

Social Media Update: Facebook



EPALE-Webinar



Bildrecht: venimo - Shutterstock.com

ABOUT ME: Daniela Terbu

- ✓ Digitale Kommunikationsmanagerin
- ✓ Immer schon im Social Web unterwegs
- ✓ Kunstgeschichtestudentin



www.daniterbu.at

www.coolinarsociety.com

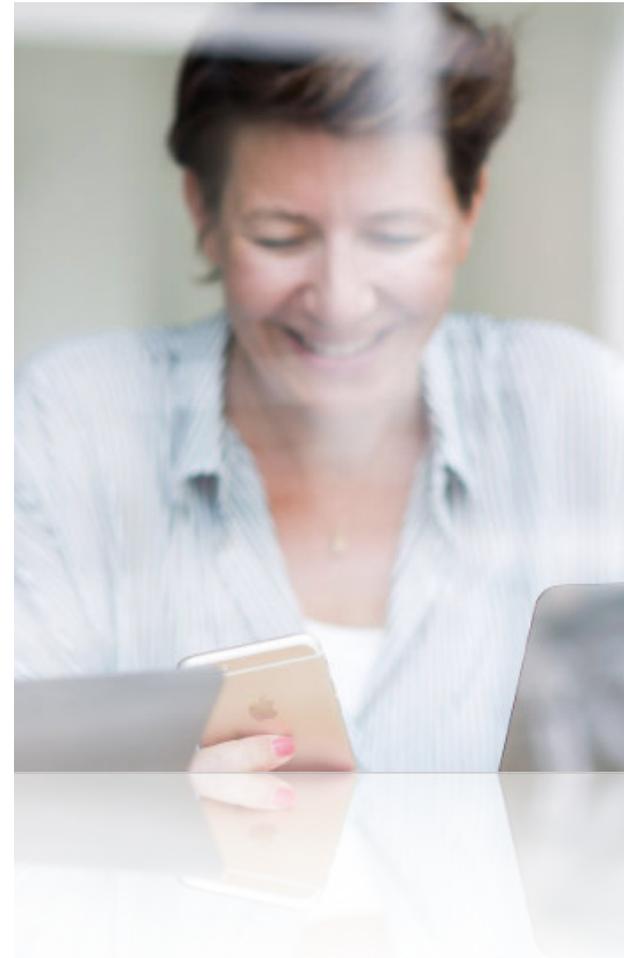
www.fridaysatthemuseum.at

www.instagram.com/fridaysatthemuseum

www.instagram.com/thecoolinarsociety

www.instagram.com/daniterbu

www.facebook.com/daniterbu



Referenzen

for money

for love




 KULINARISCHE KLEIN(ST)BETRIEBE ENTDECKEN!


Social Media Update: Facebook



- Intro
- Tschüss Organic Reach
- Video kills the ...
- Storytime
- One-to-one Marketing auf Facebook?
- Praktische Take Aways zum Schluss
(ok, ein paar Tipps für „reguläre Postings“ gibt es doch)

Tschüss Organic* Reach

* Content Reichweite, die ohne Verwendung von Ad Budget erreicht wird.

FACEBOOK

Von 8,75 Mio. Einwohner in Österreich haben 44% einen Facebook-Account.

Facebook Accounts in Österreich

+200.000

3,9 Mio.

2017

Politik in Österreich

HC STRACHE
774.000 Fans

SEBASTIAN KURZ
770.000 Fans

NORBERT HOFER
340.000 Fans

ALEXANDER VAN DER BELLEN
293.000 Fans

TOP 3 Marken



HOFER ÖSTERREICH
528.000 Fans



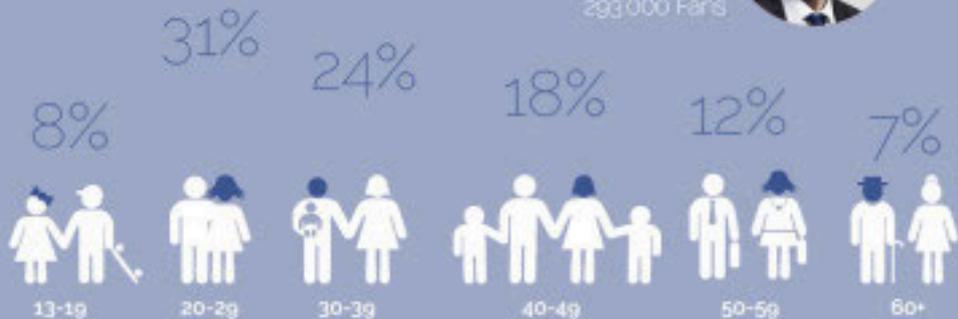
AMAZON.DE
476.000 Fans



URLAUBSGURU.AT
470.000 Fans

artworx®
Social Media Report 2017

Nach Alter
in %



Die unangefochtene Nummer 1 ist und bleibt Facebook. Von 8,75 Millionen Einwohnern in Österreich haben knapp 3,9 Millionen (44%) einen Facebook-Account. 3,5 Millionen davon über ihre mobilen Endgeräte. Die Zahl der täglichen aktiven User (DAU) beläuft sich auf drei Millionen Österreicher, davon sind laut dem Unternehmen 2,7 Millionen Menschen in Österreich täglich mobil auf Facebook.

JUGEND-INTERNET-MONITOR 2018 ÖSTERREICH

Saferinternet.at

Das Internet sicher nutzen!



WHATSAPP

85% -8% ↓

♀ 89% ♂ 81%

BELIEBTESTE
MESSENGER-APP

NACHRICHTEN,
BILDER & VIDEOS
VERSENDEN

GRUPPENCHATS

TELEFONIEREN
STANDORT TEILEN



YOUTUBE

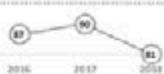
81% -9% ↓

♀ 85% ♂ 77%

VIDEO-
PLATTFORM
INFORMATIONEN
& UNTERHALTUNG



BELIEBTESTE
SUCHMASCHINE BEI
JUGENDLICHEN



INSTAGRAM

63% -5% ↓

♀ 74% ♂ 53%

INSZENIERTE
SCHÖNE
BILDERWELTEN



BILDER & VIDEOS
WERDEN IN
„STORIES“ GETEILT
UND SIND 24 H
SICHTBAR



SNAPCHAT

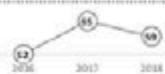
59% -6% ↓

♀ 73% ♂ 45%

FOTO-APP
FÜR
SCHNELLE
SCHNAPPSCHÜSSE



„STREAK“ ALS
FREUNDSCHAFTS-
BEWEIS



FACEBOOK

52% +4% ↑

♀ 51% ♂ 53%

GRÖSSTES SOZIALES
NETZWERK DER
WELT



WIRD VON
JUGENDLICHEN
ZUM LESEN
VON NEWS &
INFOS GENUTZT



SKYPE

30% NEU ERHOBEN**

♀ 25% ♂ 34%

VIDEOTELEFONIE,
UM MIT
FREUND/INNEN
„GEMEINSAM“
ZU SPIELEN &
ZU KOMMUNI-
ZIEREN



WEITERE
PLATTFORMEN:

17% ↓
-9%*

16% ↑
+7%*

12% ..
NEU ERHOBEN!

12% ..
NEU ERHOBEN!

10% ..
NEU ERHOBEN!

10% ↑
+7%*

9% ↓
-5%*

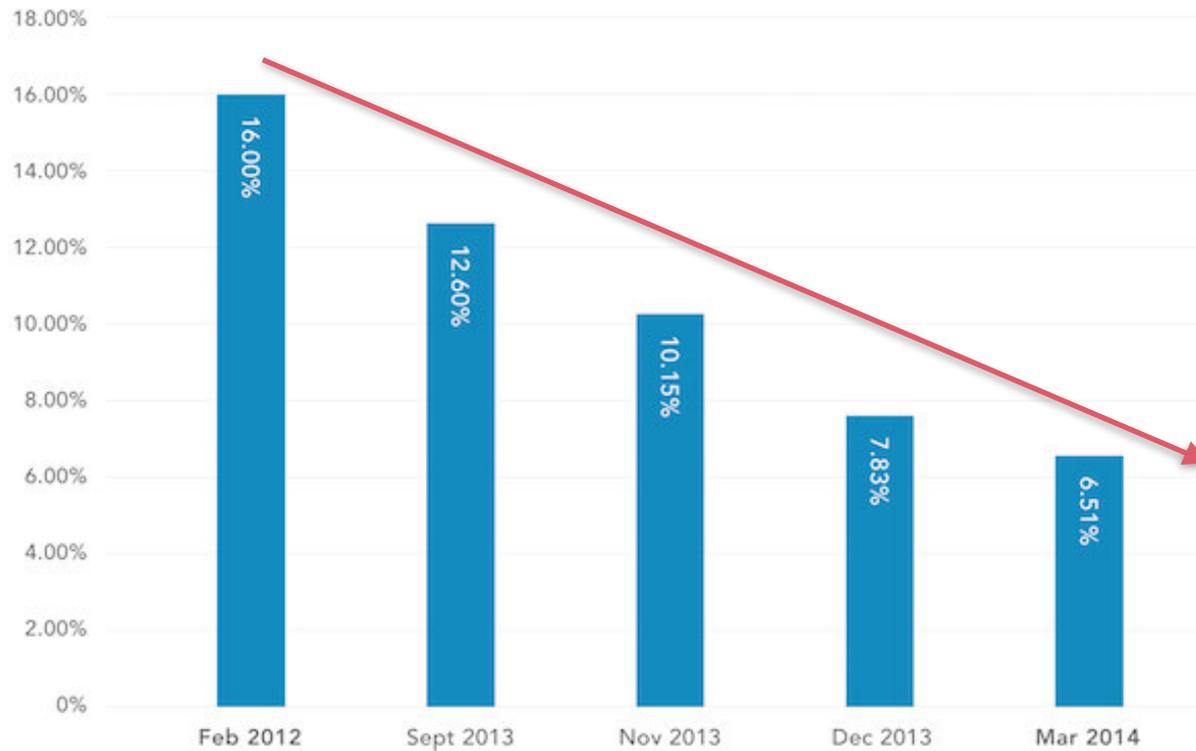
* Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2017 | ** Erstmals für den Jugend-Internet-Monitor 2018 erhoben

Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Frage: Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du? (Mehrfachantworten möglich) Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 01/02 2018. n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 196 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5%. Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC 3.0 AT). Icons designed by Freepik.com & FlatIcon.com. Font: Amatic © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.

Gefördert durch das Bundeskanzleramt, Sektion Familien und Jugend. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.

