FACEBOOK MARKETING – DIESE 8 SCHRITTE BRINGEN DICH ZUM ERFOLG

Veröffentlicht am 25. Oktober 2017 von Jana

Für den einfach Einstieg ins Social Media Marketing und Steigerung Deiner Bekanntheit ist Facebook bestens geeignet. Wir machen Dich in nur 8 Schritten fit für Dein effektives Facebook Marketing.

Mit Facebook Marketing Deine Bekanntheit steigern

Ob Instagram, Snapchat oder Pinterest: Social Media Marketing ist heutzutage wichtig für jedes **Unternehmen**, das Erfolg haben will. Insbesondere die Plattform **Facebook** lohnt sich für den einfachen Einstieg ins Social Media Marketing.

Doch wie genau funktioniert Facebook Marketing und wie profitierst Du davon? Wir geben Dir **8 praktische Tipps** an die Hand, um erfolgreiches Facebook Marketing zu betreiben: Von der strategischen Planung über die Erstellung Deines Firmenprofils und das Schalten Deiner Werbeanzeigen bis hin zur Analyse Deiner Postings.

Facebook hat weltweit über **2 Milliarden aktive Nutzer**! In Deutschland sind es inzwischen, nach Aussage Facebooks im September 2017, **31 Millionen aktive Nutzer**. Wer diese Zahlen hört oder liest, muss nicht mehr überzeugt werden, dass sich eine Präsenz des eigenen Unternehmens auf Facebook definitiv lohnt.

Die Social Media Plattform selbst sieht sich als „globale Gemeinschaft“ mit dem Ziel:

> *„Die Welt offener zu machen und die Menschen miteinander zu verbinden."*

In einem Umfeld in dem Menschen zusammenkommen, sich austauschen und Spaß miteinander haben, wirken **emotionale Marketing- und Imagekampagnen** ganz besonders gut. Für Unternehmen und Werbetreibende ist die Plattform gerade deswegen so erfolgversprechend.

ÜBERSICHT

- Die Vorteile von Facebook Marketing
- Unsere Tipps für Dein Facebook Marketing
- Schritt 1: Planung ist alles!
- Schritt 2: Deine Facebook Unternehmensseite
- Schritt 3: Guter Content zum richtigen Zeitpunkt
- Schritt 4: Lerne Deine Zielgruppe kennen
- Schritt 5: Sei erreichbar
- Schritt 6: Kommuniziere mit Deinen Fans
- Schritt 7: Werbung schalten mit Facebook Ads

- Schritt 8: Kennzahlen auswerten und reagieren

DIE VORTEILE VON FACEBOOK MARKETING

- Gewinnung von Neukunden und Fans
- Kundenbindung
- Positionierung der Marke bzw. des Unternehmens
- Lokale Bekanntheit mit der Facebook App und Facebook Local App
- Imagepflege
- Community Aufbau
- Sprachrohr für Unternehmen
- Kundeninteraktion
- kostenloses Profil
- Bessere Auffindbarkeit im Web
- Traffic auf Website erhöhen
- Zielgruppe besser kennenlernen
- Messbarkeit der Postings

Durch eine **Facebook Firmenseite** wird Dein Unternehmen noch relevanter für Suchmaschinen. Denn gerade Social Media Kanäle haben für diese einen hohen Stellenwert.

Auf Deiner **Unternehmensseite** hast Du die Möglichkeit, Deine eigenen Inhalte zu verlinken. Wenn diese gut bei den Nutzern ankommen – also geteilt und geklickt werden - wirkt sich das positiv auf Deinen Google-Rankingfaktor aus.

Ein ganz wichtiger Vorteil ist die **Gewinnung** von neuen Kunden über Facebook Marketing Maßnahmen. Außerdem baust Du **Sympathie** bei Deinen Fans auf. Durch Aktionen oder Angebote, die Du auf Facebook verkünden kannst, werden nicht nur Deine Interessenten und potenziellen Neukunden auf Dich aufmerksam, sondern auch Deine Bestandskunden gebunden. Mit einem **geringen Kostenaufwand** hast Du bei Facebook die Chance, Dein Marketing auszubauen: Du kannst eine breite Masse erreichen, Neukunden gewinnen und mehr über Deine **Zielgruppe** herausfinden: Welche Interessen haben sie noch? Welche Produkte oder Dienstleistungen kommen besonders gut an? Zeichnet sich ein Trend ab, auf den ich reagieren kann? Auf diese Erkenntnisse solltest Du Wert legen, um effektiv darauf reagieren zu können.

