

Ihr Unternehmen bei Facebook

Checkliste zur Erstellung einer Unternehmensseite für den medizinischen Fachhandel

Facebook gehört nach wie vor zu den wichtigsten sozialen Medien für Unternehmen. Auch für den medizinischen Fachhandel bietet Facebook großes Potenzial, um sich mit Endverbrauchern über wichtige Gesundheitsthemen, Produkte oder Events auszutauschen.

6 wichtige Gründe, warum Sie Facebook nutzen sollten:

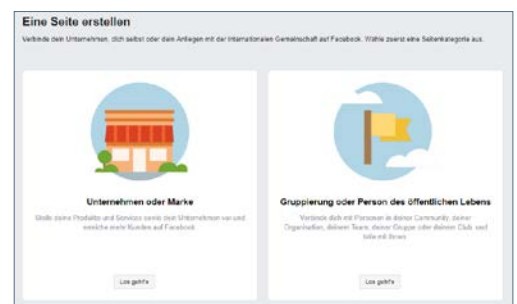
- Steigerung des Bekanntheitsgrades und Neukundengewinnung
- Pflege der Bestandskunden durch die Kontaktmöglichkeit der Endverbraucher (auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten)
- Vervielfältigung Ihrer Inhalte durch Interaktion der Community
- Facebook mit der Webseite verlinken und besser auffindbar sein
- Ankündigen und Bewerben von Veranstaltungen
- Vernetzen mit Partnern, beispielsweise mit Selbsthilfegruppen oder Herstellern

Die folgende Checkliste hilft Ihnen, eine attraktive Firmenseite zu erstellen. **Worauf ist beim Erstellen einer Firmenseite zu achten?**

1. Startseite

Nutzen Sie für Ihren Firmenauftritt unbedingt eine offizielle Facebook-Seite für Unternehmen. Diese erstellen und verwalten Sie mithilfe Ihres privaten Facebook-Profiles, das mit der Unternehmensseite verknüpft wird. Ihre Firmenseite legen Sie unter www.facebook.com/pages/create in wenigen Schritten an:

- **Nutzername:** Haben Sie den Facebook-Benutzernamen für Ihr Unternehmen treffend gewählt? Achten Sie darauf, dass dieser langfristig nutzbar ist. Der Benutzername erscheint unter dem Namen Ihrer Seite und in der URL. Ist der gewünschte Nutzername bereits vergeben, wählen Sie eine Alternative.
- **Profilbild:** Ideal hierfür ist Ihr Logo im quadratischen Format (180 x 180 px).
- **Titelbild:** Es spiegelt Ihr Unternehmen wider. Bei Angeboten oder Kampagnen können Sie es individuell anpassen (820 x 312 px). Achten Sie darauf, dass Ihr Titelbild auf die mobile Ansicht optimiert ist.



Firmenseite anlegen



Titelbild einfügen



Seitennamen festlegen

- **Button:** Der „Call-to-Action“ Button auf Ihrer Seite ruft die Nutzer zu einer Handlung auf. Überlegen Sie sich, welche Ziele Sie erreichen wollen – idealerweise lässt sich dieses Ziel mit einer Aktion beschreiben. Möchten Sie Kunden auf Ihre Webseite leiten, dann wählen Sie „Informationen zu deinem Unternehmen“. Wenn Sie den Nutzern eine Kontaktmöglichkeit bieten möchten, dann eignet sich beispielsweise der Button „Dich kontaktieren“.

Tipp: Bis Sie die Seite fertig eingerichtet haben, können Sie diese verbergen. Somit ist Ihr Profil für die Öffentlichkeit (noch) nicht sichtbar. Dafür rechts oben unter „Einstellungen“ die Sichtbarkeit der Seite bearbeiten.

2. Info-Tab

Die Angaben im Info-Bereich ermöglichen es Nutzern, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen und sich auf Ihrer Seite zurechtzufinden.

- **Beschreibung:** Wofür steht Ihr Unternehmen? Dies wird sowohl auf der Seite als auch in den Suchergebnissen angezeigt.
- **Kontaktinfos:** Option zum Eingeben einer Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Anschrift etc.

3. Impressum

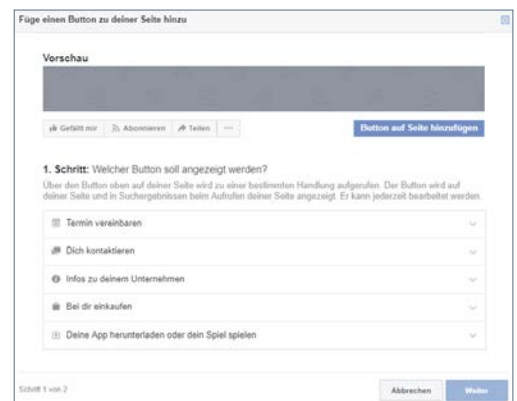
Haben Sie ein gesetzestkonformes Impressum angegeben? Auf Facebook herrscht gemäß §§ 5 Abs. 1, § 1 TMG Impressumspflicht. Das Impressum sollte demnach ein fester Bestandteil beim Erstellen einer Unternehmensseite sein.

- **Impressumsfeld:** Im Bereich „Seiteninfo“ können Sie das Feld ausfüllen.

