

Workshop: Facebook

Dipl. jur. oec. Felix Beilharz

„Facebook ist wie Alkohol – man ist offener, redet Mist, wird süchtig und einem gefällt alles, egal wie blöd es auch sein mag.“

Social Media Weisheit

© DIM Deutsches Institut für Marketing



Ihr Referent



Projektleiter Online-Marketing im Deutschen Institut für Marketing

Berater, Referent und Trainer

Buch-Autor „Online-Marketing: Tipps & Hilfen für die Praxis“

Dipl. jur. oec. Felix Beilharz

Hohenstaufenring 43-45

50674 Köln

Tel. +49 (0) 221 99 555 1015

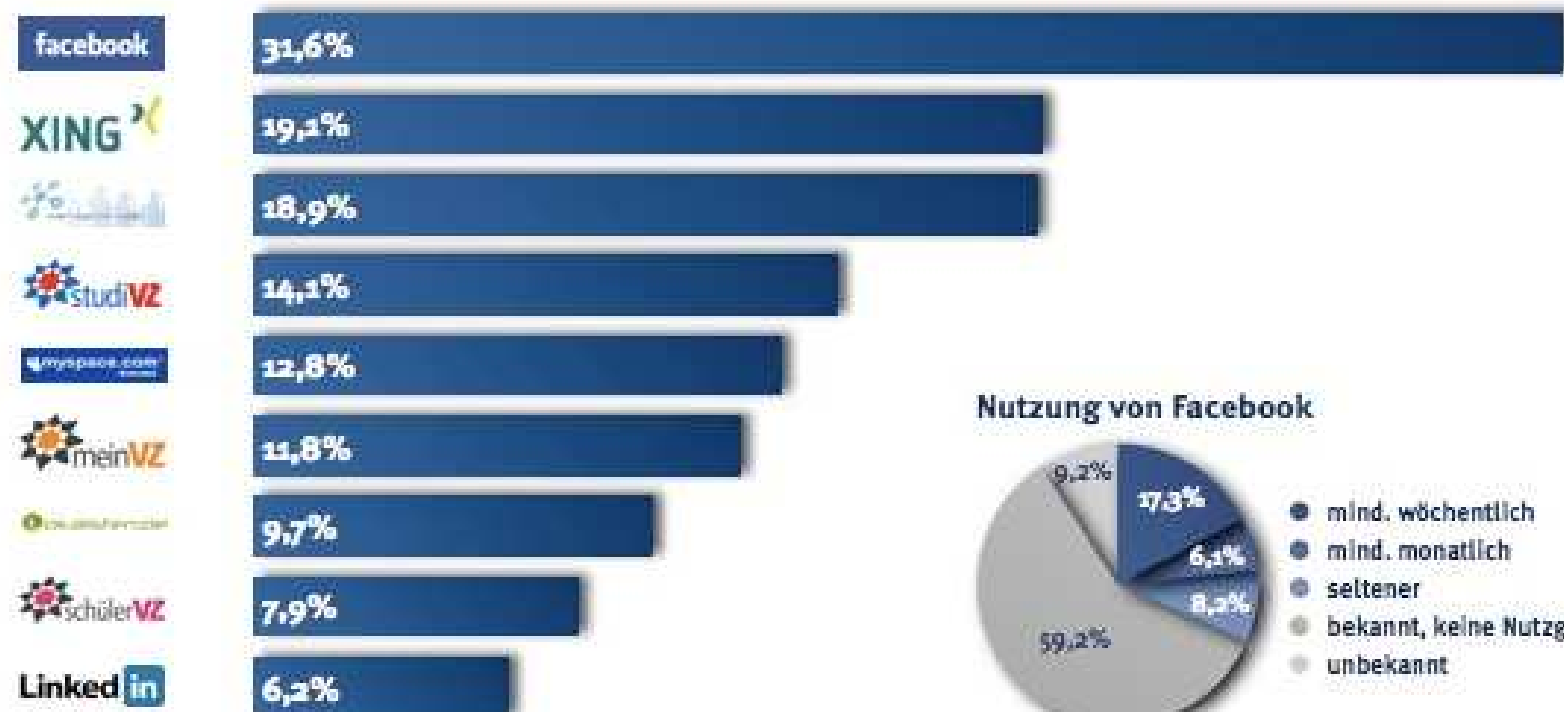
Beilharz@Marketinginstitut.BIZ



**Welche Erfahrungen
haben Sie bereits
mit Facebook gemacht?**

Social Networks

Facebook ist das am meisten genutzte Social Network
Fast ein Drittel der Internet-Nutzer ist bei Facebook registriert



Nutzung von Facebook



30. WWW-Benutzer-Analyse W3B, Frühjahr 2010
Internet-Gesamtnutzerschaft

© 2010 www.fittkaumaass.de

Das ist los...

