

facebook

Angemeldet bleiben

Passwort vergessen?

E-Mail

Passwort

Anmelden

Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.



Registrieren

Es ist kostenlos und jeder kann beitreten

Vorname:

Nachname:

Deine E-Mail:

Neues Passwort:

Ich bin: Geschlecht auswählen:

Geburtsdag: Tag: Monat: Jahr:

Warum muss ich das angeben?

Erstelle eine Seite für eine bekannte Persönlichkeit, eine Band oder ein Unternehmen.



Kostenloses E-Book

Ein hervorragendes E-Book zum Thema Facebook-Marketing finden Sie unter www.facebookbiz.de/leitfaden

Erschließen Sie neue Zielgruppen

Eine neue Quelle von Immobilien-Käufern und -Verkäufern zu finden, das war die Herausforderung, mit der sich ein Immobilienmakler an Daniel Gremm wendete. Gremms Antwort: Facebook-Marketing (René Gelin/ Oxana Riesner/sb)

Die Wirtschaftskrise hat auch den deutschen Immobilienmarkt getroffen. Käufer und insbesondere Verkäufer von Immobilien müssen heute mühsamer akquiriert werden als früher. Aus 30-jähriger Erfahrung weiß Immobilienmakler Rudi Eichholz, was dafür zentral erfolgsentscheidend ist: persönliche Beziehungen, neudeutsch Networking. Mit dem Ziel, sich dieses

Netzwerk effizient im Internet aufzubauen, kam er zum Personal Trainer für Online-Marketing Daniel Gremm.

Die meisten Vorteile

Eine große bundesweite Zielgruppe ansprechen zu können, sich in einem professionellen Umfeld zu bewegen sowie vielfältige Marketing-Optionen für den weiteren Ausbau zur Verfügung zu haben, waren die grundsätzlichen Anforderungen an das Netzwerk. Facebook erfüllt diese, bietet zudem als weltweit führendes Netzwerk noch die Option der internationalen Kundenansprache und war somit erste Wahl. „Social-Media-Marketing-Instrumente wie etwa Facebook haben den besonderen Reiz, dass man sie schnell und einfach einrichten und bedienen kann, aber genau darin liegt auch die Gefahr“, weiß Daniel Gremm aus Erfahrung. So war auch die Eröffnung der kostenlosen Facebook-Seite und deren Befüllung mit Inhalten für den Immobilienmakler Rudi Eichholz schnell erledigt. „Wer ohne eine klar auf die eigenen Ziele und die Plattform abgestimmte Strategie agiert, gibt sehr schnell erfolglos und entnervt auf“, warnt der Personal Trainer für Online-Marketing. Nicht umsonst sind viele der über 350 Millionen Facebook-Seiten so genannte Kartei-Leichen, also ungenutzte Profile.

Klasse statt Masse

Qualität vor Quantität – diese Maxime gilt insbesondere im Bereich des Networking. Einfach und schnell wahllos viele Kontakte aufzubauen, habe kaum wirkliche Vorteile, koste aber Zeit, nerve potenzielle Kunden und mache die Facebook-Seite schnell unübersichtlich, so der Online-Marketing-Experte. Deshalb wurde für die Facebook-Seite des Immobilienmaklers Rudi Eichholz ausschließlich die Suche und Pflege der

Experten-Checkliste zum Facebook-Marketing

Daniel Gremm (www.danielgremm.de) ist Personal Trainer für Online-Marketing und bietet seinen Kunden auch Marketing über Facebook an. Hier seine Checkliste:



- Relevante Kontakte aufbauen und pflegen** Konzentrieren Sie sich auf die Meinungsführer, beliebten Personen etc. in Ihrer Zielgruppe und intensivieren Sie diese Kontakte stetig.
- Profil mit aktuellen und relevanten Daten füllen** Die Webseite, E-Mail-Adresse etc. gehören auf Ihre Info-Seite. Wer einen Blog führt, sollte ihn per RSS in Facebook integrieren.
- Hören Sie Ihren Kontakten zu** Was Ihre Kontakte untereinander, auf deren Seiten und bei Ihnen kommunizieren, bietet Ihnen ein kostenloses und stetiges Material zur Optimierung Ihrer Seite, Ihrer Kommunikation und Ihres Angebots. Nutzen Sie es.
- Beteiligen Sie sich an relevanten Gruppen** Suchen Sie sich die für Ihre Zielgruppe wirklich relevanten Gruppen und stehen Sie hier regelmäßig aktiv mit Rat und Tat zur Verfügung.
- Bleiben Sie am Ball** Ausdauer zahlt sich aus. Wer klare Ziele, eine fokussierte Zielgruppe und eine darauf abgestimmte Strategie verfolgt, wird für seine Geduld langfristig mit Erfolg belohnt.