ORGANIC REACH PER FAN

FEB 2012 – MARCH 2014



EDGERANKCHECKER.COM 

Warum?

1

AD CONTENT

Geschaltete Ads beanspruchen mehr und mehr Platz im Newsfeed.

2

KONKURRENZ & PLATZPROBLEM

Zu viele Pages die zu viel Content für zu viele Fans produzieren.

2

2018 NEWS FEED CHANGE

Im Juli 2018 wurden Änderungen seitens Facebook gemacht, die darauf abzielen weniger „stand alone“ News anzuzeigen und mehr auf die Interaktion zwischen Usern zu setzen. Auch das verringert die organische Reichweite von Unternehmen.

Facebook Feed NEU

 **AI*** basiertes Lernen des Facebook Alghorismus

 **Basics** wie Interaktion des Nutzers mit den Seiteninhalten (**REPLY!!!**), Verbindungsstärke (Videos), Aktualität sind sicher noch wichtig

 Content, der über **Messenger** geshared wird

 Sehr wichtig: **Videos** (mit hoher Zuseher- und „Abschlussrate“ bzw. Videos, die „auf laut“ gestellt werden als Zeichen des Interesses)

 Facebook **Live**

Video kills the...

Copyright, wenn nicht anders angegeben: Mag. FH Daniela Terbu
Nur zur persönlichen Verwendung vorgesehen. Vervielfältigung oder Weitergabe
nur mit schriftlicher Bestätigung der Autorin.

1. VIDEO im Post 👍

2. VIDEO Livestream 👍

Live Streaming

Facebook hat die **Live-Streaming-Funktion** schon 2016 für alle Seiten und Personen ausgerollt. Das heißt, jetzt kann wirklich jeder mit einem Smartphone Live-Videos ins Netz stellen.

Für Unternehmen bzw. Projekte ist Live-Streaming eine neue Herausforderung, **die sich aber lohnt.**

Chancen

1

KEIN ZUSÄTZLICHES SET UP

Facebook Live zu starten ist sehr einfach.

2

ENGAGEMENT

User erhalten eine Notification, wenn eine Seite, der sie folgen einen Livestream startet. Sie können andere User einladen.

3

FACEBOOK MAG LIVE

Live Videos erhalten eine bevorzugte Behandlung = mehr ORGANISCHE REICHWEITE.

4

USER AUCH

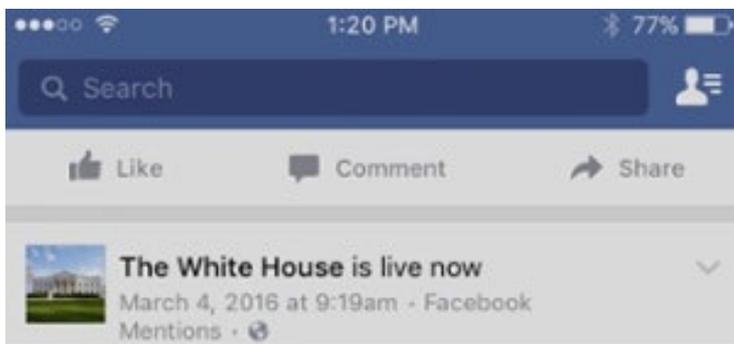
Social video generiert 1.200% mehr Shares als Postings mit Bild oder Text.

GETTING STARTED

HOW TO

Bestenfalls wird der Livestream über die eigene Fanpage gestartet (Desktop oder Pages App):





We got some great news on jobs and the economy this morning, and President Obama wants to tell you all about it. So pull up a chair in the Roosevelt Room next to his economic team and listen in!



-  **Tory Hargo** Look at all of them. Amazing. 
-  **Sam Evans** These penguins are so cute! I just want to cuddle one. 
-  **Shirley Ip** You must be so cold! 
-  **Zanique Albert** Hahaha this is amazing. 



Tipps für ein erfolgreiches Live Streaming Video



Ein **Titel**, der sofort überzeugt und Interesse weckt.



10 wirklich interessante Sekunden gleich zu Beginn - (keine Selbstgespräche bzw. technischen Details etc.)

Tipps für ein erfolgreiches Live Streaming Video



Engagement der Zuseher unterstützen mit konkreten **Handlungsaufforderungen** wie „*Klickt „Wow“, wenn ihr mich gut versteht*“ >> je mehr Interaktion, desto mehr Reichweite.

Tipps für ein erfolgreiches Live Streaming Video



Kommentar-Aufforderungen: „von wo seht ihr zu?“



Call to action: wir sehen uns nächste Woche, gratis Download, Eintragen in Mailing-Liste etc...

Tipps für ein erfolgreiches Live Streaming Video



„**Captions**“ eintragen (Barrierefreiheit und 80% schauen Videos auf FB ohne Ton).
Wenn die Captions interessant sind, wird der Ton vielleicht aufgedreht = mehr Reichweite!!



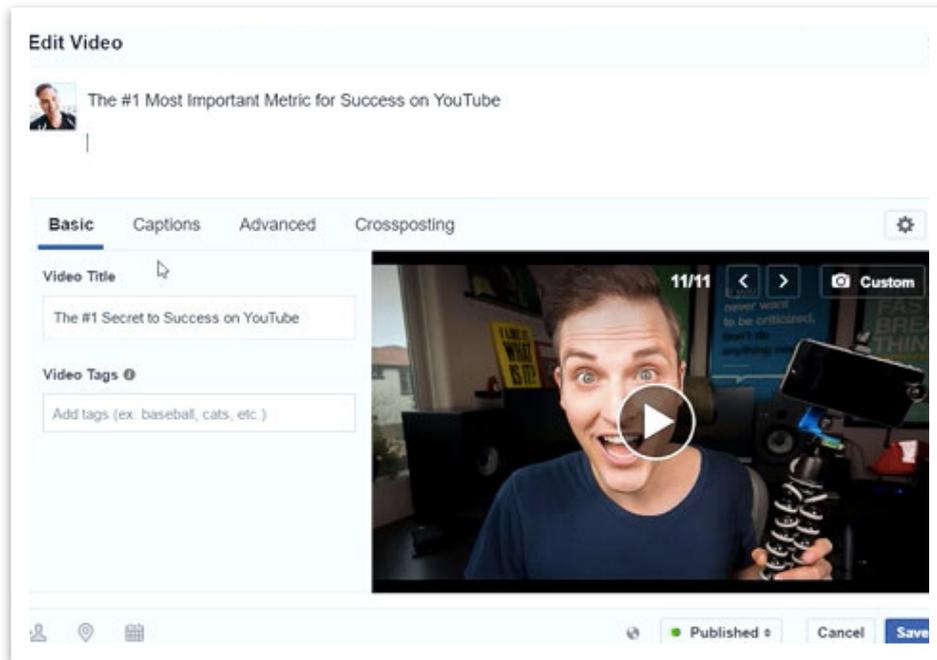
Nutzen stiften

Tipps für ein erfolgreiches Live Streaming Video



An den **Re-Broadcast** denken! Das Video bleibt nach dem Live-Event noch online. Option erhält man am Ende vom Livestream.

Details „re-broadcast“



- **Thumbnail**, Title etc. anpassen
- Eventuell **boosten** mit Facebook Ads

Technik und Tools



- Aufnahme in Querformat nicht Hochformat
- Desk Tripod besorgen
- Evtl Weitwinkel Linse
- Günstiges Mikrophon

Beispiel 1: Mamablog



<https://www.facebook.com/diekleinebotin/videos/1314141088680629/>

Beispiel 2: Angelobung der Bundesregierung



Beispiel 3: Facebook Expert



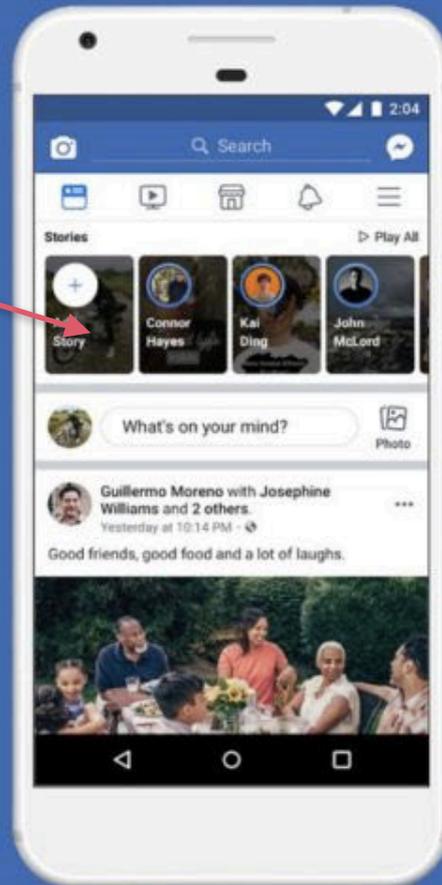
Storytime

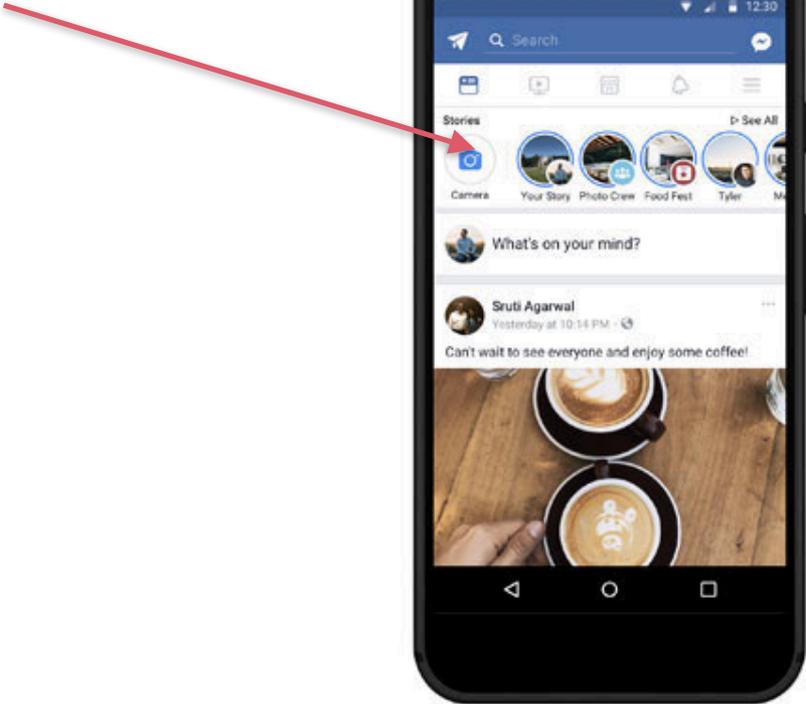
Copyright, wenn nicht anders angegeben: Mag. FH Daniela Terbu
Nur zur persönlichen Verwendung vorgesehen. Vervielfältigung oder Weitergabe
nur mit schriftlicher Bestätigung der Autorin.

