

HOW-TO SOCIAL MEDIA

Facebook

INHALTSVERZEICHNIS

1. WAS IST FACEBOOK?	2
2. ERSTELLUNG EINES ACCOUNTS / PROFILS	2
3. EIN UNTERNEHMENSPROFIL ERSTELLEN	2
4. IMPRESSUM	3
5. FACHBEGRIFFE	3
5.1. PINNWAND.....	3
5.2. GEFÄLLT MIR, KOMMENTIEREN UND TEILEN	3
5.3. STORY.....	3
5.4. FACEBOOK-GRUPPEN.....	4
5.5. MESSENGER	4
6. DIE BUSINESS-SUITE	5
7. ANLEITUNG ANHAND VON BILDERN (<i>DESKTOP VERSION</i>)	6
8. ANLEITUNG ANHAND VON BILDERN (<i>APP VERSION</i>)	7
9. WERBEANZEIGEN SCHALTEN	9

1. WAS IST FACEBOOK?

Facebook ist mit 2,74 Milliarden aktiven Nutzer:innen pro Monat (Stand: Januar 2021) die bekannteste und meistgenutzte Social Media Plattform weltweit

(<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>).

Auf dieser Plattform ist man mit anderen Nutzer:innen über das Netzwerk befreundet und kann so Kontakt mit Bekannten, Familienmitgliedern und Freunden halten. Die „Messenger“-Funktion, bietet die Möglichkeit, private Direktnachrichten zu schreiben oder auch Fotos und Videos zu verschicken und Inhalte zu teilen. Inhalte können auch über die Startseite oder eigene Pinnwand geteilt werden. Andere Nutzer:innen sehen die Beiträge und können darauf reagieren.

Doch Facebook kann nicht nur für den privaten Gebrauch genutzt werden. Es eignet sich auch, um Unternehmensprofile oder -Seiten zu erstellen. Anders als andere Social Media Netzwerke, funktioniert Facebook über eine App sowie über die gängigen Internet-Browser.

Für viele Zwecke, wie z. B. dem Schalten von Werbeanzeigen oder der Verwaltung von Seiten, wird die Desktop Version von Facebook benötigt. Dort sind mehr Möglichkeiten einsehbar: <https://de-de.facebook.com/>.

Beachten Sie, dass Sie für Ihr Unternehmensprofil auf Facebook eine andere App benötigen, als die normale Facebook App (weitere Informationen unter Punkt 3 + 6).

2. ERSTELLUNG EINES ACCOUNTS / PROFILS

Um ein Profil bei Facebook zu erstellen, können Sie entweder die App oder die Website nutzen. Klicken Sie auf „Neues Konto erstellen“ und folgen Sie den Anweisungen. Hierfür benötigt Facebook zunächst Ihren Namen, eine Handynummer oder E-Mail-Adresse sowie ein Passwort. Außerdem müssen Sie noch Ihr Geburtsdatum sowie Ihr Geschlecht angeben.

3. EIN UNTERNEHMENSPROFIL ERSTELLEN

Voraussetzung hierfür ist, dass Sie ein persönliches Profil auf Facebook besitzen. Das Unternehmensprofil ist an Ihr Profil gebunden, aber Sie können auch Kolleg:innen als Administratoren der Unternehmensseite hinzufügen, damit diese Zugriff auf alle Funktionen der Unternehmensseite erhalten (z. B. Beiträge erstellen und hochladen, Seite

Verwalten, Werbeanzeigen schalten). Keine Sorge: als Außenstehender kann man nicht einsehen, welches Profil das Unternehmensprofil betreibt. Das ist nur für den Profilbetreiber selbst einsehbar.

Wichtig: Das Profil auf Facebook ist auch Voraussetzung für das „Business Profil“ auf Instagram, denn diese werden miteinander verbunden. Weitere Informationen hierzu finden Sie in unserer „How-to-Social-Media“-Anleitung für Instagram.

