

Multiplikation mit Facebook



Neue Marketing-Wunderwaffe? Immer mehr Kleinfirmen und Selbstständige präsentieren sich auch auf Facebook. Vorteil: Man kann direkter und persönlicher kommunizieren und erreicht mehr Publikum. Die «Dos» und «Donts» für den gelungenen Social-Media-Auftritt.

Text **JÜRGEN DEININGER, CHRISTIAN KAISER**
Bild **EVA KLÄUI**

Facebook und Social Media helfen Kleinbetrieben, ihr Image zu pflegen und mit der Kundschaft und dem Netzwerk zu kommunizieren. Und vor allem: sich und die Produkte oder Dienstleistungen bekannter zu machen. Mit guten Nachrichten auf Facebook erreiche ich eben nicht nur die Fans, sondern auch deren Freunde (viraler Effekt). Umso wichtiger sind eine solide Vorbereitung und ein gutes Konzept.

Kein Kontakt ohne Konzept

Hier ein Fragenkatalog für die wichtigsten Vorüberlegungen für einen geschäftlichen Facebook-Auftritt:

- Ist das was für meine Zielgruppe?
- Habe ich ein passendes Konzept und genügend Ressourcen?
- Wie biete ich Facebook und Social Media ins Marketingkonzept ein?
- Habe ich relevante Inhalte für Posts (Einträge)?
- Wie gehe ich mit negativen Rückmeldungen um?

Es empfiehlt sich, vor dem Start eine Liste mit möglichen Themen zusammenzustellen und für ca. vier Wochen einen Redaktionsplan zu erstellen, das nimmt am meisten Zeit in Anspruch. Ansonsten genügen für die Pflege der Seite zwei bis drei Stunden pro Woche. Dabei macht es Sinn, strategisch vorzugehen: Zuerst zuhören und entdecken, dann bestehende

Beiträge beantworten und schliesslich aktiv selber posten.

Vernetzen und beobachten

Auch hilft es, Guidelines für den Umgang mit der Zielgruppe zu erstellen (z.B.: Die Besucher persönlich ansprechen, nicht privat!). Tipps für den Betrieb:

- Die Unternehmensseite nicht im privaten, sondern in einem eigens dafür eingerichteten Facebook-Profil eröffnen.
- Sich mit anderen Seiten vernetzen und «fanen», das erhöht die Bekanntheit.
- Mittels Monitoring beobachten, was in Social Media über das eigene Unternehmen berichtet wird (z.B. mit Google Alert).
- Und: Facebook ist auch am Wochenende offen, daher mal kurz reinschauen, was läuft; das hilft, böse Überraschungen am Montag zu vermeiden.

Werbefrei und authentisch sein

Absolutes «Dont»: Facebook als Werbekanal einsetzen und z.B. auf Rabatte, Ausverkäufe etc. hinweisen. Das wird nicht goutiert! Weitere Stolpersteine:

- Keine Fans einkaufen; zusätzliche 50 000 Fans verbessern die Kommunikation mit der eigenen Zielgruppe nicht.
- Bei Gewinnspielen unbedingt die Facebook-Richtlinien beachten, ansonsten droht das Aus für die Seite.

Die wichtigste Regel aber lautet: authentisch sein.

KURSE ZUM THEMA

Social Media im Marketing: eine Einführung

Social-Media-Plattformen fürs Marketing einsetzen

Social Media: Facebook, Twitter & Co

Soziale Medien im Internet für eigene Zwecke nutzen

Social Media bei Jugendlichen

Soziale Plattformen im Umgang mit Lernenden richtig anwenden