... auf Facebook.

- **Neue Freundschaften: 98.000**
- **Markierungen auf Fotos: 74.200**
- **Hochgeladene Fotos: 135.000**
- **Kommentare: 510.000**
- **„Like“-Buttons: 382.850**
- **Pinnwand-Einträge: 79.350**

... pro Minute!



Facebook

Fast 700 Millionen User weltweit, jeden Tag +700.000

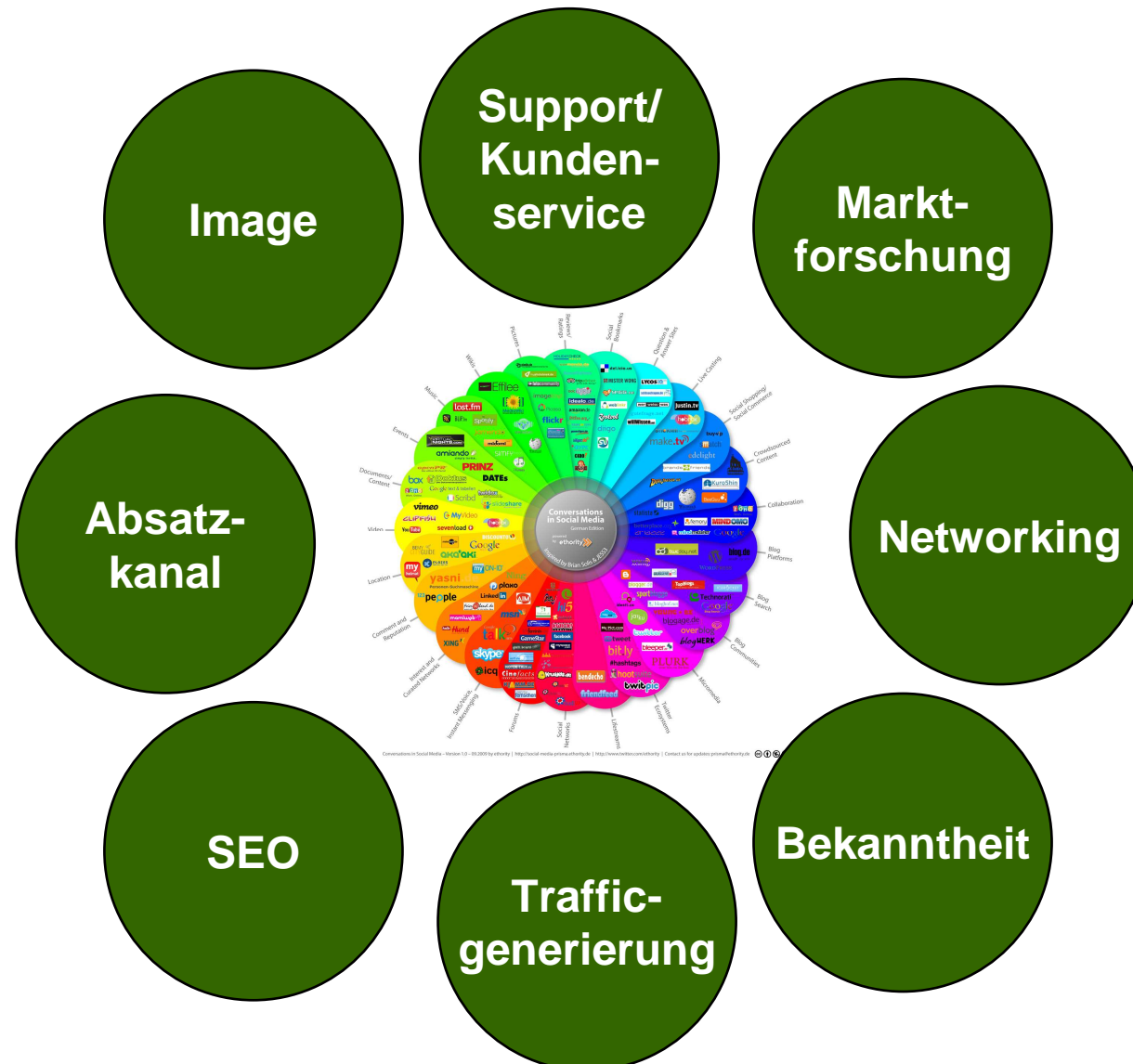
50% loggen sich jeden Tag ein

Der durchschnittliche Facebook-User:

- verbringt täglich 55 Minuten auf FB
- hat 130 Freunde
- schreibt 25 Kommentare/Monat
- ist ein Fan von zwei Fanseiten
- ist Mitglied in 12 Gruppen

Wachstumsrate in Deutschland: 150% p.a. (2010)

Facebook-Ziele



Marketing-Möglichkeiten

Facebook bietet für Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, Marketing und Networking zu betreiben



- **Veranstaltungen**
- Werbeanzeigen
- Unternehmensseite
- Places
- Deals
- Gruppen
- Apps

Facebook

Bei Facebook lassen sich Veranstaltungen promoten

The screenshot shows a Facebook event page for "Premiere des Theaterprojektes 'Acting for Job'". The event is public and scheduled for Friday, July 8th, from 20:00 to 22:00 at VHS WHV, Virchowstr. 29, Saal. It was created by "Junge Vhs Wilhelmshaven". The event description includes the titles "W. G. - Über das Leben eines Kriminellen" and "Lucie Gladow oder Berlin ist nicht Chicago", and mentions a 2-part performance based on the film "Engel aus Eisen" by Thomas Brasch. The event is free to attend, but registration is required via phone at 04421 16-4037/4034. The page shows 6 confirmed attendees (Natascha Beck, Rainer Kuhlmann, Ilka Martens, Philipp Geibel, Junge Vhs Wilhelmshaven, and Jana Miller) and 7 uncertain participants. A pinned comment from Rainer Kuhlmann asks for phone registration. The right sidebar features event invitations for "Der Traumpartner-Magnet" and "Großdemo gegen S21", a sponsored ad for FinanzNachrichten.de, and a sponsored post for "Behind the Scenes of a".

