

# **facebook – marketing unter freunden**

**Dialog statt plumpe Werbung**

**Felix Holzapfel, Klaus Holzapfel**



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# Inhalt

Über die Autoren .....	7
<b>1. Einleitung – Das Phänomen Social Networks .....</b>	<b>9</b>
1.1 Vom Internet zum Web 2.0 und Social Networks .....	10
1.2 Warnung – Risiken und Nebenwirkungen im Social Web .....	14
1.3 Für wen eignet sich dieses Buch – und für wen nicht .....	15
<b>2. Facebook-Historie – Es kam, sah und siegte.....</b>	<b>17</b>
2.1 2004 – Facebook erblickt das Licht der Welt.....	18
2.2 2005 – Die Plattform geht zur Schule .....	18
2.3 2006 – Bitte ALLE eintreten .....	19
2.4 2007 – Einbindung externer Entwickler.....	19
2.5 2008 – Facebook wird international .....	19
2.6 2009 – Nutzer reden mit .....	20
2.7 2010 – Die Jetztzeit.....	20
2.8 Übersicht der Nutzerzahlen – Stand: März 2010 .....	22
2.9 Facebook – Zahlen, Daten, Fakten auf einen Blick.....	23
<b>3. Marketing-Lovestory – Erfolgreiche Positionierung im Social Web.....</b>	<b>25</b>
3.1 Sagt „Bye Bye“ zum Marketing-Elfenbeinturm.....	26
3.2 Männer wollen immer nur „das Eine“ – Unternehmen auch.....	26
3.3 Emanzipation der Kunden.....	28
3.4 Nur wenige einfache Schritte zum Glück .....	29
3.5 Nicht nur Ich, Ich, Ich ... ..	29
3.6 Weniger sprechen, mehr zuhören .....	29
3.7 Gemeinsame Interessen – der Weg zum gemeinsamen Glück .....	30
3.8 Man kann es nie allen recht machen ... ..	30
3.9 Verarscht .....	31
3.10 Umgang mit Fehlern .....	31
<b>4. Passive Viralität – (R)Evolution des Informationsflusses .....</b>	<b>33</b>
4.1 Ein lustiges Video im Web 1.0 .....	34
4.2 Und dann kam nicht Polly sondern YouTube.....	34
4.3 Vergiss die E-Mail und die Empfänger .....	35
4.4 Die Mauer IST weg! .....	37
4.5 Kommentare im Web 1.0 .....	39
4.6 Mitreden im Web 2.0 .....	39
4.7 Was genau machen Facebook Open Graph und die Social Plugins?.....	39
<b>5. Grundfunktionen – Was machen Nutzer in Social Networks?.....</b>	<b>43</b>
5.1 Der Startschuss – Profil erstellen .....	44

