten Kund:innen

✓ Follower:in Demo anfordern Mehr

Start Info Produkt Beiträge Jobs Personen Einblicke Mehr

LinkedIn Ads Starter Guide

#2 Technik

Admin Zugriff auf die Unternehmensseite

Hol dir Administratorrechte für die Unternehmensseite. (Dafür musst du auf LinkedIn mit dem Admin vernetzt sein). Wenn dein Unternehmen noch keine Unternehmensseite hat, [erstelle hier eine](#).

Admin Zugriff auf den Kampagnenmanager

Lass dir Zugriff auf den Kampagnenmanager geben :

⚙️ Kontoeinstellungen in der linken Navigation > Zugriff verwalten

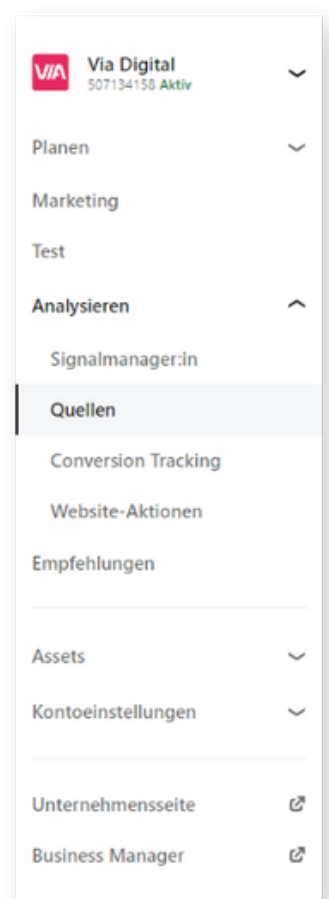
Wenn kein Anzeigenkonto vorhanden ist, [erstelle hier eines](#): Unbedingt hier die richtige Währung auswählen und deine LinkedIn Unternehmensseite mit dem Kampagnenmanager verbinden.

Insight-Tag installieren

Miss den Erfolg deiner Kampagnen & erstelle Zielgruppen basierend auf deiner Website..

Installiere den Insight-Tag auf jeder Seite deiner Website. Analysen > Insight-Tag → hier kopierst du dir den Code.

Wenn du den Google Tag Manager auf der Website eingebunden hast, kannst du den Insight Tag auch darüber einbinden: [Hier geht's zur Anleitung](#).



Achtung: die Nutzung des Insight Tags musst du in den Datenschutzbestimmungen auf deiner Website anführen.

LinkedIn Ads Starter Guide

#2 Technik

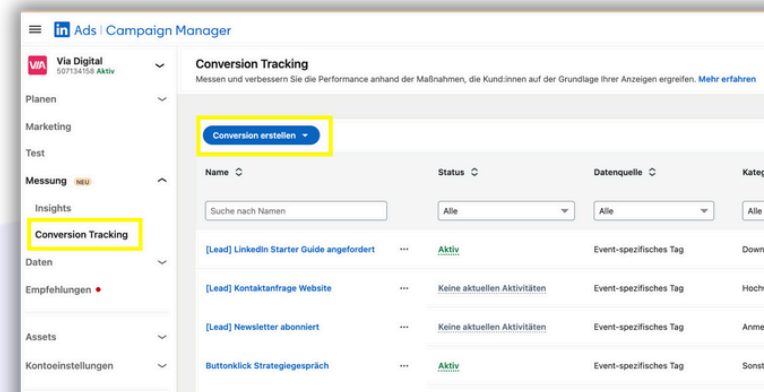
Gewünschte Conversions definieren

Sobald der Insight Tag implementiert ist, erstelle unbedingt sofort die gewünschten Conversions, um den Erfolg deiner Kampagnen messen zu können.

Analysieren > Conversion-Tracking > Conversion erstellen → definiere hier die gewünschte Handlung der Zielgruppe.

