@thalertom

5 (oder mehr) legale Pixel Hacks

AllFacebook Marketing Conference

- 02.04.2019
- facebook.com/thalertom
- tom@thaler-enterprises.com

Rechtsgrundlagen für Pixel Verwendung

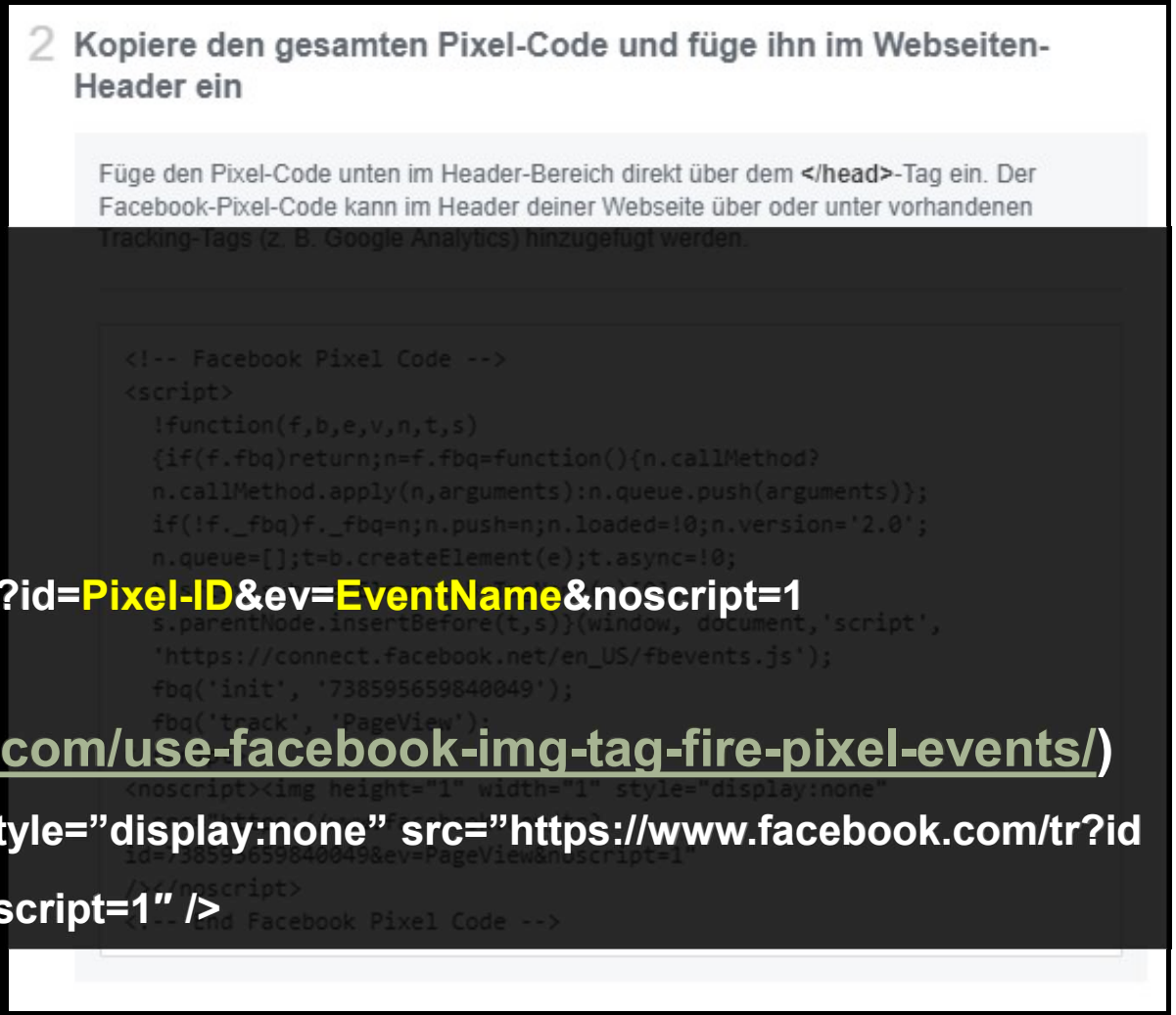
Wann darf ich den Facebook Pixel einsetzen?