Marketing-Möglichkeiten

Facebook bietet für Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, Marketing und Networking zu betreiben



- Veranstaltungen
- **Werbeanzeigen**
- Unternehmensseite
- Places
- Deals
- Gruppen
- Apps

Facebook-Ads

Die Werbeanzeigen auf Facebook bieten ideale Targeting-Möglichkeiten (facebook.com/advertising)

The screenshot displays the Facebook Ads targeting configuration interface. It is divided into several sections:

- Ort (Location):** A dropdown menu is set to "Deutschland". Below it, there are radio buttons for "Überall" (selected) and "Nach Stadt".
- Demografie (Demographics):** The "Alter" (Age) section has a range of "18" to "Beliebig". There is a checkbox for "Genauere Übereinstimmung des Alters erforderlich". The "Geschlecht" (Gender) section has radio buttons for "Alle" (selected), "Männer", and "Frauen".
- „Gefällt mir“ & Interessen (Likes & Interests):** A text input field with the placeholder "Gib ein Interesse ein".
- Verbindungen auf Facebook (Facebook Connections):** Radio buttons for "Alle" (selected), "Nur Personen, die Unbenannte Anwendung nicht verwenden.", "Nur Personen, die Unbenannte Anwendung verwenden.", and "Fortgeschrittene Zielgruppenauswahl nach Verbindungen". Below this is a checkbox for "Freunde von Verbindungen" with the text "Meine Werbeanzeige nur Freunden von Personen zeigen, die Unbenannte Anwendung verwenden."
- Erweiterte Demografien (Advanced Demographics):** This section is partially visible at the bottom.