4. IMPRESSUM

Der hier aufgeführte Punkt steht zwar am Ende der Einführung, ist aber einer der wichtigsten Elemente Ihres Social Media Auftritts. Es besteht bei allen Kanälen, so auch bei Facebook, eine Impressumspflicht. Das bedeutet, dass die Nutzer:innen mit zwei Klicks von Ihrem Profil auf Ihr Impressum gelangen müssen. Dafür können Sie einfach Ihre Website mit dem Impressum verlinken.

5. FACHBEGRIFFE

Vorab wollen wir Ihnen einige Fachbegriffe für Facebook erläutern. Nachfolgend finden Sie diese Begriffe mit einer Anleitung anhand von Bildern als Hilfestellung.

5.1. PINNWAND

Die Pinnwand auf Facebook ist Teil Ihres Profils (ähnlich wie der Feed auf Instagram). Dort können Sie Beiträge verfassen oder Inhalte teilen. Um dort etwas hinzuzufügen, kann man entweder auf der Startseite oder über das eigene Profil unter „Was machst du gerade?“ Texte, Bilder oder auch Videos und Links hochladen.

5.2. GEFÄLLT MIR, KOMMENTIEREN UND TEILEN

Mit *Gefällt mir*-Angaben, wird anderen Nutzer:innen gezeigt, wie man Beiträge findet. Man kann also Reaktionen abgeben, z. B. mit einem lachenden, weinenden oder wütenden Smiley. *Gefällt mir*-Angaben bei Beiträgen werden auch Likes genannt. Darüber hinaus kann man diese Beiträge oder Videos auch kommentieren oder teilen. Wenn man diese teilt, kann man dies auf der eigenen Pinnwand tun, als Nachricht über den Messenger schicken oder in seiner Story hinzufügen.

5.3. STORY

Eine Story ist eine Art Beitrag, der nicht im eigenen Feed oder auf der eigenen Pinnwand sichtbar ist. Sie wird angezeigt, wenn man auf das Profilbild von einem Account klickt. Diese Beiträge sind nur für 24 Stunden sichtbar. Eine Story ist in den meisten Fällen 15 Sekunden lang. Man sollte beachten, dass Fotos für Stories ein bestimmtes Format haben

sollten, damit diese auf allen Handys richtig angezeigt werden (1:91, 1080 x 1920 Pixel), Bilder im Querformat sind hier eher ungeeignet.

5.4. FACEBOOK-GRUPPEN

Auf Facebook gibt es unzählige Gruppen, in denen die unterschiedlichsten Interessen vertreten sind, wie z. B. Ausbildung, bestimmte Standorte / Städte, Hobbies. Dort treffen Menschen mit ähnlichen Interessen aufeinander und können bestimmte Themen diskutieren oder sich austauschen. Diese Gruppen können entweder öffentlich oder privat sein. Wenn eine private Einstellung vorliegt, muss man vor der Aufnahme eine Anfrage auf Beitritt stellen. Wenn diese von Administrator:innen der Gruppe akzeptiert wird, kann man der Gruppe beitreten.

5.5. MESSENGER

Der Messenger das Instrument bei Facebook, mit dem private Nachrichten verschickt werden können. Diese Nachrichten sind nicht für andere Nutzer einsehbar. Hier können Sie entweder mit einem Ihrer Facebook-Freunde chatten oder auch eine Gruppe kreieren, in der mehrere Nutzer:innen sind.

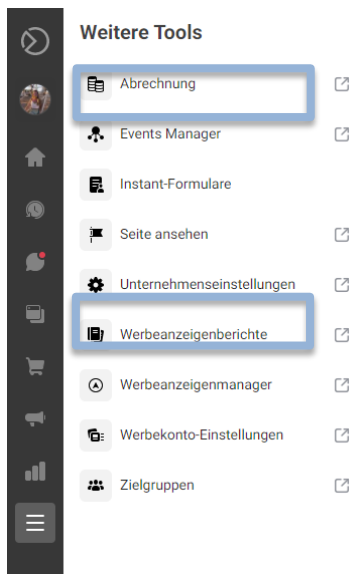
Falls Sie eine Facebook-Seite als Unternehmensprofil betreiben, können Sie über den Messenger mit Ihren Kund:innen in Kontakt treten. Oft wird diese Funktion genutzt, um Fragen zu stellen.