- Wenn Verarbeitung zur Wahrung **berechtigter Interessen** der verarbeitenden Stelle oder Dritter erforderlich ist und die **Interessen** sowie **berechtigte Erwartung des Betroffenen** berücksichtigt werden. (Art.6 Abs.1 lit.f DSGVO)

ODER

- Wir holen uns die **explizite Einwilligung (aka Zustimmung)** des Users **mittels Opt-In** (Art.6 Abs.1 lit.a DSGVO)

Technische Grundlagen für Pixel Verwendung



Einsatz mittels

- JavaScript-Code
- URL-Aufruf

  https://www.facebook.com/tr?id=Pixel-ID&ev=EventName&noscript=1
- Bild (Anleitung unter www.randomproblems.com/use-facebook-img-tag-fire-pixel-events/)

  <img height="1" width="1" style="display:none" src="https://www.facebook.com/tr?id

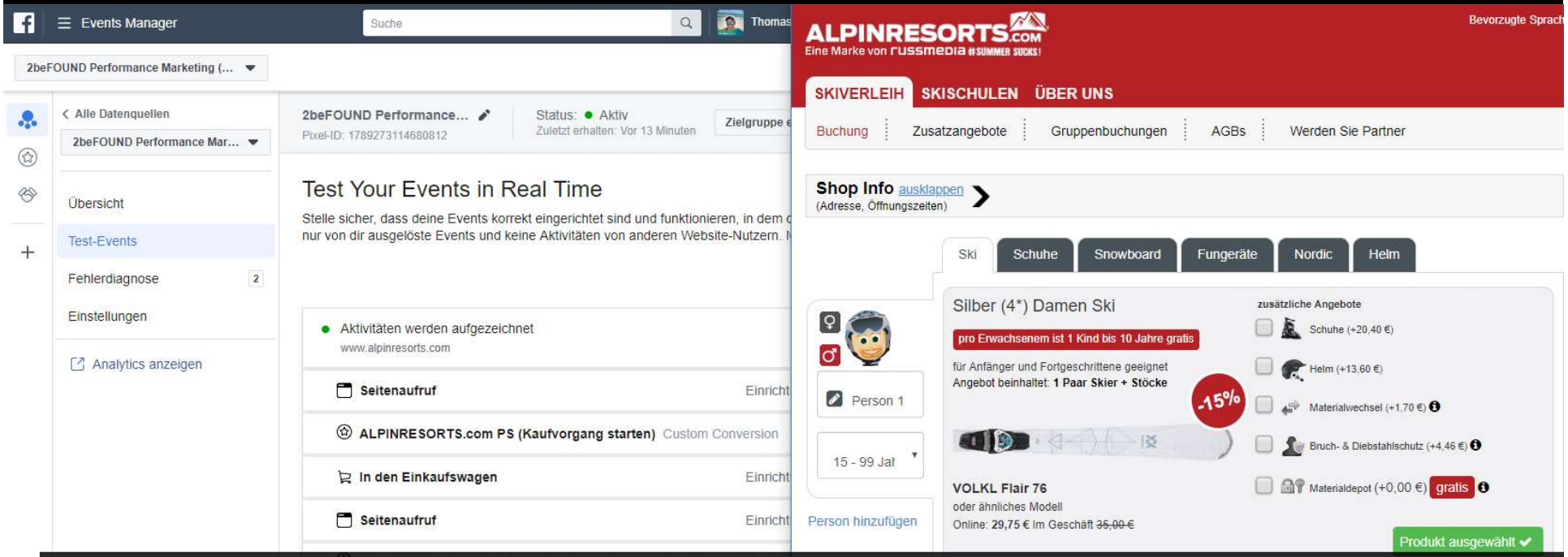
  Pixel-ID &ev= EventName noscript=1" />

