

Facebook Pro. Dein Unternehmen. Deine Zukunft.

Darauf kommt's an.

Facebook und der Mittelstand gehören zusammen: Mehr als 40 Millionen kleine und mittelständische Unternehmen weltweit nutzen Facebook und die Chancen der Plattform bereits. In Deutschland sind 77 Prozent der auf Facebook aktiven Menschen mit dem Mittelstand verbunden – das sind mehr als 20 Millionen Menschen.

Hier finden Sie 4 elementare Punkte, an denen sich der Mittelstand auf Facebook orientiert.

1. Strategie und Zielsetzung

- Fundamental für einen erfolgreichen Auftritt auf Facebook ist eine konkrete Zielsetzung, die sich an den tatsächlichen Geschäftszielen orientiert. Möchte man den Abverkauf steigern? Möchte man seine Marke bekannter machen? Oder sollen Kundenbeziehungen gefestigt werden?
- Facebook schlägt je nach Zielsetzung das richtige Werbeformat vor. Die Anzeigen sind also immer auf das jeweilig angegebene Geschäftsziel optimiert. Zusammen mit der Auswahl der Zielgruppe ist das eine optimale Kombination für erfolgreiches Marketing.
- Ziel sollte niemals eine hohe Anzahl an ‚Gefällt mir‘-Angaben sein. Interaktion mit Beiträgen sollte stattdessen immer nur als Indikator für die Qualität des Inhalts genutzt werden.

2. Zielgruppen auswählen

- Ansprechende Werbeanzeigen und kreative Beiträge sind nichts wert, wenn sie nicht von den richtigen Menschen gesehen werden.
- Auf Facebook können Zielgruppen genau ausgewählt werden: nach demografischen Merkmalen, nach Interessen, nach Regionen und Städten – was besonders für Restaurants, Friseure und kleinere Geschäfte interessant ist.

3. Menschen mit relevanten Inhalten erreichen

- Die Menschen auf Facebook können nicht nur punktgenau erreicht, sondern auch ganz individuell und persönlich angesprochen werden. Dafür ist es wichtig, die Demographie und Interessen seiner Kunden zu kennen, um diese mit den für sie relevanten Inhalten anzusprechen.
- Mit prägnanten Sätzen und aussagekräftigen Bildern können Menschen am besten im News Feed erreicht werden – den persönlichen Neuigkeiten auf Facebook. Und das sowohl auf dem Desktop, als auch auf dem Smartphone. Eine mobile Strategie erübrigt sich, denn auf Facebook werden Inhalte automatisch über alle Endgeräte hinweg ausgespielt.

4. Facebooks Werkzeuge nutzen

- Eine Seite auf Facebook bietet Unternehmen hervorragende Möglichkeiten, sich zu präsentieren. Diese enthält Serviceelemente wie Öffnungszeiten, Kontaktinformationen, eine Umgebungskarte sowie das Impressum.
- Über die Seitenstatistiken können Unternehmen auf einen Blick sehen, wie viele Menschen sie mit ihren Inhalten erreichen konnten.
- Mit dem Werbeanzeigenmanager lassen sich einfach und zielgerichtet Anzeigen schalten. Wichtigste Kennzahlen für den Erfolg: ‚Anzahl der erreichten Personen‘ und ‚Häufigkeit des Kontakts‘.
- Mit diesen Werkzeugen erkennen auch Unternehmen ohne großes Marketing-Fachwissen schnell, welche Posts beim Publikum Anklang finden – und können ihre Strategie entsprechend anpassen.

Pressekontakt

Stefan Stojanow: stefanstojanow@fb.com / +49 173 3046490

Dominika Lefevre: facebook@heinepr.de / +49 40 609456772

Facebook Pro. Dein Unternehmen. Deine Zukunft.

Anzeigen für lokale Bekanntheit

Seit Juni sind Facebooks Anzeigen für lokale Bekanntheit in Deutschland für alle Unternehmen verfügbar. Mit diesen Anzeigen kann der „Laden um die Ecke“ Menschen in seiner unmittelbaren Nachbarschaft erreichen. Bäcker können so beispielsweise genau die Menschen im News Feed ansprechen, die sich in der Nähe des Geschäfts aufhalten und ihnen ihre frischen Sonntagsbrötchen anpreisen.

Weltweit nutzen mehr als 40 Millionen kleine und mittelständische Unternehmen Facebook dazu, ihr Geschäft voranzubringen und Arbeitsplätze zu schaffen – ein großer Teil davon sind lokale Geschäfte, die auf Kunden aus ihrer direkten Nachbarschaft setzen und fußläufig erreichbar sind.

Facebooks neue Anzeigen zur Steigerung der Bekanntheit von lokalen Orten wurden für diese Geschäfte entwickelt.

Auf einen Blick: Bekanntheit für lokalen Ort steigern

- Ab sofort ist in Deutschland das Anzeigenformat „Bekanntheit für lokalen Ort steigern“ für alle Unternehmen verfügbar.
- Mit diesem Anzeigenformat kann der Laden um die Ecke die Menschen in seiner Nachbarschaft erreichen.
- Der Radius kann mit wenigen Klicks bei der Anzeigenerstellung eingestellt werden.
- Zusätzlich kann der Handlungsaufwurf „Jetzt anrufen“ hinzugefügt werden, über den Kunden direkt im Geschäft anrufen. So kann beispielsweise ein Friseur potentielle Kunden in Laufweite erreichen und zur direkten Terminabsprache anregen.
- Natürlich stehen die von Facebook bekannten Zielgruppenoptionen nach Demographie und Interessen auch zur Verfügung.
- Die Nutzer behalten die volle Kontrolle: Standortbasierte Anzeigen sieht nur, wer seinen Standort auch mit Facebook teilt.

Welchen Text und welche Links möchtest du verwenden?

Hilfe: Bearbeiten von Werbeanzeigen

Text 46

Jetzt Termin vereinbaren und fliegen lernen.

Überschrift 6

Aerial Yoga Dresden

Call to Action

Jetzt anrufen

Seite gefällt mir

Jetzt anrufen

Route planen

Jetzt anrufen" in einer mobilen, öffnet ihr Handy deine Nummer


Erweiterte Optionen anzeigen

WERBEANZEIGENVORSCHAU UND PLATZIERUNGEN


Neuigkeiten auf Mobilgeräten

Entfernen

Vorschau für herkömmliche Mobiltelefone anzeigen



Aerial Yoga Dresden
 Gesponsert ·

Jetzt Termin vereinbaren und fliegen lernen.
 

Aerial Yoga Dresden

Jetzt anrufen

Gefällt mir

Komentieren

Teilen

Pressekontakt

Stefan Stojanow: stefanstojanow@fb.com / +49 173 3046490

Dominika Lefevre: facebook@heinepr.de / +49 40 609456772