

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Facebook in der Unternehmenskommunikation – 17 Tipps

Mit rund 800 Millionen Mitgliedern ist Facebook das meist genutzte Social Network weltweit. Auf Facebook kann man neben persönlichen Profilen auch Seiten für Unternehmen, Organisationen oder Marken und Produkte einrichten. Daher nutzen neben Privatpersonen auch immer mehr Unternehmen Facebook als Kommunikationsinstrument. Über Facebook ist es möglich, Inhalte schnell und weitreichend zu verbreiten. Daher gewinnt das Social Network für die Unternehmenskommunikation zunehmend an Bedeutung. Ein wesentlicher Vorteil von Facebook ist der direkte Dialog mit Medienvertretern, potenziellen Kunden und Interessenten. So ist eine Seite auf Facebook für Unternehmen, zusätzlich zu der offiziellen Website, eine weitere Möglichkeit, im Internet präsent zu sein. Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Präsenz auf Facebook ist eine gute Strategie und Planung.

17 Tipps für Facebook in der Unternehmenskommunikation

1. Planen Sie Ihre Präsenz auf Facebook

Für einen Auftritt auf Facebook ist eine sorgfältige Planung empfehlenswert. Überlegen Sie, welche Zielgruppen Sie mit der Präsenz auf Facebook ansprechen möchten, wie das Nutzungsverhalten dieser Zielgruppe ist, welche Inhalte die Zielgruppe ansprechen und was Sie genau kommunizieren wollen.

2. Wählen Sie die gewünschte Seitenart und die passende Kategorie aus

Wählen Sie bei der Erstellung Ihrer Unternehmensseite die entsprechende Seitenart aus und geben Sie die jeweilige Kategorie passend zu Ihrer Branche an. Die richtige Wahl der

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Seitenart und der Kategorie ist vor allem wichtig, da die Unternehmensseiten jeweils einen anderen Aufbau haben. Als Seitenarten stehen hier zu Auswahl: ‚Lokales Unternehmen oder Ort‘, ‚Unternehmen, Organisation oder Institution‘, ‚Marke oder Produkt‘, ‚Künstler, Band oder öffentliche Person‘, ‚Unterhaltung‘ und ‚Anliegen oder Gemeinschaft‘. Als Kategorie kann man für die Seitenart ‚Lokales Unternehmen oder Ort‘ zum Beispiel ‚Bank/Finanzdienstleistungen‘, ‚Dienstleistungsunternehmen‘ oder ‚Freizeitbekleidung/Sportwaren‘ auswählen. Bei der Seitenart ‚Unternehmen, Organisation oder Institution‘ ist beispielsweise die Wahl von ‚Bank/Finanzinstitut‘, ‚Energie/Energieversorger‘ oder ‚Einzelhandels- und Konsumgüter‘ als Kategorie möglich.

3. Wählen Sie einen aussagekräftigen Namen

Geben Sie Ihrer Facebook-Seite einen aussagekräftigen und passenden Namen. Jedoch sollte der Name nicht zu lang sein, da kurze Namen einprägsamer sind. Am besten eignet sich der Name Ihres Unternehmens. So ist für einen hohen Wiedererkennungswert und für eine leichte Auffindbarkeit der Unternehmensseite gesorgt.

4. Passen Sie die Facebook-URL Ihres Profils an

Bei der Erstellung einer Facebook-Seite wird eine Nummer für die URL vergeben. Diese kann man allerdings auch verändern. Es ist daher empfehlenswert, die URL Ihres Profils anzupassen. Auf der Seite <http://www.facebook.com/username> können Sie einen Nutzernamen auswählen. So können Sie Ihre Facebook-URL individuell gestalten. Sie können einen von Facebook vorgeschlagenen Nutzernamen annehmen oder einen eigenen Namen auswählen. Jeder Nutzername darf nur einmal auf Facebook verwendet werden. Um die Verfügbarkeit zu prüfen, klicken Sie auf der Webseite <http://www.facebook.com/username> nach der Eingabe des gewünschten Nutzernamens auf den Button ‚Verfügbarkeit prüfen‘. Ist der Nutzername verfügbar, können Sie ihn mit einem Klick auf ‚Bestätigen‘ zu Ihrem Nutzernamen machen. Ihre neue

