



Facebook als Kommunikations- und Vermarktungsinstrument für Kreative

Thomas Wagner – mi-service.de

Erfolgreich kreativ arbeiten: Erfahrungsaustausch mit Kreativen
Westfälische Hochschule Zwickau/ FB Angewandte Kunst
17.04.2013



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Thomas Wagner

Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH)

Womit beschäftige ich mich den ganzen Tag?

- Konzeptionelles Marketing / Online Marketing
- Webentwicklung
- Webanalyse
- SEO
- Social Media

Ein kurzes Interview zu mir gibt es hier:

<http://farbwolke.de/le-view-mit-thomas-wagner/>

Foto: © "iwazaru" – Fotografin: Neustil



iwazaru



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Kreatives Leipzig e.V.

Branchenverband Kreativwirtschaft Leipzig (2010 gegründet)

Ziele:

- Vernetzung von Akteuren
- Gemeinsames Sprachrohr / Stärkung des Kreativstandort Leipzig
- Förderung von Vernetzung und Austausch um Synergien und Kooperationen zu vereinfachen und fördern





Was ist Social Media?

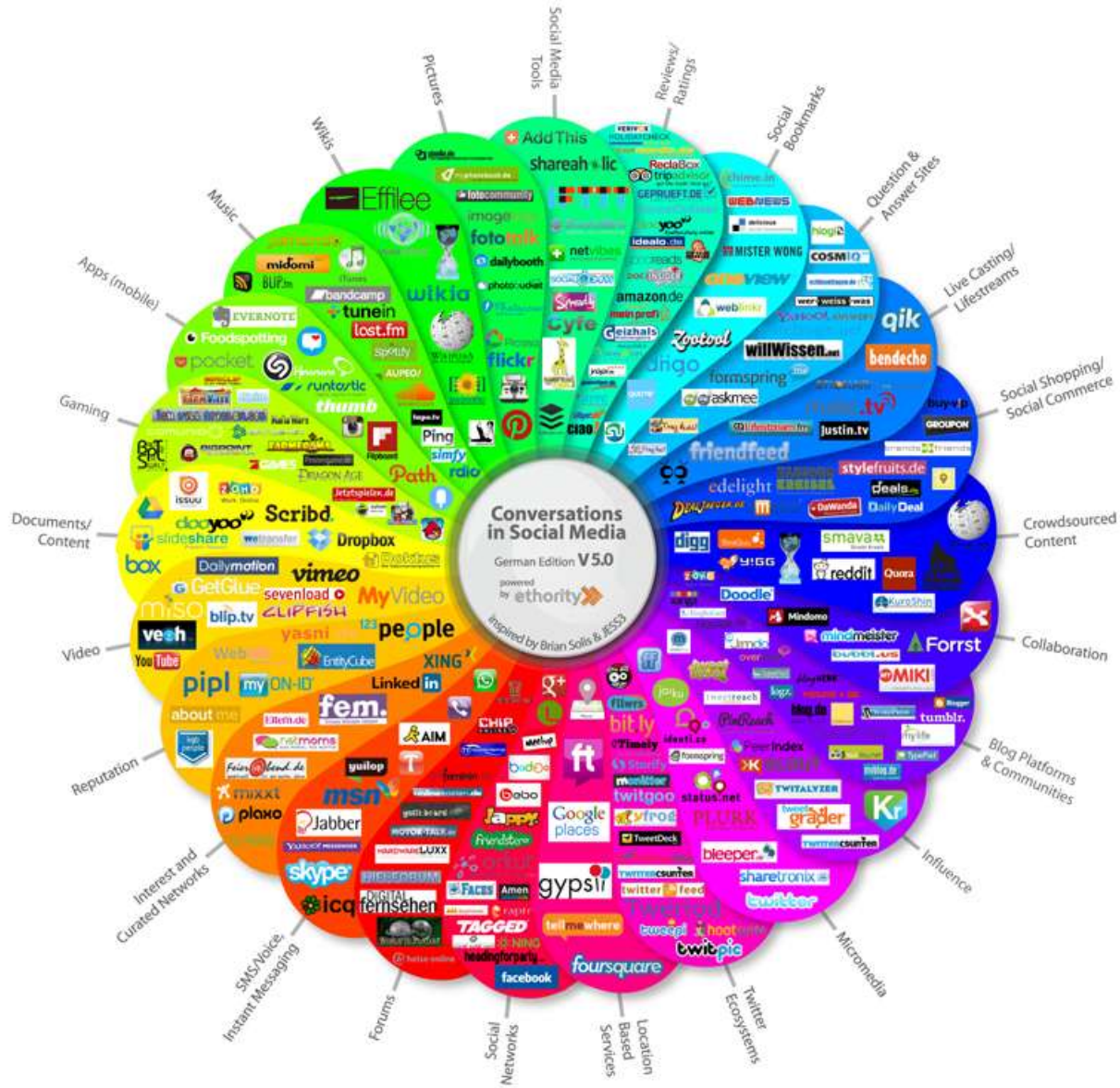
- Soziale Netzwerke
- Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen
- User Generated Content
- basierend auf Web2.0

Vom **Monolog** (one to many) zu **Social-Media-Dialogue** (many to many)