Sollten Sie noch Fragen haben, nutzen Sie bitte folgenden Link, der Sie direkt zum Hilfebereich von Facebook führt: https://www.facebook.com/help/?helpref=hc_global_navi/

6. DIE BUSINESS-SUITE

Mit der Business-Suite können Sie Ihr Unternehmensprofil verwalten. Dort finden Sie die **Insights** (Statistiken zu Reichweite, Zielgruppe usw.) zu Ihrem Profil, Ihren Beiträgen und Anzeigenschaltungen.

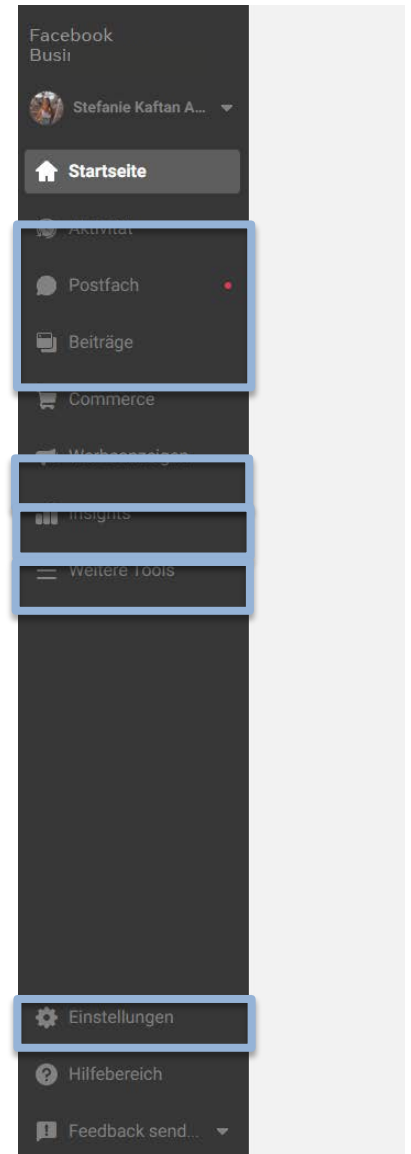
Wenn Sie auf den Punkt **Werbeanzeigen** gehen, werden Sie zum Werbeanzeigemanager weitergeleitet. Dort können Sie Werbeanzeigen schalten, auch für Ihre Instagram Beiträge. Über den Punkt **Einstellungen**- (rechts unten), können Sie weitere Personen als **Administrator:innen** für Ihre Seite benennen sowie die Personen sehen, die bereits Zugang zu Ihrer Seite haben.



Bei **Weitere Tools** (links) finden Sie die Abrechnungs-Funktion mit Rechnungen für geschaltete Werbung. Über dieses Menü können Sie auch Ihre **Unternehmens-Einstellungen** finden und verwalten.

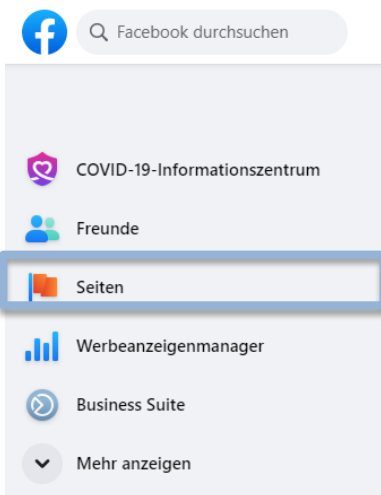
Bitte beachten: Diese Screenshots sind aus der Desktop-Version, denn über die App ist es nicht möglich, alle Aktionen der Business Suite vorzunehmen. Hier gibt es noch weitere Tipps zur Business Suite:

<https://business.facebook.com/help/?ref=pf>



7. ANLEITUNG ANHAND VON BILDERN (DESKTOP VERSION)

Um auf Ihr Unternehmensprofil zuzugreifen, loggen Sie sich über Ihren privaten Account ein. Auf der Startseite sollten Sie folgende Menüpunkte auf der linken Seite sehen:

