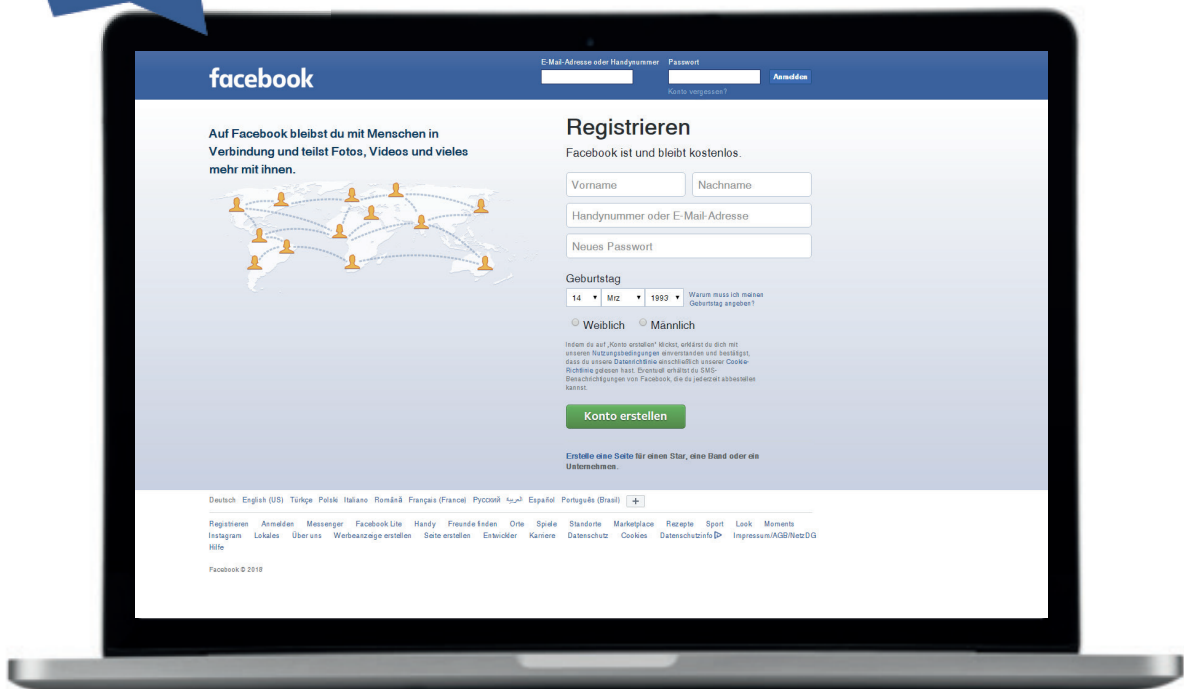


Unternehmensseite auf Facebook - So geht es richtig!



Inhaltsübersicht

Vorwort	3
Schritt 1: Bei Facebook registrieren.....	4
Schritt 2: Unternehmensseite/Facebook-Fanpage anlegen	4
Schritt 3: Facebook-Unternehmensseite mit Grundinhalten füllen	5
Schritt 4: Freunde einladen – Unternehmensseite publik machen	5
Schritt 5: Den ersten Beitrag posten	5
Schritt 6: Einstellungen der Facebook-Seite bearbeiten	6
Schritt 7: Unternehmensseite mit Inhalten füllen und Einstellungen vornehmen.....	6
Schritt 8: Jetzt geht es los – Facebook-Seite veröffentlichen	7
Schritt 9: Regelmäßig posten – Redaktionsplan erstellen – Meilensteine bestimmen	7
Schritt 10: Liken und Kommentieren – Wachstum durch Engagement bei Facebook.....	8

Vorwort

Als Unternehmer benötigen Sie den Kontakt zu Ihrer Zielgruppe. In der heutigen Zeit können Sie deshalb auf eine Präsenz in den Social-Media-Netzwerken nicht verzichten. Das wohl bekannteste und auch am meisten genutzte Netzwerk ist Facebook. Facebook verzeichnete im November 2017 weltweit 2,1 Milliarden Nutzer, wovon 1,37 Milliarden tägliche Facebook-User sind. In Deutschland wurden für denselben Zeitpunkt 31 Millionen aktive Nutzer gemeldet. Viele Unternehmen haben die Kraft der sozialen Medien erkannt und nutzen Facebook für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Soziale Medien wie Facebook sind ein schnelles und direktes Kommunikationsmittel, durch welches Kunden gewonnen oder Angebote beworben werden können. Nutzen Sie die Vorteile eines kostenlosen Facebook-Accounts und repräsentieren Sie Ihr Unternehmen auf der Social-Media-Plattform. In zehn Schritten erklären wir Ihnen, wie einfach Sie eine Unternehmensseite erstellen und Präsenz auf Facebook zeigen.