@thalertom

5 (oder mehr) legale Pixel Hacks

AllFacebook Marketing Conference

1) Funktionsweise einfach testen



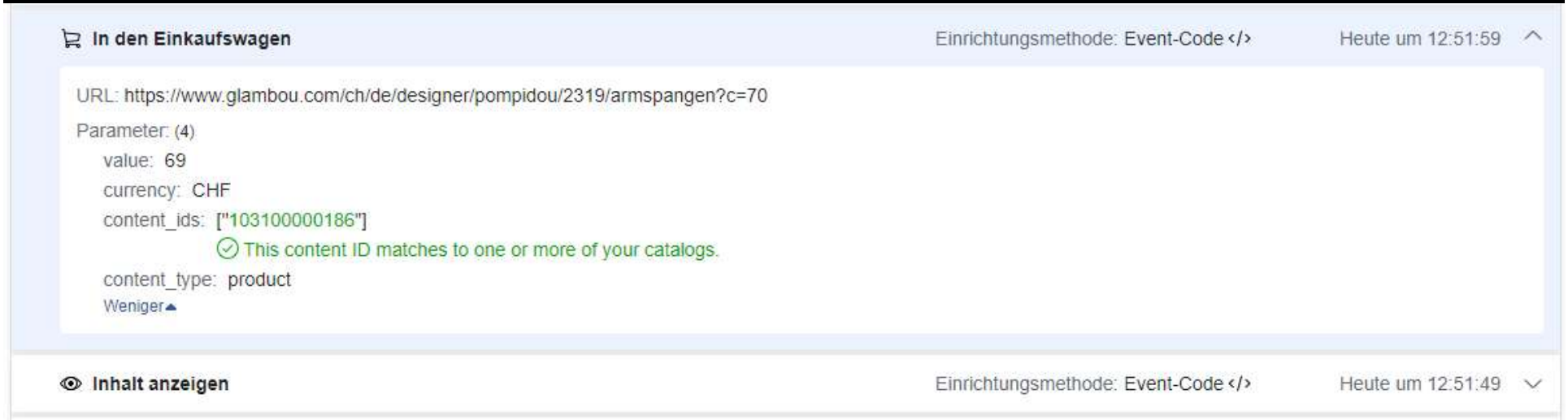
- zwei Browserfenster nebeneinander
- live mitschauen, welche Events (Standard Conversions plus Custom Conversions) gefeuert werden