Du möchtest Facebook nutzen um Dein Unternehmen erfolgreicher zu machen? Auf unsere professionelle Unterstützung kannst Du zählen! Setze auf uns als Deine Social Media Experten.

Kontakt aufnehmen

UNSERE TIPPS FÜR DEIN FACEBOOK MARKETING

Doch wie solltest Du Deine Facebook Präsenz am besten aufbauen, damit sie Dein Marketing am besten unterstützt? Ein paar Beiträge liken, teilen und kommentieren und ab und zu mal selbst auf Facebook posten – dann wird Dein Unternehmen auf Facebook schon bekannt, oder? Leider nicht! Was auf den ersten Blick als Selbstläufer erscheint – schließlich ist ja mittlerweile fast jeder auf Facebook unterwegs – ist dann am Ende doch nicht so einfach. Wer effektives **Facebook Marketing** betreiben will, muss sich schon ein bisschen mehr ins Zeug legen. Doch wenn Du unsere Schritte und Tipps befolgst, kannst Du für Dein Unternehmen auf Facebook mit **nachhaltigem Erfolg** rechnen.

Dann legen wir mal los:

SCHRITT 1: PLANUNG IST ALLES!

Bevor Du eine **Facebook-Seite** für Dein Unternehmen anlegst, solltest Du Dir überlegen, wer diese betreuen und wie viel Zeit dafür aufgewendet werden sollte.

Überlege Dir auch, welche **Inhalte** Du auf Deiner Facebook-Seite posten und welche **Themen** Du behandeln willst. Eine Seite ohne Inhalt verfehlt ihr Ziel oder bewirkt sogar genau das Gegenteil: Deine Fans denken, Du bist nicht mehr aktiv und können sich nicht mit Deinem Unternehmen und Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung identifizieren. Auch sollten Dir Deine Inhalte für Facebook nach ein paar Wochen oder Monaten nicht ausgehen: eine **kontinuierliche Planung** ist also Voraussetzung für den Erfolg einer Facebookpräsenz, die Dich im Marketing unterstützt.

SCHRITT 2: DEINE FACEBOOK UNTERNEHMENSSEITE

Du weißt, über welche Themen Du bei Facebook posten willst und wer sich um die Seite kümmert? Perfekt, dann kannst Du Deine Facebook **Unternehmensseite nun anlegen**.

Hier muss Dir bewusst sein, dass auch die Facebook-Seite Dein Unternehmen widerspiegelt. Um es schnell zu identifizieren, sollte die Seite den Namen Deines Unternehmens tragen. Das Wichtigste ist, dass er schnell von den Nutzern gefunden und zugeordnet werden kann. Unter „**Info**“ kannst Du

genaueres dazu angeben, was Dein Unternehmen macht: kurze Unternehmenshistorie, -philosophie und Beschreibung Deiner Leistungen sowie Deine Kontaktdaten, Öffnungszeiten oder aber auch Preise. Stelle alle wissenswerten Informationen für den User bereit, sodass er diese ohne aufwendiges Suchen auf einen Blick findet.

Als nächstes musst Du ein **Profil- und Titelbild** für Facebook festlegen - wähle hier Motive, die Dein Unternehmen eindeutig repräsentieren. Als Profilfoto eignet sich hier wahrscheinlich Dein Firmenlogo am besten. Das Facebook-Titelbild kann zum Beispiel Produkte Deines Unternehmens zeigen – auch sind hier natürlich andere Motive denkbar, wie ein Bild Deines Geländes oder einer Marketingkampagne. Überlege, was gut zu Deinem Business und Marketingzielen passt und Deine Fans auf Facebook **emotional ansprechen** könnte.

Am Anfang der Seite hast Du die Möglichkeit, einen „**Call to Action**"-Button einzufügen – also eine **Handlung** die Nutzer vornehmen sollen, wenn sie Deine Facebook-Seite besuchen. Das kann zum Beispiel einen Anruf oder das Aufgeben einer Bestellung bedeuten.