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Facebook-URL lautet dann ‚<https://www.facebook.com/nutzername>‘. Diese wird dann beim Aufruf der Facebook-Seite im Adressfeld des Browsers angezeigt. Wählen Sie Ihren Nutzernamen so aus, dass jedem Nutzer klar ist, welches Unternehmen sich hinter der URL verbirgt. Die angepasste URL können Sie dann beispielsweise in dem Pressekontakt unter Ihren Pressemitteilungen und in E-Mail Signaturen angeben. So gelangen Interessierte schnell und unkompliziert auf Ihre Facebook-Präsenz. Außerdem ist eine solche URL suchmaschinenfreundlicher. Die Facebook-Seite ist somit in den Suchmaschinen leichter auffindbar.

5. Füllen Sie Ihre Facebook-Seite vor der Veröffentlichung mit Inhalten

Füllen Sie die Unternehmensseite erst mit relevanten Informationen, bevor Sie die Seite veröffentlichen. Ihre vollständig ausgefüllte Unternehmensseite informiert die Facebook-Mitglieder umfassend über Ihr Unternehmen. Nur mit aussagekräftigen und interessanten Informationen gewinnen Sie Fans.

6. Beschreiben Sie Ihr Unternehmen ausführlich

Fügen Sie Ihrer Unternehmensseite unter dem Reiter ‚Info‘ eine ausführliche Beschreibung des Unternehmens, einen Link auf die Unternehmenswebsite und Ihre Kontaktdaten hinzu.

7. Steigern Sie den Wiedererkennungswert mit einem passenden Profilbild

Laden Sie ein geeignetes Profilbild hoch. Um den Wiedererkennungswert zu steigern, sollte das Profilbild zum Corporate Design des Unternehmens passen. Außerdem sollte das Bild aussagekräftig und qualitativ hochwertig sein. Besonders das Logo Ihres Unternehmens oder Ihrer Marke eignen sich als Profilbild.

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

8. Laden Sie Fotos und Videos hoch

Hinterlegen Sie auf Ihrer Facebook-Seite Fotos Ihres Unternehmens wie beispielsweise des Gebäudes, Produkte, Logos oder Bilder des Vorstandes bzw. der Geschäftsführer. Außerdem sollten Sie Videos bereitstellen. Mögliche Videos können beispielsweise Imagefilme, Produktvorführungen, Interviews, Pressekonferenzen oder Videos von Veranstaltungen sein. Fügen Sie unter Ihren Fotos und Videos erläuternde Texte hinzu.

9. Füllen Sie die Infobox Ihres Profils mit Inhalt

Nutzen Sie die Infobox in der linken Spalte Ihres Profils um einen kurzen Überblick über Ihr Unternehmen zu geben. Schreiben Sie kurz und knapp, damit die Besucher Ihrer Seite direkt wissen, mit wem Sie es zu tun haben. Geben Sie für weitere Informationen hier auch die URL Ihrer Unternehmenswebsite an.

10. Verwenden Sie in allen Texten auf Ihrem Profil relevante Keywords

Benutzen Sie in Ihren Texten relevante Keywords, um die Auffindbarkeit Ihrer Facebook-Seite zu verbessern. Schreiben Sie aber nicht nur für die Suchmaschinen, denken Sie vor allem an Ihre Leser. Schreiben Sie daher für Mensch und Maschine.

11. Binden Sie Ihre Social Media Profile ein

Binden Sie auch Profile anderer Social Media wie Twitter ein. Über Facebook-Anwendungen können Sie Ihre Tweets bei Twitter auch auf Ihrem Facebook-Profil anzeigen lassen.