10-Schritte-Plan zur eigenen

Unternehmensseite auf Facebook

Schritt 1: Bei Facebook registrieren

Bevor eine eigene Seite für Ihr Unternehmen auf Facebook angelegt werden kann, brauchen Sie zunächst einen privaten Account auf der Social-Media-Plattform. Sie müssen sich also persönlich bei Facebook anmelden. Das geschieht über die folgende Seite unter dem Menüpunkt „Erstelle ein neues Konto“: <https://de-de.facebook.com/>

Schritt 2: Unternehmensseite/Facebook-Fanpage anlegen

Nun verfügen Sie über einen privaten Account, herzlichen Glückwunsch. Da Sie sich aber nicht selber bewerben wollen, müssen Sie nun eine Unternehmensseite/Facebook-Fanpage anlegen. Loggen Sie sich dazu mit Ihren persönlichen Daten bei Facebook ein und rufen dann den folgenden Link auf: <https://www.facebook.com/pages/create.php>

Im nächsten Schritt wählen Sie dann die Art Ihres Unternehmens. Wählen Sie „Lokales Unternehmen oder Ort“, wenn Sie ein regionales Unternehmen betreiben, wie ein Ladengeschäft. Wählen Sie „Unternehmen, Organisation oder Institution“ für ein Unternehmen ohne regionalen Bezug. Wenn Sie ein Produkt oder eine Marke bewerben wollen, wählen Sie „Marke oder Produkt“. In der Regel betreiben Sie einen Point of Sale oder mehrere regionale Ladengeschäfte und wählen von daher am ehesten „Lokales Unternehmen oder Ort“.

Nachfolgend suchen Sie im Dropdown-Menü „Wähle eine Kategorie aus“ eine passende Unterkategorie für Ihr Unternehmen aus. In den meisten Fällen wird „Einzelhandel“ treffend sein, „Lokaler Dienstleister“ könnte ebenso durchaus zutreffen. Füllen Sie auch die restlichen Felder „Unternehmen oder Ortsname“, „Straße“, „Stadt/Bundesland“, „Postleitzahl“ sowie „Telefon“ aus und drücken anschließend auf den blau hinterlegten Button „Los geht’s“.

Schritt 3: Facebook-Unternehmensseite mit Grundinhalten füllen

Als Nächstes sollten Sie ein Profilbild und ein Titelbild hinzufügen, welches Ihr Unternehmen repräsentiert. Diese Schritte sind zwar optional, sollten aber von Ihnen genutzt werden. Durchdachte, aussagekräftige Bilder und ein einheitlicher Auftritt sorgen für einen guten Wiedererkennungswert Ihres Geschäftes. Das Profilbild sollte optimalerweise eine Breite von 170 Pixeln und eine Höhe von 170 Pixeln aufweisen. Das Titelbild der Seite wird laut Facebook am schnellsten geladen, wenn es die Abmessung von 851 x 315 Pixeln und eine Dateigröße von unter 100 Kilobyte aufweist. In dieser Auflösung wird das Profilbild in der Desktop-Ansicht von Facebook dargestellt. Für die mobile Ansicht schneidet Facebook das Profilbild auf 640 x 360 Pixel zurecht. Falls also Text im Profilbild verwendet wird, sollte dieser eher mittig ausgerichtet werden. Als Format für die beiden Bilder empfiehlt sich JPG oder PNG und die Grafik sollte im sRGB-Farbraum gehalten sein.

Schritt 4: Freunde einladen – Unternehmensseite publik machen

Nun haben Sie die Möglichkeit, Ihre neue Unternehmensseite bekannt zu machen. Tragen Sie Facebook-Freunde, die sich für Ihr Unternehmen interessieren könnten, in die Liste ein. Betreffende Personen werden im Anschluss über Ihre neu erstellte Seite informiert und dazu eingeladen, diese zu liken. Sie können diesen Schritt an dieser Stelle auch überspringen und sich zunächst der Erstellung und Optimierung Ihrer Unternehmensseite widmen. Die Fanbasis Ihrer Seite können Sie auch zu einem späteren Zeitpunkt steigern. Die Wahl liegt bei Ihnen.