Damit Deine Kunden Dich über Facebook kontaktieren können, solltest Du **Messaging** aktivieren. Über diese Funktion gibst Du den Nutzern auf Facebook die Möglichkeit, sich bei Fragen oder Feedback ganz einfach durch Textnachrichten über den **Facebook Messenger** an Dich zu wenden.

Während Du diese Einstellungen vornimmst, solltest Du die Facebook-Seite vorerst unveröffentlicht lassen. Sobald sie fertig ist, kannst Du das in den Einstellungen ändern. Ist sie öffentlich, kannst Du mit dem Posten auf Facebook beginnen.

FACEBOOK APP UND FACEBOOK LOCAL APP

User nutzen den **Local Bereich** der Standard **Facebook App** sowie die **Facebook Local App**, um Unternehmen in der unmittelbaren Nähe zu finden sowie Bewertungen und Informationen zu erhalten. Damit Dein Unternehmen in den beiden Apps angezeigt wird, musst Du es lediglich bei Facebook anmelden. Um Deine **lokale Sichtbarkeit** zu erhöhen, solltest Du die richtigen Kategorien für Deine Branche wählen und Deinen Standort eingeben, damit Dein Unternehmen vorgeschlagen wird. Die Suchergebnisse werden automatisch nach Bewertung und Empfehlungen sortiert. Wählt der User Dein Unternehmen aus, landet er auf der mobilen Version Deiner Unternehmensseite. Auf dieser verhilft das neue Seitendesgin der beiden Apps zur auffälligeren Darstellung von **userrelevanten Informationen** wie Öffnungszeiten, Speisekarten, bevorstehende Veranstaltung oder aktuelle Angebote. Call-to-Action-Buttons können direkt an den jeweiligen Informationen platziert werden, sodass dem User eine **Interaktion erleichtert** wird. Auch die Bewertungen und Anzahl der Empfehlungen werden präsenter für den User angezeigt. Zudem kannst Du direkt auf

Bewertungen reagieren und Deine **Online Reputation** stärken.

MACHE DEINE UNTERNEHMENSSEITE BEKANNT

Damit Deine Facebook-Seite schnell an **Bekanntheit** gewinnt, solltest Du Deine bestehenden Kunden darauf aufmerksam machen. Du kannst sowohl Deine Facebook-Seite als natürlich auch Deine anderen Präsenzen auf Social Media Plattformen in Deine E-Mail Signatur einfügen oder als Button **auf Deine Webseite integrieren**. So gelangt der User mit einem Klick direkt zu Deinem Social Media Profil.

Je mehr Leute Deine Facebook-Seite besuchen und ihr folgen, desto schneller erreicht das auch andere Interessenten. Erstellst Du eine Seite neu, macht Dir Facebook Vorschläge, wem Deine Seite gefallen und potentieller Kunde sein könnte.

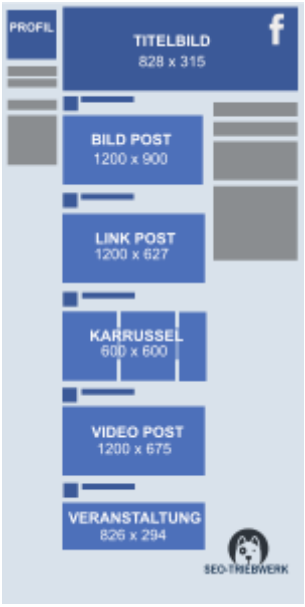
Tipp: Gibst Du den **Standort** Deines Unternehmens bei Facebook an, können Kunden Dich schneller finden, wenn sie gerade unterwegs sind. So steigerst Du zusätzlich deine **lokale Bekanntheit**.

SCHRITT 3: GUTER CONTENT ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT

Deine Fans sollen mit dem Inhalt bzw. Content, den Du auf Deiner Facebook-Seite postest, motiviert werden, auf ihn zu reagieren – sei es mit Likes, Kommentaren oder dass er weiter geteilt wird und somit Deine **Reichweite** erhöht. Poste interessante Neuigkeiten aus Deiner Branche oder Deinem Büro Alltag.