12. Steigern Sie die Anzahl Ihrer Fans

Gewinnen Sie Fans, indem Sie auf Ihre Unternehmensseite aufmerksam machen. Laden Sie zunächst beispielsweise Bekannte, Geschäftspartner und Kunden ein. Später ist es wichtig, die Anzahl Ihrer Fans zu erhöhen, indem Sie zum Beispiel auch Freunde Ihrer

**Impressum:**

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

Facebook-Freunde einladen. Mit einem Klick auf den ‚Gefällt mir-Button‘ auf Ihrer Seite, können die Facebook-Nutzer ihr Interesse bekunden.

13. Verbinden Sie Ihre Website und Ihren Blog mit Ihrem Facebook-Profil

Binden Sie Funktionen wie den ‚Gefällt mir-Button‘ auf Ihrer Unternehmenswebsite oder Ihrem Corporate Blog ein. So können Facebook-Nutzer direkt Fans Ihrer Facebook-Seite werden. Außerdem können Sie einen ‚Like-Button‘ unter den Beiträgen auf Ihren Websites setzen.

14. Liefern Sie aktuelle Informationen

Liefern Sie über die Statusmeldungen auf Ihrer Profilseite stets aktuelle Informationen wie Unternehmensinformationen, Pressemitteilungen oder Fachartikel. Ihre Fans werden so stets mit Ihren neuesten Meldungen versorgt und bleiben immer auf dem Laufenden. Außerdem erhöht sich so die Chance, dass Facebook-Nutzer die Informationen mit anderen teilen. So entsteht ein viraler Effekt, der die Reichweite Ihrer Informationen erhöht.

15. Nutzen Sie den Reiter ‚Notizen‘ für ausführliche Informationen

Legen Sie Informationen unter dem Reiter ‚Notizen‘ ab. Diesen Platz können Sie nutzen, um beispielsweise vollständige Pressemitteilungen oder Fachbeiträge zu hinterlegen.

16. Treten Sie in einen Dialog

Treten Sie mit Ihren Fans und anderen Besuchern Ihrer Facebook-Seite in einen Dialog. Antworten Sie daher zeitnah auf Fragen und Anregungen und reagieren Sie auf Kommentare zu Ihren Beiträgen, Fotos oder Videos. Nehmen Sie zusätzlich am Dialog in andern themenrelevanten Gruppen und auf anderen Facebook-Seiten teil. So machen Sie auf sich aufmerksam und zeigen Ihr Know-how.



PR-Gateway

FACHBEITRAG

Impressum:

ADENION GmbH

Merkatorstr. 2

41515 Grevenbroich

Tel. 0 21 81 – 75 69 140

Fax 0 21 81 – 75 69 199

presseinfo@pr-gateway.de<http://www.pr-gateway.de/presse>

17. Erstellen Sie weitere Unternehmensseiten

Erstellen Sie weitere Seiten für Ihr Unternehmen. Legen Sie beispielsweise für einzelne Produkte jeweils eine eigene Seite an.

Eine Unternehmens-Präsenz auf Facebook fördert die Bindung von Kunden und Interessenten an Ihr Unternehmen und Ihre Produkte. Mit der Nutzung von Social Networks können Sie Ihren Bekanntheitsgrad erhöhen, ein modernes Unternehmensimage aufbauen und die Unternehmenskommunikation transparent gestalten. Durch die stetig steigenden Nutzerzahlen von Facebook und der viralen Verbreitung von Inhalten, wird Twitter für die Unternehmenskommunikation immer bedeutender. Der Presseverteiler-Dienst PR-Gateway vereinfacht die Verbreitung von Unternehmensinformationen auf Facebook und den anderen wichtigen Social Networks. Die Informationen werden nur einmal erfasst und anschließend als Social Media News auf den wichtigsten Social Media Profilen veröffentlicht. Dies erleichtert die Pflege der Social Media Profile mit aktuellen Unternehmensinformationen.