Schritt 5: Den ersten Beitrag posten

Nun haben Sie die Möglichkeit einen ersten Beitrag zu veröffentlichen. Nutzen Sie die Chance und posten Sie etwas Interessantes über Ihr Unternehmen. Beispielsweise: ***„Endlich ist es so weit! Unsere Unternehmensseite bei Facebook ist nun online und wird euch zukünftig mit den neuesten Infos und Angeboten versorgen. Liket und folgt uns, um immer auf dem aktuellsten Stand zu sein!“***. Damit machen Sie auf sich aufmerksam.

Schritt 6: Einstellungen der Facebook-Seite bearbeiten

Die wichtigsten Daten über Ihr Unternehmen fragt Facebook Sie laufend ab. Geben Sie so ausführlich und genau wie möglich Auskunft – das hilft Ihren späteren „Fans“, sich auf Ihrer Seite zurechtzufinden. Schon im 1. Reiter „About/Über“ besonders wichtig: Geben Sie eine Webadresse ein, die Sie für Ihre Seite wünschen, also www.facebook.com/ihr_geschaeft



Tipp: Ihre Unternehmens-Facebook Seite ist bereits öffentlich – noch fehlen aber wichtige Informationen. Sie können deshalb die Seite erst einmal verstecken: Klicken Sie in der Spalte „Einstellungen“ Ihrer Unternehmensseite (oben rechts zu finden) auf den Menüpunkt „Sichtbarkeit der Seite“. Aktivieren Sie dort die Option „Seite nicht veröffentlicht“. Nun können Sie die Seite in Ruhe bearbeiten und optimieren, bevor Sie die Sichtbarkeit erneut aktivieren.

Schritt 7: Unternehmensseite mit interessanten Inhalten füllen und Einstellungen vornehmen

Steuern Sie in der linken Navigation den Punkt „Info“ an und füllen Sie alle Felder mit Inhalten. Wählen Sie eine Kategorie für Ihr Unternehmen, tragen Sie die Öffnungszeiten ein und ergänzen Sie alle anderen offenen Informationen, die Ihren Kunden dabei helfen könnten, sich vollumfänglich über Ihr Unternehmen zu informieren.

Steuern Sie dann die Einstellungen an (zu finden oben rechts). Prüfen Sie alle Unterpunkte und passen diese gegebenenfalls an Ihre Bedürfnisse an. Besondere Aufmerksamkeit sollten Sie dem Unterpunkt „Altersbeschränkungen“ (Unterpunkt von „Allgemein“) sowie dem Punkt „Rollen für diese Seite“ widmen. Durch „Altersbeschränkungen“ schränken Sie die Sichtbarkeit Ihrer Seite für Facebook-User bestimmten Alters ein. Das ist durchaus sinnvoll, wenn Sie mit Ihrem Facebook-Auftritt beispielsweise nur Volljährige erreichen möchten. Bei „Rollen für diese Seite“ bestimmen Sie, wer an Ihrer neuen Facebook-Unternehmensseite mitarbeiten darf und welche Rolle dieser User dabei übernimmt (Administrator, Redakteur, Moderator und weitere Rollen).

Schritt 8: Jetzt geht es los – Facebook-Seite veröffentlichen

Nun, da Ihre Unternehmensseite mit allen wichtigen Informationen bestückt ist und ein eigenes Design aufweist, kann es losgehen! Womöglich haben Sie den Tipp in Schritt 6 verfolgt und Ihre neue Seite ist deshalb nun nicht sichtbar – schade, denn diese hat nun so viel zu bieten! Es wird Zeit, die Öffentlichkeit mit Ihrer Unternehmensseite zu beglücken. Steuern Sie deshalb den Menüpunkt „Einstellungen“ (zu finden oben rechts) an.

Schritt 9: Regelmäßig posten – Redaktionsplan erstellen – Meilensteine bestimmen

Eine Facebook-Unternehmensseite lebt von Kontinuität und ist für einen längerfristigen Zeitraum angelegt. Nichts ist schlimmer, als wenn Sie motiviert starten, anfänglich viel posten und interagieren, aber nach wenigen Wochen die Aktivitäten zurückfahren und die Facebook-Seite verwaist. Wenn Sie sich Erfolg mit der Facebook-Unternehmensseite wünschen, müssen Sie auch langfristig an Ihrer Seite arbeiten. Um die Motivation aufrecht zu erhalten, eignet sich ein Redaktionsplan. Machen Sie sich klar, wie oft und von wem die Facebook-Unternehmensseite zukünftig gepflegt wird. Eingehende Nachrichten und Kommentare sollten beispielsweise mindestens einmal am Tag geprüft und beantwortet werden.

