In 10 Schritten zur erfolgreichen Facebook-Seite Ihres Online-Shops

Facebook-Seiten sind für Shopbetreiber eine neue Möglichkeit, die Kommunikation mit den Kunden und Interessenten zu verstärken und als Unternehmen transparenter zu werden. Daher verzeichnen die sogenannten Fan-Seiten eine stark wachsende Popularität. Erfolgreich ist dabei aber nur, wer sich mit seiner Seite von der Masse abhebt und einen echten Nutzwert bietet.

Hier sind 10 Tipps für Ihre Facebook-Seite und Beispiele!

Der folgende Beitrag ist eine Adaption eines Artikels von Justin Palmer zum Thema Social Media Marketing auf Facebook, der auf palmerwebmarketing.com erschienen ist und den wir mit freundlicher Genehmigung für Sie ins Deutsche übernommen haben.

1. Geben den Besuchern einen Grund, ein Fan zu werden

User werden nicht zu Ihren Fans nur weil Sie eine Fan-Seite auf Facebook haben. Teilen Sie deshalb potentiellen Fans schon vor der Anmeldung mit, was Sie bekommen, wenn Sie ein Fan werden. Sehen Sie sich einmal die Facebook Fan-Seite von Walgreens, einer amerikanischen Online-Apotheke, an.

Hier gibt eine Teaser-Landingpage einen Vorgeschmack darauf, welche regelmäßigen Updates einen als Fan von Walgreens erwarten. Sind es Preisnachlässe, exklusive News oder andere Inhalte? Machen Sie hier genaue Angaben zu dem, was einen als Fan erwartet.

2. Offerieren Sie Ihren Fans exklusive Angebote

Wenn Sie Ihre Fan-Seite ausschließlich dazu benutzen, Content und News aus anderen Kanälen Ihres Unternehmen wiederzuverwerten, ist hier ein Umdenken nötig. Ihre Fans werden nicht lange benötigen, um diese Taktik zu durchschauen.

Versorgen Sie Ihre Facebook Fans mit exklusiven News und Preisnachlässen, die nur über Ihre Fan-Seite zu bekommen sind. So bleiben Ihnen Ihre Fans auch in Zukunft treu.

3. Optimieren Sie Ihr Profil-Bild

Im Vergleich zu normalen Facebook Accounts, bei denen nur ein eher kleines Profilfoto zugelassen ist, bekommen Sie in Ihrem Fanpage Profil gerade in vertikaler Richtung etwas mehr Platz zugewiesen.

Versuchen Sie aber, diesen limitierten Platz möglichst effektiv zu nutzen, indem Sie Ihn für Ihr Branding einsetzen und hier einen so genannten “call to action” unterbringen. Schauen Sie sich in diesem Zusammenhang beispielsweise die sehr gelungene Fanpage des amerikanischen T-Shirt Shops Threadless an, die auch in Bezug auf die Profil-Grafik fast täglich “upgedated” wird.

4. Antworten Sie möglichst auf jeden Kommentar

Wenn Firmen Ihre Facebook Pinnwand ignorieren oder noch viel schlimmer, Ihren Fans nicht die Möglichkeit zum Posten einräumen, gestehen sie damit nicht ein, dass Sie in Wirklichkeit nur an einer einseitigen Kommunikation interessiert sind?

Nichts liegt jedoch der Idee von Facebook ferner als das. Fans fühlen sich geehrt und ernst genommen, wenn sich jemand von Firmenseite die Zeit nimmt auf ihre Kommentare zu antworten. Warum sollte man sich als Firma selbst die Chance nehmen, sich auf einem so einfachen Weg die Loyalität seiner Kunde zu sichern?

5. Eine gute Strategie bei den Updates zahlt sich aus

Studien haben gezeigt, dass Updates mehr Aufmerksamkeit bekommen, wenn Sie am Anfang der Woche erscheinen. Dies hängt aber auch sehr stark von Ihren Fans bzw. Ihrer Zielgruppe ab. Untersuchen Sie also herauszufinden, zu welchen Zeiten Ihre Fans besonders aktiv sind und planen Sie die Updates entsprechend.

6. Lenken Sie Traffic auf Ihre Facebook Fan-Page

Eine große Facebook Fangemeinde nur durch Facebook zu generieren, ist fast unmöglich, da potentielle Fans Sie nur in den seltensten Fällen auf Facebook suchen werden. Wenn Sie also ein starkes Wachstum Ihrer Facebook Fangemeinde anstreben, sollten Sie versuchen, auch Traffic aus anderen Kanälen auf Ihre Fan-Seite zu lenken.