Stories?

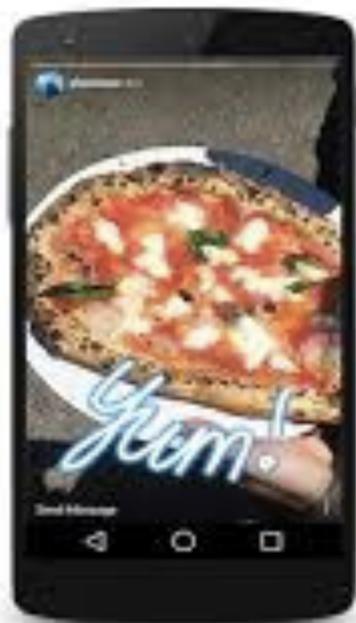
- 💡 Eine Art **Parallelformat** in Facebook
- 💡 **Verswinden** nach 24 Stunden **wieder** (nach dem Vorbild von Snapchat bzw. Instagram Stories)
- 💡 Scheinen **nicht als eigener Beitrag** im Newsfeed auf
- 💡 Gibt es schon länger, wird aber noch nicht von sooo vielen Unternehmen genutzt = gute Chance für uns

Wo sieht man Stories als User?





**Wie sehen Stories
aus?**



**Wie könnte eine Corporate
Story aussehen?**

Beispiel: Die Post Lehrlingsfiliale 2018



unserepost 10Std.

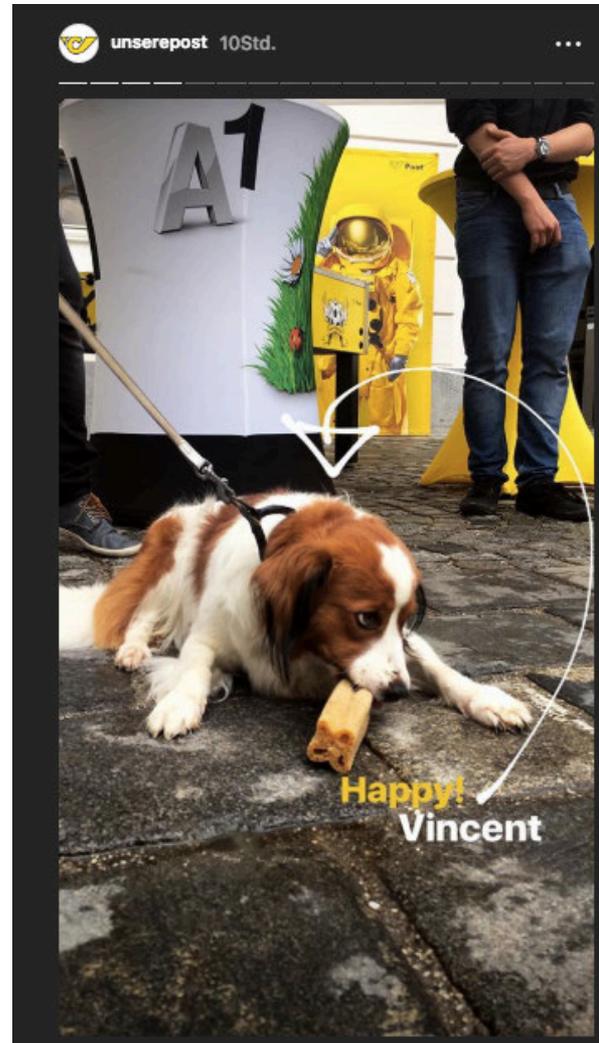


#inlinzbeginn



unserepost 10Std.







unserepost 9Std.



**Lehrlingsfiliale
2018**
#postlehrlinge2018



Fazit

1

INTERAKTIONEN MIT DER ZIELGRUPPE BELEBEN

Durch ein „frischeres“
Format, das auch mehrere
Postings hintereinander
erlaubt.

2

MENSCHLICHE SEITE ZEIGEN

Momente aus dem
Unternehmensalltag,
Eventberichterstattung, etc.

3

ANDERE PERSONEN ERREICHEN

Personen aus der Zielgruppe,
die zum Zeitpunkt der
Veröffentlichung des letzten
Beitrags offline waren, sehen
die Story bei der nächsten
Anmeldung ganz oben.

4

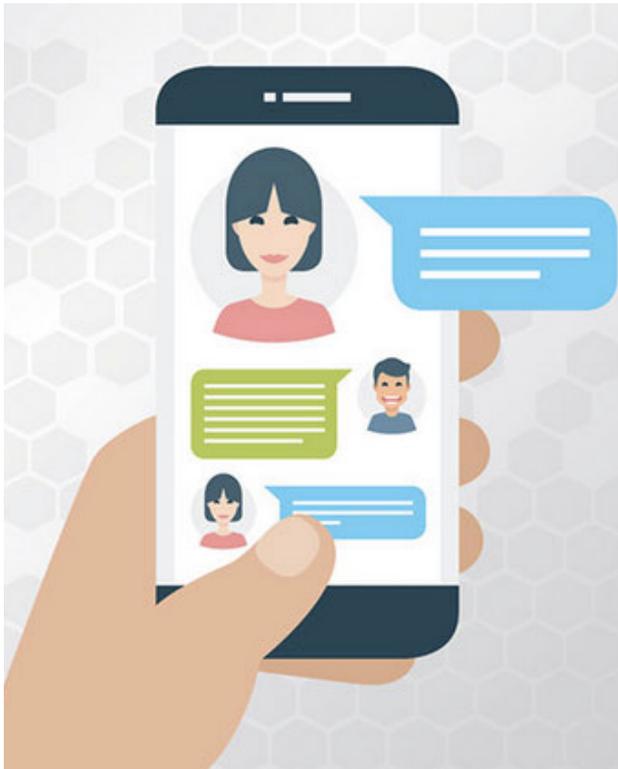
CHANCE AUF REICHWEITE

User erhalten die Stories
„automatisch“ beim
Weiterklicken aus der
letzten - möglicherweise
privaten Story.

One-to-one Marketing auf Facebook?

Copyright, wenn nicht anders angegeben: Mag. FH Daniela Terbu
Nur zur persönlichen Verwendung vorgesehen. Vervielfältigung oder Weitergabe
nur mit schriftlicher Bestätigung der Autorin.

Messenger Marketing?



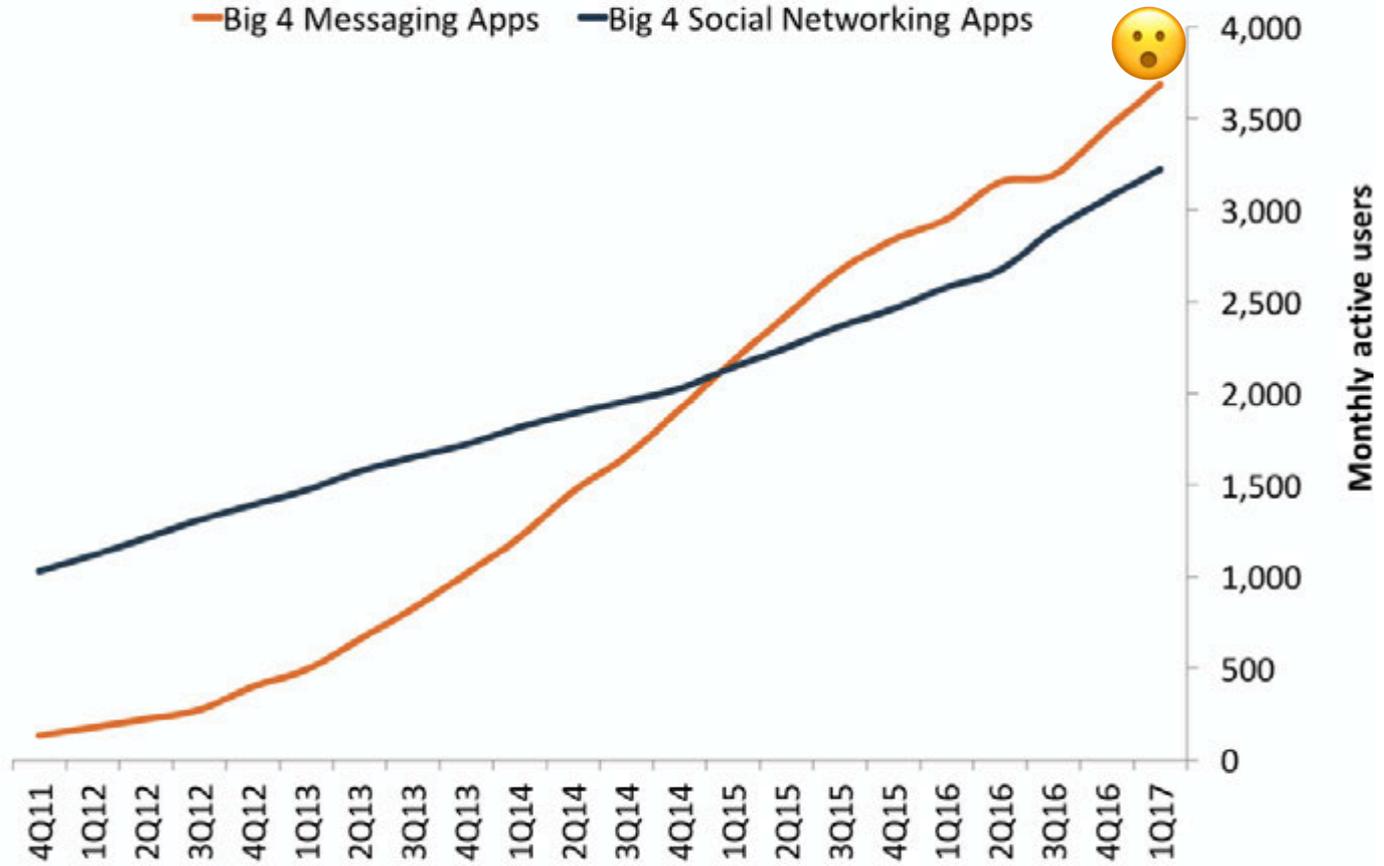
Der **kommerziellen Einsatz** der auf dem Markt vorhandenen **Messenger-Applikationen** und deren **Verwendung für die One-to-one** Kommunikation mit potentiellen und bestehenden Kunden.