Beispiele für Conversions

- Aufruf einer bestimmten Landing Page
- Absenden Kontaktformulars
- Bestätigungsseite nach Terminbuchung

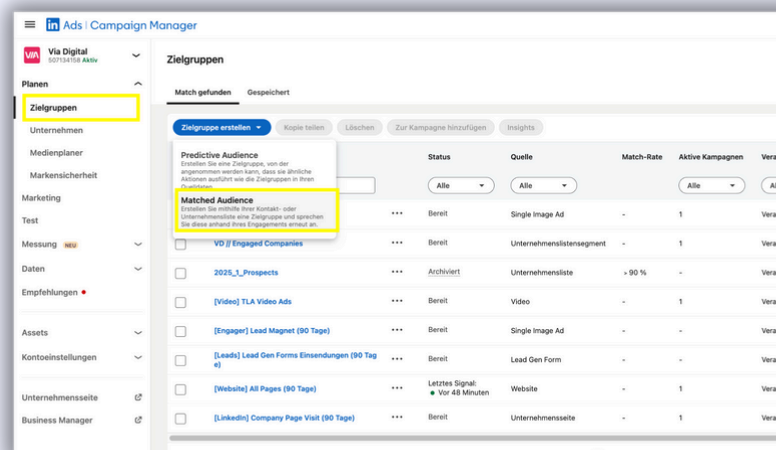


Matched Audiences anlegen

Matched Audiences basieren – im Gegensatz zu Zielgruppenattributen – auf eigenen Daten. Überleg dir vorab welche eigenen Daten du zur Zielgruppendefinition zur Verfügung stellen kannst.

Ideen für Matched Audiences

- Liste an Prospects aus dem CRM
- Liste aus Free Demo Users
- Besucher des Unternehmensprofils
- Website Besucher



[Mehr zum Thema CRM + LinkedIn Ads](#)

LinkedIn Ads Starter Guide

#3 Zielgruppe

"Das fabelhafte Targeting ist der Grund warum LinkedIn Ads hochpreisig sind. Nutze es."

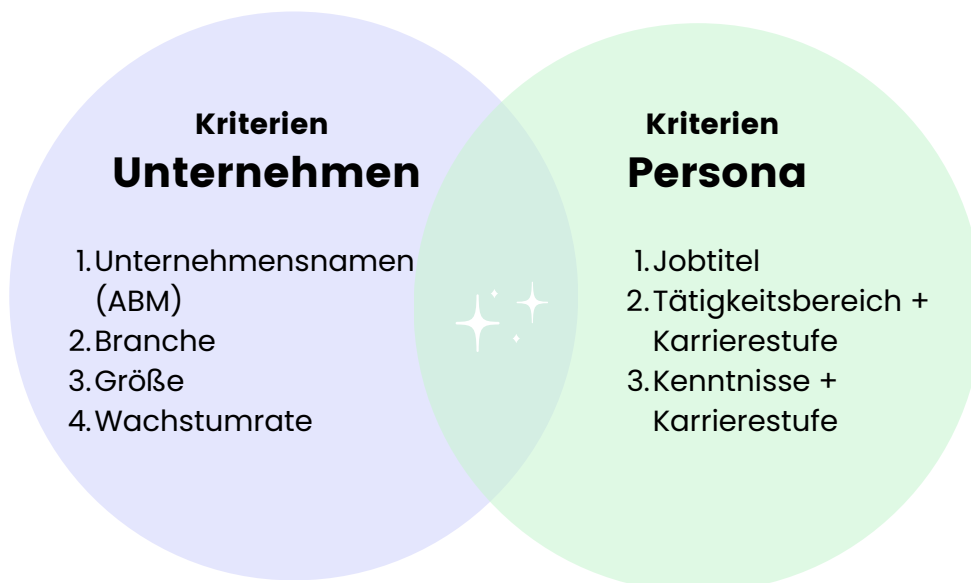
- ✓ Nutze eine der 24 Targeting-Facetten von LinkedIn, um deinen Wunschkunden zu erreichen.
- ✓ Kombiniere dabei die Merkmale deiner Wunsch-Unternehmen und Wunsch-Ansprechpartner.
- ✓ Dauerhaften Standort & Profilsprache Englisch (=Default) auswählen.
- ✓ Zielgruppenerweiterung und Audience Network deaktivieren.
- ✓ Teste verschiedene Targeting Facetten, zb. Jobbezeichnungen vs. Tätigkeitsbereich & Karrierelevel vs. Skills & Karrierlevel.
- ✓ Achte auf eine ideale Zielgruppengröße zw. 10.000 und 100.000 User.

