FACEBOOK-POSTS FÜR UNTERNEHMEN

Veröffentlicht am 13. Juni 2013 von Isabella

Facebook gehört mittlerweile fest zu den PR-Instrumenten vieler Unternehmen. Regelmäßige Beiträge sind dafür natürlich unerlässlich. Es ist von großer Wichtigkeit, die Informationen, die Sie veröffentlichen möchten, optimal zu präsentieren. Wir haben für Sie Ideen gesammelt, wie Sie Ihre Beiträge bzw. "Posts" besser in das Rampenlicht rücken können.

Der richtige Zeitpunkt für Ihren Post
Es ist von Vorteil, den Post dann zu veröffentlichen, wenn besonders viele Fans online sind. Recherchieren sie ein wenig, um festzustellen, wie Sie Ihre Zielgruppe am besten erreichen können. Wenn Sie diesen Zeitpunkt wissen, können Sie auch Posts vorbereiten, um diese regelmäßig zu veröffentlichen.

Regionale und sprachliche Einschränkung
Sie können einen Post auch auf eine bestimmte Region beschränken. Anstatt ihn also für alle sichtbar zu machen, erscheint er nur den Nutzern, die sich in der gewählten Gegend befinden. Parallel ist diese Funktion auch für verschiedene Sprachen möglich. Hier müssen Sie abwägen, was für Sie sinnvoll ist - im Zweifelsfall machen Sie das Publikum einfach so groß wie möglich.

Fotos, Fotos, Fotos
Man kann es nicht oft genug betonen: Nichts macht Ihren Beitrag interessanter als ein aussagekräftiges Bild. Falls Sie also eines zur Hand haben, zum Beispiel ein Teamfoto, welches zu Ihren aktuellen Marketingmaßnahmen passt, sollten Sie nicht zögern, es zusammen mit einer passenden Botschaft zu veröffentlichen.

Spezielle Beiträge hervorheben
Wann immer Sie glauben, dass ein Beitrag besonders wichtig ist und spezielle Aufmerksamkeit verdient hat, können Sie diesen per Sternsymbol an Ihrem Post hervorheben. Sie sollten diese Funktion natürlich nicht zu oft nutzen, um den Effekt des Besonderen nicht zu verschwenden.

Tipps zur Ideenfindung
Wenn Sie Schwierigkeiten haben, die richtigen Themen für Ihre Social Media Beiträge zu bestimmen, können Sie sich zusätzlich an unseren Artikeln "PR-Ideen für den Sommer" und "Anregungen für Ihre digitale Pinnwand" orientieren. Außerdem können Sie sich von den Beiträgen zahlreicher anderer Unternehmen, die bereits mit gutem Beispiel vorangehen, inspirieren lassen. Wenn Sie noch keinen Facebook Account haben, weil Sie sich nicht sicher sind, ob dieser für Ihr Unternehmen sinnvoll ist, können wir Ihnen den Artikel "Welche Unternehmen brauchen kein Facebook?" ans Herz legen, um Sie bei der Entscheidung zu unterstützen.