Der Messenger Markt

**Messaging Apps:
grösser als die Social
Networks selbst..**

Messaging Apps Have Surpassed Social Networks

Global monthly active users for the top 4 messaging apps and social networks,
In millions



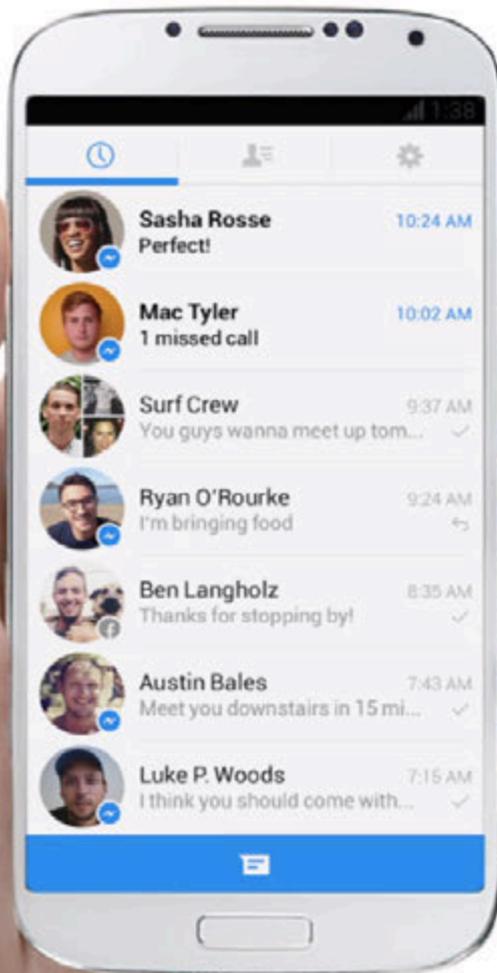
Note: Big 4 messaging apps are WhatsApp, Messenger, WeChat, Viber.
Big 4 social networks are Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn
Source: Companies. Anantonia. TechCrunch. BI Intelligence estimates. 2017

BI INTELLIGENCE

Die Entwicklung

Statt „one-to-many“
wird Social Media
Marketing nun ein
„one-to-few“ bzw. ein
„one-to-one“.

Wir reden über: Facebook Messenger



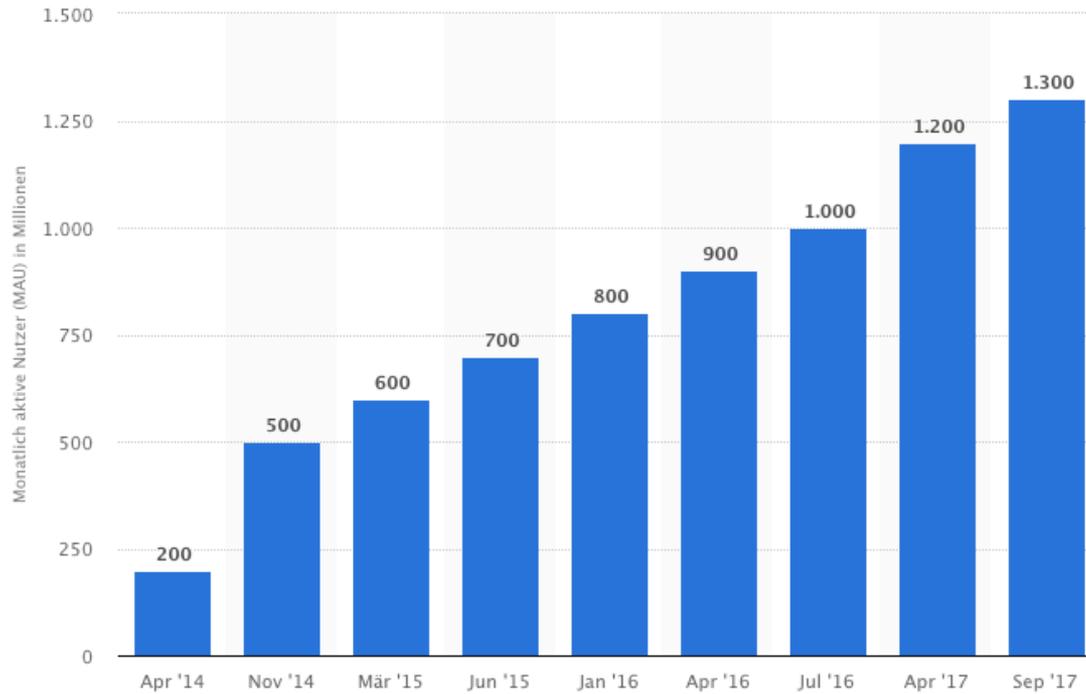
Messenger

Free texting from Facebook

[Get Messenger](#)

Available now for Android, iPhone and Windows Phone

Anzahl der monatlich aktiven Nutzer des Facebook Messengers weltweit (2014-2017, in Mio)



Im September 2017 lag die Anzahl der monatlich aktiven Facebook Messenger-Nutzer bei rund 1,3 Milliarden.

Studie von Facebook IQ:

63% sagen: das „Messaging“ mit Unternehmen hat sich in den letzten 2 Jahren erhöht...

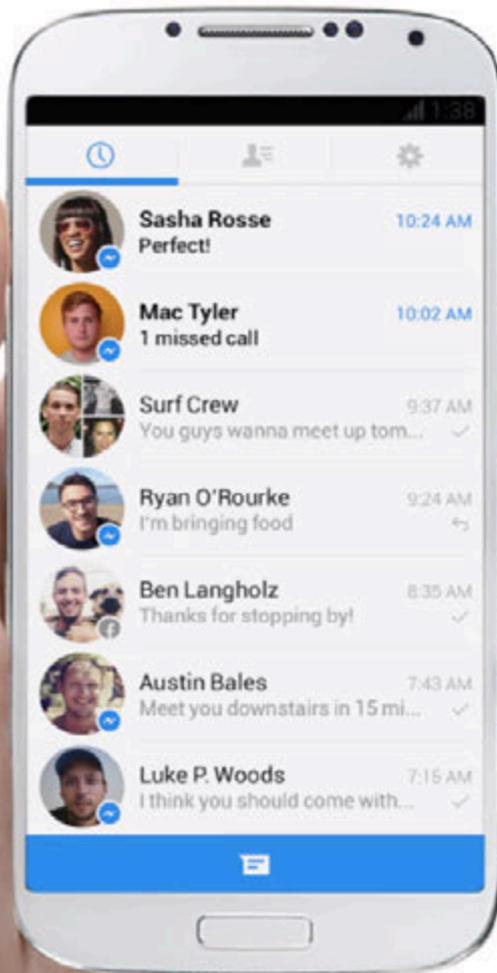
56% würden einem Unternehmen lieber messagen als anzurufen.

61% finden personalisierte Messages von Unternehmen gut

Über 50% würden von einem Business kaufen, mit dem sie ge-messaged haben.

55% vertrauen dem Unternehmen eher, nachdem sie ge-messaged haben

Möglichkeiten Facebook Messenger Marketing



Messenger

Free texting from Facebook

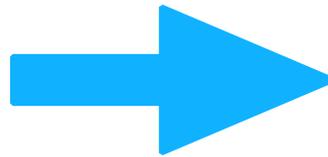
[Get Messenger](#)

Available now for Android, iPhone and Windows Phone

1

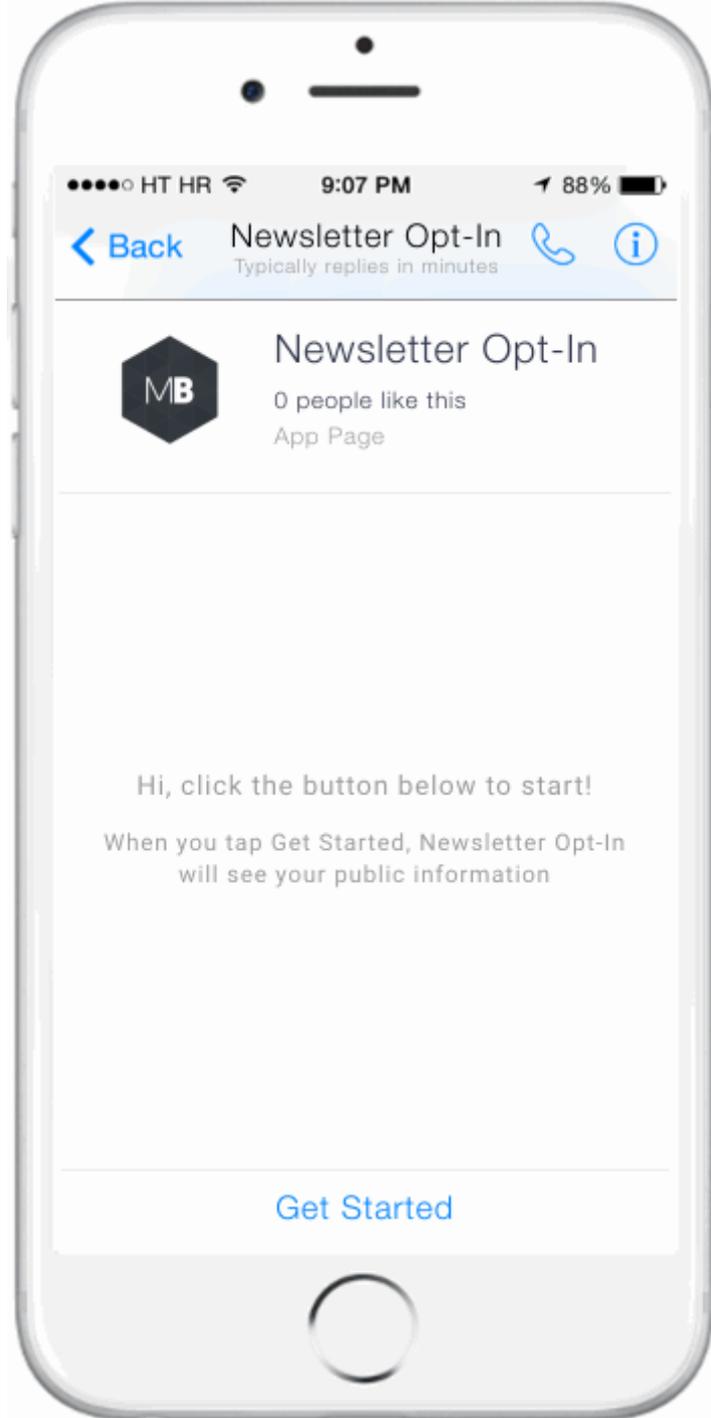
Anwendungstyp: Content Pushing

HubSpot Versuch: den Usern wurde der Content via E-Mail oder eben via Facebook angeboten. Bei der Messenger Option haben sie sich das Ausfüllen des Formulars gespart.