5.2	Freundeskreis – Aufbauen und pflegen.....	44
5.3	Up to date bleiben – Was geht?.....	45
5.4	Privatsphäre einrichten – Zahlreiche Möglichkeiten .....	45
5.5	Statusmeldungen – Inhalte posten und Meinungen teilen.....	45
5.6	Interaktionen – Kommentieren, bewerten und teilen .....	46
5.7	Suchen – Und finden .....	46
5.8	Inbox – Das Stiefkind von Facebook.....	46
5.9	Chatten – Nachrichten in Realtime.....	46
5.10	Applikationen – Pimp your Profile.....	47
5.11	Social Games – Spannung, Spiel und unglaubliche Reichweite .....	47
5.12	Fotos & Videos – Das Auge isst mit .....	48
5.13	Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte .....	48
5.14	Facebook-Seiten – Für Unternehmen und Organisationen .....	48
5.15	Veranstaltungen – Planen und organisieren .....	49
<b>6.</b>	<b>Newsfeed – Das Wohnzimmer im Social Network .....</b>	<b>51</b>
6.1	Hauptmeldungen – Up to date sein und bleiben.....	53
6.2	Zentrale Sammelstelle – Informationen aus dem eigenen Netzwerk.....	55
<b>7.</b>	<b>Profile – Das persönliche Schaufenster im Web 2.0 .....</b>	<b>57</b>
7.1	Für wen eignet sich ein Profil .....	58
7.2	Spieglein, Spieglein an der Wand ... Wer hat das schönste Profilbild im Land?.....	59
7.3	Standard Reiter 1 – Info .....	59
7.4	Standard Reiter 2 – Pinnwand .....	66
7.5	Standard Reiter 3 – Fotos.....	68
7.6	Erweiterungen des Profils .....	68
<b>8.</b>	<b>Facebook-Seite – Auftritt eines Unternehmens .....</b>	<b>71</b>
8.1	Anlegen einer Seite.....	73
8.2	Kategorie – Was bist du?.....	74
8.3	Name der Seite – Bis dass der Tod uns scheidet... ..	76
8.4	Anlegen der Basic Information .....	77
8.5	Weitere Standardreiter.....	79
8.6	Möglichkeiten zur Erweiterung .....	81
8.7	FBML – Das Facebook HTML .....	81
8.8	Landing Page – Liebe auf den ersten Blick .....	81
8.9	FBML and More .....	83
8.10	Optimierung der Navigation .....	83
8.11	Applikationen – Spaß und Mehrwerte .....	84
8.12	Gewinnung von Fans – Aufbau einer loyalen Gefolgschaft .....	86
8.13	Statusmeldungen – Fortlaufende Kommunikation.....	88
8.14	Direct Message – Aktualisierung an Fans senden.....	91
8.15	Gretchenfrage – Eine oder mehrere Facebook-Seiten .....	92
8.16	Top Facebook-Seiten – Who’s hot and who’s not.....	94
<b>9.</b>	<b>Facebook Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte.....</b>	<b>97</b>

<b>10. Facebook Werbeanzeigen – Targeting 2.0</b> .....	101
10.1 Auftakt – Getting started .....	102
10.2 Step 1 – Zielgruppe .....	102
10.3 Step 2 – Gestalte deine Werbeanzeige.....	104
10.4 Step 3 – Kampagnen und Preise.....	107
10.5 Step 4 – Prüfung und Freischaltung der Anzeige.....	108
10.6 Step 5 – Monitoring und Optimierung der Kampagne.....	108
<b>11. Integration – Facebook auf einer externen Website</b> .....	111
11.1 Facebook Like Box – Einfach Flagge zeigen .....	113
11.2 „Gefällt mir“ – Nur ein Klick entfernt.....	117
11.3 Facebook Comment – Mitreden leicht gemacht .....	118
11.4 Facebook Share – Inhalte kinderleicht teilen .....	122
11.5 Activity Feed – Übersicht der Interaktionen .....	124
11.6 Facebook Recommendations – Persönliche Empfehlungen .....	125
11.7 Facebook Live Stream – Realtime-Interaktion mit anderen Nutzern.....	127
11.8 Facebook Log-in – Der Generalschlüssel im Social Web .....	128
11.9 Facebook Meta Tags – Unsichtbare Helfer .....	130
<b>12. Word-Of-Mouth-Specials – Virale Highlights</b> .....	133
12.1 Achtung – Ideen-Weichspüler aufgepasst .....	134
12.2 Just do it – Nicht zögern, machen! .....	135
<b>13. Crossmedia – Social Media-Marketing never walks alone</b> .....	137
<b>14. Return on Investment – Erfolgskriterien auf Facebook</b> .....	143
14.1 Reichweitenmessung Fernsehen .....	144
14.2 Reichweitenmessung Radio .....	145
14.3 Sonstige Offline-Medien .....	145
14.4 Digitale Medien.....	145
14.5 Das Problem der unbegrenzten Möglichkeiten .....	146
14.6 Zurück zum eigentlichen Thema .....	147
14.7 Und nun? Was tun?!.....	151
14.8 Ein Beispiel aus der Praxis – Ausnahmen bestätigen die Regel.....	152
14.9 Interaktionen als neue Leitwährung des Social Web .....	155
14.10 Werbung als gern gesehener Gast .....	155
<b>15. Controlling – Vertrauen ist gut, Interaktionen sind besser</b> .....	157
15.1 Facebook-Statistiken – Demografie trifft auf Reichweitenmessung .....	158
15.2 Google Analytics – Sinnvolle Ergänzung der Facebook-Statistiken .....	160
15.3 Kostenpflichtige Tools – Alles auf einen Blick .....	161
<b>16. Showcases – Beispiele aus der Praxis</b> .....	165
16.1 IKEA – Schwedisch, simpel und einfach gut.....	166

