



FACEBOOK MARKETING CHECKLISTE

1. Mach deine Facebook Page zum integralen Multiplikator:

Mit Facebook erreichst du extrem viele Menschen, wenn du die richtigen Inhalte in der richtigen Zielgruppe streust. Auf diese Weise wird deine Facebook Page zum Multiplikator - und wenn dein Content geteilt wird, dann erreichst du mehr neue User innerhalb deiner Zielgruppe.

2. Biete potenziellen Fans einen triftigen Grund, dir wirklich zu folgen:

Facebook-User werden nur Fans, wenn sie auf deiner Facebook Page etwas finden, das es woanders nicht gibt. Diese Chance kannst du nutzen, indem du genau diese Mehrwerte bietest - zum Beispiel mit exklusiven Inhalten, die du nur unter deinen Fans streust.

3. Achte auf dein Social Timing und poste, wenn die meisten Fans online sind:

Nicht immer ist auf Facebook viel los und es gibt Zeiten, an denen es sich nicht lohnt, Inhalte zu veröffentlichen. Andere Tageszeiten dagegen funktionieren viel besser - finde also heraus, wann die meisten deiner Fans online sind (zum Beispiel über die Facebook Statistiken) und poste genau dann.

4. Alle Inhalte auf deiner Website müssen leicht teilbar sein:

Deine Facebook Page wird nur erfolgreich sein, wenn du herausragende Inhalte präsentierst - diese Inhalte aber müssen von deiner Website stammen, denn dort sollen deine User konvertieren. Biete deswegen leicht und schnell erkennbare Möglichkeiten, damit dein Content direkt auf deiner Website geteilt werden kann.



5. Sorge dafür, dass deine Facebook Page ständig betreut wird:

Eine verwaiste Facebook Page ist nicht einladend und wer sieht, dass deine Seite zuletzt vor vier Monaten mit Content versorgt wurde, wird niemals Fan werden. Deswegen musst du regelmäßig neue Inhalte bieten und kannst gern auch älteren "Evergreen Content" neu veröffentlichen, wenn das einen Mehrwert für deine Fans bietet.

6. Setze deine Facebook Page als Service-Kanal ein:

Wenn deine Fans Fragen an dich haben, dann musst du auf diese Anfragen unbedingt eingehen. Sorge also dafür, dass jegliche Kontaktaufnahme (vor allem auch in Kommentaren) von dir berücksichtigt wird - wenn du das nicht tust, dann werden deine Fans schnell frustriert sein und sich anderen Seiten zuwenden.

7. Antworte schnell und präzise auf Anfragen:

Deine Antwort ist zusätzlich nur dann wirklich hilfreich, wenn sie präzise ist und vor allem schnell erfolgt. Lass deine Fans auf keinen Fall warten und prüfe jeden Tag, ob es neue Nachrichten oder Kommentare gibt, auf die du antworten musst - und gib dir Mühe, immer die bestmögliche Antwort zu geben!

8. Frag deine Fans, was sie wirklich wollen:

Dein Content und deine Facebook Page sprechen für dich, doch letztendlich bist du nichts ohne dein Publikum. Deshalb schadet es nicht, deine Facebook Fans von Zeit zu Zeit direkt nach Input zu fragen. Was wollen deine Fans und worüber möchten sie mehr lesen?



9. Gestalte deine Facebook Page nach den Wünschen der User:

Auf Basis der Informationen deiner Facebook Fans kannst du deine Inhalte besser ausrichten und maßgeschneidert anbieten. Das sorgt dafür, dass deine Inhalte noch mehr geteilt und weitergetragen werden - und damit erreichst du auch solche User, die dich und deine Facebook Page vorher noch nicht kannten.

10. Übertreibe es nicht mit Sonderaktionen:

Gewinnspiele werden auf Facebook gern verteufelt - allerdings zu Unrecht, wenn sie sinnvoll dosiert werden. Ab und zu kann ein themenrelevantes Gewinnspiel nicht schaden, denn so erzeugst du viel Aufmerksamkeit und sammelst neue Fans ein - doch dein Facebook Marketing sollte nicht nur aus solchen Aktionen bestehen!

11. Werte alle wichtige Facebook-Kennzahlen aus:

Schau dir immer wieder ganz genau an, wie sich deine Facebook Page entwickelt: Bei welchen Inhalten hast du am meisten Shares erzeugen können? Mit welcher Facebook Ad hast du am meisten neue Fans eingesammelt? Schreib auf, wie sich die Zahlen entwickeln (Cost per Fan, Fanwachstum, Entwicklung Interaktionen, etc.) und richte dein künftiges Marketing darauf aus. Produziere nur noch Inhalte und Anzeigen, die optimal funktionieren und am meisten Impact haben.

12. Deine Facebook Page ist nicht das Zentrum deines Online Marketings:

Facebook Marketing ist wichtig, aber es ist nur ein Hilfsmittel. Letztendlich muss der Traffic immer auf deiner Website landen, sie ist das Zentrum deines Online Marketings – denn nur auf deiner Website kannst du dafür sorgen, dass deine User nach deinen Wünschen konvertieren.



NUTZUNGSHINWEISE

Die in dieser Facebook Marketing Checkliste veröffentlichten Inhalte basieren auf meinen persönlichen Erfahrungen bei der Arbeit für eigene Projekte und denen von Kunden und Auftraggebern.

Ich empfehle die Nutzung unter anderem dieser Inhalte, um beim Facebook Marketing optimale Ergebnisse zu erzielen. Ich kann jedoch keine persönliche Verantwortung für etwaige Folgen der Anwendung übernehmen, ganz gleich, in welcher Art und Weise sich diese Folgen darstellen.

Aus rechtlichen Gründen weise ich daher ausdrücklich darauf hin, dass, auch wenn die Liste meinerseits nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt wurde und sich für meine persönliche Arbeit seit Jahren bewährt hat, die Nutzung dieser Facebook Marketing Checkliste zu 100 Prozent auf eigene Gefahr erfolgt.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Dokument darf ohne Genehmigung des Autors nicht vervielfältigt werden. Die Weitergabe zu Schulungszwecken ist gestattet.

Impressum: Björn Tantau (Autor), Berner Heerweg 47, 22159 Hamburg,
Email: bjoern.punkt.tantau@yahoo.punkt.com