Ein winziges Facebook Icon im Footer Ihrer Webseite wird Ihnen aber wahrscheinlich nicht den gewünschten Erfolg bescheren. Weisen Sie deshalb an prominenter Stelle in Ihrem Shop, sowie in E-Mails und vielleicht sogar “offline” in Ihrem Ladengeschäft auf Ihre Facebook Fan-Seite hin.

7. Ermutigen Sie Ihre Fans, neue Fans für Sie zu gewinnen

Ihre bereits existierenden Fans sind der Schlüssel zu neuen Fans. Jedes Mal, wenn jemand Ihr Fan wird, wird dies auch im News Feed von dessen Freunden angezeigt. Je mehr Fans Sie also bekommen, desto mehr potentielle Fans nehmen Ihre Fan-Seite und damit Ihren Shop und Ihre Marke wahr. Versuchen Sie es einmal mit folgender Strategie: Bitten Sie Ihre Fans darum, Ihren Freunden vorzuschlagen, Ihr Fan zu werden. Belohnen Sie Fans mit einem Gutschein für Ihren Shop, wenn durch diese besonders viele Facebook-User zu Ihren Fans werden.

8. Begrüßen Sie auch negatives Feedback

Viele Firmen rühmen sich Ihres guten Services. Hier ist ein Weg, wie Sie dies auch beweisen können: Wie könnten Sie Ihren guten Kundenservice besser unter Beweis stellen als Kritikern auf Ihrer Fan-Seite öffentlich Rede und Antwort zu stehen?

Wahrscheinlich werden Sie sogar die Erfahrung machen, dass Sie von treuen Kunden verteidigt werden, wenn es einmal Kritik hageln sollte. Deswegen heißt es auch “Fan-Seite”!

9. Nutzen Sie bei Updates eine persönliche Ansprache

Wenn Sie ein Update für Ihre Fans posten, versuchen Sie es mit einer persönlichen Ansprache. Kopieren Sie nicht einfach eine Pressemitteilung, die Ihre PR Abteilung oder PR Agentur gerade veröffentlicht hat. Wenn Sie also beispielsweise gerade ein Relaunch oder Update gemacht haben, schreiben Sie nicht nur "Relaunch der Firma XYZ", sondern "Wir haben gerade ein Redesign durchgeführt und freuen uns über Ihr Feedback! Schreiben Sie doch einen Kommentar" oder "Ihre Meinung ist uns wichtig! – Schreiben Sie einen Kommentar zu unserem Redesign".

10. Individualisieren Sie Ihr Fan-Page Profil

Die Grundversion einer Facebook Fan-Seite lässt die meisten Herzen wohl nicht wirklich höher schlagen. Aber auch für dieses Problem existiert ein "App", das eine Lösung bietet. Für die Individualisierung einer Facebook Fan-Seite braucht man auch kein begnadeter Programmierer zu sein. Das beliebte "Static FBML App" lässt Sie einfach Boxen und Tabellen in Ihr Facebook-Profil einfügen, die HTML-Code und Grafiken enthalten.

Wenn Sie etwas mehr Zeit investieren wollen, gibt es Custom-Apps, die noch weitaus mehr Möglichkeiten bieten. Best Buy hat ein sehr einfach zu bedienendes App entwickelt, mit dem Fans Erfahrungsberichte und Empfehlungen zu bereits gekauften Produkten aus Ihrem Netzwerk empfangen können. Dadurch wurde ein interessantes virales Marketingtool – kombiniert mit einem Produktforschungstool – erschaffen.

Bonus-Tipp: Wählen Sie eine gute URL!

Sobald Sie 25 Fans gesammelt haben, können Sie eine kurze URL ("Vanity-URL") bei Facebook beantragen, z.B. facebook.com/shopbetreiber. Dazu gehen Sie einfach auf facebook.com/username und folgen den Anweisungen. Aber Achtung: ein Name kann später nicht mehr geändert werden.

Deutsche Online-Shops mit eigener Facebook Fan-Seite

In einem eigenen Blogbeitrag haben wir dank Ihrer Mithilfe bereits eine Vielzahl von Fan-Seiten deutscher Online-Shops zusammen getragen. Hier finden Sie die Liste deutscher Facebook Fan-Seiten von Online-Shops:

Haben Sie selbst schon eine Shop-Fan-Seite gesehen? Oder haben Sie eine eigene? Dann schreiben Sie den Link doch einfach weiter unten in einen Kommentar. Wir werden die Liste dann ergänzen und bedanken uns dadurch, dass wir auch zu Ihrem Fan werden. Vielen Dank!