16.2	Burger King – Tausche Freunde gegen Whopper .....	168
16.3	Café Brazil – Offline-Genuss online im Social Web teilen .....	171
16.4	Ravensburger – Die Katzenmenschen erobern die Welt .....	174
16.5	Skittles – Total süß im Social Web .....	181
16.6	The Creme Brulee Man – Nicht nur lecker, sondern auch social .....	185
16.7	Easyjet – Plan & Book your holidays on Facebook .....	188
16.8	Phänomen Nutella – Die größte inoffizielle Fan-Community der Welt .....	191
16.9	Million Baby Crawl – Für eine saubere Zukunft .....	194
16.10	Tara Technique – Sexy Hexy von Saturn .....	197
16.11	KLINiK am RING – Gesundheit 2.0 .....	201
16.12	Vitaminwater – Facebook Crowdsourcing and more .....	204
16.13	TOM BIHN – So hat man seine Kunden im Social Web in der Tasche .....	208
16.14	Rita’s Italian Ice – Richtig cool im Social Web .....	210
16.15	conceptbakery – aus dem Nähkästchen geplaudert .....	214
<b>17.</b>	<b>Dos and Don’ts – Erfolgsfaktoren auf Social Networks .....</b>	<b>219</b>
17.1	Klare Positionierung – Social Media-Story in einem Satz .....	220
17.2	Kein Mono-, sondern ein Dialog – Kommunikation auf Augenhöhe .....	220
17.3	Be real – Authentizität schlägt Buzenzauber .....	220
17.4	It’s time for a Change – Veränderter Fluss von Informationen .....	220
17.5	Rollenwandel – Keine Kontrolle, sondern Moderation .....	221
17.6	Keine Angst vor der neuen Welt, sondern Neugier entwickeln .....	221
17.7	Nicht zögern – Machen! .....	221
17.8	Nutzung der technischen Möglichkeiten .....	221
17.9	Klare Ziele definieren – und kontrollieren .....	221
17.10	Crossmedia – Einbettung in eine Gesamtstrategie .....	222
17.11	Um die Ecke denken – Weniger werben, mehr unterhalten .....	222
17.12	Lesen bildet – Auch im Social Web .....	222
<b>18.</b>	<b>What’s next – Die nächsten Trends .....</b>	<b>223</b>
18.1	Facebook Open Graph – Webseiten werden „sozialer“ .....	224
18.2	Facebook-Seite ähnlich Website oder SEO – Jeder macht’s .....	224
18.3	Verbesserung der Suche – Weniger anonym, mehr persönlich .....	225
18.4	Social Shopping – Gemeinsam Online Shoppen .....	226
18.5	Mobile Apps – Facebook wirklich everywhere .....	228
18.6	Crossmedia – Nichts Besonderes mehr, sondern Standard .....	230
<b>19.</b>	<b>Schlusswort – Kein Hype, sondern Dynamik mit Substanz .....</b>	<b>233</b>
<b>20.</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>237</b>
20.1	(Geliebene) Denkanstöße bekannter Socialmedia Autoren .....	238
20.2	Hilfreiche Tools und Informationsquellen .....	246