The Messenger strategy results in a **242 percent higher open rate** and a **619 percent higher click rate**⁵.

	Messenger Broadcasts	Emails (Control)	Percentage Difference
Open Rate	80%	33%	242%
Click Rate	13%	2.1%	619%



HT HR 9:07 PM 88%

Back Newsletter Opt-In
Typically replies in minutes



Newsletter Opt-In

0 people like this
App Page

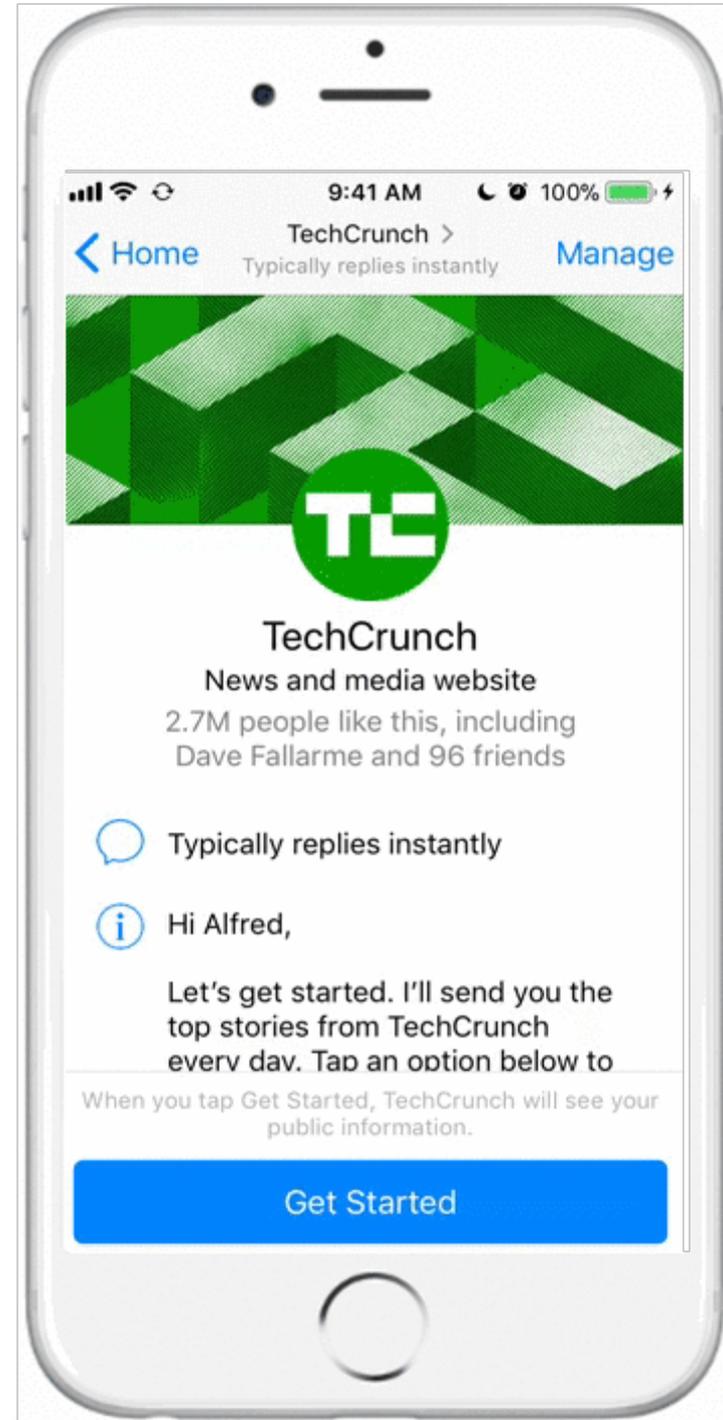
Hi, click the button below to start!

When you tap Get Started, Newsletter Opt-In
will see your public information

Get Started

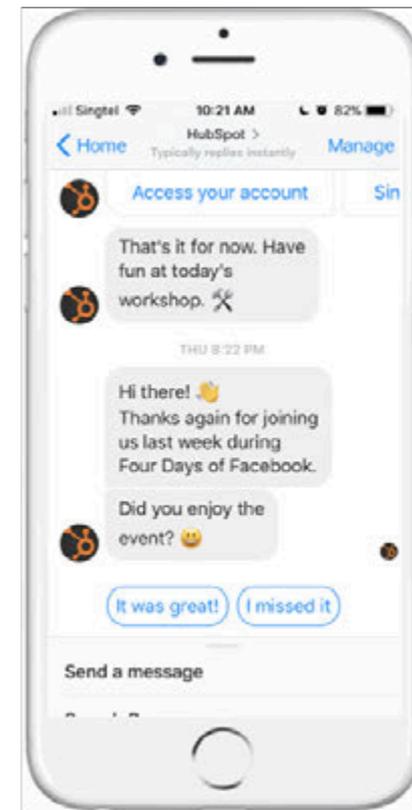
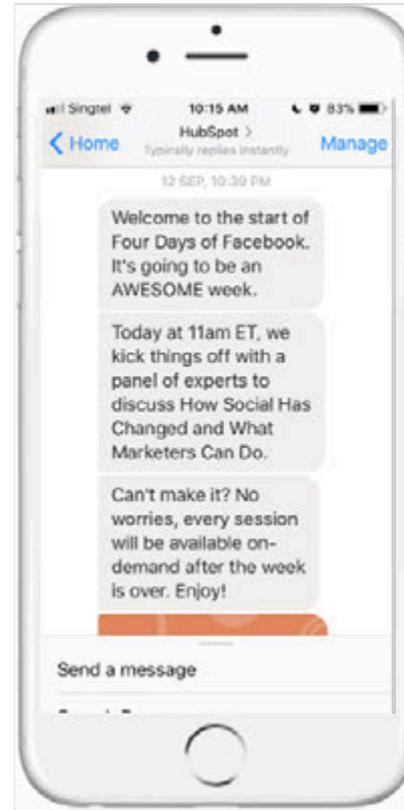
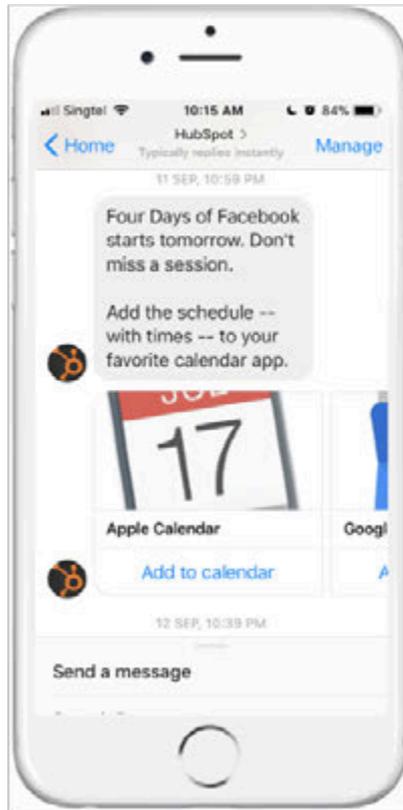
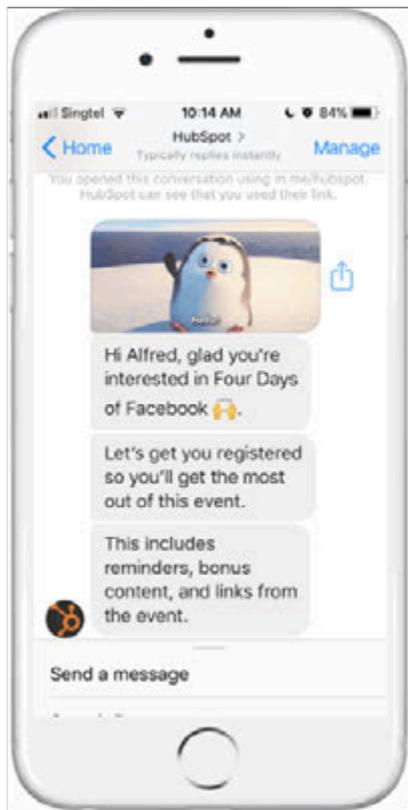
2