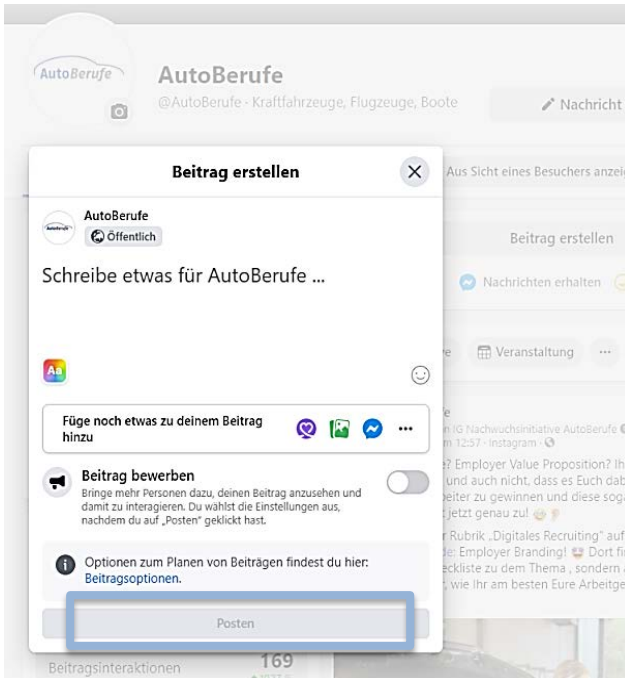


Klicken Sie dort auf den Unterpunkt **Seiten**. Darunter finden Sie die **Business-Suite**, den **Werbeanzeigenmanager** und das **Creator Studio**.

Nach dem Sie auf **Seiten** geklickt haben, öffnet sich ein weiteres Fenster. Sie sind nun auf Ihrer Unternehmensseite und können von dort aus alles verwalten sowie Beiträge erstellen und teilen. Hierfür klicken Sie auf **Beitrag erstellen**.

Über den **Hervorheben**-Punkt können Sie ebenfalls Werbeanzeigen schalten.

Wenn Sie auf **Beitrag erstellen** geklickt haben, öffnet sich folgendes Fenster.



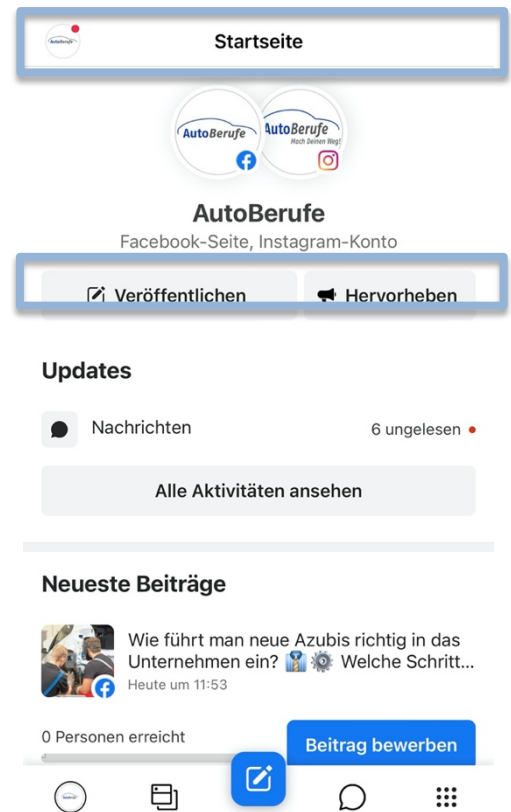
Hier setzen Sie Ihren Text ein und haben nun die Möglichkeit, Elemente auszuwählen, die Sie hinzufügen möchten (z. B. Fotos, ein Video oder den Standort). Aus diesem Fenster heraus können Sie diesen Beitrag direkt bewerben, d. h. als Werbeanzeige schalten.

Nachdem Sie fertig mit dem Verfassen Ihres neuen Beitrages sind, klicken Sie unten auf **posten**.

