

Facebook-Marketing

Strategien zu noch mehr Erfolg im Web 2.0

Social Media (Soziale Netzwerke) sind dabei, das Marketing zu revolutionieren. Sie bieten perfekte Voraussetzungen für alle, die Werbung treiben, denn die Zielgruppe wächst täglich. Doch wie erreicht man sie?

Facebook ist in aller Munde und in den USA mittlerweile erfolgreicher als Google. Mit seinen über 600 Millionen Nutzern ist es die am häufigsten besuchte Website der Welt, und täglich kommen über 600 000 neue Mitglieder hinzu. In Deutschland ist die Mitgliederzahl inzwischen auf 14 Millionen angestiegen. In Österreich sind es 2,2 Millionen und in der Schweiz 2,5 Millionen (Stand: Januar 2011).

Nirgendwo sonst können Sie so einfach und günstig mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt treten, und an keinem Ort kann man so gezielt Werbung schalten wie auf der Facebook-Plattform. Dies liegt daran, dass Facebook sehr intensiv genutzt wird. 50 Prozent aller Facebook-Nutzer melden sich mindestens einmal pro Tag an. Der typische Anwender hat 130 Freunde und verbringt durchschnittlich 60 Minuten pro Tag auf der Plattform.

Aber was macht Facebook so erfolgreich – und wie kann man Facebook erfolgreich für das eigene Marketing nutzen?

Kein Allheilmittel

Facebook-Marketing oder Social-Media-Marketing im Allgemeinen ist kein allein wirkendes »Wundermittel« und sollte daher Bestandteil eines ausgewogenen Marketing-Mixes sein. Es sollte das klassische Marketing (wie

PR, Print, Mailings, Radio und TV) ergänzen und unterstützen. Der Vorteil ist, dass dieses Marketing (bislang) nichts kostet.

Erfolgsfaktoren für eine gute Internet-Präsenz

1. Die Grundlage für gutes Online-Marketing sollte ein moderner, gut durchdachter, benutzerfreundlicher und grafisch ansprechender Internet-Auftritt sein, der inhaltlich wie optisch auf die Anforderungen und Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten ist.
2. Regelmässiges E-Mail Marketing in Form von Newslettern weckt Neugier, aktiviert den Kunden und bringt ihn zurück auf die Website oder die Facebook-Fanseite.
3. Content-Management-Systeme (CMS) helfen dabei, Website-Inhalte schnell und einfach zu aktualisieren.
4. Um eine optimale Auffindbarkeit und eine Top-Position bei Google & Co. zu erreichen, sollte jede einzelne Seite Suchmaschinen-optimiert sein (SEO). Durch Suchmaschinen-Marketing (SEM) kann man sich Top-Positionen auch kaufen.
5. Website-Monitoring-Tools (wie Google Analytics) helfen dabei, die Nutzung von Websites im Detail nachzuverfolgen und entsprechend zu optimieren.
6. Relativ neu ist die Social-Media-

Optimierung (SMO). Sie bedeutet, dass man seine Website um Social-Media-Komponenten erweitert und es dadurch den Nutzern erleichtert, Inhalte zu teilen (Social Bookmarks), zu bewerten (Like-Button) oder zu kommentieren (Facebook's Social Plugins).

7. Bauen Sie Ihre Facebook-Fanseite auf, und pflegen Sie diese fortlaufend mit aktuellen und interessanten Inhalten.
8. Überlegen Sie, ob Ihre Kunden auch andere Social-Media-Dienste (wie Twitter, XING, LinkedIn oder YouTube) nutzen, und kommunizieren Sie auch darüber.
9. Vielfach möchten Ihre Kunden auch von unterwegs auf Ihre Website zugreifen. Passen Sie Ihre Sites entsprechend an, oder entwickeln Sie eigenständige Apps (für iPhone, iPad, BlackBerry, Android oder Windows Phone).

All dies führt (sehr vereinfacht dargestellt) zu mehr Besuchern und mit den richtigen Inhalten zu einer erfolgreichen Präsenz im Web 2.0.

Web 2.0 – das neue Internet

Im Gegensatz zur einseitigen Kommunikation des Web 1.0 gibt es im heutigen Web 2.0 einen Dialog und Rückkanal. Kunden und Konsumenten werden zu aktiven Mitgestaltern von Marketing, Produkten und sogar Mar-



ken. Heutzutage ist es mit Hilfe von Sozialen Netzwerken für jedermann sehr einfach, selbst Inhalte und Meinungen zu publizieren. Neben Facebook gehören Twitter, XING, LinkedIn und YouTube zu den wichtigsten Sozialen Netzwerken.

Moderne Unternehmen kommunizieren heutzutage aktiv, direkt und auf gleicher Augenhöhe mit ihren Kunden. Auch Kritik gehört dazu und ist Bestandteil eines offenen Dialogs. Aus diesem Grund muss auch mit negativem Feedback von Kunden konstruktiv und offen umgegangen werden. Negative Beiträge einfach zu löschen, das gehört sich nicht. Ist der Absender darüber verärgert, wird er dies auf anderen Plattformen wie Twitter kundtun.