Dauerhafter Standort ▼

Aktueller oder dauerhafter Standort
Personen, die vor Kurzem (einen) ausgewählte(n) Standort(e) besucht haben oder dauerhaft dort wohnen oder arbeiten

Dauerhafter Standort
Personen an, die dauerhaft in dem oder den ausgewählten Standort(en) leben oder arbeiten

➤ [Mehr zum Targeting findest du hier.](#)



Verschiedene Targeting Optionen um diesselbe Zielgruppe zu erreichen.

LinkedIn Ads Starter Guide

#4 Angebot

✘ NOPE

Nicht mit der Tür ins Haus fallen. Eine Free Demo oder einen Sales Pitch den Personen anbieten, die noch nie von deinem Angebot gehört haben? Glaub mir, das funzt nicht. Also, verbrenne bitte nicht dein Geld.

✔ YESSS

Stattdessen wollen wir erstmal das Vertrauen der Menschen gewinnen. Wie? Z.B. mit einem guten Lead-Magneten (aka Freebie), das bereits Interesse an deinem Thema weckt. Im Austausch für Kontaktinformationen deiner Zielgruppe.



Verwende diese Informationen dann, um Kontakt mit deinen Wunschkunden aufzunehmen. Das ist der wichtigste Teil deiner LinkedIn Ads Strategie.

- ✔ Dein Lead-Magnet löst ein konkretes, vorgelagertes Problem deiner Zielgruppe.
- ✔ Kommuniziere klar und deutlich, welche Ergebnisse deine Zielgruppe mit deinem Lead-Magneten erreichen kann.

Ideen für einen starken Lead Magneten

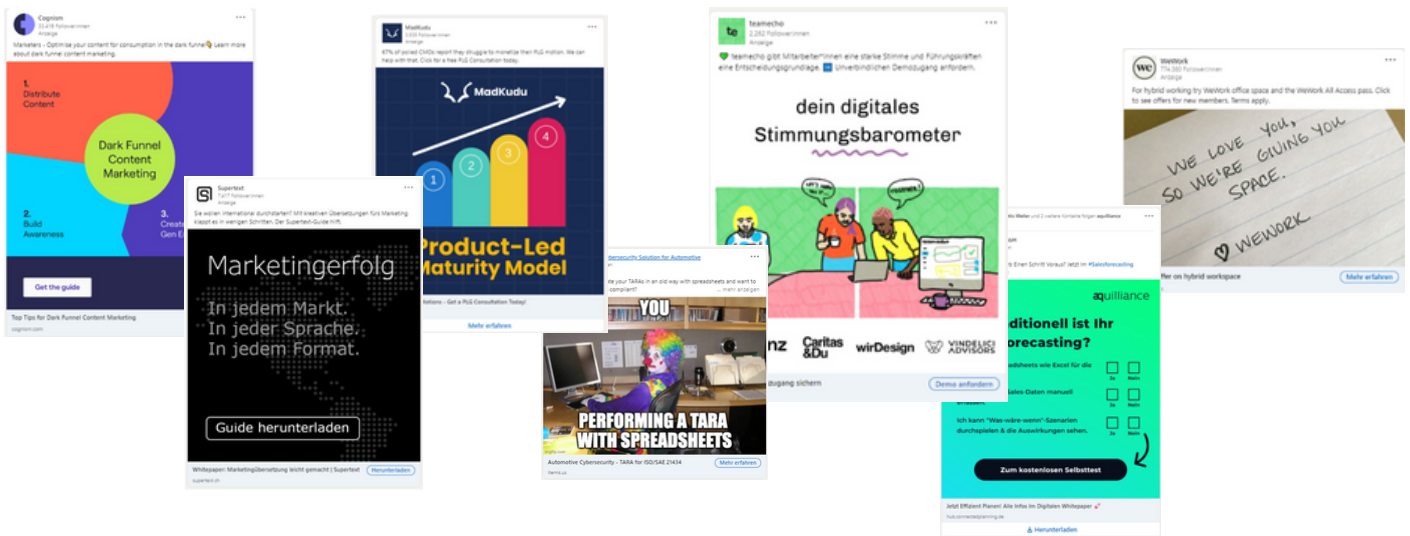
- > PDF: Checkliste, Workbook, Planner, Starter-Guide, Cheat Sheet, Ebook
- > Video-Tutorial
Vorlagen: Grafiken, Texte, Workbooks, Playbooks
- > Webinar
- > Challenge
- > Quiz