@thalertom

5 (oder mehr) legale Pixel Hacks

AllFacebook Marketing Conference

1) Funktionsweise einfach testen



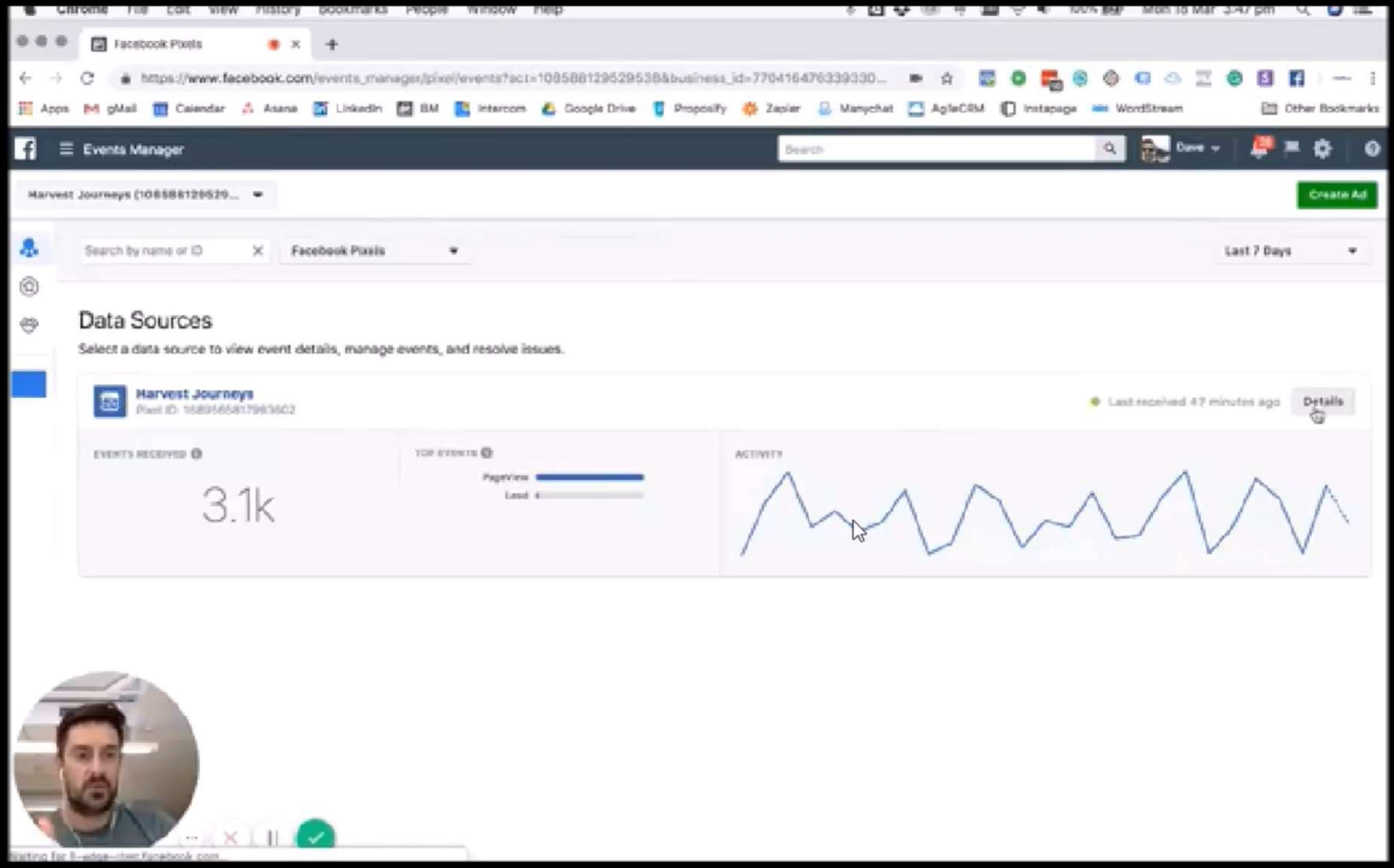
- **sehr praktisch: man sieht den komplettem Aufruf inklusive aller Parameter**