8. ANLEITUNG ANHAND VON BILDERN (APP VERSION)

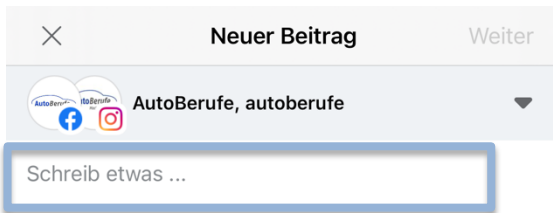
Eine Anmerkung zu Beginn: Diese Version benötigen Sie nur, wenn Sie die Desktop Version nicht nutzen können. Wenn Sie sich aber entscheiden, Ihr Unternehmensprofil über die App zu bearbeiten oder Beiträge zu teilen, benötigen Sie die normale Facebook App nicht, sondern die **Facebook Business Suite-App**. Für den Werbeanzeigemanager gibt es ebenfalls eine weitere App. Beide Apps findet man sowohl im Apple App Store als auch im Google Play Store.

Sobald man die *Business Suite*-App öffnet, gelangt man nach der Anmeldung (hier auch mit dem persönlichen Profil, mit dem die Unternehmensseite verlinkt ist) auf die Startseite (Abbildung rechts). Hier finden Sie erneut die Optionen *Beitrag veröffentlichen* oder *Hervorheben gegeben* (oben rechts markiert). Über die unteren Menüpunkte gelangt man zu den verschiedenen Optionen der App.



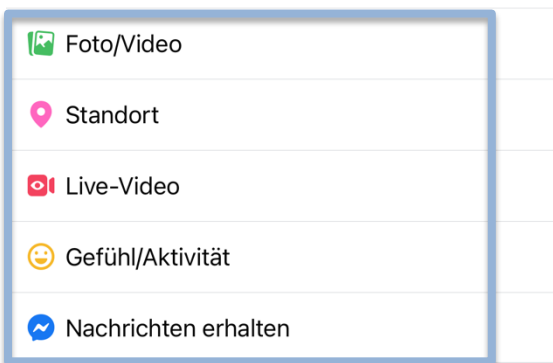
Von links nach rechts: *Startseite, Profil, Beitrag erstellen, Nachrichten / Posteingang, Menü.*

Unter dem Menü (Punkte ganz rechts) finden Sie folgende Optionen: *Werbeanzeigen, Termine, Veranstaltungen, Insights, Einstellungen.*



Links sehen Sie das Fenster, mit dem Sie **neue Beiträge** gestalten können.

Hier können Sie **Text einfügen** und dazu ein **Foto** oder **Video hochladen**. Andere Funktionen sind z. B. das Hinzufügen eines Standortes oder der Button *Nachrichten erhalten*. Dieser wird dann neben dem Beitrag angezeigt und Kunden können Sie direkt über eine private Nachricht erreichen.



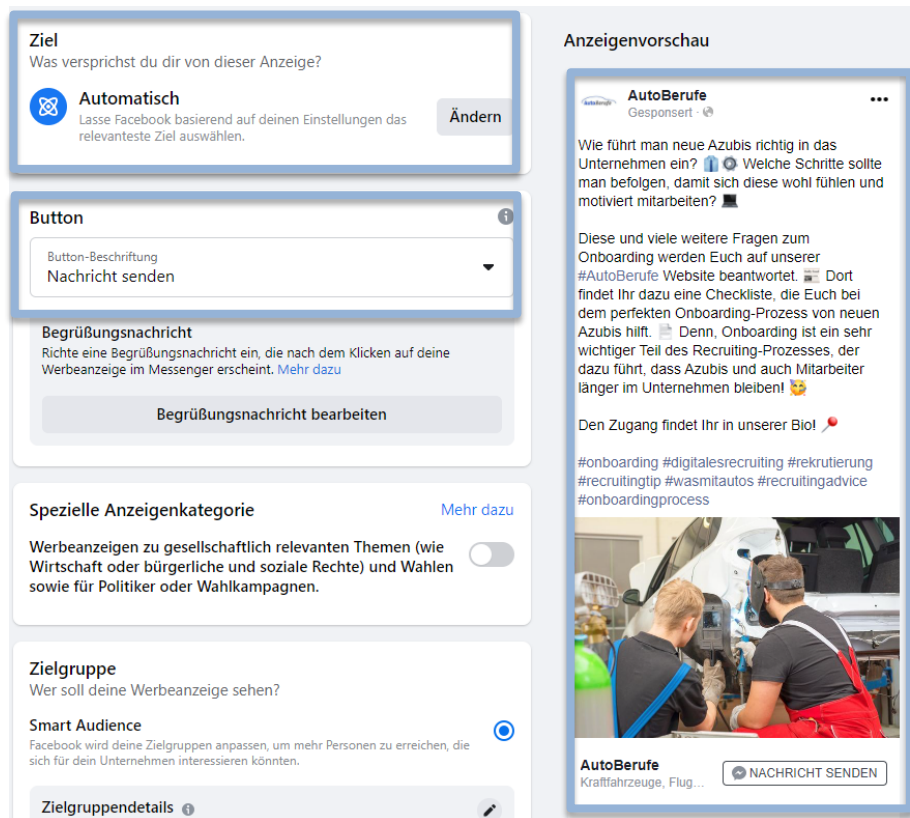
Nachdem Sie Ihren Beitrag verfasst haben, klicken Sie ganz einfach auf **Weiter** (oben rechts).

