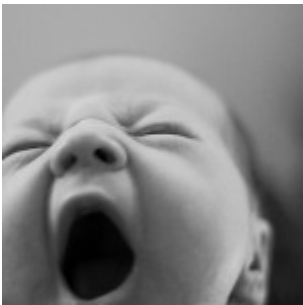


SCHLUSS MIT LANGWEILIGEN FACEBOOK- BEITRÄGEN

Veröffentlicht am 2. Juli 2012 von Annette



Fällt es Ihnen schwer, Ideen für [Beiträge](#) in den sozialen Netzwerken zu finden? Oder wundern Sie sich, warum niemand Ihre Status-Updates kommentiert oder "Gefällt mir" klickt? Häufig sind es Kleinigkeiten, die einen großen Unterschied in Sachen **Fan-Aktivität bei Facebook** machen können.

Wir haben ein paar Tipps für Sie zusammengestellt, damit Ihre [Social Media](#) Aktivitäten in Zukunft nicht mehr nur einseitig bleiben, sondern zu dem werden, was Sie im Kern sein sollen: **Zwei-Wege-Kommunikation**.

1. Erstellen Sie eine Strategie.

Falls Sie noch keine haben - es ist höchste Zeit. Ohne Strategie ist jede unternehmerische Social Media Aktivität chaotisch und wirr. Legen Sie fest, was Sie mit der Facebook-Fabpage erreichen wollen und wie. Loten Sie Ihre **Zielgruppe** aus und finden Sie den **richtigen Ton** für Ihre Kunden. Stecken Sie einen **thematischen Rahmen** für Ihre Posts ab. Nur so können Sie Ihre Updates sinnvoll optimieren.

2. Reden ist Silber, Zuhören ist Gold.

Bevor Sie anfangen, ins Blaue zu posten, sollten Sie zuerst lernen, in den sozialen Netzwerken richtig zuzuhören. Für Unternehmen ist es wichtig, zu wissen, **wie in Foren, Blogs, Social Media und Bewertungsportal über ihre Marke oder Dienstleistung gesprochen wird**. Die Informationen, die durch systematisches Beobachten des Internets zusammenkommen, dienen dazu, die Stimmung

der Benutzer im Internet zu erfassen, ihre Bedürfnisse zu analysieren und Krisen frühzeitig zu erkennen. Wenn man damit keine Mitarbeiter oder Agentur beauftragen kann, haben sich Tools wie [Google Alerts](#) als nützlich erwiesen.

3. Setzen Sie sich in der Timeline von Benutzern durch.

Facebook benutzt einen [komplizierten Algorithmus](#), der bestimmt, was in der Timeline von Benutzern an welcher Stelle angezeigt wird. Damit Sie sich im Beitrags-Durcheinander mit Ihrer Meldung durchsetzen können, sollten Sie dafür sorgen, dass Sie **viele Kommentare und "Gefällt mir"-Klicks** erhalten, denn damit rutscht der Status in der Timeline Ihrer Fans nach oben.

4. Gehen Sie auf die Benutzer ein.

Social Media ist **nicht einfach nur ein Werbekanal**. Es bringt nichts, hinauszuposaunen, wie gut das eigene Unternehmen ist und was man einem Kunden alles für Vorteile bietet - selbst, wenn es hundertprozentig stimmt, auf diese Weise werden Sie keine "Gefällt mir"-Klicks erhalten und niemand wird Ihre Beiträge teilen. **Reagieren** Sie auf Beiträge, die Nutzer auf Ihrer Pinnwand schreiben, **unterhalten** Sie sich mit Ihren Fans. **Begegnen Sie Kritik [schnell, adäquat und respektvoll](#)** und antworten Sie auch auf positives Feedback.

5. Locken Sie die Benutzer aus der Reserve.

Provozieren Sie Reaktionen und Kommentare Ihrer Fans, indem Sie Ihnen **Fragen stellen**. Formulieren Sie diese nicht kompliziert, [nicht zu lang](#) und vermeiden Sie heikle Themen. Ein simples "Bei dieser Hitze stellt sich mir nur eine Frage: Schoko- oder Vanille-Eis?", "Was glaubt ihr? In welcher Minute schießt Fortuna Düsseldorf heute das erste Tor?" oder "Was macht ihr an diesem sonnigen Freitagabend?" generiert manchmal mehr Aktivität, als man anfangs glauben mag.

6. Bleiben Sie authentisch.

Es hilft nichts, sich eine Strategie für die sozialen Netzwerke zurechtzulegen, wenn der menschliche Aspekt auf der Strecke bleibt. Denn genau das wollen Ihre Fans sehen: Den **Menschen hinter dem Unternehmen**. Ihre Kunden wollen wissen, wer Sie sind und was Sie so machen. Liefern Sie persönliche Inhalte und bleiben Sie sich selbst dabei treu. Aber Vorsicht: Inhalte mit stark emotionalem und politischem Charakter haben auf Ihrer Facebook-Fanpage nichts verloren!

7. Liefern Sie das gewisse Extra.

Posten Sie etwas, das den Nutzern **Mehrwert** bringt. Egal, ob lustig, interessant, hilfreich oder kurios. Überlegen Sie sich, ob Sie persönlich als Außenstehender die Nachricht lesenswert fänden - oder eben nicht. [In diesem Artikel](#) finden Sie weitere Informationen dazu.

8. Erzählen Sie Geschichten.

Benutzer auf Facebook & Co. wollen **unterhalten werden**. Geschichten aus dem Unternehmen und dem Alltag eignen sich dafür besonders gut, vor allem, wenn [Bilder](#) oder [Videos](#) miteinbezogen werden. Die vor Kurzem eingeführte [Facebook Chronik](#) ermöglicht das Hervorheben bestimmter Meldungen und Bilder. So können Sie auf Ihrer Facebook Fanpage eine ganze

Unternehmensgeschichte erzählen.

9. Präsentieren Sie sich multimedial.

Wenn Sie **Bilder oder Videos** in ihren Statusbeitrag einbeziehen, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass Sie einen "Gefällt mir"-Klick erhalten oder ihr Beitrag geteilt wird. Beachten Sie hierbei aber unbedingt das **"Recht am eigenen Bild"**, wenn Sie Fotos von Mitarbeitern oder Kunden posten wollen. Dafür brauchen Sie das Einverständnis der abgebildeten Personen.

Mit den oben genannten Tipps steht dem Erfolg Ihrer [Facebook Fanpage](#) nichts mehr im Weg.

Was erwarten Sie von Unternehmen auf Facebook? Welchen Seiten folgen Sie besonders gern und warum? Wir freuen uns über Ihre Meinung!

THUMBNAIL IMAGE: [BIG YAWN](#) VON [TWOB](#) VIA [CC BY 2.0](#)