Ausprägungen

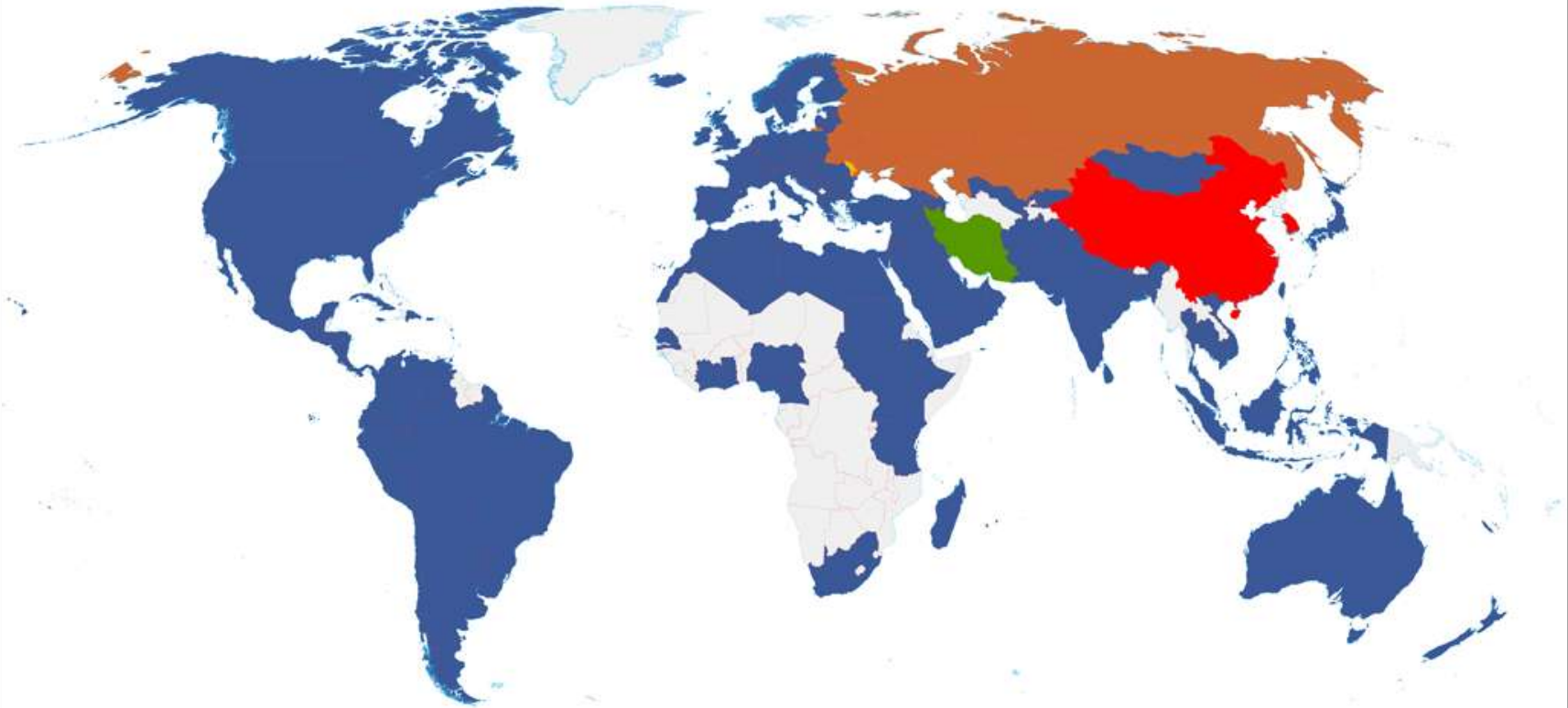
- Kommunikation (blogs, microblogging, soziale netzwerke)
- Kollaboration (wikis, social bookmarking, bewertungsportale)
- Multimedia (foto-, audio-, videosharing)





WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2012



Facebook QZone V Kontakte Odnoklassniki Cloob

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

sources: Alexa

<http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

Mitglied Kreatives Leipzig e.V.





Warum ist Präsenz im Internet so wichtig? Nutzerzahlen Internet - Deutschland*

74% aller Deutschen über 18 sind online.

Altersgruppe 18 – 24 : 99%

Altersgruppe 25 – 39 : 96%

Altersgruppe 40 – 49 : 91%

Altersgruppe 50 – 59 : 78%

Altersgruppe 60+ : 40%

*Forschungsgruppe Wahlen / Internet-Strukturdaten IV. Quartal 2010





Alle auf Facebook?

Nutzerzahlen*

Facebook selbst spricht von Schätzungen und nicht von genauen Werten.

Ein aktiver Nutzer ist ein Facebook Nutzer der sich innerhalb der letzten 30 Tage mindestens einmal auf Facebook eingeloggt hat.