Facebook-Fanseite

So gut wie alle grossen und bekannten Unternehmen, Marken und Produkte oder auch Künstler haben bereits eine Facebook-Fanseite mit Tausenden oder oftmals sogar mehreren Millionen

Fans. Aber selbst kleinere Unternehmen können mithilfe von Social Media neue Kunden gewinnen.

Verbreitet man als Inhaber etwas auf seiner Fanpage (in Form von Text, Links, Bild, Video oder einer Veranstaltung), so sehen dies alle Fans auf Ihrer Facebook-Startseite unter Neuigkeiten. Im Falle von Coca-Cola würde so etwas bei 22 Millionen Fans erscheinen. Das Beste: Das Ganze ist umsonst! Weder der Aufbau noch der Betrieb einer Seite kostet etwas. Nur wenn man Werbung schalten möchte, verlangt Facebook Geld.

Um sich mit einer Fanpage zu verbinden, wird man ein Fan und drückt auf den »Gefällt mir«-Button.

Wichtige Infos & Tipps

- Facebook-Fansseiten sind öffentlich. Auch wenn ein Nutzer kein Mitglied bei Facebook ist, kann er Fansseiten sehen. Nur wer mit einer Seite interagieren möchte, muss sich anmel-

den. Vorteil: Suchmaschinen wie Google nehmen Fansseiten in den Index auf. Letztere können so schnell gefunden werden.

- Unter der Adresse www.facebook.com/username können Sie sich eine eigene Vanity-URL (facebook.com/meineFirma) für Ihre Fanpage einrichten. Voraussetzung sind mindestens 25 Fans.
- Verbinden Sie Ihren Twitter-Account mit Facebook: www.facebook.com/twitter.
- Erstellen Sie für Ihr Unternehmen immer eine Fanpage (Page) und keine Gruppe oder ein privates Profil.
- Messen Sie den Erfolg Ihrer Website mithilfe von Social Media Tracking Tools (www.socialbakers.com).

Drei Regeln für eine gute Facebook-Fanseite

1. Bringen Sie begeisternde Inhalte.
- Bieten Sie Ihren Fans regelmässig interessante Neuigkeiten und relevante Inhalte, die ihnen von Nutzen

→

Nützliche Links

www.facebook.com/marketing	Offizielle Seite zum Thema Facebook-Marketing
www.facebook.com/advertising	Offizielle Seite zum Thema Facebook-Werbung
www.facebookmarketing.de	Nützliche Tipps zum Thema Facebook-Marketing
www.thomashutter.com	Sehr gute Facebook-News aus der Schweiz
www.socialbakers.com	Umfassende Zahlen und Statistiken zur Facebook

sind (z.B. Exklusives, Wissenswertes, Unterhaltendes).

- Involvieren Sie Ihre Kunden, fragen Sie nach ihrer Meinung und ihren Vorlieben.
- Formulieren Sie eingängige Titelzeilen, die Aufmerksamkeit erregen.
- Verzichten Sie auf plumpe Werbeaussagen!

2. Belohnen Sie Ihre Fans.

- Bieten Sie Ihren Fans Vorteile in Form von exklusiven Inhalten.
- Veranstalten Sie Aktionen und Gewinnspiele sowie Kundenbindungsmassnahmen.
- Reagieren Sie auf Fragen zeitnah, geben Sie Tipps und Hilfe.

3. Motivieren Sie Ihre Fans zum Weitersagen

- Integrieren Sie die Buttons zum Speichern und zum Teilen Ihrer Informationen (Gefällt mir, Teilen, Freunde einladen, Social Bookmarks).

So erreichen Sie Ihre Zielgruppe auf Facebook:

Facebook-Werbung

Um Fanseiten oder auch externe Websites zu bewerben, bietet Facebook die Möglichkeit, Werbeanzeigen zu schalten. Dies funktioniert sehr einfach:

Unter www.facebook.com/ads/create gibt man zunächst die Zieladresse (URL), die Überschrift, den Werbetext sowie ein Bild ein. Dann definiert man im Detail seine Zielgruppe, gibt an, was ein Klick auf die Anzeigen kosten darf (Cost per Click) und legt sein Tagesbudget fest – fertig ist die Anzeige. Bezahlt wird per Kreditkarte.

Die grossen Vorteile von Facebook-Werbung sind die genaue Zielgruppenansprache und die klare Definition des Werbebudgets. Da sich die Nutzer zuvor anmelden müssen, kennt das Facebook-Anzeigensystem die persönlichen Daten und Vorlieben, wie Alter, Geschlecht, Wohnort, Beziehungsstatus, Zugehörigkeit zu Gruppen, Fansseiten usw. Über ein internes System namens Social Graph weiss Facebook sogar, was mir und meinen Freunden gefällt, und kann so die passende Werbung einblenden.

Facebook-Integration auf der eigenen Website

Die eigene Fanseite ist der erste Schritt. Nun ist es wichtig, Ihre Kunden darauf aufmerksam zu machen: Neben der obligatorischen Integration des blauen Facebook-Icons auf Ihrer Website und in Ihrem Newsletter könnten Sie auch in Ihrer E-Mail-Signatur auf Ihre Fanseite hinweisen.