On the right side, a grey box displays the estimated reach: "Geschätzte Reichweite" is **16.137.200** Personen. Below this, it lists the criteria: "die in Deutschland leben" and "die 18 Jahre oder älter sind".

Marketing-Möglichkeiten

Facebook bietet für Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, Marketing und Networking zu betreiben



- Veranstaltungen
- Werbeanzeigen
- **Unternehmensseite**
- Places
- Deals
- Gruppen
- Apps

So nicht...

Unternehmen haben Seiten, keine Profile. Bei Verstoß droht Löschung des Profil!

The screenshot shows a Facebook page for 'Volkshochschule Bern'. The page header includes the name 'Volkshochschule Bern', a search bar, and navigation links for 'Startseite', 'Profil', and 'Konto'. Below the header, there are buttons for 'Nachricht senden' and 'Anstupsen'. The main content area features a cover photo with the 'vhs' logo and several posts, including one by 'Yaqueline Castellanos' and another by 'Sway89'. The right sidebar contains sections for 'Du und Volkshochschule', 'Gesponserte Meldung' (featuring 'finanzen.net'), 'Gesponsert' (featuring 'Passive Income 101'), and 'Online-Marketing Seminare' (featuring 'embis.de'). The left sidebar shows the user's profile picture, a search bar, and navigation options like 'Pinnwand', 'Info', 'Fotos (3)', and 'Freunde'. The bottom right corner has a 'Chat (27)' button.

So ist's richtig...

Seiten stellen die zentrale Anlaufstelle für die Unternehmenskommunikation auf Facebook dar.



**Welche Inhalte
können Sie als
Volkshochschule auf
Facebook publizieren?**

Die vier Säulen erfolgreichen Contents im Social Web

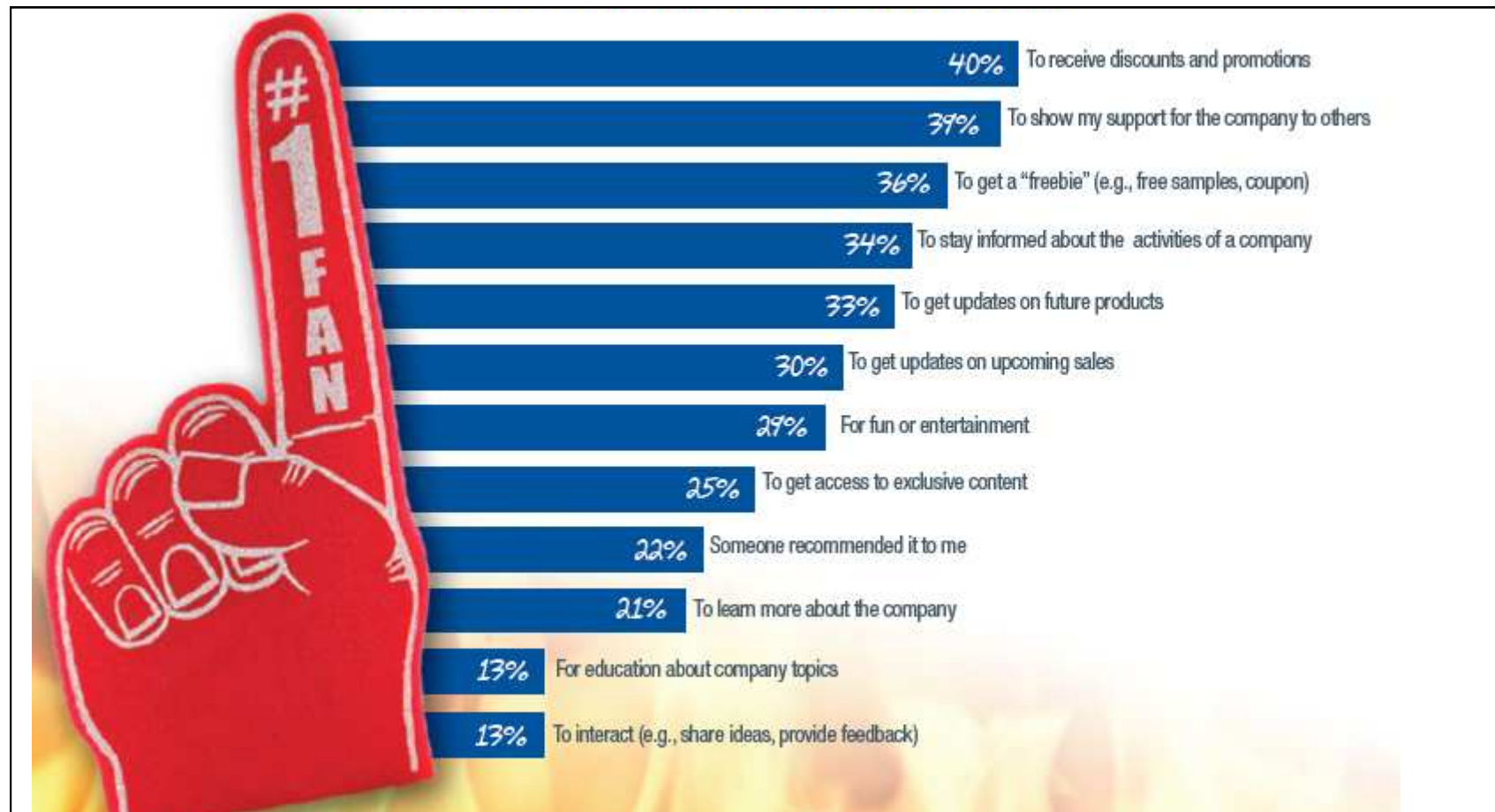
Communication	Collaboration	Education	Entertainment
<ul style="list-style-type: none">▪ Ständige Kommunikation mit der Zielgruppe▪ Integration in sonstige Kommunikationsinstrumente	<ul style="list-style-type: none">▪ User-erfahrungen nutzen▪ Meinungen einholen	<ul style="list-style-type: none">▪ Dem User Unterstützung bieten▪ „How to's“▪ Tipps und Tricks▪ Anwendungsbeispiele	<ul style="list-style-type: none">▪ Social Media häufig im privaten Umfeld▪ User wollen unterhalten werden▪ Eigene Beispiele und Lustiges/Unterhaltsames aus der Branche