Anwendungstyp: Content search



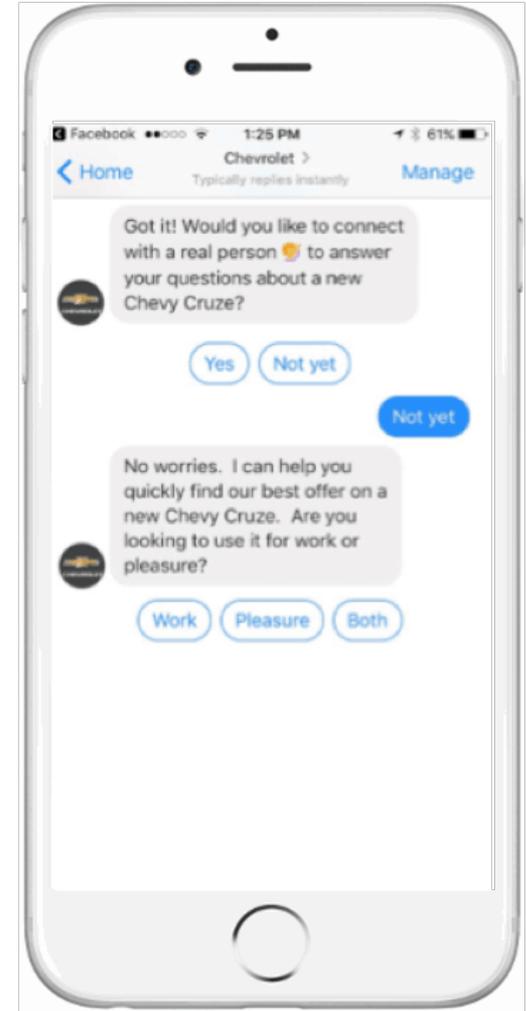
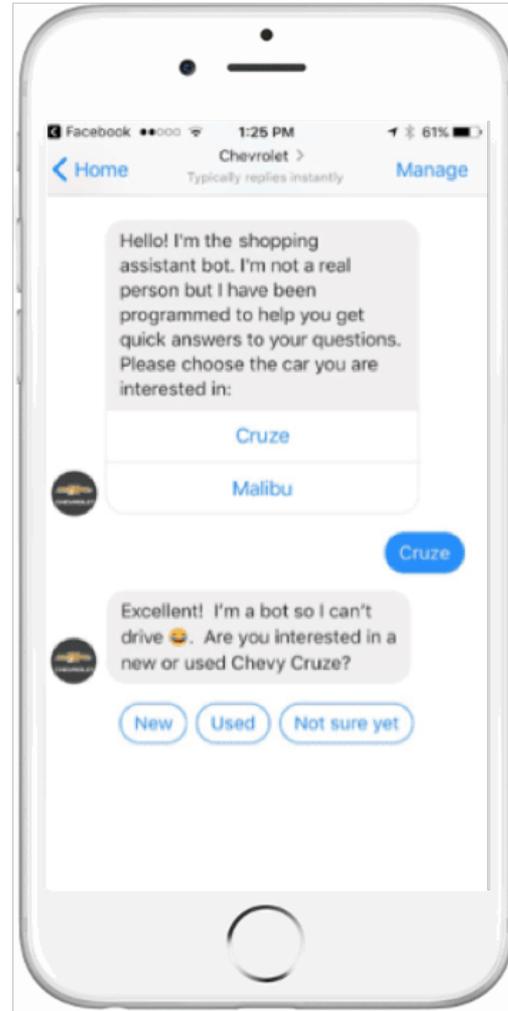
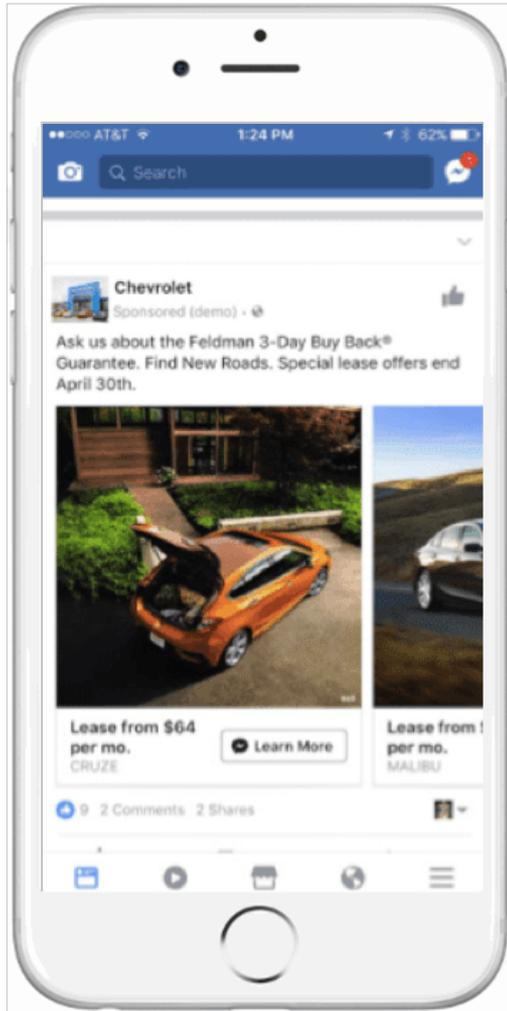
3

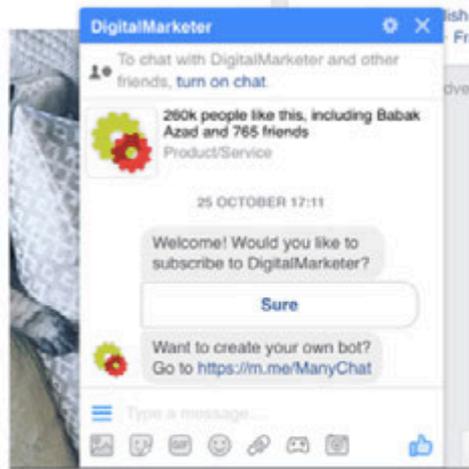
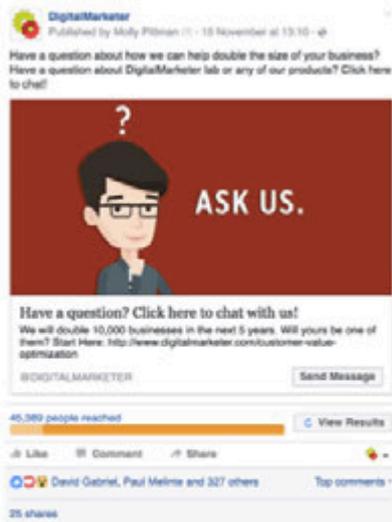
Anwendungstyp: Eventanmeldung



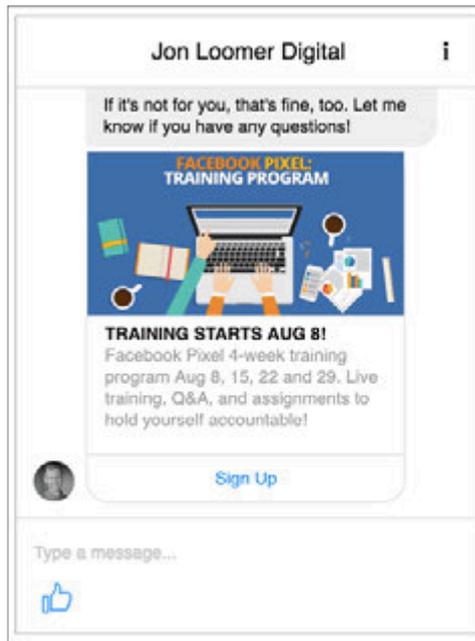
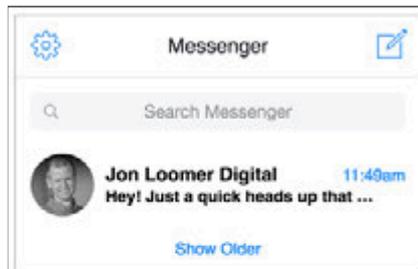
4

Anwendungstyp: Click to messenger ads





Click-to-Messenger ad

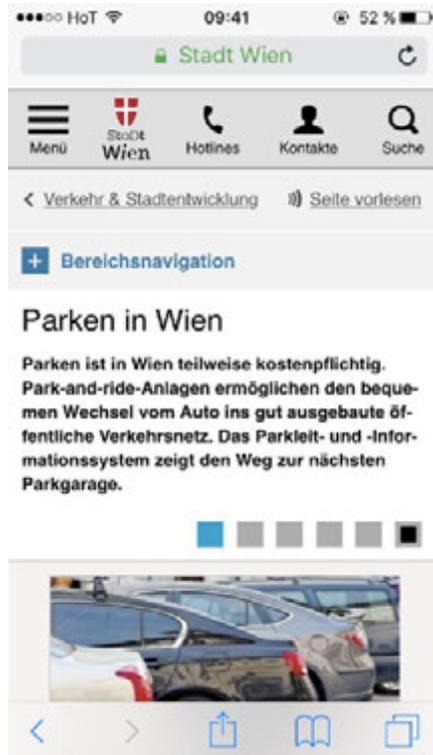


Sponsored message

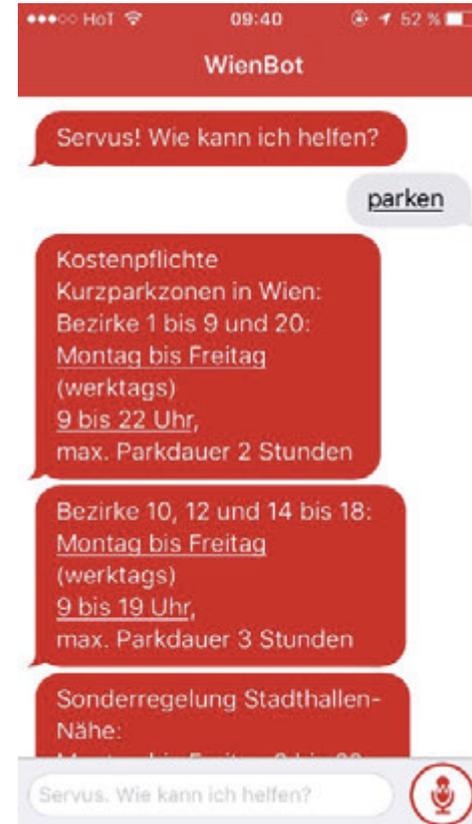
<https://www.jonloomer.com/2017/08/01/facebook-messenger-ads/>

5

Anwendungstyp: Automatisierte kundenkommunikation



versus



Typische Themen: Terminvereinbarungen, Auskünfte über Produktverfügbarkeiten, Rabattaktionen...