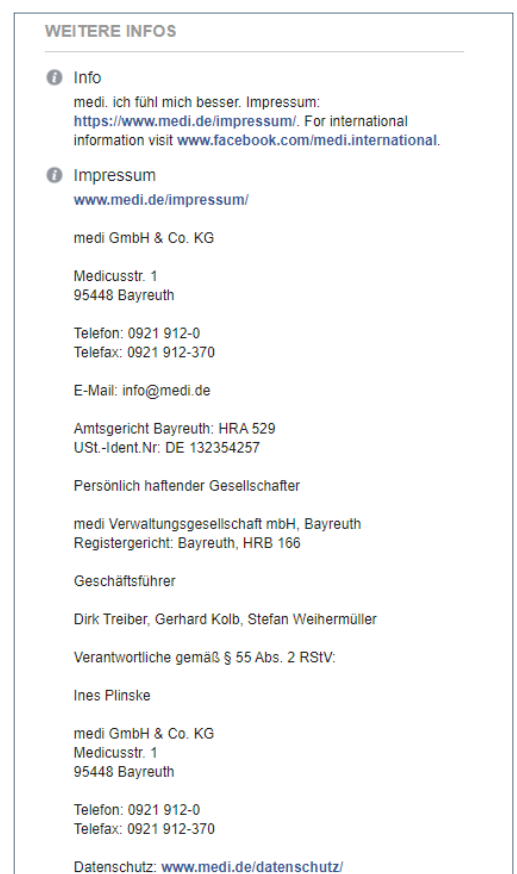
4. Rollenzuteilung

Ihre Unternehmensseite können außer Ihnen noch andere Personen pflegen. Tipp: Legen Sie noch einen weiteren Administrator fest. So können Anfragen oder Nachrichten zeitnah auch von einer zweiten Person bearbeitet werden. Zusätzlich lassen sich weitere Rollen einrichten, zum Beispiel ein Redakteur oder Moderator mit unterschiedlichen Zugriffs- und Bearbeitungsrechten.

- **Rollen festlegen:** Klicken Sie rechts oben auf „Einstellungen“. In der linken Spalte können Sie unter „Seitenrollen“ weitere Mitarbeiter hinzufügen. Auch diese benötigen ein persönliches Facebook-Profil.



Button für die Seite erstellen



Beispiel für ein Impressum

5. Einstellungen zu Nachrichten

Ein Antwort-Assistent erleichtert das Community-Management, wenn Sie gerade nicht aktiv sind, und erstellt automatische Antworten.

- **Sofortnachrichten:** Nutzen Sie automatisierte Sofortnachrichten wie: „Vielen Dank für Ihre Nachricht. Wir werden Ihnen baldmöglichst antworten.“ So wissen die Nutzer, dass sich jemand um Ihr Anliegen kümmert. Im Postfach finden Sie in der linken Spalte den Button „automatisierte Antwort“. Unter „Kunden begrüßen“ lässt sich die Sofortantwort bearbeiten.

Tipps zu Facebook-Inhalten

Nutzen Sie die Möglichkeit, auf Facebook mit Ihren Kunden in direkten Kontakt zu treten und zu kommunizieren – für eine starke Kundenbindung.

Posten Sie regelmäßig Inhalte: Ein bis zwei Posts pro Woche sollten es sein.

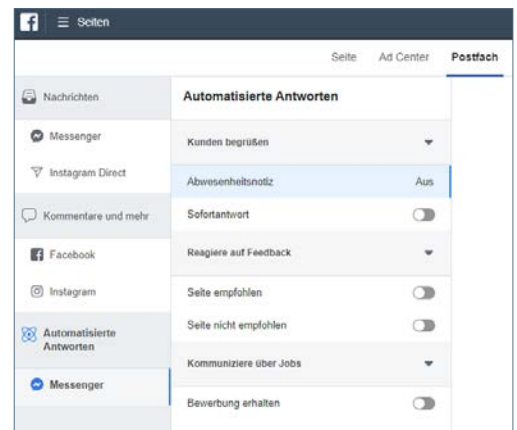
Veröffentlichen Sie abwechslungsreich, authentisch und für Ihre Zielgruppe Relevantes, dann bleibt es für Ihre Fans spannend. Hier gibt es viele Möglichkeiten:

- Aktuelle Stellenangebote
- Neue Dienstleistungen oder Produkte in Ihrem Sortiment
- Ihre Sonderangebote
- Vorstellung von neuen Team-Mitgliedern und Auszubildenden
- Hintergrundinformationen zu Krankheitsbildern
- Gewinnspiele
- Vorstellung Ihres treuesten Stammkunden, Ihrer Mitarbeiterin mit Firmenjubiläum, des Siegers eines Gewinnspiels, usw.
- Verlinkungen zu interessanten Fremdinhalten, z. B. einer Lymph-Selbsthilfegruppe
- Hinweise auf örtliche Veranstaltungen, z. B. Gesundheitsmessen in der Region

Dabei können Sie gerne auf medi Posts zurückgreifen. Zudem bietet medi Ihnen viele ansprechende Fotos unter: www.medi.de/service/medien-download

Beachten Sie das Copyright und die Rechte anderer, wenn Sie fremde Inhalte und Fotos verwenden.

Zum guten Schluss: Bewerben Sie Ihre Facebook-Seite, z. B. auf Ihrer Internetseite und auf Unterlagen Ihres Hauses.
medi wünscht Ihnen viel Erfolg.



Antwortassistent