

KLEINER AUFWAND, GROSSE WIRKUNG: WARUM EINE FACEBOOK-FANPAGE PFLICHT IST

Veröffentlicht am 24. Januar 2014 von Rüdiger

Facebook ist kein Teenager-Treff. Laut einer Analyse des Beratungsunternehmens iStrategylabs haben die meisten Facebook-Nutzer die 30 überschritten. In dem sozialen Netzwerk sind also auch Ihre Kunden unterwegs. Die möchten mehr über Sie und Ihre Angebote wissen und suchen nach Ihrer Facebook-Fanpage. Eine solche Seite anzulegen ist nur der erste Schritt. Sie müssen sie auch pflegen. Klingt nach Arbeit. Ist es aber nicht. Für einen Facebook-Beitrag brauchen Sie nur wenige Minuten. Wenig Zeit, die gut investiert ist. Wir sagen Ihnen auch warum:

- **Kundenwunsch:** Ihre [Facebook-Fans](#) sind oft auch Ihre Kunden. Die wollen sich an Sie wenden können. Bei Facebook stehen ihnen dafür viele Möglichkeiten wie etwa Kommentare zur Verfügung. Ihre Fans mögen es, so Lob und Kritik direkt an Sie richten zu können. Sie sind nicht mehr die anonyme Firma, sondern wie ein guter Bekannter.
- **SEO:** Im Internet werden gewaltige Umsätze erwirtschaftet. Wer etwas braucht, kauft es im Onlineshop und wer etwas wissen will, googlet. Viele Käufe und Bestellungen nehmen bei einer **Suchmaschine** Ihren Anfang. Dort müssen Sie gesehen werden. Mit einer Facebook-Fanpage tragen Sie zu einer Top-Platzierung in den Suchergebnissen bei. Außerdem zeigen Sie: Ich bin auf der Höhe der Zeit und nutze innovative Technologien.
- **Geringer Aufwand:** Keine Zeit für Facebook? Eine Page bei Facebook zu pflegen ist kein Hexenwerk. Ein Veranstaltungshinweis ist schnell geschrieben und eine Nutzerfrage normalerweise einfach zu beantworten.

Aber wie mache ich das?

Sie haben ein neues Produkt oder eine zusätzliche Dienstleistung. Nun stellt sich die Frage: Wie sag ich's meiner **Zielgruppe**? Ganz einfach: Über Ihre Facebook-Fanpage. Sie werben auf Ihrer Webpräsenz für ein neues Produkt? Setzen Sie einen **Link** von Facebook zu Ihrer Seite. Sie haben einen Aktionstag? Dann schreiben Sie es doch in Ihre Statuszeile.

Ein Beispiel: In Ihrem Blumengeschäft möchten Sie Sonnenblumen verkaufen. Die Blumen sind wirklich schön. Das wissen aber Ihre Kunden nicht. Nehmen Sie sich nur 5 Minuten Zeit, machen Sie ein **Foto** von der Ware und laden Sie es bei Facebook hoch. Ein kurzer **Begleittext** ist schnell geschrieben. Zwei, drei Sätze sind schon genug. Schreiben Sie doch, woher die Blumen kommen und wie günstig sie sind. Fertig. Fans können sich so von der Qualität der Sonnenblumen überzeugen und kaufen, was sie sehen. **Acht Postings** auf Ihrer Fanpage pro **Monat** kosten Sie maximal eine Stunde. Nicht viel, wenn Sie so zahlreiche Neukunden gewinnen und die Bestandskunden mit interessanten Inhalten an sich binden.

Plan B

Sie können beim besten Willen keine Zeit für [soziale Medien](#) erübrigen? Kein Problem. Hier sehen Sie, wie unsere Media Company Sie durch den Social-Media-Dschungel begleiten kann:

- Einrichtung einer auf Ihr Unternehmen angepassten **Facebook Fanpage** / **Google+ Page**
- Erstellung **redaktioneller, zielgruppenorientierter** Inhalte
- **Technische Pflege** Ihrer Facebook Fanpage / Google+ Page und **Implementierung** von technischen Fortschritten

Fazit: Facebook hat mit über einer Milliarde Nutzern eine enorme **Reichweite**. Zu diesen Nutzern gehören auch Ihre Kunden. Die möchten bei Problemen beachtet werden und mehr über Ihre Produkte oder Dienstleistungen erfahren. Und jetzt sind Sie gefordert. Pflegen Sie Ihre Facebook-Fanpage und seien Sie für Ihre Kunden da. Das geht auch mal eben nebenher. Bei Problemen wären Sie nicht auf sich allein gestellt: [Wir helfen unseren Partnern](#) bei allen **Social-Media-**Angelegenheiten. Sie können es aber auch: Trauen Sie sich nur, Ihre Fans danken es Ihnen.