9. WERBEANZEIGEN SCHALTEN

Die Nutzung von Werbeanzeigen auf Facebook ist für die Reichweitensteigerung in der relevanten Zielgruppe Ihres Social Media Auftritts sehr ratsam.

Werbeanzeigen können Sie von zwei verschiedenen Startpunkten aus beginnen. **Option 1** Sie wählen einen Ihrer **Beiträge von Ihrer Pinnwand** aus und wählen

Beitrag bewerben. Jetzt öffnet sich folgendes Fenster: Bei der Desktop Version sehen Sie rechts eine Vorschau, wie der Beitrag anderen Nutzern angezeigt wird, nachdem Sie die Werbeanzeige geschaltet haben.



Als erstes müssen Sie ein **Ziel** auswählen (siehe oben). Die Optionen, die hier zur Auswahl stehen sind:

- Automatisch
- Mehr Website-Besuche erzielen
- Mehr Nachrichten
- Mehr Interaktionen erzielen
- Mehr Leads
- Mehr Anrufe erhalten

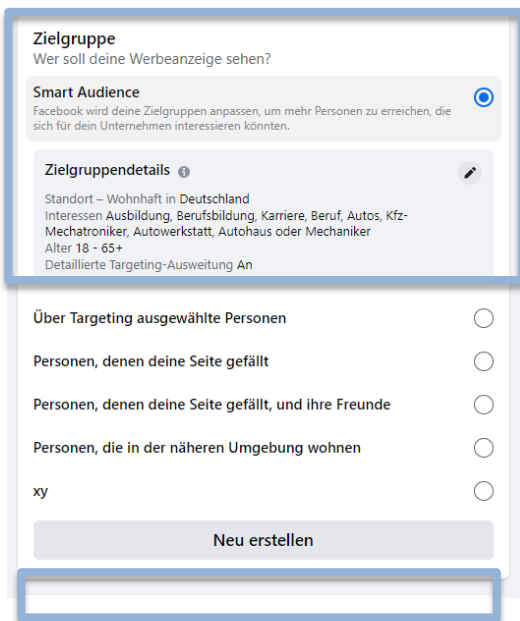
Um die Option zu wechseln, klicken Sie auf **Ändern**. Unter der Funktion **Button** können Sie auswählen, welcher Button bei Ihrer Anzeige erscheinen soll (hier als Beispiel: „Nachricht senden“).

Andere Optionen sind:

- Kein Button
- Jetzt buchen

- Mehr dazu
- Jetzt kaufen
- Registrieren
- WhatsApp-Nachricht senden
- Jetzt anrufen

Bitte beachten Sie, dass Ihr Button zu dem von Ihnen ausgewählten Ziel passen sollte. Facebook benötigt außerdem für manche Buttons bestimmte Informationen oder Dateien von Ihnen.

