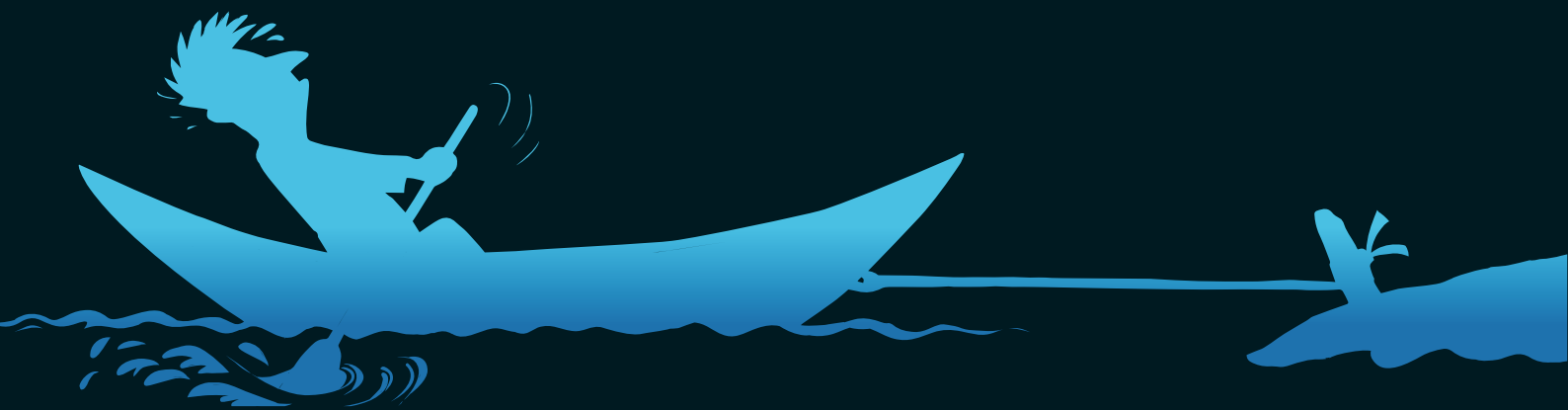


Die 3 dümmsten

FEHLER VON FIRMEN

auf **Facebook**



Nummer 1

NUR VERKAUFEN

Menschen auf Facebook befinden sich im „Unterhaltungsmodus“.

Sie teilen private Dinge.

Urlaub, Hochzeitsfotos, Partys, Bilder von Welpen.

Und das erwarten sie auch.

Die Hirnzellen, ja die komplette Denke deiner Zielgruppe ist während der Nutzung von Facebook auf etwas eingestellt, das die meisten Firmen nicht liefern.

Nochmal: Die meisten Firmen liefern es einfach nicht!

Wovon rede ich hier?

Tierwelpen?

Nein.

Ich spreche von Beiträgen, die nicht nach Werbung aussehen.

Von Posts, die von echten Menschen für echte Menschen gemacht sind.

Wenn darin ein Tierwelpen vorkommt und es zum Thema passt ... OK. Hat einer meiner Kunden schon gemacht. Das Ergebnis war fantastisch.

[Der beste Facebook-Beitrag dieser Firma seit Jahren. <---](#)

Aber zurück zum Thema.

Wenn du willst, dass deine Inhalte Interaktion bekommen, dann begehe nicht Fehler Nummer 1: nur verkaufen. Facebook ist doch keine Kleinanzien-sammelstelle!

Deine Botschaft kommt an, wenn sie eine dieser drei Dinge kann:

Unterhalten - bilden - inspirieren/motivieren.

Leistet dein Beitrag keine dieser drei Dinge? Dann poste einfach mal: NIX. Ausnahme: Postest du grundsätzlich Beiträge, die obige Kriterien erfüllen, sind Angebote zwischendurch selbstverständlich erlaubt. Ein Verhältnis von 5:1 oder 10:1 ist wunderbar (5-10 wertvolle Beiträge : 1 Angebot).



Garstig: Der direkte Verkauf und schnöde Angebote auf Facebook. Facebooknutzer reagieren schlecht auf deine Botschaft. Die Folge: Der Facebook Algorithmus kürzt die organische (kostenlose) Reichweite deiner Beiträge. Nicht nur das! Im Laufe der Zeit wirkt sich die Kürzung auf deine gesamte Facebook Page aus.



Schön: Günther Fischer zeigt einen kurzen Clip aus seinem Salon. Frau Gottstein lässt sich für den Guten Zweck 20 cm Haare abschneiden. Schnell gemacht, kein Produktionsaufwand und die Leute lieben es. Übrigens liebt es auch der Facebook Algorithmus. Das sorgt für mehr kostenlose Reichweite. Tolle Leistung!

Nummer 2

FANS KAUFEN

Manche Firmen möchten möglichst viele Fans und kaufen sich einfach welche. Geht ja ganz einfach. Ist auch sehr billig.

Oder sie laden alle ihre Freunde ein, ihre Seite zu liken. Auch, wenn diese Freunde gar nichts von diesem Business wissen wollen.