@thalertom

5 (oder mehr) legale Pixel Hacks

AllFacebook Marketing Conference

2) Einfachst Custom Conversions erzeugen



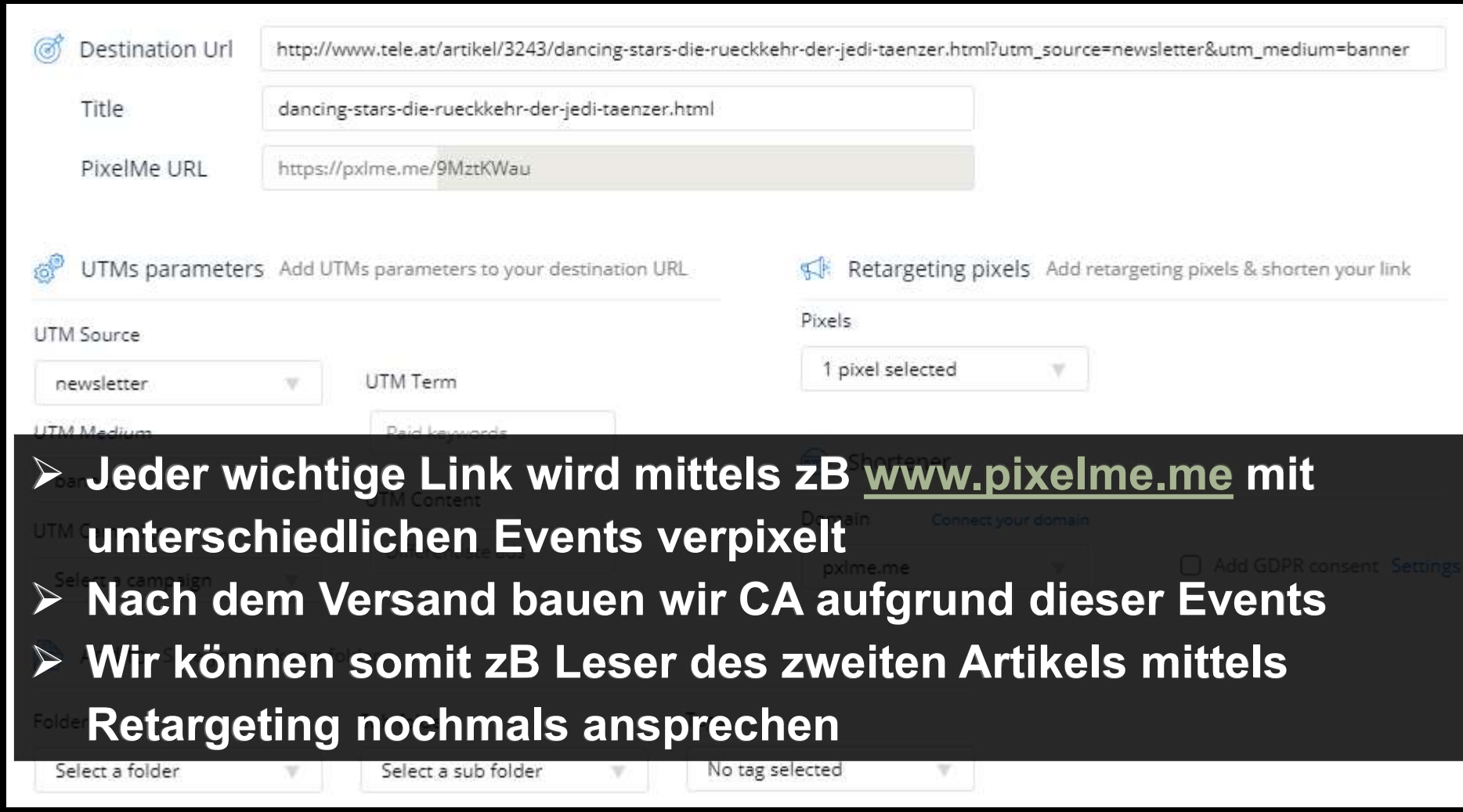
3) Segmentierung der User über Besuchdauer

- Einbau am leichtesten via Google Tagmanager
- Anleitung findet ihr hier: www.internetwarriors.de/blog/wie-lange-sind-user-auf-meiner-seite/
- Danach legen wir uns eine oder mehrere CA aufgrund der Pixel-Events an

3) Segmentierung der User über Besuchdauer

- Ohne Tagmanager geht es nicht ganz so genau
- Man kann das Feuern des Pixel Event natürlich auch hard-coden

4) Exaktes Tracking eines Newsletters



- Jeder wichtige Link wird mittels zB www.pixelme.me mit unterschiedlichen Events verpixelt
- Nach dem Versand bauen wir CA aufgrund dieser Events
- Wir können somit zB Leser des zweiten Artikels mittels Retargeting nochmals ansprechen

