

LEITFADEN Facebook



Erfolgreich auf Facebook

Zuallererst: Facebook ist eine Bühne mit deutschlandweit 27 Millionen Zuschauern, und Ihr Unternehmen bewirbt sich um eine Hauptrolle! Das Wissen um Ihre Mitkonkurrenten sollte Sie motivieren und inspirieren, aber keinesfalls abschrecken. Wie Sie sich als lokaler Dienstleister in dem weltweit erfolgreichsten sozialen Netzwerk präsentieren sollten, erfahren Sie in diesem Leitfaden.

Damit Ihre Kunden über Sie sprechen, müssen Sie Aktivität und Durchhaltevermögen beweisen. Mit regelmäßigen „Posts“, also neuen Inhalten, die Sie selbst auf Ihrer Facebook-Seite hochladen können, erhöhen Sie die Chance, dass jemand Ihre Beiträge „liked“ und damit seine Freunde und Bekannten ganz einfach auf Sie aufmerksam macht.

Auf den nächsten Seiten zeigen wir Ihnen, wie einfach es geht. ▶



WECKEN SIE INTERESSE

Posten Sie Neuigkeiten aus Ihrer Branche, informieren Sie über neue Leistungen oder teilen Sie eine andere interessante Meldung – wichtig ist dabei, dass Sie Ihren „Fans“ nur das erzählen, was Sie selbst objektiv als mitteilungswert erachten. Sehen Sie sich selbst als Ihren kritischsten Leser und überlegen Sie, ob Sie selbst die Meldung liken, kommentieren oder mit Ihren Freunden und Bekannten teilen würden. Posts auf Facebook sollten immer einen nützlichen oder unterhaltsamen Mehrwert für den Leser haben!

SEIEN SIE KREATIV

Nicht immer müssen Ihre Posts 100%ig relevant für Ihre Leistungen sein. Auch Anekdoten wie die Weihnachtsfeier, der Firmenhund, neue Azubis und Mitarbeiter oder Kuriositäten im Geschäftsalltag eignen sich wunderbar für Facebook. Beobachten Sie einfach, was Ihrer Fangemeinde am meisten gefällt und richten Sie zukünftige Beiträge auf diese Interessen aus.

SEIEN SIE PERSÖNLICH UND DIREKT

Ihr Post sollte persönlich sein – und etwa 100 Zeichen lang. Das entspricht etwa 20 Wörtern und klingt ziemlich wenig, beachten Sie aber, dass viele Nutzer von Facebook mit ihren Smartphones im Internet unterwegs sind und dort keine langen Texte lesen möchten.

Tipp!

Bilder und Videos einsetzen.



Tipp!

Eindrücke aus dem Geschäftsalltag lockern auf.



LASSEN SIE BILDER UND VIDEOS SPRECHEN

Vermeiden Sie in jedem Fall schlichte Text-Beiträge! Diese haben nahezu keine Sichtbarkeit auf Facebook, so dass die Werbewirkung verpufft. Laden Sie daher zu jedem Post ein passendes, möglichst emotionales Foto oder Video hoch. Im Idealfall haben Sie es selbst gemacht, wenn Sie ein ansprechendes Bild auf einer anderen Seite (aber bitte nicht bei Ihrem direkten Mitbewerber!) sehen, können Sie auch dies teilen.

ZEIGEN SIE VIELFALT

Heute ein Foto, morgen ein Video, nächste Woche ein Gut-schein. Variieren Sie Ihre Beitragsarten, um Ihre Leser immer wieder zu überraschen und interessant zu bleiben.

ERFINDEN SIE DAS RAD NICHT NEU

Manchmal passiert einfach nichts Spannendes – das kann niemand ändern, doch lassen Sie Ihre Facebook-Aktivitäten deshalb nicht einschlafen. Haben Sie vielleicht auf einer anderen Facebook-Seite ein schönes Foto oder ein tolles Video gesehen? Dann teilen Sie es! Es ist nichts Schlimmes dabei, fremde Inhalte zu teilen, so lange Sie es nicht zur Gewohnheit werden lassen.

Tipp!

Teilen Sie auch Beiträge von anderen.

Ostsee-App von Das Örtliche hat Fotos by Britta H. geteilt.
Foto geteilt.
8. Januar

Sonnenaufgang am Strand der Ostsee! Und das Badewetter ist gar nicht mal so fern - was sagt ihr zu den warmen Temperaturen? Wünscht ihr euch noch einen richtig knackigen Winter, oder könnt ihr es kaum erwarten, euch in die Ostsee zu stürzen?

Morgens halb 8 am Strand...

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Michael Herfort und 23 anderen gefällt das.

Andrea Hönscher Bloß keinen Winter mehr, dann ab zur Ostsee!!
8. Januar um 17:52 · Gefällt mir · 1

Birgit Hinz Genau!
9. Januar um 21:18 · Gefällt mir

ZEIGEN SIE REGELMÄSSIGE AKTIVITÄT

Posten Sie in regelmäßigen Abständen Beiträge, um im Blickwinkel Ihrer Fans zu bleiben. Denken Sie daran: Das Ziel ist es, dass möglichst viele Nutzer Ihren Beitrag sehen! Je nach Unternehmensart empfehlen sich ein bis drei Facebook Posts pro Woche.