Facebook Nutzerzahlen - Deutschland*

24.902.300

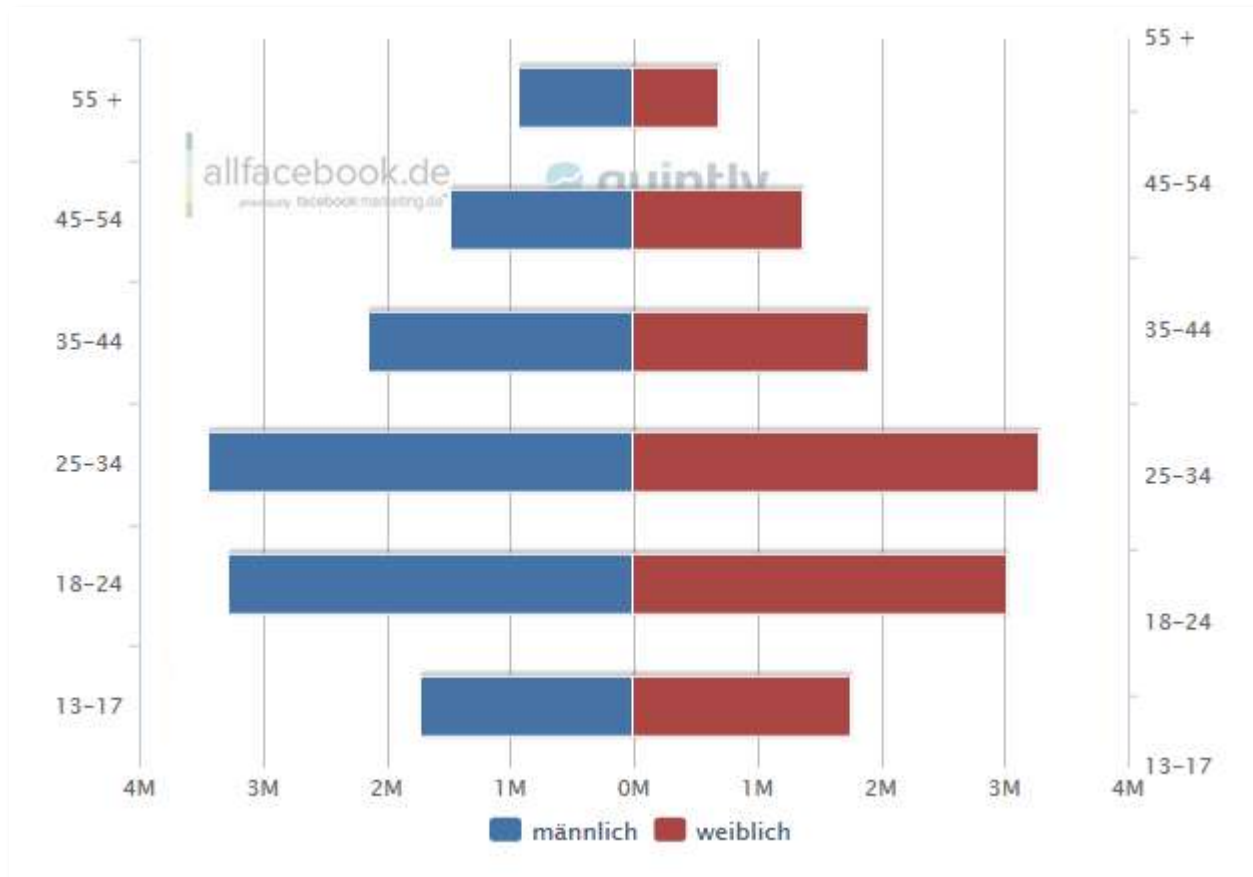
Hauptnutzergruppe: 18 – 34 Jahre

Männliche / Weiblich: ca. 50 : 50

Ca. 30% aller Deutschen sind in Facebook!

Datenbasis: Facebook Ads Tool
Letzte Aktualisierung: 15.04.2013





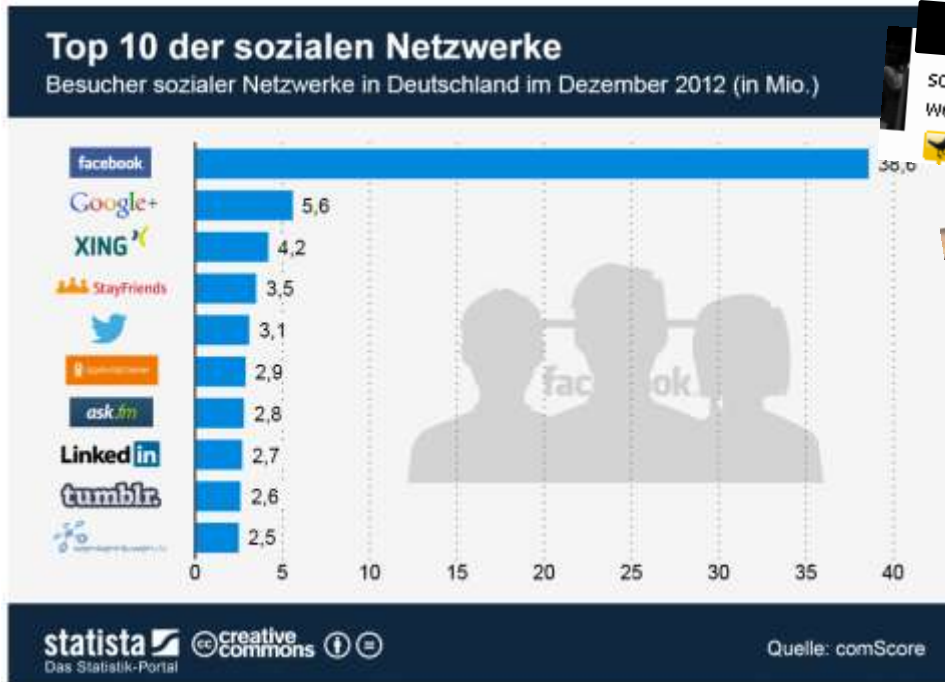
<http://www.allfacebook.de/userdata/deutschland>



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Facebook Und die anderen Sozialen Netzwerke?



*Quelle: <http://de.statista.com> | Dezember 2012



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



facebook

December 2019



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.

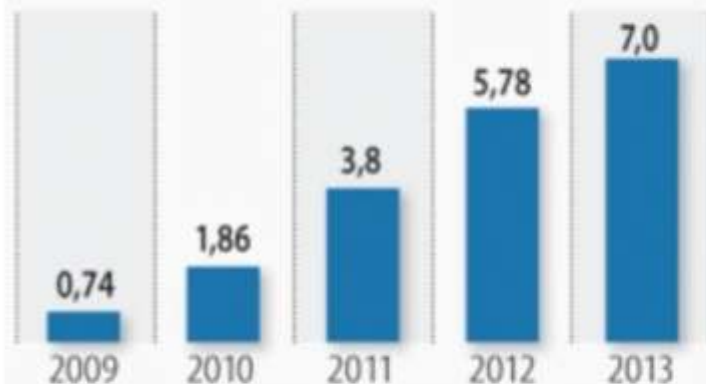


Werbeeinahmen!?