Lasse in Deine Facebook-Beiträge eine persönliche Note einfließen. Deine Fans sollen sich **emotional** an Dein Unternehmen und Dein Produkt oder Deine Dienstleistung binden und damit **identifizieren** können. Involviere sie, indem Du Deine User direkt ansprichst und Fragen stellst zu ihrer Erfahrung mit Deinen Produkten oder zu Trendthemen, mit denen sich Deine User identifizieren.

Wenn möglich, binde verschiedene **Arten von Medien** in Deinen Facebook-Posts ein: Verwende Bilder oder auch Videos, um Deinem Facebook-Auftritt mehr Abwechslung zu geben – so wirkst Du innovativ. Bei Bildern solltest Du auf die Abmessungen achten, damit sie im Newsfeed Deiner Nutzer korrekt angezeigt werden. Folgendes Bild gibt Dir einen Überblick:



Facebook Bildgrößen
Quelle: Seo-Triebwerk

Ist Dein Unternehmen eher **regional** tätig ist es ratsam, auch Facebook-Beiträge zu teilen, die in Deiner Region relevant sind. So erreichst Du eher Deine potentiellen Kunden.

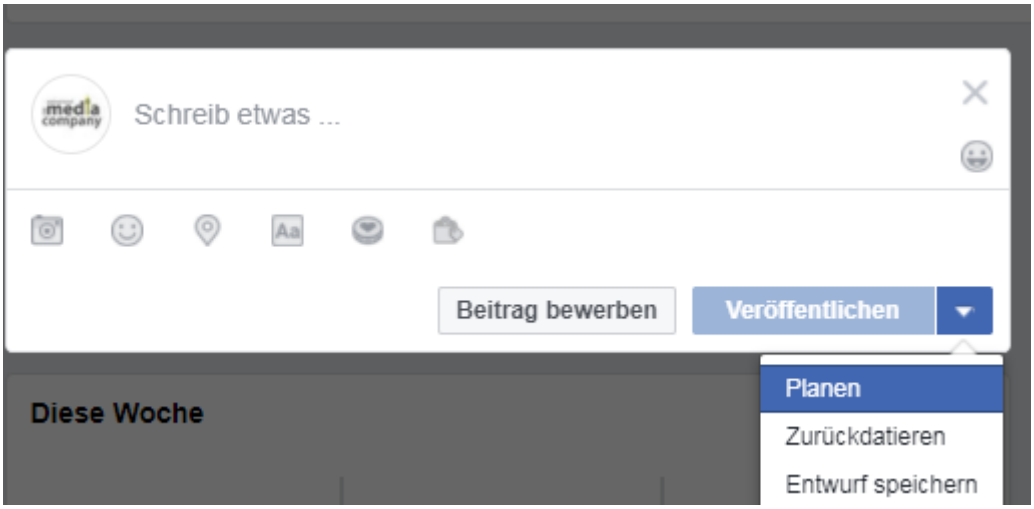
Bist Du mit Deinem Unternehmen auch auf anderen Social Media Plattformen wie Twitter oder Instagram vertreten und Deine Beiträge kommen dort gut an, kann es sein, dass diese auch auf Facebook beliebt sind. Mit der Zeit lernst Du, welche Posts auf Facebook viele Likes oder Kommentare erhalten und kannst Deinen Content dementsprechend darauf ausrichten.

Die Posts an sich sollten ca. 20 Wörter nicht überschreiten. Gerade **mobile Nutzer** bevorzugen auf Facebook kurze Informationen, die übersichtlich gestaltet sind. Du solltest nicht jeden Tag wahllose Beiträge posten – je nach Branche sind **zwei bis drei Posts pro Woche** passend. Aber auch hier lernst Du mit der Zeit, wie und in welchen Abständen Du Deine Beiträge auf Facebook gestalten solltest.

Es empfiehlt sich für Dein Facebook Marketing einen **Redaktionsplan** anzulegen. In dem planst Du die Themen für Deine Beiträge. Ebenfalls kannst Du so immer schauen, wann Du die Postings veröffentlichen möchtest und wie sie sich logisch in Deine generelle Marketing Planung einfügen. Denn: Wichtig ist es auch, Deine Facebook Marketing Strategie in Deine allgemeine **Content Marketing Strategie** einzubinden. Die Einbindung funktioniert besonders gut, wenn Facebook nicht Dein einziges Social Media Experiment ist und Du schon weitere Profile auf sozialen Plattformen

hast, wie auf Instragam, Xing oder LinkedIn. Oder hast Du bereits einen Blog, auf dem Du regelmäßig postest? Das ist natürlich, denn dann kannst Du dafür sorgen, dass die Postings thematisch aufeinander abgestimmt sind.

