

Wer zahlt, gewinnt!

Facebook: Mit „sponsored posts“ mehr verkaufen

Das Social Web ist eine ideale Plattform, um sein Produkt über „Social Power“ publik zu machen. Insbesondere bei Facebook können Sie mit dem richtigen Post deutlich mehr Traffic generieren und die Aufmerksamkeit auf sich lenken.

Mehr Besucher bedeutet nicht gleich mehr Käufer, aber durch den sogenannten „Social Trust“ – „Wenn meine Freunde das Produkt gut finden, dann kann das nicht schlecht sein.“ – wird die Hemmschwelle der Kaufbereitschaft deutlich gesenkt.

92 %* aller Konsumenten treffen ihre Kaufentscheidung auf Basis der Empfehlungen Gleichgesinnter im Netz (*Quelle: Nielsen) Ihre conversion rate - also ein normaler Besucher wandelt sich zum Käufer - steigt spürbar.

Aber Facebook wäre nicht Facebook, wenn es nicht längst eigene Spielregeln für die Vermarktbarkeit von Produkten im Social Web aufgestellt hätte, sogenannte „Sponsored Posts“. Das sind Beiträge, für die Sie je nach Klickrate bzw. Sichtbarkeit bares Geld an Facebook überweisen.

Sie werden sich fragen: Warum sollte ich für einen Post bezahlen, wenn meine „Freunde“ ihn auch so sehen können? Die Antwort ist: Können sie nicht!



„Fische fangen – harte Arbeit hinter schönen Bildern“ von Peter Roder

Facebook arbeitet mit der sogenannten Ad-Line bzw. dem Facebook-Algorithmus. Das heißt einfach ausgedrückt: Nur ein Drittel Ihrer Fans/Freunde bekommen Ihre Posts tatsächlich angezeigt. Wollen Sie alle Freunde erreichen, müssen sie dafür bezahlen. Inwieweit sich das für Ihre Kalender lohnt, lässt sich nicht pauschal sagen, aber es ist eine weitere Möglichkeit, Aufmerksamkeit für Ihre Produkte zu erzeugen.

Am besten sollten Sie das mit einem kleinen, überschaubaren Budget testen, da die Rentabilität der Aktion unter anderem von dem Kaufpreis des Produkts abhängt. Grob gesagt: Je teurer Ihr Kalender, desto schneller rentiert sich der „Sponsored Post“. Das „Doping“ ist besonders effektiv bei erfolgreichen Posts, die bereits viele Likes und Kommentare haben. Aus mehr wird hier schnell viel mehr – wer zahlt, gewinnt!

Mehr Informationen zum Thema Facebook-Werbung finden Sie hier:

- <https://www.facebook.com/about/ads>
- <https://www.facebook.com/advertising/>

Und hier zeigen wir Ihnen Beispiele für inhaltlich gutes Social Media Marketing von Fotografen – lassen Sie sich inspirieren!

- Paul Ripke, Fotobuch und Ausstellung „One night in Rio“:
<https://www.facebook.com/lifeofpaul>
- J. Konrad Schmidt, Ausstellungsprojekte:
<https://www.facebook.com/jkonradschmidt?fref=ts>
- Werner Julia Photography, Ausstellung Fotoprojekt „Großstadtlöwe“:
<https://www.facebook.com/JuliaMarieWernerPhotography>
- Michael Lange, Buch und Ausstellung für die Fotoprojekte „Der Wald“ und „Der Fluss“: <https://www.facebook.com/michaellange.foto>

Ihre Erfahrungen interessieren uns!

Schreiben Sie uns: marketing@calvendo.com

Die CALVENDO-Facebook-Seite finden Sie unter <https://www.facebook.com/Calvendo/>