Es geht ums Geld verdienen

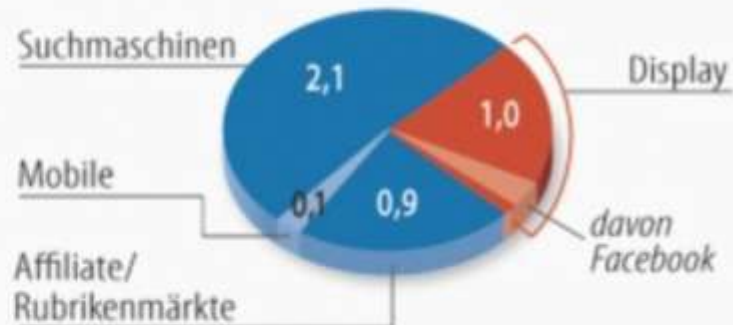
Werbung auf Facebook

Globaler Werbeumsatz (in Milliarden Dollar)



Unternehmen mit hohem Facebook-Werbeanteil

Anteil am deutschen Online-Werbemarkt (in Milliarden Euro)



Facebook-Anteil der größten Display-Werber (in Prozent)



*Quelle <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/der-facebook-boersengang/facebook-die-werbe-erloese-11740230.html>





Facebook Profil oder Fanseite?

Nutzungsbedingungen Facebook

Kurz und knapp

Es gibt keine Facebook Profile für kommerzielle Nutzung!

Verpflichtungen mit Anlegen eines Nutzer-Profiles:

Facebook-Nutzer geben ihre wahren Namen und Daten an.

Persönliches Profil nicht zu kommerziellen Nutzen verwenden.

Deine Kontaktinformationen sind korrekt.

Jedes Profil darf nur von einer Person verwendet werden.

Das Einrichten mehrerer Konten ist untersagt.





Facebook

Nutzungsbedingungen Facebook

Kurz und knapp

Verpflichtungen mit Anlegen eines Nutzer-Profiles:

Facebook-Nutzer geben ihre wahren Namen und Daten an.

Persönliches Profil nicht zu kommerziellen Nutzen verwenden.

Deine Kontaktinformationen sind korrekt.

Jedes Profil darf nur von einer Person verwendet werden.

Das Einrichten mehrerer Konten ist untersagt.





Facebook Profil (für Personen)

VORTEILE

Ausgelegt für persönliche Kontakte
Trennung von privat und geschäftlich
Kommentieren auf andern Seiten ist möglich
Datenschutz und Zugänglichkeit einstellbar

NACHTEILE

Nur „echte“ Personen erlaubt
Keine kommerzielle Nutzung
Maximal 5.000 Freunde
Keine Statistiken.





Facebook Profil (für Personen)

Was kann passieren, wenn ich es als Firma nutze?

melden und/oder blockieren

Du bist dabei eine Verletzung unserer [Nutzungsbedingungen](#) zu melden. **Alle Meldungen sind streng vertraulich.**

Wenn du jemanden wegen einer unangemessenen Gruppe, Nachricht, eines unangemessenen Beitrags usw. meldest, dann verwende dafür bitte den „Melden“-Link auf der Seite, auf der sich der betreffende Inhalt befindet.

Diese Person blockieren

Wenn du jemanden blockierst, kann derjenige dich weder mithilfe der Facebook-Suche finden, noch dein Profil sehen oder mit dir auf Facebook in Kontakt treten (z.B. durch Pinnwandeinträge, Anstupsen, usw.). Jegliche Verbindung, die du mit einer Person, die du blockierst, derzeit auf Facebook hast, wird unterbrochen (zum Beispiel Freundschaft, Beziehungsstatus, usw.). Beachte, dass das Blockieren einer Person wahrscheinlich nicht jedwede Kommunikation und Interaktion innerhalb Anwendungen Dritter verhindert und sich nicht auf andere Bereiche des Internets erstreckt.

Diese Person melden

Grund: (Pflichtfeld)

Berichtart: (Pflichtfeld)

Ist dies dein geistiges Eigentum?

Wenn mehrere Meldungen zu einem Benutzer an Facebook eingehen, wird das Profil blockiert.

Ist mit dem gesperrten Profil eine Fanpage verknüpft, kann auch diese entsprechend gesperrt werden.





Wie kommerzielle Nutzung?

Ads, Fanpage

Ads

Facebook Ads sind Werbeanzeigen, ähnlich Google AdWords, die gegen Entgelt innerhalb von Facebook platziert werden können.

Fanpage

Eine Fanpage besteht aus einer Pinnwand, Info-Seite, Fotos, Links, Rezensionen und Diskussionen. Je nach Einsatz können einzelne Reiter entfernt oder zusätzliche Reiter mit individuellen Inhalten oder Applikationen erstellt werden.





Fanpage

The screenshot shows the Facebook profile for 'Kreatives Leipzig'. The profile picture is a red coat of arms. The cover photo features a stylized black and red graphic of a shirt and tie. The page name is 'Kreatives Leipzig' with 3,304 likes and 85 people talking about it. The bio identifies it as a community organization for the Leipzig creative economy. Navigation tabs include Info, Fotos, 'Gefällt mir'-Angaben, Veranstaltungen, and PDF. A post from 'Kreatives Leipzig' is visible, along with a list of 99 friends and a feed of posts from other users like Michael Engel and Frank Trip-Tea.



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Facebook Fanpage

Unternehmen, Verein, Künstler, etc.