Sehr praktisch ist die **Funktion „Planen“** mit der Du Beiträge auf Facebook voreinstellen kannst. So können mehrere Einträge angelegt und zu einem späteren Zeitpunkt gepostet werden.



Planen von Facebook Beiträgen

Merke: Einen Redaktionsplan solltest Du auf jeden Fall erstellen.

Je nach Zielgruppe musst Du Dir überlegen, zu welchem **Zeitpunkt** Du auf Facebook posten möchtest. Sprichst Du eher Hausfrauen an, solltest Du morgens posten. Ist Deine Zielgruppe berufstätig, solltest Du den Abend abpassen. Dein Post ist zwar jederzeit auf Deiner Facebook-Seite zu sehen, verschwindet jedoch zum falschen Zeitpunkt schnell in der Timeline Deiner User und erzielt somit vielleicht nicht die gewünschte Reichweite.

Erster Anhaltspunkt: Studien zufolge liegt der beste Zeitpunkt des Postens auf Facebook allgemein Donnerstag und Freitag zwischen 13 und 15 Uhr. Das ist jedoch sehr grob und wahrscheinlich nicht zu 100% in Deiner Branche gegeben. Um den perfekten Zeitpunkt zu ermitteln, stellt Facebook **Statistik- und Analysetools** bereit, mit dessen Hilfe Du erkennen kannst, wann welche Posts den meisten Traffic generiert haben. Zudem kannst du feststellen, an welchen Wochentagen und zu welcher Tageszeit Deine Zielgruppe online ist. Hast Du herausgefunden, wann die optimalen Zeiten für einen Beitrag sind, kannst Du Dein zukünftiges Handeln danach ausrichten.

Daher:

SCHRITT 4: LERNE DEINE ZIELGRUPPE KENNEN

Damit Deine Botschaft auf Facebook eine **hohe Reichweite** erzielen kann, musst Du Deine Zielgruppe kennen. Denn nur bei ihr hast Du die Chance, dass Deine Facebook-Beiträge auch den gewünschten Effekt erzielen und Dich voll im Marketing unterstützen können.

Du musst herausfinden, wann Deine Zielgruppe auf Facebook am aktivsten ist, um Deine Posts danach auszurichten. Mit den **Audience Insights** (Zielgruppenstatistiken) bietet Facebook Dir hier ein praktisches Tool, mit dem Du Deine **Zielgruppe identifiziere**n kannst. Hier erhältst Du umfassende Informationen wie Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Standort, Bildungsstand, Sprache und Kaufaktivität.

Wichtig: Um Audience Insights zu benutzen, brauchst Du einen **Werbeaccount auf Facebook**, mit diesem steuerst Du zum Beispiel auch Facebook Ads – das sind bezahlte Werbeanzeigen auf Facebook.

Nur wenn Du Deine Zielgruppe kennst und Deine Beiträge danach ausrichtest, kann Dein Unternehmen auf Facebook bekannter und erfolgreicher werden.

SCHRITT 5: SEI ERREICHBAR

Du kannst mit Facebook Marketing nicht nur Dein Bekanntheitsgrad steigern, Du gibst Deinen Interessenten und potentiellen Kunden auch eine weitere Möglichkeit – neben Telefon und E-Mail – Dich zu **kontaktieren**.

Eine hohe Erreichbarkeit ist für Deine Kunden ein weiterer Service, der für mehr **Kundenzufriedenheit** sorgt. Nutze den Facebook Messenger: Jeden Monat werden dort 2 Milliarden Nachrichten zwischen Personen und Unternehmen ausgetauscht. Facebook-Umfragen zufolge würden 53% der Personen wahrscheinlicher bei einem Unternehmen einkaufen, mit dem sie direkt schreiben können. 56% Prozent gaben sogar an, lieber eine Nachricht zu schreiben, als mit dem Kundendienst zu telefonieren. Hier steckt viel Potenzial, das Du nutzen solltest!