5

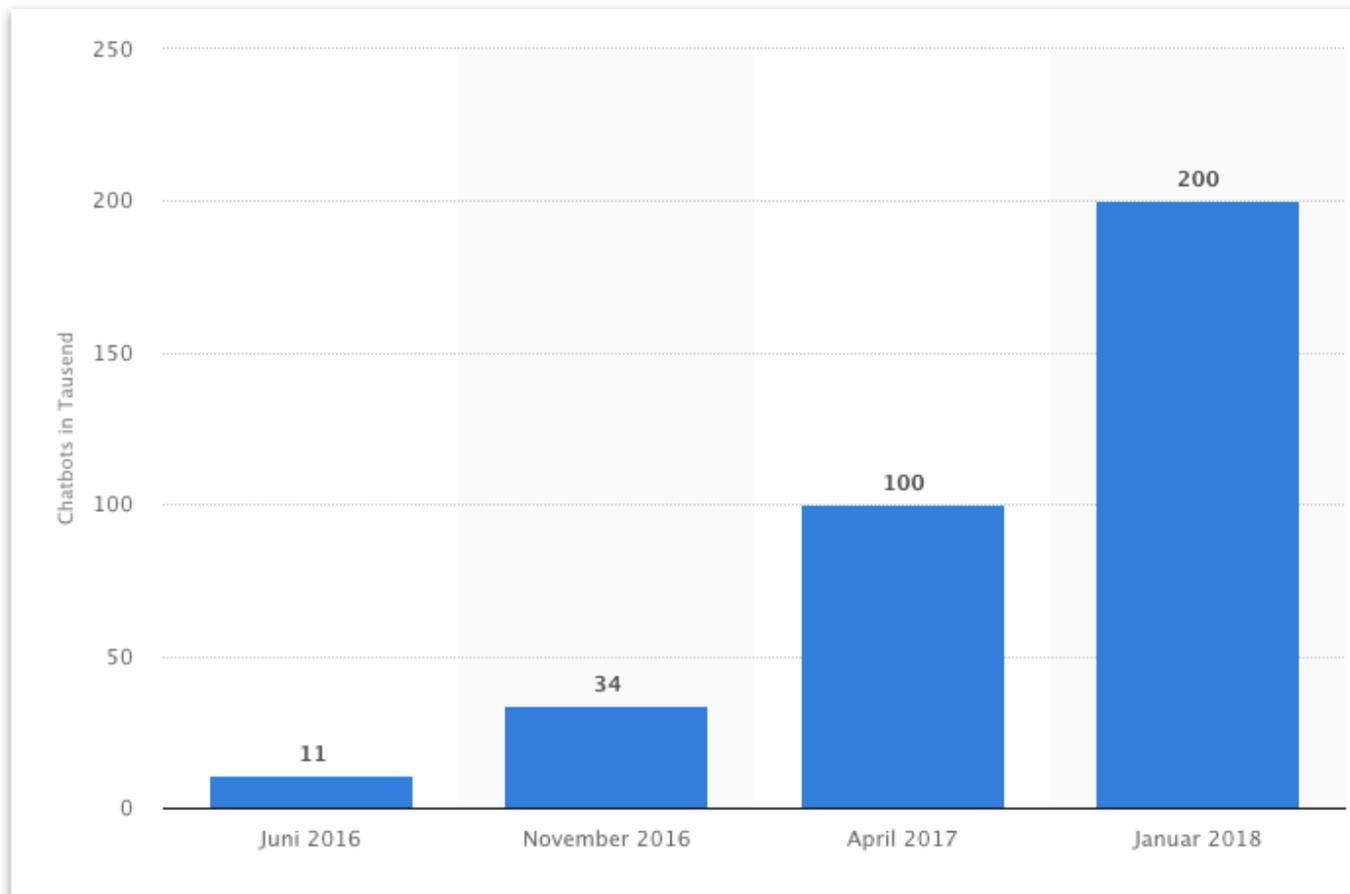
Anwendungstyp: Automatisierte kundenkommunikation

Typische Themen:

- Terminvereinbarungen
- Auskünfte über Produktverfügbarkeiten
- Rabattaktionen...

Beispiel: Wien Bot

Anzahl der verfügbaren Chatbots in Facebook (in 1.000)



Fazit?

- Beginnen, **außerhalb des Newsfeeds** zu denken.
- **Servicecharakter** des Produktes/Services genauer ansehen
- Lohnt sich ein **Bot**?
- Wäre eine Nachricht besser in der **Inbox des Messengers** einer Person aufgehoben statt im Newsfeed?

Praktische Take Aways zum Schluss

(ok, ein paar Tipps für „reguläre Postings“ gibt es doch)

Copyright, wenn nicht anders angegeben: Mag. FH Daniela Terbu
Nur zur persönlichen Verwendung vorgesehen. Vervielfältigung oder Weitergabe
nur mit schriftlicher Bestätigung der Autorin.

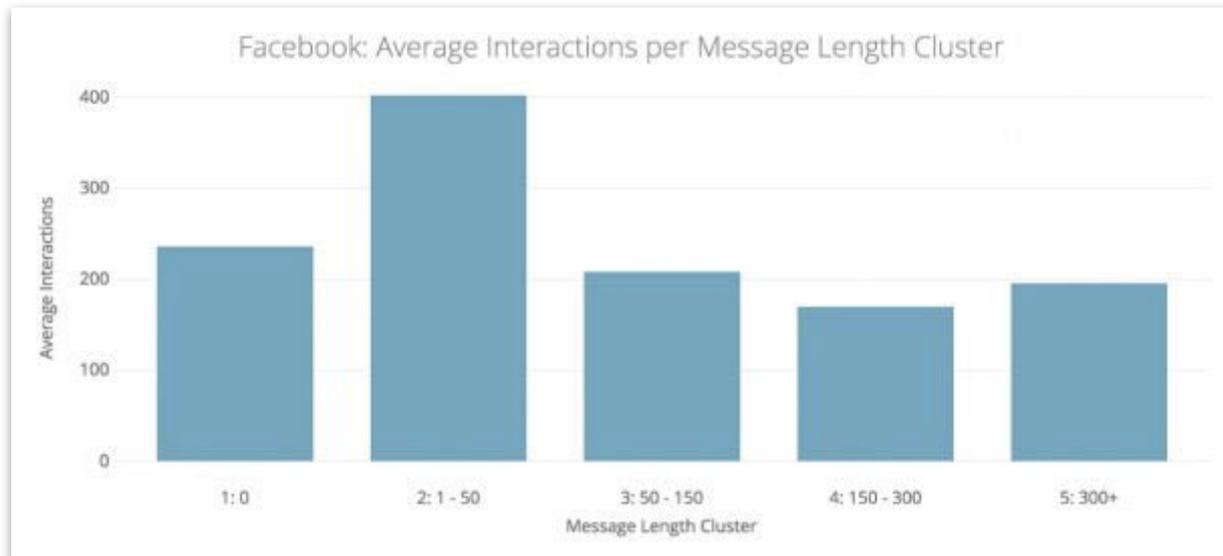
Der perfekte Post - DACH-Region

Analyse von 2,3 Millionen Facebook Postings (durch quintly) anhand folgender Faktoren:

- Länge des verwendeten Texts
- Art des Inhalts (Text, Bild, Video)
- Anzahl der benutzten Emojis
- Anzahl der verwendeten Hashtags

1. Weniger Text = mehr Interaktionen?

In der Analyse zeigt sich, dass Facebook-Posts mit 1 bis 50 Zeichen Text besonders viele Interaktionen erhalten.



2. Welches Contentformat bringt Reichweite?

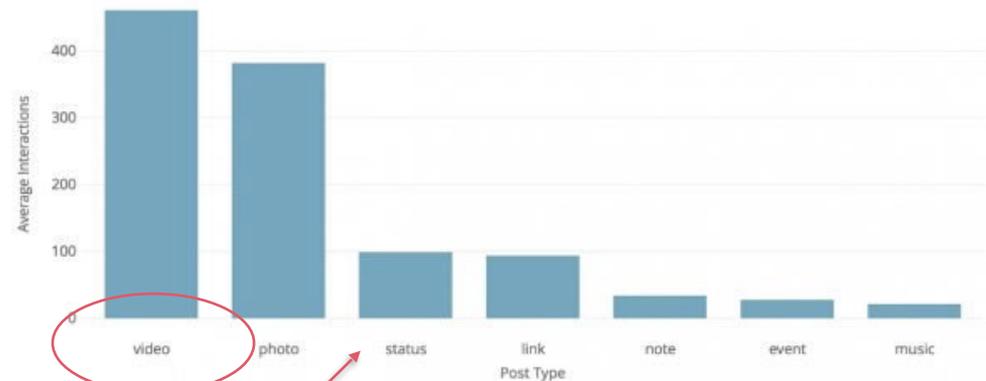
VERWENDET

ERFOLGREICH

Facebook: Post Type Distribution



Facebook: Average Interactions per Post Type



**Auch
spannend!**

Text only

 **innocent**
3. Mai um 16:12 · 🌐

Wir wollen beweisen, dass "Chai" das Wort ist, auf das sich am besten Reimen lässt. Wir fangen mal an:

Eins
Zwei
Chai (äh, drei)
Mai
Ei
Geweih
Blei
Hai
Mai
dabei
Brei
... fällt Euch noch was ein?

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 👤

👍 🤔 🍌 477 Relevanteste zuerst

8 Mal geteilt

 Kommentieren ... 😊 📷 📄

Alle 189 Kommentare anzeigen

 **innocent**
1. April · 🌐

Hallo, hier spricht unfer automatischer Nafriften-Beantworter. Wir können gerade nift tippen, weil wir beide Hände voller Fokoeier haben. Wir wünfem euv troffdem frohe Oftern.

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 👤

👍 🤔 🍌 Isa Maria und 242 weitere Personen Relevanteste zuerst

 **innocent**
26. April um 17:09 · 🌐

Ein Tipp für mehr Würze im Facebook-Feed: Schalte die Autokorrektur Deines Smartphones aus. Poste etwas, ohne die Fehler zu Koriander.

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen 👤

👍 🤔 🍌 34 Relevanteste zuerst

Think mobile!



Nespresso
6. Mai um 07:05 · €

Beim Frühstück haben die meisten Menschen ihr Ritual. Vielen genügt ein Kaffee, für manche gehört ein Kreuzwörterrätsel dazu. Wie sieht deine Morgenroutine aus?
bit.ly/Nespresso_GutenMorgen



Gefällt mir Kommentieren Teilen

Übrigens: Hochformatbilder!



Nespresso
28. April um 14:00 · €

Wie eine leichte Sommerbrise – unser honigsüßer, fruchtiger Cappuccino mit mediterranem Hauch. Hier geht es zum Rezept:
http://bit.ly/Grapefruit_Cappuccino