VORTEILE

Mehrere Administratoren möglich

Statistikfunktionen

Keine Begrenzung der Fans (im Gegensatz zu Freunden)

Weiterempfehlungsmöglichkeiten für Fans

Immer öffentlich (von Suchmaschinen durchsuchbar)

Einbindungen von Apps / Statischen Seiten auf der Seite

Keine Bestätigung von „Gefällt mir“ nötig





Wichtige Links:

<https://www.facebook.com/>

Startseite über HTTPS

<https://www.facebook.com/pages/create.php>

Fanseite erstellen

<https://www.facebook.com/?sk=pages>

Übersicht über alle eigenen Pages

<https://www.facebook.com/insights/>

Statistiken

<https://developers.facebook.com/>

Seite für Entwickler





Bevor wir über Kommunikation reden... ...reden wir über Rechte

Was ist alles zu beachten?

Deutsches Recht (Urheberrecht, Markenrecht, Wettbewerbsrecht und Datenschutzrecht, Persönlichkeitsrecht)

Facebook Richtlinien (Nutzungsregeln, Werberichtlinien, Seitenrichtlinien, Richtlinien für Promotions)





Bevor wir über Kommunikation reden... ...reden wir über Rechte

Die Folgen?

Abmahnungen

Klagen

Bußgeldern

Facebooksanktionen

Investitionsverlust

Imageverlust





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln I

Kommerzielle Kommunikation muss für Verbraucher erkennbar sein.

(§ 6 TMG)

Kommerzielle Kommunikation darf nicht verschleiert werden.

(§4 UWG)

Persönliches Profil nicht für kommerziellen Nutzern verwenden.

(FB 4.4)

Nur ein persönliches Profil erlaubt.

(FB 4.2)

Keine falschen persönlichen Informationen erlaubt oder Profil im Namen eines Dritten.

(FB 4.2)

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln II

Seitenname

Verwendung fremder Marken als Seitenname verboten.

(§ 14 MarkenG)

Unbefugtes Nutzen fremder Identitäten, Organisationen, etc.

(§ 12 BGB)

Weiterhin nicht erlaubt:

Sonderzeichen, NUR GROSSBUCHSTABEN, Slogans, Qualifikationen,
Gattungs- und Kategoriebezeichnungen

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln III

Impressum

Impressumpflicht für Fanpage
(§ 5 TMG, § 55 RSt)

„Das Impressum muss leicht erkennbar,
unmittelbar erreichbar und
ständig verfügbar sein.“
(Bundesgerichtshof)



*Es erfolgt keine Rechtsberatung.



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln IV

Grafik, Bilder, Fotos

Urheberschutz gilt!

(§§2, 3 ,4 , 72, 19a UrhG)

Abbildung von Einzelpersonen geschützt.

(§§ 22,23 KunsturhG)

„Du wirst keine Inhalte posten, die: verabscheuungswürdig, bedrohlich oder pornografisch sind, zu Gewalt auffordern oder Nacktheit oder Gewalt enthalten.“

(FB 3.7)

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln IV

Grafik, Bilder, Fotos

Frage Dich immer:

Ist der Urheber mit der Nutzung einverstanden?

Habe ich ausreichende Nutzungsrechte?

Ist die abgebildete Person mit der Veröffentlichung einverstanden?

(Recht am eigenen Bild, Person der Zeitgeschichte, Beiwerk, Teil einer Zusammenkunft)

Verstoße ich gegen Regeln von Facebook?

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln V Texten, Videos, Musik

Urheberschutz gilt!

(§ 2 UrhG, §19 UrHG, §73ff, §85ff UrhG)

Abbildung von Einzelpersonen geschützt.

(§§ 22,23 KunsturhG)

„Du wirst keine Inhalte posten, die: verabscheuungswürdig, bedrohlich oder pornografisch sind, zu Gewalt auffordern oder Nacktheit oder Gewalt enthalten.“

(FB 3.7)

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln V Texte

Bei Texten gilt die individuelle Schöpfungshöhe. Es kommt nicht auf Inhalt oder Fakten an.

Pressemitteilungen (sachliche Sprache) sind oft nicht vom Urheberrecht geschützt.

Im Zweifel aber immer von einem Schutz ausgehen. Dann nur auf Basis von kurzen Zitaten arbeiten.

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln V Videos

Videos sind wie Bilder zu behandeln.

Das Nutzen von YouTube, MyVideo senkt das Risiko von Abmahnungen.

Verzicht auf offensichtlich Rechtswidriger Inhalte.

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln V Musik

Apps ermöglichen das Einbinden von Musik

Bei Musik reicht oft schon eine Tonfolge für den Schutz im Sinne des Urheberrechtes. Zusätzlich greift hier das Leistungsschutzrecht.

Alternative: Musik unter Creative Commons Lizenz.

ACHTUNG: Auch bei der eigenen Musik darauf achten!

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VI Mobbing, üble Nachrede, Konkurrenz

Facebook unterliegt dem Wettbewerbsrecht!

Tatsachen müssen richtig und beweisbar sein.
(Üble Nachrede §186 StGB, Verleumdung §187 StGB)

Beleidigung, Schmähungen, Verunglimpfung von Personen, Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen sind strafbewehrt oder wettbewerbswidrig.
(§185 StGB, §823 BGB, §4 UWG)

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VI Mobbing, üble Nachrede, Konkurrenz

Tipp: Arbeiten sie mit „Meinen“ statt „Behaupten“

Aber auch hier die Grenzen zur Schmähung und Beleidigung beachten.
Begründung einer Meinung sollte immer erfolgen.

„Das Essen im Restaurant XYZ ist verdorben.“ (Beweisbarkeit?)

„Das Essen im Restaurant schmeckt mir zum kotzen.“ (Schmähung)

Besser:

„Das Essen im Restaurant XYZ schmeckte mir nicht,
geschmacklich sogar leicht verdorben“.

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VII Gewinnspiele

Hier gelten die Regeln von Facebook!