SCHRITT 6: KOMMUNIZIERE MIT DEINEN FANS

Nicht nur über den Messenger, auch über Kommentare hast Du bei Facebook die Möglichkeit, mit

Deinen Fans in Kontakt zu treten.

Du kannst Dir hier nicht nur Feedback einholen und damit Deine Strategie besser ausrichten, sondern auch unkompliziert mit Deinen Fans kommunizieren. Hier kannst Du zum Beispiel die Möglichkeit nutzen, innerhalb Deiner Beiträge – also einer offenen Kommunikation – Fragen zu stellen. So fühlen sich Deine Fans angesprochen, bauen eine **Bindung zu Deinem Unternehmen** auf und sorgen für **Interaktion** auf Deiner Facebook-Seite, indem sie in den Kommentaren darauf antworten. So erhöht sich nebenbei ebenfalls Deine Reichweite.

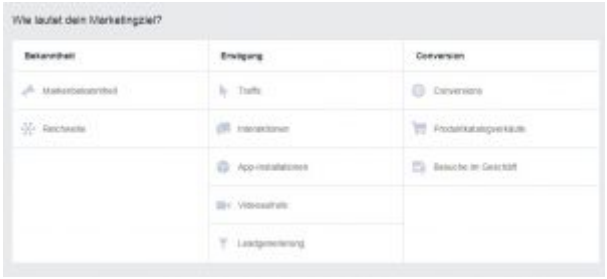
Natürlich kann es passieren, dass auf Deiner Facebook-Seite öffentlich negative Kritik geäußert wird. Diese solltest Du nicht ignorieren oder löschen, sondern **aktiv darauf reagieren** und versuchen, das Problem zu beheben. So zeigst Du Deinen Fans, dass Du Dich Problemen auch auf Facebook schnell und zuverlässig stellst und eine hohe Kundenzufriedenheit sicherstellen willst.

SCHRITT 7: WERBUNG SCHALTEN MIT FACEBOOK ADS

Der Facebook **Algorithmus** priorisiert in Deinem **News Feed** Beiträge, von denen er denkt, dass sie Dir gefallen, weil Du sie vielleicht in der Vergangenheit bereits angeklickt hast. Aus diesem Grund bekommen Nutzer nicht alle Deine Beiträge organisch zu sehen. Um Deine Reichweite zu erhöhen und die Aufmerksamkeit auf Dich zu ziehen

, eignen sich die **Facebook Ads** hervorragend. Dabei handelt es sich um bezahlte Werbung, die noch mehr User online erreicht – auch, wenn sie Deiner Seite nicht folgen.

Um eine Werbeanzeige zu erstellen, wählst Du zuerst den **Kampagnentyp** aus. Hier definierst Du das Ziel Deiner Kampagne und kannst dabei zwischen verschiedenen Optionen wählen: Du kannst Deine Seite bewerben oder hervorheben, User auf Deine Seite leiten, Conversions steigern, mehr Installationen oder Interaktionen in Deiner App generieren, für mehr Teilnehmer Deiner Veranstaltung sorgen, mehr Videoaufrufe erhalten oder Menschen dazu bringen, Dein Angebot in Anspruch zu nehmen.



Kampagnenziel

Im Anschluss wählst Du die Zielgruppe aus, die die Werbung auf Facebook erreichen soll. Facebook bietet Dir hier eine große Auswahl an **Targeting** Möglichkeiten. Du kannst zum Beispiel Geschlecht, Alter oder Bildungsstand definieren und Deine Zielgruppe so einzugrenzen. Während Du die Einstellungen vornimmst, zeigt Facebook Dir die **maximale Reichweite** an. Je weiter Du eingrenzt, desto kleiner wird diese natürlich – stellt aber auch gleichzeitig sicher, dass Du tatsächlich die richtigen Personen erreichst. Denn Facebook spielt Deine Werbung dann nur den Personen aus, die Deiner Auswahl und so Deiner Zielgruppe entsprechen.

Anschließend legst Du das **Budget** Deiner Kampagne fest. Du entscheidest Dich zwischen Budget pro Tag oder pro Kampagne und definierst ein Start- und Enddatum der Werbeanzeige. Facebook rechnet entweder pro Klick oder pro View der Werbeanzeige ab - hier empfiehlt es sich meistens auf **Klickbasis** (CPC – Cost per Click) abzurechnen. Zahlen kannst Du per Kreditkarte oder PayPal.