Mein Tipp: Gehen Sie einen Schritt weiter und integrieren Sie Facebook-Funktionalitäten direkt auf Ihrer Website! Hierfür hat Facebook die sogenannten »Social Plugins« (www.facebook.com/plugins) entwickelt. Mithilfe dieser kleinen und einfach zu installierenden Erweiterungen können Sie Facebook-Funktionen auf Ihrer eigenen Website integrieren. Die wichtigsten Social Plugins sind der »Like Button« sowie die »Like Box«. Man sieht diese Facebook-Integration inzwischen auf unzähligen Websites.

Risiken und Nebenwirkungen

Die grösste Gefahr für Unternehmer ist es, nicht selbst auf Facebook aktiv zu sein und damit die Kontrolle über das eigene Produkt, die eigene Dienstleistung oder gar die eigene Marke privaten Personen oder gar der Konkurrenz zu überlassen.

Das prominenteste Beispiel für diesen Kontrollverlust war Nutella. Bis Mitte 2010 gab es eine Nutella-Facebook-Seite mit über 6 Millionen Fans, die von einer Privatperson »zum Spass« eingerichtet wurde. Der Hersteller Ferrero hatte keinerlei Kontrolle über die Inhalte dieser Seite und somit über sein eigenes Produkt. Man stelle sich nur vor, was passiert wäre, wenn diese Privatperson mit »unschönen« Nach-

richten 6 Millionen Fans angesprochen hätte, die nicht im Interesse von Ferrero gewesen wären! Mittlerweile hat der Hersteller die Facebook-Seite mitsamt den Fans übernommen – für mehrere Millionen Euro, schätzt man.

Kein Wundermittel!

Natürlich ist Facebook kein Wundermittel. Es gibt Grundsätze und Spielregeln, die befolgt werden müssen. Gute und aktive Kommunikation kostet Zeit und ist keine Arbeit für Praktikanten. Der Aufbau und die fortlaufende Pflege einer Facebook-Seite sollte in der Marketing-Abteilung aufgehoben sein. Das Wording sollte der »Corporate Governance« entsprechen. Daher ist es wichtig, dafür Zeit und Ressourcen in Gestalt von Mitarbeitern einzuplanen.

Empfehlungen

Probieren Sie es einfach aus und erstellen Sie eine Fanseite für Ihr Unter-

nehmen. Orientieren Sie sich an gut gemachten Seiten, und lernen Sie von Fehlern Anderer. Kommunizieren Sie mit Ihren Kunden und positionieren Sie sich im Social Web!

Die Zukunft

Die Möglichkeiten sind enorm! Täglich nutzen mehr Menschen diese Plattform und verbringen mehr Zeit damit. Facebook entwickelt seine Dienste fortlaufend weiter. Man kann auch eigene Facebook-Apps erstellen und so die Funktionalität eigenständig erweitern. Bereits jetzt nutzt ein Viertel der Anwender Facebook über ein Smartphone. Die grossen Themen der nächsten ein bis zwei Jahre sind »Location Based Services« und »Social Commerce«. Es bleibt also spannend ...

Collin Croome ist einer der drei Fachexperten des im Aufsteiger-Verlag erschienenen Erfolgspakets »Gratis-Marketing mit dem richtigen Einsatz von XING, Facebook und Twitter«. Weitere Informationen auf der Seite 43 dieser Zeitschrift sowie unter www.xingfacebooktwittermarketing.info.

Autoren-Kurzbiografie



Collin Croome

ist ein Mann der Praxis und bereits seit 16 Jahren im Internet-Business aktiv. Er ist Experte im Bereich Online- und Social-Media-Marketing und veranstaltet regelmässig Seminare zu diesem Thema. Seine Online-Agentur »coma2 e-branding« realisiert seit 1997 anspruchsvolle Internet-Lösungen für namhafte internationale Unternehmen und Premium-Marken.

Informationen:

Telefon: +49 (0)89 322 111-11
collin@facebookexperte.com
www.facebookexperte.com

Werbung

Der Film DEINES Lebens

Von den Geheimnissen des
Lebens und der Magie des Glücks



Der Kinofilm über Beruf, Partnerschaft, Erfolg,
Gesundheit und Finanzen mit Top Schauspielern!

Mehr Infos auf www.DerFilmDeinesLebens.com

„Ein spannender, lehrreicher und unterhaltsamer Spielfilm, der die sieben Lebensprinzipien aufzeigt, wie das Leben funktioniert und wie man im Spiel des Lebens das eigene Leben selber steuern kann.“

TRIAS POWER Films
Unterhaltung · Wissen · Entwicklung

Der Film vermittelt die **verborgenen Schlüssel zu Glück und Erfolg**, auf eine unterhaltsame Art als Spielfilm.

Jetzt die DVD
bereits vorbestellen!

Ein Film von den Produzenten Irene und Thomas Frei und dem Regisseur Sebastian Goder