Online-Infos:

www.seoline-blog.de
Gute Anfängertipps für den
Einstieg in SMO

<http://klauseck.typepad.com>
Facebook-Business-Tipps vom
Online-Marketing-Experten
Klaus Eck

Webcode: WS53SS
Tutorial zur Erstellung einer
Facebook-Werbeanzeige
Webcode unter
webselling-online.de eingeben

relevanten Kontakte in den Mittelpunkt seiner Strategie gestellt. Da Relevanz häufig von vielen Menschen ähnlich gewertet werde, können wenige wirklich gepflegte relevante Kontakte durch dessen Multiplikatoren-Funktion trotzdem zu einer hohen Aufmerksamkeit in der eigenen Zielgruppe führen, betont der Personal Trainer. Die eigenen Ziele klar definieren, daraus ableitend die Zielgruppe abgrenzen und diese umfassend und persönlich umsorgen: Diese grundlegende Strategie für das Facebook-Marketing empfiehlt Daniel Gremm und setzt sie auch bei Rudi Eichholz um. So wurden hier nur Gruppen ausgewählt, in denen sich überwiegend potenzielle Kunden aufhalten. Die RSS-Einbindung der Inhalte der eigenen Immobilien-Webseite auf die Facebook-Seite stellt zudem einen klaren Mehrwert für die Zielgruppe von Rudi Eichholz dar, weshalb diese Facebook-Funktion entsprechend genutzt wird.

Bieten Sie einen Mehrwert

„Wollen Sie gelangweilt, genervt oder irritiert werden? Wahrscheinlich nicht, also tun Sie es auch nicht mit Ihren Kunden“, bringt der Personal Trainer die Kardinalfehler vieler Webseitenbetreiber direkt auf den Punkt. Tausende

von unbekanntem Kontakten, unselektierte und unkommentierte News oder auch die Mitgliedschaft in allen möglichen Facebook-Gruppen beeindruckt niemanden. Eine persönliche, fokussierte und versierte Seite hingegen bietet die Chance, seinen Kunden einen Mehrwert zu bieten und dadurch seine Expertise zu zeigen. Zum Umgangston rät Daniel Gremm, sich auf seiner Facebook-Seite stets wie vor den besten Freunden zu präsentieren: offen, ehrlich und freundlich. „Kaum war meine Facebook-Seite online, kamen schon die ersten Anfragen – ich war überrascht, wie schnell das ging“, so der Immobilienmakler. „Social-Media-Marketing kann auch kurzfristige Erfolge erzielen, der Reiz liegt jedoch in dessen Effizienz sowie der mittel- und langfristigen Perspektive“, erklärt Daniel Gremm. Leider führten aber allzu große Erwartungen und zielloses Vorgehen bei den meisten Akteuren am Markt zu Frustration und letztlich verschwende man dadurch nur viel Zeit und Geld.

Ohne Webcontrolling geht's nicht

Um langfristig die vom Immobilienmakler gesetzten Ziele zu erreichen, setzt der Personal Trainer zentral auf Webcontrolling. „Im Internet nicht zu