Darüber wählst Du, in welchen **Zeiträumen** die Werbung auf Facebook angezeigt werden soll – zum Beispiel den ganzen Tag oder auch nur zu bestimmten Uhrzeiten – und sollte sich mit den aktiven Facebook-Zeiten Deiner Zielgruppe decken.

Zum Abschluss kannst Du Deine Werbeanzeige noch mit einem **Bild** anschaulicher gestalten und die Texte anpassen. Optional hast Du die Möglichkeit, einen Call-to-Action Button einzufügen, der Deine User direkt zu einer Handlung leiten soll.

Bevor die Anzeige online geschaltet wird, zeigt Dir Facebook nochmals alle Einstellungen, die Du abschließend überprüfen solltest.

SCHRITT 8: KENNZAHLEN AUSWERTEN UND REAGIEREN

Woher weißt Du, wann Deine Facebook-Seite gut funktioniert – also Dein Marketing unterstützt und

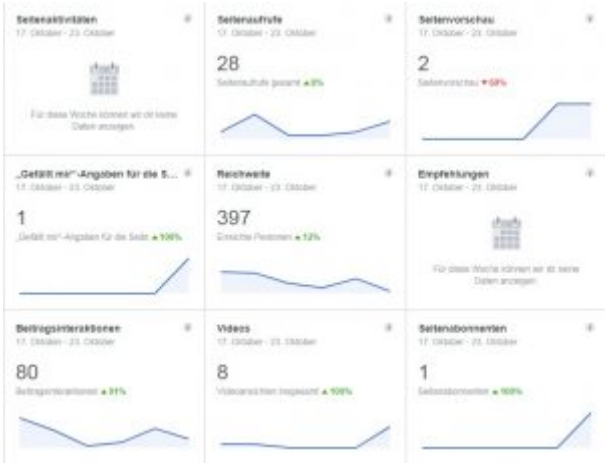
Dein Unternehmen bekannter macht? Nehmen wir mal an, hunderte Fans folgen Dir bei Facebook. Das ist natürlich erfreulich – jedoch bringt Dir das nichts, wenn diese Deine Beiträge nicht liken oder kommentieren.

Es wird also deutlich, dass Du Dir auch andere **Kennzahlen** – auch **KPI** (Key Performance Indicator) – genauer anschauen solltest, um Deinen Erfolg bestimmen zu können. Diese kannst Du in den Facebook Seitenstatistiken einsehen oder mit dem **Business Manager** verfolgen.

Schau Dir ein paar Beispiele an:

Eine wichtige Kennzahl stellt die **Interaktionsrate** dar. Wie schon soeben erwähnt, ist Deine Facebook-Seite nur effektiv, wenn Fans mit Likes oder Kommentaren dort interagieren oder Deine Unternehmensseite beziehungsweise Beiträge teilen. Analysiere, welche Art von Beiträgen am erfolgreichsten ist und oft geliket oder kommentiert wird.

Durch die Interaktion wird die **Reichweite** Deiner Facebook-Seite erhöht. Auch dabei handelt es sich um ein KPI, denn nur so können Deine Beiträge auch von Nutzern gesehen werden, die Dir noch nicht folgen und somit zu potenziellen Fans oder sogar Kunden werden können.



Seitenstatistik

Ohne wertvolle Informationen ist es schwierig, sinnvolle Maßnahmen für Deine Facebookpräsenz einzuleiten. Liegen Dir jedoch diese Kennzahlen vor, kannst Du Dein Facebook Marketing anpassen, indem Du Deine Strategie optimierst.

Vergleiche die Kennzahlen in regelmäßigen Abständen – nur so wirst Du langfristig Erfolg haben.

Wusstest Du, dass Du auch mit uns Kontakt über Facebook aufnehmen kannst? Wir helfen Dir und Deinem Unternehmen gerne dabei, langfristig auf Facebook und anderen Social Media Plattformen erfolgreich zu sein – sprich uns an! Das Team der Media Company freut sich auf Dich.

Kontakt aufnehmen