LinkedIn Ads Starter Guide

#5 Copy & Creatives

Bilder, die das Scrollen stoppen

Bilder sollten hervorstechen und die Aufmerksamkeit im Newsfeed auf sich ziehen. Vermeide Blau- und Weißtöne, nimm leuchtende Farben und teste Infografiken, Gezeichnetes, Comics, Menschen und Memes. Vermeide Stockfotos!



➤ Mehr Creative Vorschläge in unserer Ad Library

Texte, die triggern

Geh auf Problem + Lösung ein. Hol den User dort ab, wo er gerade steht (gedanklich!) Integriere unbedingt eine konkrete Handlungsaufforderung (Call To Action) oder auch Call to Benefit.

Bei Text Ads / Spotlight Ads

Arbeite mit Emojis > fällt mehr auf!

Bei Single Image Ads

Unbedingt hier mit Zeichenabständen und einer guten Struktur arbeiten. Emojis und Symbole einsetzen! Die ersten 2 Zeilen sind die wichtigsten! Sprich Zielgruppe, Bedürfnis, Wünsche, Pains direkt an!

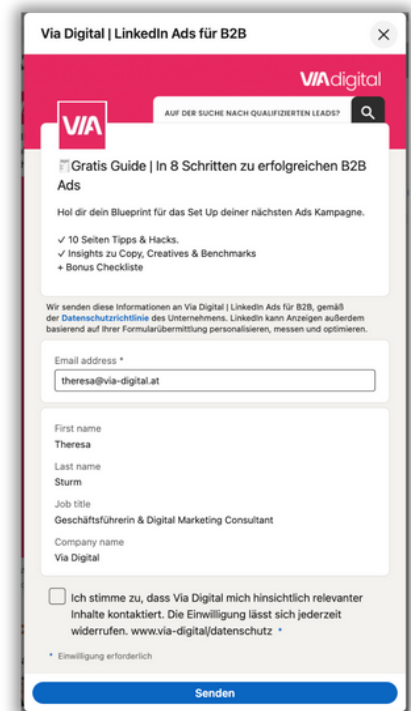
➤ Mehr Copywriting Tipps findest du hier.

LinkedIn Ads Starter Guide

#6 Kampagne

Lead Gen als erstes Kampagnenziel

Bei Lead Magnet Kampagnen starte mit Kampagnenziel **Lead Generierung** (mit nativem Lead Gen Formular auf LinkedIn) Bei Landing Page: **Website Visits** verwenden.



[➤ Mehr zu den Kampagnenzielen](#)

Single Image Ad als Format-Hero

Bei den Sponsored Content Formaten konzentriere dich auf **Single Image Ads** und Document Ads (bestes Aufwand – Nutzen Verhältnis). Bei den Desktop Formaten (rechte Spalte), teste unbedingt Text Anzeigen (günstig!) und Spotlight Ads.

[➤ Mehr zu den Anzeigenformaten](#)

Budget & Gebotsstrategie

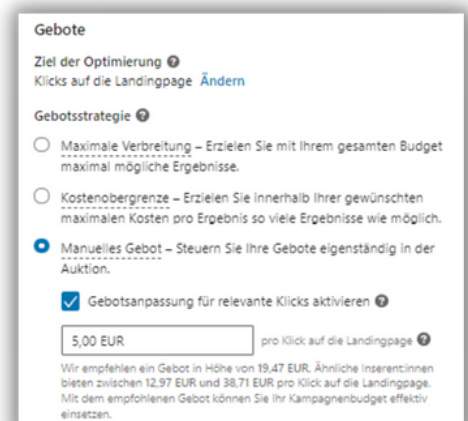
Arbeite mit Tagesbudgets (nicht mit Laufzeitbudgets) um eine konstante Ausspielung zu sichern. Starte mit Tagesbudget ab 20 Euro.



