

<p>1. Was ist das? Kurze inhaltliche Einführung Best practice</p>	<p>Facebook ist als Teil des Meta-Universums immer noch die größte Social-Media-Plattform der Welt. Allein in Deutschland gibt es derzeit 31 Mio. Nutzer. Allerdings sinken die Nutzerzahlen seit 2017 leicht, aber kontinuierlich, nur im Bereich der Menschen 50+ sind noch Zuwächse zu verzeichnen.</p> <p>Gezieltes Facebook Marketing setzt neben organischen Postings vor allem auf Facebook Ads (beworbene Beiträge), mit denen ein sehr hohe Reichweite erzielt wird. Die Anzeigen lassen sich sehr detailliert auf die gewünschte Zielgruppe zuspitzen und mit sehr granularen Filtern den geeigneten Personen/Empfängern ausspielen. Umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten ermöglichen eine aussagekräftige Erfolgsbewertung aller Aktionen.</p> <p>Alle LMOs; die meisten DMOs und viele Leistungsträger sind in Facebook mit einer Fanpage (Unternehmensseite) vertreten. Gute Beispiele für eine aktive und reichweitenstarke Community sind neben der ITG auch in Bayern zu finden.</p>
<p>2. Zugang Was brauche ich dafür? Wo finde ich die Infos dazu?</p>	<p>Ein kostenloser persönlicher Facebook-Account ermöglicht die Einrichtung einer (ebenfalls kostenlosen) Facebook Fanpage. Sie muss von einem persönlichen Facebook-Nutzer-Account aus administriert werden. Hinweise zur Fanpage-Einrichtung finden sich direkt bei Meta/Facebook.</p>
<p>3. Aufbau kurze Beschreibung</p>	<p>Grundlage für die Fanpage ist ein gut gepflegtes Facebook-Unternehmensprofil. Es setzt sich aus mehreren Elementen zusammen und sollte so umfangreich wie möglich bestückt sein. Besondere Bedeutung haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Profilbild • Das Titelbild • Eine Seitenbeschreibung (Text) • Kontaktinformationen (Telefon, Website, E-Mail-Adresse) • Öffnungszeiten • Max. 2 Zusatzkategorien (zur besseren inhaltlichen Einordnung der Seite) • Info-Bereich (zur Platzierung einer Story/Geschichte) • Weitere Bilder und Videos <p>Beiträge und Stories</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bild-Beiträge (einzeln oder in Galerieform) • Video-Beiträge (auch mit [automatischer oder manueller] Untertitelung möglich)

	<ul style="list-style-type: none"> • Stories mit grafischen Anreicherungen und Effekten (werden im oberen Screenbereich prominent platziert) <p><u>Postfach</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Über Messenger einsehbar und auf Mobilgeräten nutzbar • Über Instagram Direct als Kommunikationskanal nutzbar
<p>4. Wozu eignet sich der Kanal? Für wen (Zielgruppe) ist der Kanal geeignet? Welche Inhalte sind prädestiniert für diese Kommunikation?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Große Breitenwirkung in einer Zielgruppe m/w, 40+ • Weniger für Jugendliche interessant • Bildbasierte Stories (Fotos, kurze Videos) mit oder ohne Ton/Musik • Ankündigungen & Termine (als Veranstaltungen anzulegen) mit diversen Verlinkungsmöglichkeiten • Videopremieren • Livestreams mit Kommentarfunktion • Umfragen • User-generated Content (z.B. über die Nutzung von Hashtags wie #urlaubinthueringen o.ä.)
<p>5. Aufwand Zeitliche Einschätzung</p>	<p>Erwartungshaltung der Facebook-Fans: Permanente Content-Generierung und Bewerbung neuer Contents; je nach Datenlage: ein tägliches Posting (vordatierbar) Personeller Aufwand: eine verantwortliche Person mit Content-Überblick und Content-Controlling (Seitenadministrator mit eigenem, persönlichen Facebook-Profil)</p>
<p>6. Vor- und Nachteile Was bringt das?</p>	<p>Vorteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Große Zielgruppenbasis • Gute Zielgruppendifferenzierbarkeit (personbezogen sowie regional) • Schnelle Verknüpfung von Postings und Anzeigen mit Instagram (ebenfalls Teil der META-Unternehmen) • Zentrale Steuerung über FB-eigene Tool-Sammlung Creator Studio <p>Nachteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenig Effekt auf junge Zielgruppen (14-29) • Algorithmus-Steuerung » Keine Display-Garantie für unbeworbene Beiträge • Kein Trendsetter-Bonus • Offene und beständig diskutierte Datenschutzfragen
<p>7. Analyse/ Auswertung</p>	<p><u>Creator Studio</u> mit <u>Facebook Insights</u></p>