Wie oft sollte gepostet werden?

Wie oft und welche Inhalte Sie posten, liegt in Ihrem eigenen Ermessen – es sollte aber regelmäßig stattfinden, denn nur so gewöhnen sich Ihre Fans an die Seite und lernen diese zu schätzen.

Ein Maßstab ist: Posten Sie vor allem dann, wenn Sie etwas mitzuteilen haben. Ein Posting alle zwei Tage hat sich in der Praxis als optimal herausgestellt. Zu viele Postings können sich sogar negativ auf die Fanentwicklung auswirken. Bedenken Sie dabei immer: Sie möchten auch nicht täglich von derselben Seite mit Infos vollgespammt werden. Bestimmen Sie die Frequenz und eventuell die groben Inhalte beziehungsweise Themengebiete von Postings und halten dies schriftlich in einem Dokument (Redaktionsplan) fest. Kommunizieren Sie dieses Dokument an die beteiligten Verantwortlichen, sodass jeder weiß, was und vor allem wann er etwas zu tun hat.

Wann sollte gepostet werden?

Grundsätzlich sollten Sie nicht dann posten, wenn Sie Zeit haben, sondern sich nach Ihren Fans richten. Facebook-User sind vor allem in ihrer Freizeit oder zu Randzeiten aktiv. Konkret bedeutet das: Früh morgens vor der Arbeit (zwischen 7 und 8 Uhr), kurz vor Mittag und in der Mittagspause (zwischen 12 und 13 Uhr) sowie gegen Feierabend (ab 17 bis 20 Uhr).

Messbare Ziele setzen – Um nicht die Motivation an Ihrem Facebook-Account und die Freude an der Arbeit daran zu verlieren, empfiehlt sich das Festsetzen von Meilensteinen. Setzen Sie sich konkrete aber realistische und messbare Ziele, wie beispielsweise einen Zuwachs von Fans in einer bestimmten Zeit. Auch die Erhöhung der Interaktivität (Seitenaktivitäten, Seitenaufrufe, Beitragsinteraktionen und weitere Schlüsselindikatoren) Ihrer Fans und Follower mit Ihrer Seite kann ein messbares Ziel sein. Setzen Sie die Messlatte dabei aber nicht zu hoch und bedenken Sie, dass deutsche Facebook-Seiten in der Regel recht langsam wachsen. Als realistischer Richtwert kann ein Wachstum von 0,64 Prozent pro Woche angenommen werden. Werfen Sie auch gerne einen Blick auf Ihre Mitbewerber und vergleichen deren Aktivitäten und Wachstum mit dem Ihrer Seite.



Tipp: *Wie Sie erfolgreich auf Facebook werben können, lesen Sie in unserem Berater „Werben mit Facebook – Eine Anleitung mit Erfolg“.*

Schritt 10: Liken und Kommentieren – Wachstum durch Engagement bei Facebook

Werden Sie aktiv im sozialen Netzwerk und veröffentlichen Sie regelmäßig Neuigkeiten und Hinweise über die Beitragsfunktion Ihrer Facebook-Unternehmensseite. Auch Angebote oder Tipps und Tricks sind gern gesehene Meldungen. All diese Beiträge erscheinen im Newsfeed Ihrer Fans. Weiterhin sollten Sie auf alle Anfragen, Nachrichten und Kommentare eingehen, welche von Fans auf Ihrer Unternehmensseite getätigt werden. Andere Beiträge zu kommentieren, zu liken und gegebenenfalls auch zu teilen, fördert ebenso das Engagement und erhöht die Sichtbarkeit Ihrer Unternehmensseite. Bedenken Sie immer: Sie befinden sich in einem sozialen Medium, in dem es um Interaktivität geht. Wer nicht interagiert, schießt sich sehr schnell ins digitale Abseits und wird nicht beachtet.

Viel Spaß und vor allem Erfolg mit Ihrem Facebook-Unternehmensprofil wünscht Ihnen

Ihre MOTION TM Vertriebs GmbH!