Beachte die Faustregel: 10 € Tagesbudget für 10.000 User in deiner Zielgruppe.
Beispiel: 40.000 User > 40 Euro Tagesbudget

Gebotsstrategie um teure LinkedIn Ads zu vermeiden: Starte mit "Manuelles Gebot" mit geringstmöglichem Preis pro Klick. Erhöhe langsam, bis das Tagesbudget ausgeschöpft wird.

[➤ Mehr zu den Budget und Geboten](#)



LinkedIn Ads Starter Guide

#7 Optimierung

Optimiere die Kampagnen nach diesen Benchmarks

Image Ads: CTR 0,6 %, CPC 4-8 €, CVR (Lead-Magnet) 10-15 %

Text Ads: CTR 0,02 %, CPC 1-5 €, CVR höher (nur Desktop)

Spotlight Ads: CTR 0,08 %, CPC 5-8 €, CVR höher (nur Desktop)

[> Mehr zu den Benchmarks deiner LinkedIn Ads](#)

Optimierungs-Hacks

Schlechte Klickrate (<0,5%)?

Teste doch mal... 📌📌📌

#1 neue Anzeigentexte

#2 neue Creatives & Visuals

#3 neue Zielgruppen 🎯

#4 neues Angebot

...und zwar in DIESER Reihenfolge.

#1 ist am einfachsten,

#4 ist am aufwendigsten.

Hohe CPCs (> 8 Euro)?

Wechsle zur manuellen Gebotsstrategie und versuche nur so viel zu bieten, dass du dein Tagesbudget ausnutzt. (Blick auf Performance Diagramm > Kosten)

Optimiere den Campaign Quality Score , indem du deine Kampagne (Angebot, Message, Creative) RELEVANTER für deine Zielgruppe machst.

[> Mehr zur Kampagnenoptimierung als Routine](#)

LinkedIn Ads Starter Guide

#8 Full Funnel Strategie

Du vermarktest ein hochpreisiges Angebot mit langem Sales Cycle + mehreren Entscheidungsträgern?

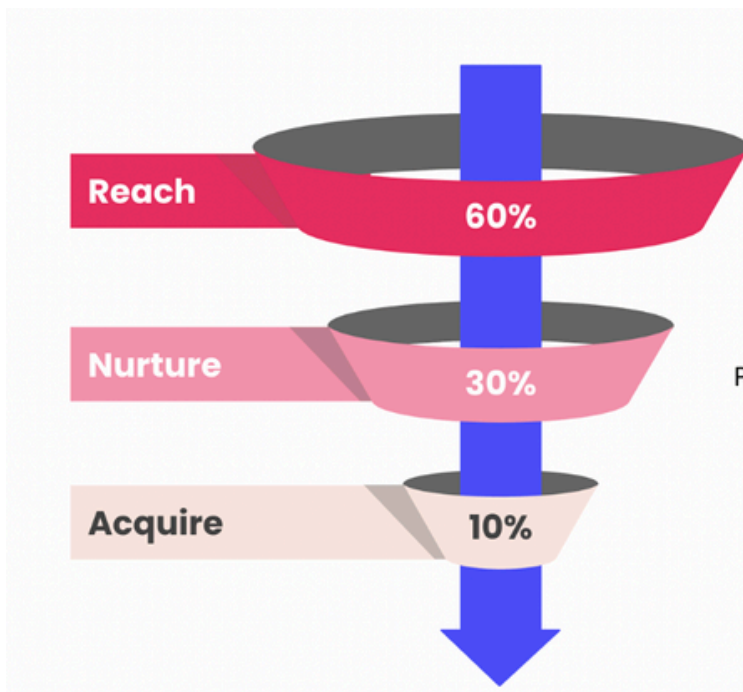
💡 **Dann wird 1 Touchpoint mit der Zielgruppe nicht für den B2B Sale ausreichen.**

Im Durchschnitt braucht es 30 Touchpoints bis zum B2B Sale. **Und da kommt Retargeting ins Spiel.**

Durch eine smarte Retargeting Strategie kannst du (Content) Angebote + Messaging an die Funnel Stufe deiner Zielgruppe anpassen und so die User ganz natürlich deinem Angebot näherbringen.



