

Übersicht

	Einführung	15
1	Aus der Studentenbude in die Chefetage: Die Entwicklung der sozialen Netzwerke	19
2	Rundgang durch Facebook: die Grundlagen	35
3	Aufbau einer Unternehmenspräsenz	67
4	Facebook mit anderen Webplattformen vernetzen: die Power und Reichweite von Facebook-Social-Plug-ins	101
5	Facebook-Werbung: weshalb und wie sie eingesetzt werden sollte	113
6	Intensives User-Engagement mit Facebook-Applikationen	127
7	Privatsphäre	145
8	Entwicklung einer Facebook-Marketing-Strategie	167
9	Mit Facebook Communities entwickeln	185
10	Die Klassenbesten	205
11	Der Blick in die Glaskugel: was kommt für Facebook als Nächstes?	231
	Stichwortverzeichnis	245

Inhaltsverzeichnis

	Über den Autor	11
	Widmung	12
	Danksagungen	13
	Danksagung des Lektorats	14
	Einführung	15
	Warum Sie dieses Buch kaufen sollten	16
	Wie dieses Buch aufgebaut ist	16
	Tipps, Tricks, & Hacks	18
1	Aus der Studentenbude in die Chefetage: Die Entwicklung der sozialen Netzwerke	19
1.1	Wer ist Mark Zuckerberg?	24
1.2	Die frühen Tage	24
1.3	Die Teenager-Jahre	27
1.4	Das Erwachsenwerden	28
2	Rundgang durch Facebook: die Grundlagen	35
2.1	Los geht's!	36
2.2	11 Erste-Hilfe-Maßnahmen auf Facebook	37
2.3	Die Startseite	50
2.4	Kommentare und Gefällt-mir	53
2.5	Statusmeldungen	54
2.6	Fotos	56
2.7	Videos	58
2.8	Seiten und Gruppen	59
2.9	Notizen	59
2.10	Facebook Chat	61
2.11	Suche	62
2.12	Der Bereich Freunde	63
2.13	Nachrichten	65
2.14	Konto-Einstellungen	66
3	Aufbau einer Unternehmenspräsenz	67
3.1	Facebook: persönlich oder professionell?	68
3.2	Entwicklung einer Facebook-Präsenz	69
3.2.1	Der Start	70
3.3	Facebook-Seiten	71
3.3.1	Los geht es mit Ihrer neuen Facebook-Seite	72
3.4	Was kommt als Nächstes?	85

3.5	Bewerbung der Facebook-Seite	86
3.5.1	E-Mail-Signatur	86
3.5.2	Twitter	86
3.5.3	Facebook	87
3.5.4	E-Mail-Marketing	88
3.5.5	Firmen-Website	89
3.5.6	Facebook-Werbeanzeigen	90
3.5.7	Google AdWords	91
3.6	Facebook-Gruppen	91
3.7	Seite oder Gruppe?	93
3.8	Die Pflege Ihrer Community	94
3.8.1	Wettbewerbe und Verlosungen	94
3.8.2	Spezielle Inhalte teilen	95
3.8.3	Spezielle Inhalte erstellen	96
3.8.4	Einfach mitmachen	97
3.9	Sollte man seine Community überwachen?	99
4	Facebook mit anderen Webplattformen vernetzen: die Power und Reichweite von Facebook-Social-Plug-ins	101
4.1	Facebook Connect für Kommentare	102
4.2	Über Facebook Inhalte teilen	103
4.3	Beiträge auf anderen Plattformen automatisch auf Facebook veröffentlichen	104
4.4	Aktivitäten von Freunden	106
4.5	Facebook als Single-Sign-On verwenden	106
4.6	Personalisierte User-Umgebungen mit Facebook-Social-Plug-ins	108
4.7	Integration von Chats mit Live-Feed-Funktionen	109
4.8	Nicht nur für das Web	110
4.9	Etwas Statistik	112
4.10	Zusammenfassung	112
5	Facebook-Werbung: weshalb und wie sie eingesetzt werden sollte	113
5.1	Gründe, weshalb eine Anzeige üblicherweise abgelehnt wird	114
5.2	Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Werbeanzeige	116
5.3	Performance-Analyse	123
5.4	Zusammenfassung	124
6	Intensives User-Engagement mit Facebook-Applikationen	127
6.1	Applikationen teilen	129
6.2	Facebook-Applikationen finden und durch das Verzeichnis navigieren	129
6.3	Eine Applikation prüfen und hinzufügen	133
6.4	Applikationen verwalten	136

6.5	Die eigene Facebook-Applikation integrieren	139
6.6	Zusammenfassung	143
7	Privatsphäre	145
7.1	Die zwei Seiten der Privatsphäre auf Facebook	146
7.1.1	Ein einziges Facebook-Profil	147
7.1.2	Zwei verschiedene Facebook-Profile	148
7.1.3	Keine Vermischung von Privat- und Arbeitsleben innerhalb von Facebook	149
7.2	Privatsphäre-Einstellungen	150
7.2.1	Persönliche Privatsphäre-Einstellungen	151
7.2.2	Einstellungen für Seiten	158
7.2.3	Einstellungen für Gruppen	161
7.3	Die Datenschutzpolitik von Facebook	162
7.4	Zusammenfassung	165
8	Entwicklung einer Facebook-Marketing-Strategie	167
8.1	Entwicklung einer Community-Building-Strategie	170
8.2	Eine Promotion-Strategie entwickeln	176
8.3	Eine Werbeanzeigenstrategie entwickeln	177
8.4	Erfolgsmessung ist wichtig	178
8.4.1	Facebook Insights	179
8.4.2	Facebook-Werbeanzeigen	180
8.4.3	Webanalyse	182
8.4.4	Andere Messmethoden	183
8.5	Zusammenfassung	184
9	Mit Facebook Communities entwickeln	185
9.1	Eine Community für eine Firma, ein Produkt oder eine Dienstleistung aufbauen	187
9.1.1	Fotos hochladen	189
9.1.2	Videos hochladen	190
9.1.3	Fragen stellen	192
9.1.4	RSS	193
9.1.5	Exklusives anbieten	194
9.2	Eine interne Community aufbauen	194
9.3	Facebook als Fokus-Gruppe	196
9.4	Eine persönliche Community aufbauen	196
9.4.1	Unterstützend sein	197
9.4.2	Oft Verbindungen herstellen	198
9.4.3	Bindeglied sein	199
9.4.4	Listen verwenden	199
9.5	Business-Vorteile aus persönlichen Communities	201
9.6	Aufbau einer Community rund um ein Hobby oder ein Interesse	202
9.7	Zusammenfassung	204

10	Die Klassenbesten	205
10.1	Volkswagen	206
10.2	Die Seite zum Buch: „Business Model Generation“	209
10.3	Microsoft Office	210
10.4	Gary Vaynerchuk	213
10.5	Barack Obama	215
10.6	The Jonas Brothers	216
10.7	Gavin Newsom	219
10.8	Vin Diesel	221
10.9	Die Ellen DeGeneres Show	223
10.10	Mashable	226
10.11	Lektionen, die man von den „Klassenbesten“ lernen kann	228
11	Der Blick in die Glaskugel: was kommt für Facebook als Nächstes?	231
11.1	Börsengang	233
11.2	Akquisitionen	234
11.3	Mehr professionelle Funktionen	236
11.4	Individualisierung der Startseite	238
11.5	Mehr Möglichkeiten, Verbindungen herzustellen	241
11.6	Ein endloser Regenbogen von Optionen	243
11.7	Zu guter Letzt	243
	Stichwortverzeichnis	245