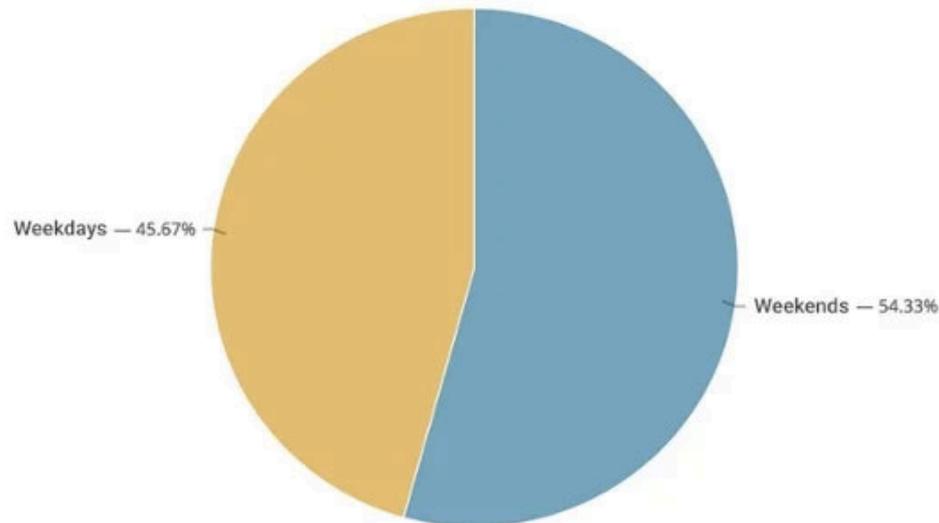
Gefällt mir Kommentieren Teilen

452

Relevanteste zuerst

3. Wochentag 🕵️ Wochenende?

📷 Average Interactions for Posts on Weekdays vs Weekends

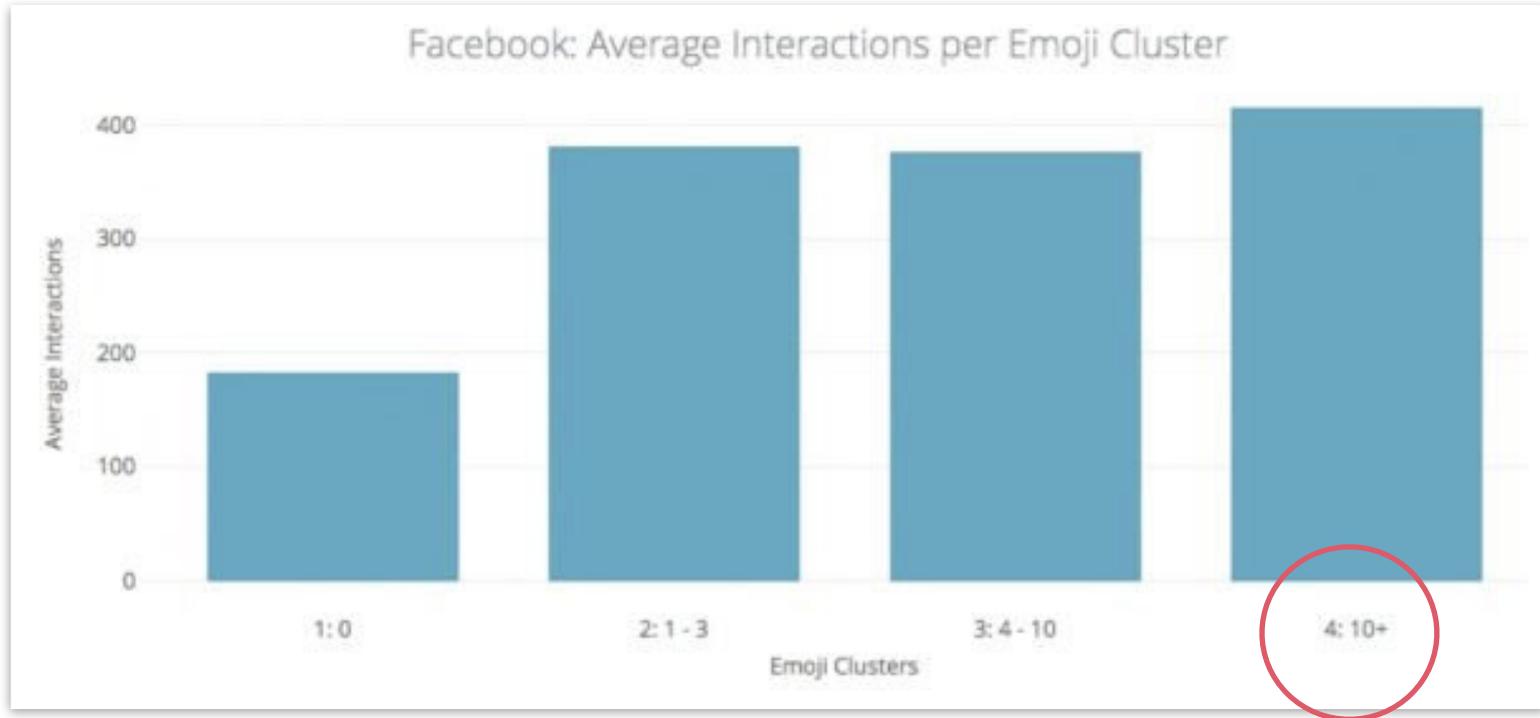


Data: 1,019,978 analyzed Instagram Posts, January 2018



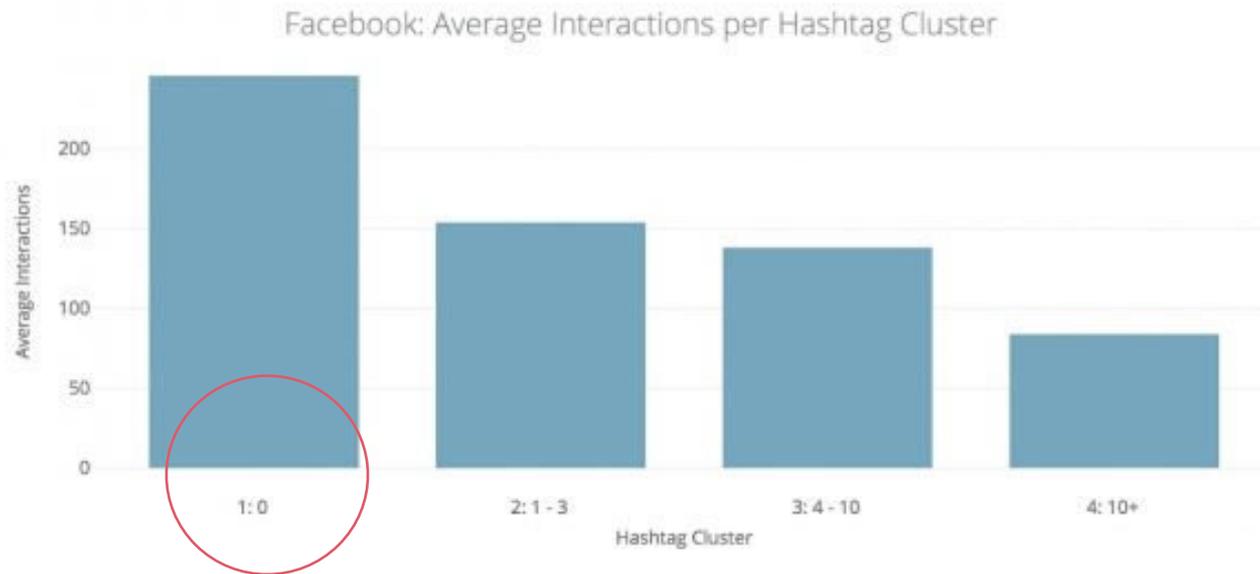
Der Wochentag gewinnt - hat aber keinen großen Vorsprung.

4. Emojis: 👍 or 👎



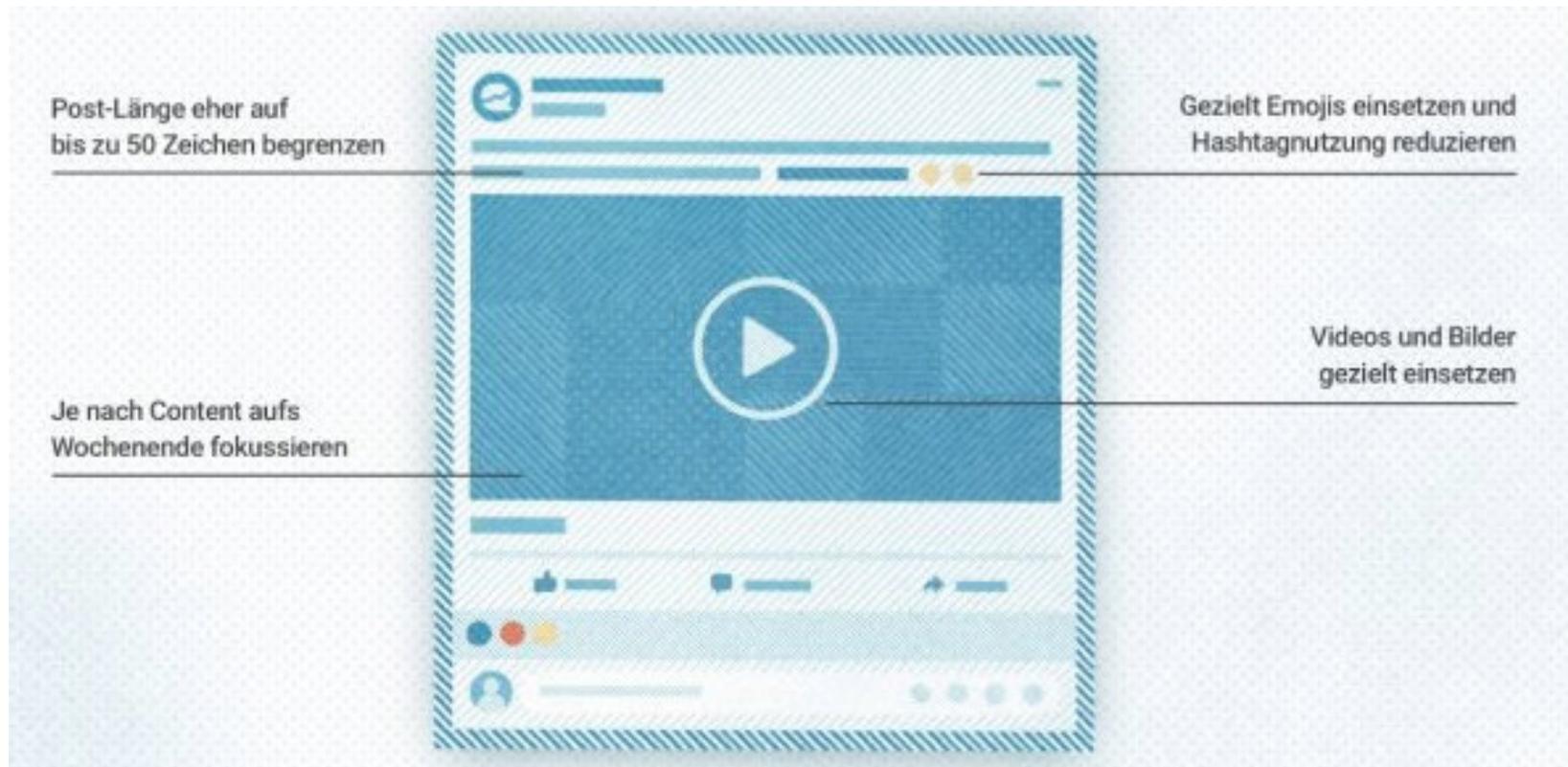
Posts ohne Emojis erhalten bei Facebook mit großem Abstand die wenigsten Interaktionen.

5. Hashtags yay or nay?



Laut der Analyse von quintly erhalten Posts ohne Hashtags im Durchschnitt die meisten Interaktionen. Je mehr Hashtags Posts enthalten, desto weniger Interaktionen gehen sogar mit ihnen einher.

Summary: Der perfekte Post





Danke, dass ihr dabei wart!

contact me:

mag. fh daniela terbu
hi@daniterbu.at, www.daniterbu.at
+43 680 1109962