(https://www.facebook.com/page_guidelines.php)

Gewinnspiele gegen Entgelt sind nur mit staatlicher Genehmigung möglich. (Glücksspiel, § 284 StGB)

Der Gewinn darf nicht an einen Verkauf gekoppelt werden.
(§§3, 4 UWG)

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VII Gewinnspiele

Gewinnspiel/ Promotion in eigener App. Keine Interaktion außerhalb der App.

Interaktion über Facebookfeatures (Klick, Like, Share) nicht erlaubt.

Das beschränken auf Fans einer Seite ist erlaubt (Fangate).

Gewinnspielbenachrichtigungen ausschließlich außerhalb Facebook.

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VII Gewinnspiele

Weiter Regeln kurz und knapp:

Nur Personen über 18. Ausschluss von Ländern mit anderen gesetzlichen Regelungen. Promotion darf nicht für z.B. Tabak, Waffen, etc. sein. Gewinn darf kein Alkohol sein. Freistellung von Facebook ist Pflicht.

Ziel:

Eindämmung von Haftungsrisiken

Eindämmung von SPAM

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VII Gewinnspiele

Weiter Regeln kurz und knapp:

Nur Personen über 18. Ausschluss von Ländern mit anderen gesetzlichen Regelungen. Promotion darf nicht für z.B. Tabak, Waffen, etc. sein. Gewinn darf kein Alkohol sein. Freistellung von Facebook ist Pflicht.

Ziel:

Eindämmung von Haftungsrisiken

Eindämmung von SPAM

*Es erfolgt keine Rechtsberatung.





Gesetzliche Vorgaben* | Facebookregeln VIII

Direktmarketing

Direktmarketing nur mit Zustimmung des Empfängers. Ausdrückliche Einwilligung und Aufklärung über Art und Häufigkeit der Werbung.
(§ 7 UWG, § 4a BDSG, § 13 Abs.2 TMG)

Erlaubt ist ein Kontakt „im Rahmen einer bestehenden Geschäftsbeziehung“.

Lösung: Keine werbenden Nachrichten direkt an Facebookuser schicken.



*Es erfolgt keine Rechtsberatung.



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Das muss jetzt reichen.

Wir wollen ja noch kommunizieren
und Spaß haben.





Kommunikation Beispiele – Gut oder schlecht?

 Lidl
March 19 · 🌐

Hier eine kleine Herausforderung am Morgen :-)

Viel Spaß!

CrüBe, Jessica

**WETTEN, DASS...
ES NIEMAND SCHAFFT
20 KOMMENTARE**
HINTEREINANDER ZU POSTEN,
OHNE DASS EIN ANDERER
DAZWISCHEN POSTET?!





Like · Comment · Share 130

👍 876 people like this.

💬 View previous comments 2 of 6,586





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Kein Inhalt. Keine zu vermittelnde Botschaft.

Einziges Ziel ist künstliche Reichweite. Diese wird aber **AUSSCHLIESSLICH** für diesen Beitrag erreicht.

Nachfolgende Beiträge haben wieder Kommentarzahlen deutlich unter 100.





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?

Help us raise money for
Westmead Children's Hospital

Lindt Will
Donate **\$1**
For Every
Comment



Like Comment

Lindt Australia
We're getting closer! Dedicate a moment of your day to helping us raise money for a great cause. Comment below and tell us what you love most about the Lindt GOLD BUNNY before midnight on Thursday March 28th, and we'll donate \$1 to the Westmead Children's Hospital for every comment. — with Veronica Ruth Bascunan.

Like · Comment · Share · Yesterday

👍 1,999 people like this.

🗨️ 741 shares

📄 View previous comments 50 of 4,431

Album: Timeline Photos
Shared with: Public

Open Photo Viewer
Download
Report/Remove Tag





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Gute Idee. Aber auch nur künstlicher Reichweiteaufbau.

Besser? MACHEN!

Tue Gutes und berichte darüber!





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Astra Bier
Wer A sagt, muss auch STRA sagen.
about a month ago ✨

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 330 Shares

4,296 people like this.

View previous comments 50 of 57





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Markenkommunikation ohne Bild.
A STRA

Man hätte es auch für Nerds steigern können.
A STRA+A

;)





Kommunikation Beispiele – Gut oder schlecht?

 KIA MOTORS Deutschland
18 hours ago · 🌐

Jetzt seid ihr gefragt: Welches Modelljahr gefällt euch besser?

Teilen – Neuer Kia Carens
Gefällt mir – Alter Kia Carens

Neuer Carens: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: kombiniert 7,9 – 4,8; innerorts 10,6 – 5,7; außerorts 6,3 – 4,3. CO2-Emission: kombiniert 184 – 127 g/km. Nach Richtlinie 1999/94 EC.

Alter Carens: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: kombiniert: 8,4–5,7; innerorts: 11,5–6,3; außerorts: 6,6–5,3 ; CO2: kombi: 200–149



Like · Comment · Share

👍 119 people like this.

💬 View 22 more comments





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Für Umfragen gibt es extra Umfragen auf Facebook.

Es ist leichter ein Like zu geben als ein Share oder Kommentar. Somit verfälsche ich SOFORT die Daten.

Hier wurden zumindest noch Verbrauchsinformationen mit übertragen.

Ergebnis hier sogar zu Ungunsten des Neuen Fahrzeuges!





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Eakimo
March 13 · 48

Wir sind überwältigt! Ihr habt es nicht nur möglich gemacht, dass das Tschisi wieder zurück in die Eistruhen kommt, sondern auch, dass es eine unserer bisher erfolgreichsten Produkteinführungen geworden ist! Über 1,7 Millionen Stück Tschisi wurden in wenigen Tagen verkauft, eine Menge die sonst für einen ganzen Sommer reicht! Wir produzieren rund um die Uhr um euch so schnell wie möglich Nachschub zu bringen! Schon bald wird es das Tschisi wieder überall für euch zu kaufen geben, VIELEN DANK für eure Treue! :-)



Like · Comment · Share

348

5,369 people like this.

