

02. Februar 2018

5 Tipps, um die Reichweite Ihrer Facebook-Posts anzutreiben

1. Berücksichtigen Sie den kanalspezifischen Nutzen

Achten Sie auf den Inhalt und den Aufbau Ihrer Beiträge. Frageformen regen Nutzer dabei am ehesten zu einer Reaktion an. Antworten die Nutzer stark auf Ihren Post, steigen auch die Chancen, dass der Beitrag anderen zugespielt wird, welche Ihre Seite – oder Ihr Unternehmen - noch gar nicht kennen. Aussagekräftige Posts können sich also lohnen. Bringen Sie dafür den Nutzen für Ihre Nutzer auf den Punkt.

2. Schaffen Sie Mehrwert für Ihre User

Der Prozess, den Facebook definiert hat, ist selbstbestärkend. Erstellen Sie einen starken Post, der zu Engagement führt, denn: je mehr Engagement, desto grösser die Reichweite Ihres Posts. So weit, so gut. Was macht nun einen starken Post aus? Wechseln Sie die Perspektive und denken Sie sich in Ihre Follower hinein. Wofür interessieren sich diese? Sind es eher sachliche oder emotionale Themen? Welche Zielgruppe wollen Sie bedienen bzw. ansprechen? Sie merken: Ein erfolgreicher Beitrag kann sowohl ein relevanter Tipp wie auch ein spezifisches, witziges Video sein. Dies kann auch mal darin bestehen, dass Sie für die Zielgruppe relevante Inhalte von anderen Seiten teilen. Passen Sie bestehende Inhalte beim Posten auf die Spezifikationen der Plattform an (Bild, Video, Text etc.). Versuchen Sie es!

3. Testen Sie verschiedene Posting-Formate

Um eine Reaktion beim Nutzer hervorzurufen, ist es wichtig, verschiedene Posting-Formate einzusetzen. Posten Sie Ihre Inhalte auch als Bild, Video oder Live-Content. Probieren Sie es aus und kontrollieren Sie regelmässig (in den Statistiken), welche Inhalte in welchem Format gut funktionieren und zu hohen Interaktionen führen.

4. Lösen Sie Emotionen aus

Lassen Sie Ihre Follower und jene, die es werden sollen, an Ihrem Firmenleben in Form von Bildern oder Videos teilhaben. Beide beschern Ihnen Aufmerksamkeit und zwar am ehesten, wenn auf diesen Menschen zu sehen sind. Dabei spielt es keine Rolle, ob es der Montagskaffee oder auch einmal das Freitagsbier ist, welches Sie zeigen. Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht und sorgen Sie für Emotionen.

5. Denken Sie an das Mobile-Format

Die Inhalte sowie die Form der Postings (Bilder, Video, Grafiken etc.) müssen mobil optimiert sein, denn über 92% der Schweizer Facebook-User greifen auf die Plattform via Mobilgeräte zu. Mit anderen Worten bringt Ihnen spannender und nützlicher Inhalt nichts, wenn dieser nicht auf Mobilgeräten lesbar ist sowie richtig dargestellt wird. In erster Linie sollten Sie also Inhalte und Form des Postings auf Mobilgeräte abstimmen. Dies gilt ebenfalls beim Teilen von Links: Webseiten müssen «responsive» sein und über schnelle Ladezeiten verfügen – Facebook überprüft dies und lässt es ins Rating einfließen.

Quellnachweis: www.blog.hubspot.de/marketing/produktivitaet-erhoehen, eingesehen am 24.01.2018.
www.allfacebook.de/pages/facebook-newsfeed-algorithmus-faktoren, eingesehen am 31.01.2018.