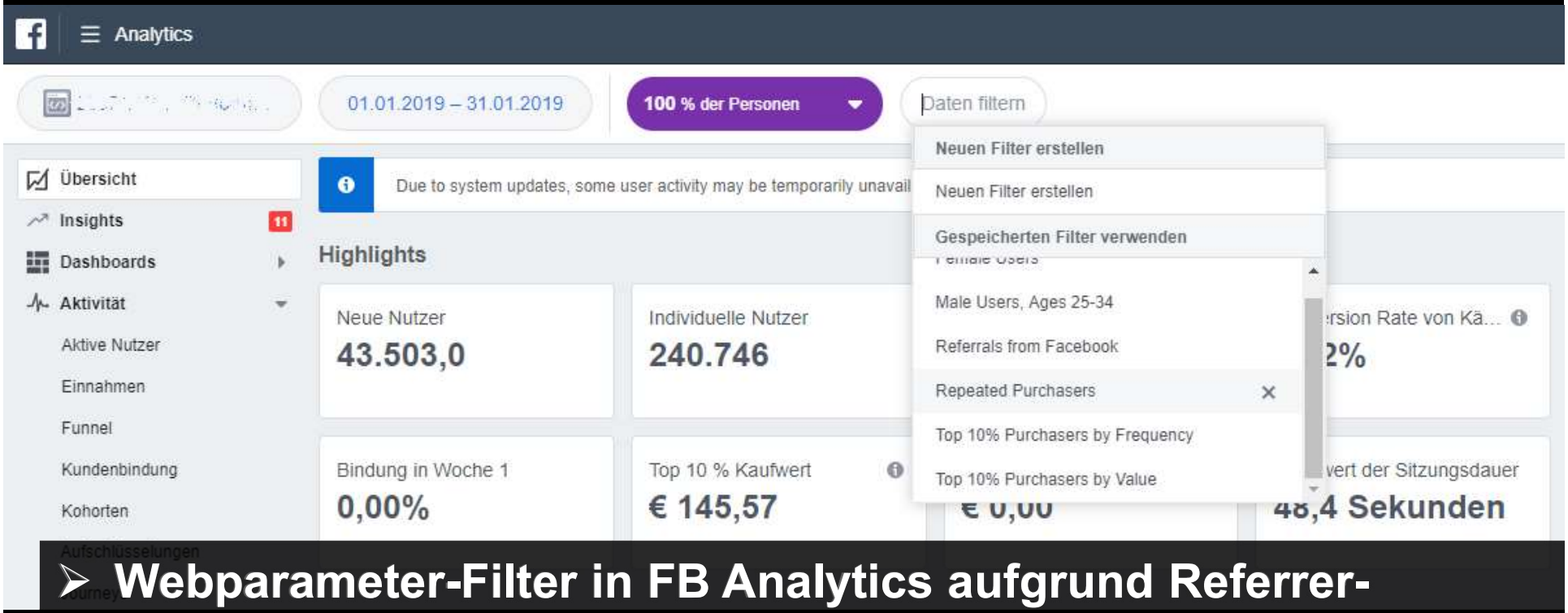
5) FB Gruppenmitglieder „absaugen“

- (noch) kann man Ads nicht in Gruppen ausspielen
- wir posten daher themenaffinen Link in Gruppe
- Wichtig: nicht unsere Absenderdomain, sondern Drittseiten
- und bauen danach CA augrund des versteckten Pixelevents

6) Segmentierung der User über „Wertigkeit“

- Beim ausgelösten Event „AddToCart“ gleich den Umsatz des Produktes als value-Parameter mitschicken
- Danach können wir unsere Besucher schon lange vor „Purchase“ in A-B-C segmentieren

7) Segmentierung der User mittels FB Analytics



- Webparameter-Filter in FB Analytics aufgrund Referrer-Domain, Referrer-URL, UTM-Kampagnenquelle, etc
- So können wir unsere Besucher nach allen möglichen Blickwinkel segmentieren