View previous comments

1 of 570



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Markenbildung.

Eingehen auf tatsächliche reale Vorgänge.

Hören auf Fans.

Reaktion auf Fans.

Und vor allem Inhalt!





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Markenbildung.

Aufgreifen aktueller Inhalte.
Arbeiten in „Echtzeit“.





Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



McDonald's Deutschland shared Patrick Luck's photo.
March 11

Das muss Liebe sein! Danke an Patrick für diesen herzlich gurrigen Beitrag. :)

Wir lieben euch auch ▼



Like · Comment · Share 62

2,938 people like this.

View previous comments

1 of 294



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Kommunikation

Beispiele – Gut oder schlecht?



Markenbildung.

Nutzen von User Generated Content.

Hier nimmt man den User mit. Das teilen fällt andern dadurch deutlich leichter.





Gute Kommunikation?

Gute Inhalte!
Richtiger Zeitpunkt!





Bilderwerk Hamburg Promotionbeispiel von Facebook.

bilderwerk Hamburg

6.471 „Gefällt mir“-Angaben · 35 sprechen darüber

Gefällt mir

Nachricht senden



Fotos

Geschenk - Gutscheine
Jetzt neu beim bilderwerk Hamburg: Wenn Ihr die tollen Motive

Notizen 1

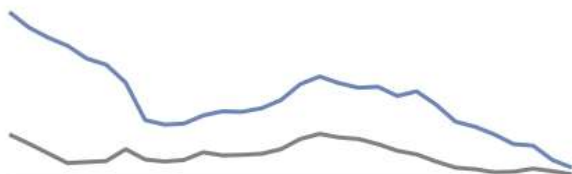


Impressum

6.471

Gefällt mir-Angaben

- Personen, die darüber sprechen
- Neue „Gefällt mir“-Angaben pro Woche



Mar 14, 2013

Apr 12, 2013



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Und damit sind wir beim TRACKING Quantität versus Qualität

Reichweite weiterhin wichtig (Fans, Likes).

Aber: Interaktion entscheidet über Sichtbarkeit.

Facebook nutzt dazu den EDGERANK.

Der Edgerank steuert die Sichtbarkeit im Newsstream der Nutzer.

Beispiel:

150 Freunde. 500 Seiten. 5 Post pro Freund/Seite.

3250 Beiträge in 24h. Knapp 2 Beiträge pro Minute.

Das passiert aber NICHT. Facebook entscheidet was wir sehen!





Der EDGE Rank

Affinität (u):

Faktor der die Beziehung zwischen Seite und Person sowie Freunden misst.

Gewicht (w):

Der Art des Inhaltes wird bewertet. Je höher die Interaktionswahrscheinlichkeit, desto höher ist der Wert.

Zeit (d): Postinghäufigkeit. Lesehäufigkeit. Interaktionszeiträume.



Quelle: DigitalOrganics.com



Mitglied Kreatives Leipzig e.V.



Facebook GraphRank



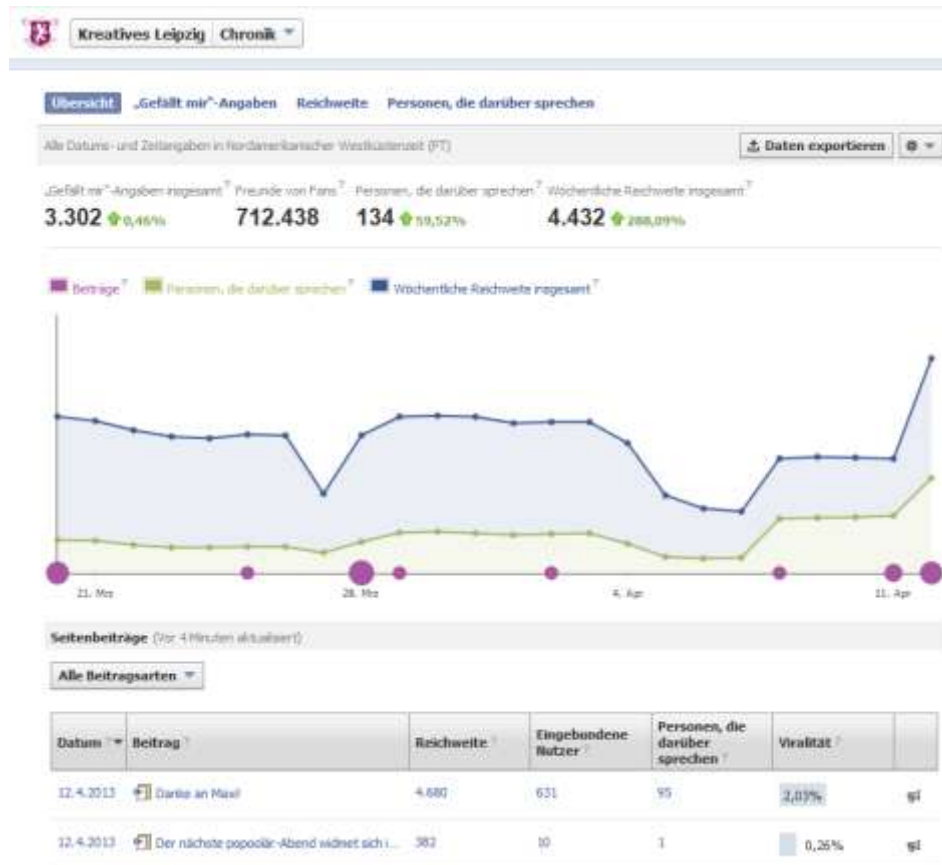
Erweiterung des EdgeRank um die persönlichen Verbindungen mit in die Wertung einfließen zu lassen.