Auf Facebook lassen sich die verschiedensten Inhalte publizieren

- Neue Termine
- Hintergründe zu den einzelnen Kursen
- Bilder, Videos etc.
- Kostenlose Kurseinheiten
- Veranstaltungen
- Interviews mit Referenten und Teilnehmern
- Umfragen, Quiz, etc.
- Gewinnspiele
- ...

Facebook

Gründe, den „Gefällt mir“-Button zu klicken



Facebook

Facebook wird erst richtig interessant, wenn man die Integrationsmöglichkeiten voll ausnutzt

- „Gefällt mir“-Button
- Fan Box-Widget
- Facebook Comment
- Facebook Share
- Activity Feed
- Facebook Live Stream
- Facebook Log-in

- <http://developers.facebook.com/plugins?footer=1>

Social Media Starter-Paket

Das Deutsche Institut für Marketing unterstützt Sie von Anfang an.

1

Ist-Analyse

der Ausgangssituation, der Zielgruppe und des Wettbewerbs.

2

Einrichtung

der relevanten Accounts (Facebook, Twitter, Youtube etc.).



3

Befüllung

der Accounts mit ersten Inhalten.

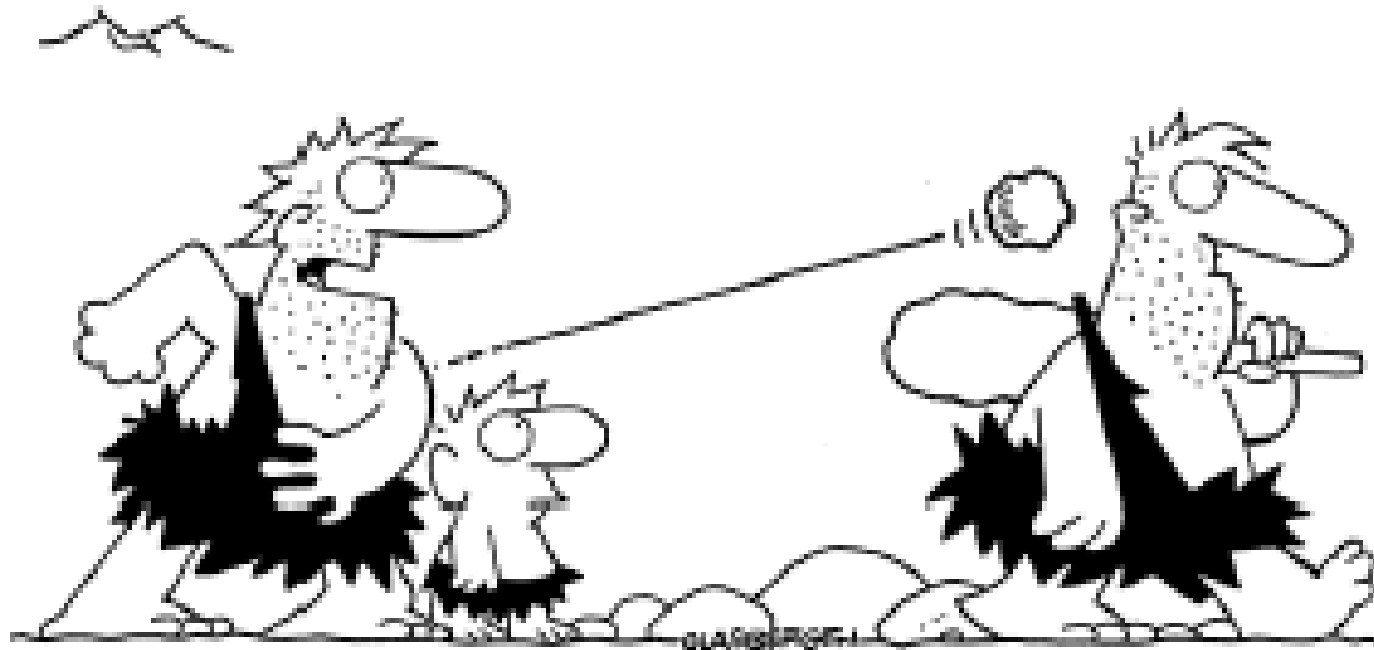
4

Handlungsempfehlungen

und Tipps für die ersten Schritte und den optimalen Einstieg.

€ 599,-

Haben Sie Fragen?



"WHEN YOU WANT TO GET SOMEBODY'S ATTENTION,
THROW A ROCK AT HIS HEAD. IT'S THE LATEST
THING IN WIRELESS COMMUNICATION!"

Kontakt

Sollten Sie noch Fragen oder Anregungen haben, zögern Sie bitte nicht uns zu kontaktieren

DIM Deutsches Institut für Marketing GmbH

Hohenstaufenring 43-45

D-50674 Köln

Telefon +49 (0) 221 / 99 555 10-0