Autsch!

Warum? Wenn du 1.000 Fans hast, aber nur 20 davon mit deinen Inhalten interagieren (teilen, liken, kommentieren), dann glaubt Facebook, dass deine Beiträge reinster Unsinn sind und spielt sie an immer weniger Menschen aus. So erreichst du ganz schnell ... niemanden mehr.



„Gekaufte Fans“ sehen nur auf dem Papier gut aus. Sie zerstören die Reichweite deiner Beiträge, indem sie nicht auf sie reagieren. Vielleicht weil sie aus einem anderen Land stammen, nicht deine Sprache sprechen und/oder kein Interesse an deinem Angebot haben.



Fans, die deiner Zielgruppe entsprechen, werden deine Postings kommentieren, liken und teilen.

Das ist für Facebook das Signal, dass deine Fanpage relevant ist und du wirst mehr Reichweite mit jedem deiner Beiträge erreichen. Außerdem wird deine bezahlte Werbung (Facebook Werbeanzeigen) dadurch günstiger.

Qualität vor Quantität.
Oder brauchst du sie für's Ego?

Nummer 3

W E R B E S P R E C H

Werbesprech? Nein, das ist kein Tippfehler. Sowa gibt's. Nennt man so, wenn Firmen wie Firmen schreiben. Also irgendwie schleimig. Wie für's Hochglanzprospekt getextet. Kommt nicht soooo gut auf Facebook.

Schreib' wie im echten Leben.

Marketing-Brei hat besonders bei Facebook ausgedient. Floskeln gehören in die Tonne. Bei ca. 9.000 Werbebotschaften am Tag hat unser Gehirn NULL BOCK auf austauschbaren, glattgebügelten, ausgelutschten 08/15 Werbetext. Facebook ist ungezwungen und leger.



„Das zeit- und schnörkellose Design dieses außergewöhnlichen Objektes erhebt es nachhaltig über kurzlebige Wohntrends und sprengt die Grenzen des Sitzens im konventionellen Sinne.“

Um was geht's hier eigentlich? Möbel für Linguisten und Professoren, die irgendwas sprengen wollen?



„Dieser Wohnzimmersessel ist reine Kunst, fühlt sich an wie weiche Seide und ist jetzt schon ein Klassiker. Besuch uns im Laden und probier' selbst, wie perfekt er sich an deinen Körper anschmiegt.“

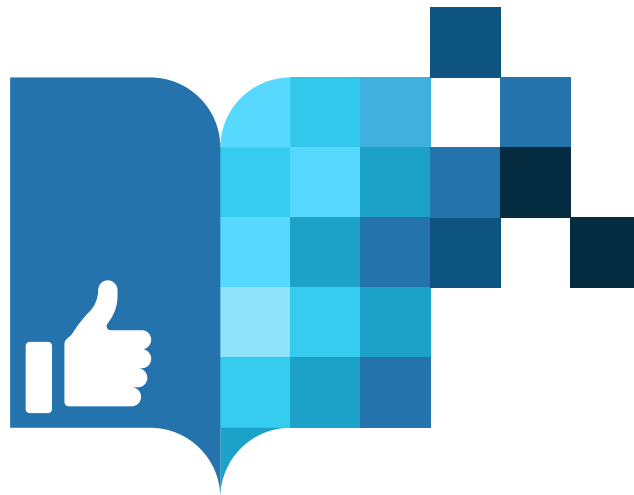
Aha! Ein Wohnzimmersessel der super aussieht.
Und reinsetzen kann ich mich auch. Das macht Sinn.

Selbstverständlich kommt es auch darauf an, wer deine Zielgruppe ist. Aber überschätze bitte nicht die geringe Lese-Energie, die Menschen auf Facebook bereit sind, zu investieren. Einfache Sprache = mehr Response = mehr Klicks = mehr Anfragen = mehr Leads = mehr Umsatz.

Mehr dazu hier: [Signal ans Kundenherz Episode Nr. 36 <---](#)

Und auf Instagram?

DAS SELBE IN GRÜN



Zusammenfassung

GANZ EINFACH



Direkter Verkauf auf Facebook in Maßen, wenn das Verhältnis zu unterhaltenden, bildenden und/oder inspirierenden Posts stimmt.



Lade nicht einfach jeden dazu ein, Fan deiner Seite zu werden. Nur Leute aus der passenden Zielgruppe werden mit deinen Inhalten interagieren und für Bewegung und Wachstum sorgen.



08/15 Worthülsen gehören in die Tonne. Schreibe verständlich und verwende einfache Sprache.

Corona betrifft uns alle.
Da will ich meinen Teil beitragen.



-79% Rabatt
ONLINE-KURS

GUTSCHEIN EINLÖSEN

www.michaelkiechle.de/fbmeister

HERAUSGEBER
Michael Kiechle, IMAGE FOR YOU
Geisenbergweg 10, 87651 Bidingen
T 08348 9763378
www.michaelkiechle.de
hallo@michaelkiechle.de