wissen, wer der Kunde ist, was er macht und was er will, ist wie mit Tempo 100 im Nebel Auto fahren. Das kann gut gehen. Falls es aber kracht, ist der Schaden beträchtlich“, gibt der Experte zu bedenken. Da Webcontrolling heute keinen erheblichen Kosten- und Zeitaufwand mehr bedeute und viele Tools zudem intuitiv bedienbar seien (z. B. Google Analytics), sollte der Einsatz nach Ansicht des Experten zur Pflicht jedes gewerblichen Webseitenbetreibers zählen. „Ich habe mit Facebook noch viel vor“, blickt Rudi Eichholz erwartungsfroh in die Zukunft seiner noch jungen Facebook-Seite. So sollen den Kunden neben dem Netzwerkaufbau bei Facebook zusätzliche Mehrwerte geboten werden. Geplant sind Beratungs-Chats und eine stärkere Integration der Angebote. Aber auch das Thema SEO mit Facebook wird künftig optimiert. Social-Media-Marketing im Allgemeinen und Facebook-Marketing im Speziellen biete gerade für Selbstständige und KMUs die Möglichkeit für effizientes Marketing. Nur wer seine Kunden stets in den Mittelpunkt aller seiner Aktionen stelle und stetig von ihnen lerne, werde langfristig mit Facebook-Marketing erfolgreich sein, fasst Daniel Gremm zusammen. ■



„Richten Sie sich neben Ihrem persönlichen Facebook-Profil eine eigene Fanseite für Ihr Unternehmen ein. Gehen Sie auf die Kommentare Ihrer Anhänger ein und veranstalten Sie ab und zu einen Wettbewerb oder ein Quiz. Das schafft Abwechslung und erweckt den Anschein, dass Ihre Seite wirklich lebt.“ Sebastian Voss, Geschäftsführer der Agentur www.synergie-effekt.net

„Besonders mit den kurzfristigen Anfragen hatte ich nicht gerechnet“

Warum haben Sie sich für Marketing via Facebook-Marketing entschieden?

Rudi Eichholz Mit Facebook-Marketing kann ich rund um die Uhr und weltweit meine bestehenden Kunden persönlich ansprechen, neue Kunden gewinnen und das im Immobiliengeschäft elementar wichtige Networking professionell ausbauen. Dieses effiziente Marketing bietet mir keine andere Plattform.

Wie sind Sie auf das Thema gekommen, wer hat Sie beraten?

Rudi Eichholz Ich möchte nicht nur mein Marketing effizient betreiben, sondern es auch langfristig selbstständig machen, hier also nicht von Angestellten oder Agenturen abhängig sein. Deshalb habe ich nach einem Personal Trainer für Online-Marketing gesucht und mich dann von Daniel Gremm umfassend beraten lassen.

Welche Werbung haben Sie bisher gemacht?

Rudi Eichholz Neben den klassischen Marketing-Maßnahmen (z. B. Print) habe ich schon seit einiger Zeit eine Webseite (www.eichholz-immobilien.de) und betriebe Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing. Für mich war es wichtig, mir neue Zielgruppen zu erschließen, die ich über meine bisherigen Maßnahmen nicht erreicht habe.



Rudi Eichholz ist Immobilienmakler (www.eichholz-immobilien.de) und betreibt zur Kundengewinnung Facebook-Marketing

Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen?

Rudi Eichholz Sehr zufrieden. Besonders mit den kurzfristigen Anfragen hatte ich so schnell nicht gerechnet. Besonders bemerkenswert ist für mich, dass die Qualität der Anfragen über Facebook deutlich höher ist als z. B. über Suchmaschinenmarketing. Ich denke, dass dies an dem persönlicheren Umfeld und der größeren Vertrauensbasis im Rahmen eines Netzwerkes liegt, im Gegensatz zum sonst eher anonymen Internet.

Konnten Sie mehr Kunden gewinnen als über klassische oder andere Werbeformate?

Rudi Eichholz Für mich ist nicht die Quantität, sondern die Qualität der Kunden wichtig, da Immobiliengeschäfte vergleichsweise viel Zeit, gegenseitiges Vertrauen und nicht zuletzt Kapital bedürfen. Analog zu meinem klassischen Netzwerk ist die Qualität der Kunden über Facebook ähnlich gut. Klassische Werbeformate und Suchmaschinenmarketing bringen mir demgegenüber mehr Masse statt Klasse und kosten mich somit deutlich mehr Zeit.

Was würden Sie jemandem raten, der das Gleiche vorhat?

Rudi Eichholz Facebook-Marketing kann eine sehr effiziente Marketingform sein, wenn man weiß, wohin man will und wen man ansprechen will, und nachhaltig die Zeit dafür einplant. Der olympische Gedanke „Dabei sein ist alles“ führt hier weniger zum Erfolg als die Weisheit „Der Weg ist das Ziel“.