Telefax +49 (0) 221 / 99 555 10-77

info@Marketinginstitut.BIZ

www.Marketinginstitut.BIZ

Das Bildmaterial wurde teilweise von der Seite www.photocase.com zusammengestellt.

Alle Rechte vorbehalten.

Diese Unterlagen sind nur für den Gebrauch durch den Teilnehmer an einer Präsentation, einem Seminar, Training oder Workshop bzw. durch Auftraggeber entsprechend des Auftrages an das Deutsche Institut für Marketing bestimmt. Die Verteilung an Dritte und Vervielfältigung zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung möglich. Verwendete Bilder, Illustrationen und Fotos unterliegen teilweise fremden Copyrights und gelten hiermit als nur für den internen Zweck verwendet. Alle vorkommenden eingetragenen Warenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Firmen und Organisationen. Alle verwendeten Markennamen unterliegen dem Urheberrecht der jeweiligen Eigentümer. Falls geschützte Warenzeichen nicht als solche kenntlich gemacht wurden, bedeutet das Fehlen einer solchen Kennzeichnung nicht, dass es sich um einen freien Namen im Sinne des Waren- und Markenzeichnungsrechts handelt. Diese Unterlagen sind im Rahmen von Konzeptionsarbeiten bzw. von Präsentationen, Seminaren, Workshops oder ähnlichen Maßnahmen eingesetzt worden. Ohne die in diesem Zusammenhang gegebenen Erläuterungen und Kommentare kann möglicherweise eine unvollständige Aussagekraft und Sachlage entstehen.