Du bist dir unsicher welcher Content für deine LinkedIn Ads Strategie sinnvoll ist? Dann teste unseren Content Ideen Prompt und hole dir Ideen für deine Ads Strategie.



Checklisten, Blogposts, Guides
Industry Trends, Awareness Content

Testimonials, Case Studies
Consideration Whitepapers & eBooks
Product Webinars, Unterschiede Konkurrenz

Free Trials, Live Demos
Meeting bookings
Product / Service Ads

LinkedIn Ads Starter Guide

*Bonus: Checkliste vor dem Start

1

Ein letzter Text-Check.

- Sind noch Tippfehler vorhanden? Tooltips: <https://mentor.duden.de/>
- Sind alle leeren Worthülsen und Adjektive aus der Copy gestrichen?
Tool Tipp: <https://wortliga.de/>
- Sind die ersten beiden Zeilen so catchy, dass sie den Daumen stoppen lassen? #Thumbstopping
- Ist ein klarer Call to Action vorhanden?
Text Tipp: „Mehr erfahren“ ist kein CTA

2

Ein letzter Kampagnen-Check.

- Schau dir die Anzeige auf den verschiedenen Geräten an
- Du verlinkst auf die Website? --> Website mobile optimiert!
- Du hast eine Marketing Automation im Hintergrund? Führe unbedingt einen Testlauf durch und überprüfe die Mailings.
- URL Tracking Parameter nicht vergessen.
Tool Tipp: <https://ga-dev-tools.web.app/campaign-url-builder/>
- Überprüfe das Tagesbudget deiner Kampagnen, um böse Überraschungen zu vermeiden.

3

Ein erster Optimierungsscheck.

- Die ersten Tage sind entscheidend, werden alle Kampagnen ausgespielt?
- Kann das Tagesbudget ausgegeben werden?
- Kampagnen erst nach 7 Tagen optimieren! (Lernphase)
- Teste verschiedene Zielgruppen für dasselbe Angebot
- Teste verschiedene Anzeigentexte für dasselbe Angebot
- Teste verschiedene Visuals (Image, Videos) für dasselbe Angebot
- Überprüfe die Demografischen Informationen – wird die Anzeige den richtigen Personen ausgespielt?
- Passe die CPM oder CPC Bids der Anzeigenleistung an
- Optimiere / Deaktiviere leistungsschwache Kampagnen

LinkedIn Ads Starter Guide



*Bonus: KI-Assistenten

1. Targeting Architect

Finde in Sekunden die perfekte Zielgruppe für deine LinkedIn Ads –

👉 [Jetzt öffnen](#)

2. Content Ideen Generator

Erhalte kreative Ideen für Ads, Blogposts und Lead Magnets – abgestimmt auf deine Zielgruppe & Funnel-Stufe.

[Jetzt öffnen](#)

3. LinkedIn Ad Copy Generator

Schreibe klickstarke LinkedIn Ads mit passenden Hooks, CTAs & Tonalität – abgestimmt auf dein Ziel (Awareness, Leads oder Conversion).

👉 [Jetzt öffnen](#)

4. Lead Magnet Ideen Assistant

Finde in wenigen Minuten das passende Freebie für deine nächste Kampagne – mit konkreten Titeln & Nutzenversprechen.

👉 [Jetzt öffnen](#)



Kombiniere die GPTs – starte beim Targeting Architect, nutze dann den Content Ideen Generator und schließe mit dem Ad Copy Generator ab.



VIAdigital

Erstelle profitable LinkedIn Kampagnen - ohne dein Media Budget zu verbrennen.

Ich hoffe der LinkedIn Ads Starter Guide hat dir etwas Orientierung gegeben, wie du mit deiner ersten LinkedIn Kampagne starten kannst.

[Vernetze dich auch gern mit mir auf LinkedIn](#) - ich versuche dir bei deinen offenen Fragen zu helfen.

Keine Ressourcen oder keine Erfahrung, das alles alleine umzusetzen?

Wenn du wissen möchtest wie wir dich dabei unterstützen können, deine Marketing Ziele zu erreichen, buch dir ein [kurzes 20 Minuten Strategiegelgespräch](#).

Liebe Grüße

👉 Deine Theresa