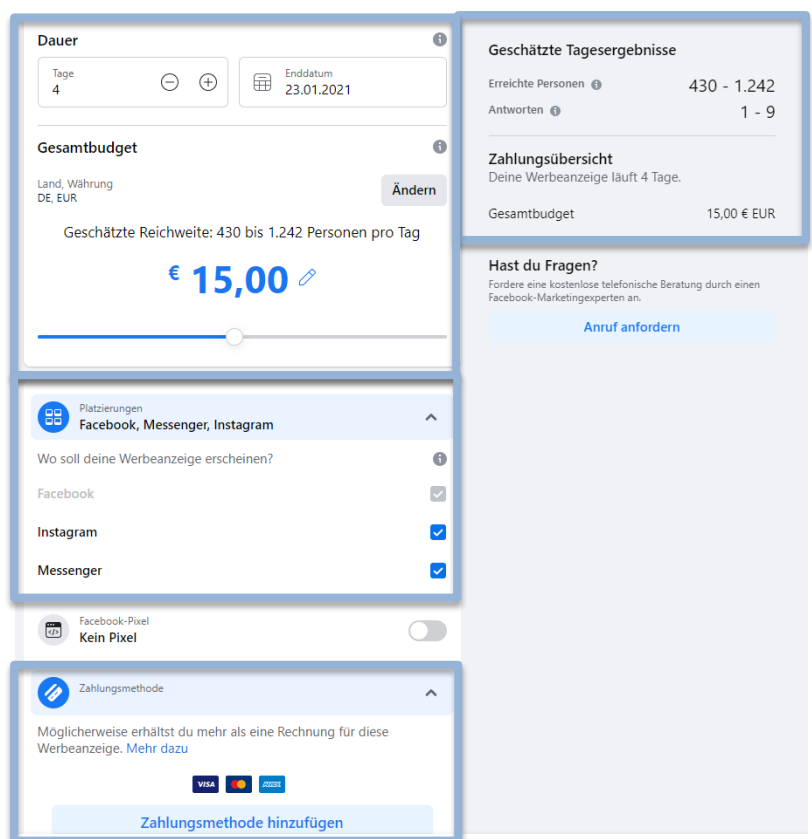


Als nächstes, müssen Sie eine **Zielgruppe** auswählen:

Hier haben Sie verschiedene Optionen zur Auswahl. Die Option *Smart Audience* wird von Facebook automatisch erstellt. Darunter können Sie die Details der Zielgruppe einsehen und diese auf Wunsch bearbeiten. Unter *neu erstellen* können Sie aber auch Ihre eigene gewünschte Zielgruppe erstellen (hier als Beispiel: xy). Achten Sie bei der Erstellung der Zielgruppe oder bei der Auswahl einer vorgegebenen Gruppe, dass diese zum Ziel passen.

Einer der letzten Schritte, bevor Sie mit Ihrer Werbeanzeige beginnen können, ist das Auswählen des **Budgets**. Hier müssen Sie Ihr *Gesamtbudget* angeben (nur für diese Werbeanzeige!) und die *Dauer der Werbeanzeige*. Als Beispiel haben wir hier 15 € für insgesamt vier Tage ausgewählt. Sie können ebenfalls sehen, welche Reichweite Sie mit dieser Dauer und dem Budget voraussichtlich erreichen werden.

Danach wählen Sie aus, auf welchen Plattformen Ihre Werbeanzeige



erscheinen soll, z. B. Facebook und Instagram.

Zum Schluss gilt es, eine **Zahlungsmethode** auszuwählen und schon haben Sie Ihre erste Werbeanzeige geschaltet!

Option 2

Auch über den **Werbeanzeigenmanager** können Sie Anzeigen schalten, vor allem neu gestaltete Anzeigen. Um hier eine neue Anzeige zu kreieren, klicken Sie auf *Erstellen*, nachdem Sie den Werbeanzeigenmanager geöffnet haben. Hier sind die Schritte ähnlich wie beim ersten Beispiel.

Option 3

Nutzung der **Business Suite-App**. Auch hierfür klicken Sie auf *Beitrag bewerben* und befolgen die dort beschriebenen Schritte.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an uns:

Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbes e. V. (ZDK)
Initiative AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität
Franz-Lohe-Straße 21
53129 Bonn

www.autoberufe.de

information@autoberufe.de

www.wasmitautos.com

hello@wasmitautos.com

Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.