HÖREN SIE NIE AUF ZU BEOBACHTEN

Den Post zu schreiben ist nur der Anfang! In den Statistiken von Facebook, den so genannten Insights, können Sie sehen, zu welcher Tageszeit und an welchen Wochentagen die meisten Ihrer Fans online sind. Planen Sie Ihre Beiträge zu diesen Zeiten! Sehen Sie sich an, welche Beitragsart von Ihren Fans am meisten kommentiert oder geliked wird – Bild, Video, Link oder Text? Nutzen Sie das **aus den Statistiken gewonnene Wissen für den Erfolg von künftigen Posts**. Möchten Sie noch mehr aus Ihrem Facebook-Unternehmensauftritt herausholen, können Sie sich gern an den Heise Media Service als Agentur für Onlinemarketing wenden – wir werden die Koordination und die Optimierung von Beiträgen für Sie übernehmen.

Tipp!

Statistiken nutzen.

„Gefällt mir“-Angaben für die Seite

2.055

„Gefällt mir“-Angaben für die Seite insgesamt
▲ 0,3% gegenüber letzter Woche

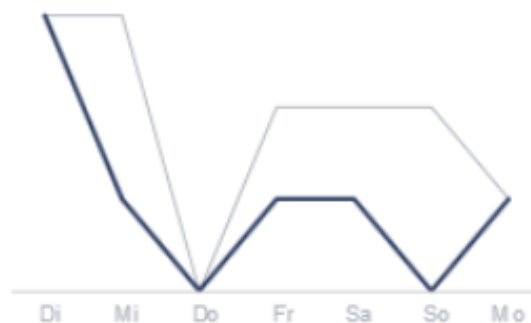
7

Neue „Gefällt

mir“-Angaben für die Seite

▼ 46,2%

— Diese Woche
— Letzte Woche





STELLEN SIE FRAGEN

Informieren Sie Ihre potentiellen Kunden nicht nur, sondern **involvieren Sie sie**. Fragen Sie nach ihren Erfahrungen mit Produkten, Dienstleistungen oder bitten Sie um Feedback zu neuen Angeboten. Die Fragen sollten selbstverständlich stets zum Beitrag passen!

ANTWORTEN SIE

Erwarten Sie von Ihren Fans Kommentare und Nachrichten, dann sollten Sie auch auf diese reagieren. **Positionieren Sie sich als kompetenter Ansprechpartner** in Ihrer Branche und beantworten Sie Fragen zeitnah. Vergessen Sie nicht: Nicht nur der Fragesteller liest mit, sondern auch die Gemeinschaft auf Ihrer Unternehmensseite. Oftmals bieten solche Dialoge große Chancen, um neue Kunden zu gewinnen.

LERNEN SIE AUS KRITIK

Wer sich auf einer öffentlichen Plattform bewegt, muss damit rechnen, dass er irgendwann einmal auch Kritik zu hören bekommen wird. Hier sollten Sie zwischen angebrachter Kritik und unsinnigen Vorwürfen unterscheiden – doch antworten Sie auf beides in respektvoller und angebrachter Form! Bewahren Sie stets einen freundlichen Tonfall, denn nichts ist schlimmer als eine flammende Zornesrede! Versuchen Sie, das Problem mit dem Leser via Nachrichtenfunktion zu klären und nehmen Sie angebrachte Kritik ernst, um Ihre Leistungen zu verbessern.

MACHEN SIE AUF SICH AUFMERKSAM

Machen Sie Ihre Facebook-Unternehmensseite bekannt, indem Sie Freunde und Kunden einladen, die Seite zu „ liken“. Nehmen Sie die URL zu Ihrer Facebook-Seite in Ihre Signatur auf und drucken Sie sie auf Angebote, Rechnungen, Anzeigen, Flyer und auf Ihre Visitenkarten: Platzieren Sie auch den QR-Code, den Sie von uns erhalten haben, auf diesen Dokumenten und legen Sie ihn in Ihren Räumlichkeiten aus oder bringen Sie ihn im Schaufenster an. So können Ihre Kunden sich jederzeit via Scannen des Codes auf Ihre Facebook-Seite navigieren lassen und dort die neuesten Angebote und Meldungen lesen.

UNSER TIPP: WERBUNG MIT FACEBOOK ANZEIGEN

Mehr „Fans“ bekommen Sie außerdem durch **Facebook-Anzeigen**. Diese werden im News-Feed sowie im rechten Bereich von Facebook geschaltet. Durch spezifische Interessenauswahl und klare Definition der Zielgruppe erreichen Sie so mit relativ geringen finanziellen Mitteln eine Vielzahl von potentiellen Kunden. Sind Sie sich bei der Schaltung von **Facebook-Anzeigen** für die eigene Unternehmensseite nicht ganz sicher, freuen wir uns darauf, Ihnen zur Seite zu stehen. Die Auswahl und Einstellung der Zielgruppe sowie die Gestaltung der Anzeige und die Auswahl des Anzeigentextes bedürfen einiger Erfahrung und oft auch dem besonderen Feintuning, das Ihre Anzeige aus denen Ihrer Mitbewerber herausstechen lässt. Unsere Mitarbeiter erstellen gern die für Sie passende Anzeige und übernehmen die Erfolgskontrolle.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Werbung auf Facebook

Heise RegioConcept
Stefanie Wieter
Telefon 05 11 51 51 35 64
stefanie.wieter@heise.de

Stefanie Wieter

[www.heise-regioconcept.de/
produkte/social-media/](http://www.heise-regioconcept.de/produkte/social-media/)

