

Inhalt

Über die Autoren.....	7
1. Einleitung – Das Phänomen Social Networks	9
1.1 Vom Internet zum Web 2.0 und Social Networks.....	10
1.2 Warnung – Risiken und Nebenwirkungen im Social Web	14
1.3 Für wen eignet sich dieses Buch – und für wen nicht	15
2. Facebook-Historie – Es kam, sah und siegte.....	17
2.1 2004 – Facebook erblickt das Licht der Welt.....	18
2.2 2005 – Die Plattform geht zur Schule	18
2.3 2006 – Bitte ALLE eintreten	19
2.4 2007 – Einbindung externer Entwickler.....	19
2.5 2008 – Facebook wird international	19
2.6 2009 – Nutzer reden mit	20
2.7 2010 – Die Jetztzeit.....	20
2.8 Übersicht der Nutzerzahlen – Stand: März 2010	22
2.9 Facebook – Zahlen, Daten, Fakten auf einen Blick.....	23
3. Marketing-Lovestory – Erfolgreiche Positionierung im Social Web	25
3.1 Sagt „Bye Bye“ zum Marketing-Elfenbeinturm.....	26
3.2 Männer wollen immer nur „das Eine“ – Unternehmen auch.....	26
3.3 Emanzipation der Kunden	28
3.4 Nur wenige einfache Schritte zum Glück	29
3.5 Nicht nur Ich, Ich, Ich	29
3.6 Weniger sprechen, mehr zuhören	29
3.7 Gemeinsame Interessen – der Weg zum gemeinsamen Glück	30
3.8 Man kann es nie allen recht machen	30
3.9 Verarscht	31
3.10 Umgang mit Fehlern	31
4. Passive Viralität – (R)Evolution des Informationsflusses	33
4.1 Ein lustiges Video im Web 1.0	34
4.2 Und dann kam nicht Polly sondern YouTube.....	34
4.3 Vergiss die E-Mail und die Empfänger	35
4.4 Die Mauer IST weg!	37
4.5 Kommentare im Web 1.0	39
4.6 Mitreden im Web 2.0	39
4.7 Was genau machen Facebook Open Graph und die Social Plugins?	39
5. Grundfunktionen – Was machen Nutzer in Social Networks?.....	43
5.1 Der Startschuss – Profil erstellen	44

5.2 Freundeskreis – Aufbauen und pflegen.....	44
5.3 Up to date bleiben – Was geht?.....	45
5.4 Privatsphäre einrichten – Zahlreiche Möglichkeiten	45
5.5 Statusmeldungen – Inhalte posten und Meinungen teilen.....	45
5.6 Interaktionen – Kommentieren, bewerten und teilen	46
5.7 Suchen – Und finden	46
5.8 Inbox – Das Stiefkind von Facebook.....	46
5.9 Chatten – Nachrichten in Realtime.....	46
5.10 Applikationen – Pimp your Profile.....	47
5.11 Social Games – Spannung, Spiel und unglaubliche Reichweite	47
5.12 Fotos & Videos – Das Auge isst mit	48
5.13 Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte	48
5.14 Facebook-Seiten – Für Unternehmen und Organisationen.....	48
5.15 Veranstaltungen – Planen und organisieren	49
6. Newsfeed – Das Wohnzimmer im Social Network	51
6.1 Hauptmeldungen – Up to date sein und bleiben.....	53
6.2 Zentrale Sammelstelle – Informationen aus dem eigenen Netzwerk.....	55
7. Profile – Das persönliche Schaufenster im Web 2.0	57
7.1 Für wen eignet sich ein Profil	58
7.2 Spieglein, Spieglein an der Wand ... Wer hat das schönste Profilbild im Land?.....	59
7.3 Standard Reiter 1 – Info	59
7.4 Standard Reiter 2 – Pinnwand	66
7.5 Standard Reiter 3 – Fotos.....	68
7.6 Erweiterungen des Profils	68
8. Facebook-Seite – Auftritt eines Unternehmens	71
8.1 Anlegen einer Seite.....	73
8.2 Kategorie – Was bist du?.....	74
8.3 Name der Seite – Bis dass der Tod uns scheidet... ..	76
8.4 Anlegen der Basic Information.....	77
8.5 Weitere Standardreiter	79
8.6 Möglichkeiten zur Erweiterung	81
8.7 FBML – Das Facebook HTML	81
8.8 Landing Page – Liebe auf den ersten Blick	81
8.9 FBML and More	83
8.10 Optimierung der Navigation	83
8.11 Applikationen – Spaß und Mehrwerte	84
8.12 Gewinnung von Fans – Aufbau einer loyalen Gefolgschaft	86
8.13 Statusmeldungen – Fortlaufende Kommunikation.....	88
8.14 Direct Message – Aktualisierung an Fans senden.....	91
8.15 Gretchenfrage – Eine oder mehrere Facebook-Seiten	92
8.16 Top Facebook-Seiten – Who’s hot and who’s not.....	94
9. Facebook Gruppen – Treffpunkt für Gleichgesinnte.....	97