Quelle: kommunikation-zweinull.de





Statistiken



Kennzahl
Immer der Schnitt der
letzten 7 Tage.

Entwicklung

Interaktion





Statistiken

Datum	 Kreatives Leipzig Ohne Worte.	Chronik-Fotos Band gesucht ...		
12.4.201	<small>Anfrage: Wir haben ein kleines Restaurant und suchen Musiker, die gelegentlich bei uns musizieren um bekannt zu werden. Wir können zwar keine Gage zahlen, aber wenn die Sache gut funktioniert und die Musik bei unseren Gästen gut ankommt, könnten wir an den Wochenenden auch Tanzveranstaltungen machen. Sollten Sie also daran interessiert sein, Ihre Musik bekannt zu machen, melden Sie sich bitte bei uns.</small>			
12.4.201	<small>Antwort: Wir sind Musiker und wohnen in einem ziemlich großen Haus. Wir suchen ein Restaurant, das gelegentlich bei uns Catering macht um bekannt zu werden. Bezahlen können wir nichts, aber wenn die Sache gut funktioniert und das Essen schmeckt, dann könnten wir das regelmäßig machen. Es wäre bestimmt eine gute Reklame für Ihr Restaurant. Bitte, melden Sie sich bei uns.</small>			
11.4.201	 Beitrag anzeigen			
8.4.2013	 Ohne Worte.		745	143

Anfrage:

Wir sind ein kleines Restaurant und suchen Musiker, die gelegentlich bei uns musizieren um bekannt zu werden. Wir können zwar keine Gage zahlen, aber wenn die Sache gut funktioniert und die Musik bei unseren Gästen gut ankommt, könnten wir an den Wochenenden auch Tanzveranstaltungen machen. Sollten Sie also daran interessiert sein, Ihre Musik bekannt zu machen, melden Sie sich bitte bei uns.

Antwort:

Wir sind Musiker und wohnen in einem ziemlich großen Haus. Wir suchen ein Restaurant, das gelegentlich bei uns Catering macht um bekannt zu werden. Bezahlen können wir nichts, aber wenn die Sache gut funktioniert und das Essen schmeckt, dann könnten wir das regelmäßig machen. Es wäre bestimmt eine gute Reklame für Ihr Restaurant. Bitte, melden Sie sich bei uns.





Statistiken

Datum	Beitrag	Reichweite	Eingebundene Nutzer	Personen, die darüber sprechen	Viralität
12.4.2013	Danke an Maxi!				2,03%
12.4.2013	Der nächste popoolär-Abend widmet sich i				0,26%
12.4.2013	Kreatives Leipzig hat einer Veranstaltung				3,11%
11.4.2013	Falls sich jemand wundert, wieso unsere ..				0,3%
8.4.2013	Ohne Worte.	745	143	74	9,93%



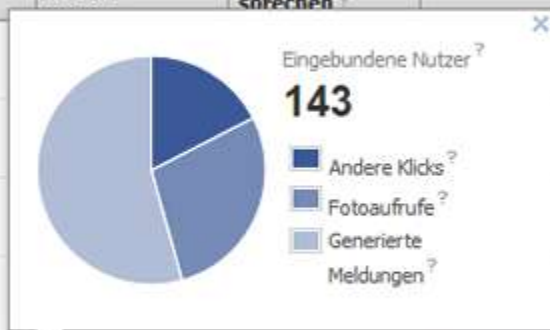
Werte für max. 28 Tage. Danach wird nicht weiter gezählt.





Statistiken

Datum ?	Beitrag ?	Reichweite ?	Eingebundene Nutzer ?	Personen, die darüber sprechen ?	Viralität ?
12.4.2013	Danke an Maxi!	4.680			
12.4.2013	Der nächste popoolär-Abend widmet sich i...	382			
12.4.2013	Kreatives Leipzig hat einer Veranstaltung ...	257			
11.4.2013	Falls sich jemand wundert, wieso unsere ...	1.678			
8.4.2013	Ohne Worte.	745	<u>143</u>	74	9,93%





Statistiken

Datum ?	Beitrag ?	Reichweite ?	Eingebundene Nutzer ?	Personen, die darüber	Viralität ?
12.4.2013	Danke an Maxi!	4.680	631		
12.4.2013	Der nächste popoolär-Abend widmet sich i...	382	10		
12.4.2013	Kreatives Leipzig hat einer Veranstaltung ...	257	11		
11.4.2013	Falls sich jemand wundert, wieso unsere ...	1.678	77		
8.4.2013	Ohne Worte.	745	143	74	9,93%





Und was haben wir heute alles NICHT besprochen?

Shitstorm, Memes, Umgang mit Freundschaftsanfragen, Fankauf, Werben auf Facebook, Interaktionskauf, Werbepsychologie (4-Ohren-Prinzip, Maslow, Trends, Nervt facebook?, Muss ich bei facebook sein? Hoaxes, Betrug, KatzenContent, Harlem-Shake, Linkbait, Freunde, Fans, Bekannte, Listen, Umfragen, Gruppen, Veranstaltungen, Local Places, Foto, Video, Lebensereignisse, Aktivitätenprotokoll, ... ,

Falls wir jetzt noch Zeit haben, pickt Euch was raus!

Unbedingt lesen:

<http://www.sinnundverstand.net/2013/04/10/facebook-nervt-kein-wunder/>





Geschafft!

Noch Fragen? Ich stehe gerne zur Verfügung.

Ich danke für die Aufmerksamkeit. Gerne beantworte ich Fragen in der großen Runde oder in einem persönlichen Gespräch.

Wer erst morgen Fragen hat:

wagner@mi-service.de

mi-service.de

twitter.com/miservice

facebook.de/ThomasWagnerLeipzig