10. Facebook Werbeanzeigen – Targeting 2.0	101
10.1 Auftakt – Getting started	102
10.2 Step 1 – Zielgruppe	102
10.3 Step 2 – Gestalte deine Werbeanzeige	104
10.4 Step 3 – Kampagnen und Preise	107
10.5 Step 4 – Prüfung und Freischaltung der Anzeige	108
10.6 Step 5 – Monitoring und Optimierung der Kampagne	108
11. Integration – Facebook auf einer externen Website	111
11.1 Facebook Like Box – Einfach Flagge zeigen	113
11.2 „Gefällt mir“ – Nur ein Klick entfernt	117
11.3 Facebook Comment – Mitreden leicht gemacht	118
11.4 Facebook Share – Inhalte kinderleicht teilen	122
11.5 Activity Feed – Übersicht der Interaktionen	124
11.6 Facebook Recommendations – Persönliche Empfehlungen	125
11.7 Facebook Live Stream – Realtime-Interaktion mit anderen Nutzern	127
11.8 Facebook Log-in – Der Generalschlüssel im Social Web	128
11.9 Facebook Meta Tags – Unsichtbare Helfer	130
12. Word-Of-Mouth-Specials – Virale Highlights	133
12.1 Achtung – Ideen-Weichspüler aufgepasst	134
12.2 Just do it – Nicht zögern, machen!	135
13. Crossmedia – Social Media-Marketing never walks alone	137
14. Return on Investment – Erfolgskriterien auf Facebook	143
14.1 Reichweitenmessung Fernsehen	144
14.2 Reichweitenmessung Radio	145
14.3 Sonstige Offline-Medien	145
14.4 Digitale Medien	145
14.5 Das Problem der unbegrenzten Möglichkeiten	146
14.6 Zurück zum eigentlichen Thema	147
14.7 Und nun? Was tun?!	151
14.8 Ein Beispiel aus der Praxis – Ausnahmen bestätigen die Regel	152
14.9 Interaktionen als neue Leitwährung des Social Web	155
14.10 Werbung als gern gesehener Gast	155
15. Controlling – Vertrauen ist gut, Interaktionen sind besser	157
15.1 Facebook-Statistiken – Demografie trifft auf Reichweitenmessung	158
15.2 Google Analytics – Sinnvolle Ergänzung der Facebook-Statistiken	160
15.3 Kostenpflichtige Tools – Alles auf einen Blick	161
16. Showcases – Beispiele aus der Praxis	165
16.1 IKEA – Schwedisch, simpel und einfach gut	166

16.2 Burger King – Tausche Freunde gegen Whopper	168
16.3 Café Brazil – Offline-Genuss online im Social Web teilen.....	171
16.4 Ravensburger – Die Katzenmenschen erobern die Welt.....	174
16.5 Skittles – Total süß im Social Web.....	181
16.6 The Creme Brulee Man – Nicht nur lecker, sondern auch social.....	185
16.7 Easyjet – Plan & Book your holidays on Facebook.....	188
16.8 Phänomen Nutella – Die größte inoffizielle Fan-Community der Welt	191
16.9 Million Baby Crawl – Für eine saubere Zukunft	194
16.10 Tara Technique – Sexy Hexy von Saturn	197
16.11 KLINiK am RING – Gesundheit 2.0	201
16.12 Vitaminwater – Facebook Crowdsourcing and more.....	204
16.13 TOM BIHN – So hat man seine Kunden im Social Web in der Tasche.....	208
16.14 Rita's Italian Ice – Richtig cool im Social Web.....	210
16.15 conceptbakery – aus dem Nähkästchen geplaudert.....	214
 17. Dos and Don'ts – Erfolgsfaktoren auf Social Networks	219
17.1 Klare Positionierung – Social Media-Story in einem Satz	220
17.2 Kein Mono-, sondern ein Dialog – Kommunikation auf Augenhöhe	220
17.3 Be real – Authentizität schlägt Budenzauber	220
17.4 It's time for a Change – Veränderter Fluss von Informationen	220
17.5 Rollenwandel – Keine Kontrolle, sondern Moderation.....	221
17.6 Keine Angst vor der neuen Welt, sondern Neugier entwickeln	221
17.7 Nicht zögern – Machen!.....	221
17.8 Nutzung der technischen Möglichkeiten.....	221
17.9 Klare Ziele definieren – und kontrollieren	221
17.10 Crossmedia – Einbettung in eine Gesamtstrategie.....	222
17.11 Um die Ecke denken – Weniger werben, mehr unterhalten	222
17.12 Lesen bildet – Auch im Social Web	222
 18. What's next – Die nächsten Trends	223
18.1 Facebook Open Graph – Webseiten werden „sozialer“	224
18.2 Facebook-Seite ähnlich Website oder SEO – Jeder macht's	224
18.3 Verbesserung der Suche – Weniger anonym, mehr persönlich	225
18.4 Social Shopping – Gemeinsam Online Shoppen.....	226
18.5 Mobile Apps – Facebook wirklich everywhere	228
18.6 Crossmedia – Nichts Besonderes mehr, sondern Standard	230
 19. Schlusswort – Kein Hype, sondern Dynamik mit Substanz.....	233
 20. Anhang	237
20.1 (Geliehene) Denkanstöße bekannter Socialmedia Autoren	238
20.2 Hilfreiche Tools und Informationsquellen	246