

## Facebook bietet Unternehmen neue Funktionen um Interaktion mit der Zielgruppe zu erleichtern

Tolle Neuigkeiten für alle Unternehmen, die ihre Facebookseite dafür nutzen, mit (potentiellen) Kunden ins Gespräch zu kommen: es gibt jetzt neue, ziemlich spannende Möglichkeiten für den Call-to-Action Button...

Gestern hat Facebook eine Reihe neuer Funktionen für Facebookseiten angekündigt. Grund dafür ist die stetig zunehmende mobile Internetnutzung. Erst vor einigen Tagen hatte auch Google auf diese Tatsache reagiert und den [mobilen Index zum primären Index der Suchmaschine erklärt](#).

### Mobile first gilt auch auf Facebook

Mittlerweile erledigen viele Menschen Dinge am liebsten direkt und schnell über ihr Smartphone. Auch auf Facebook. Hier wird nach Meinungen gefragt, nach Informationen gesucht, Empfehlungen abgegeben und es werden Entscheidungen gefällt. Zum Beispiel welchen Ort man gerne besuchen oder was man unbedingt kaufen möchte. Facebook liefert schnell und mobil Informationen zu Öffnungszeiten, Speisekarten, Produkten & Dienstleistungen, Bewertungen oder Sonderaktionen.

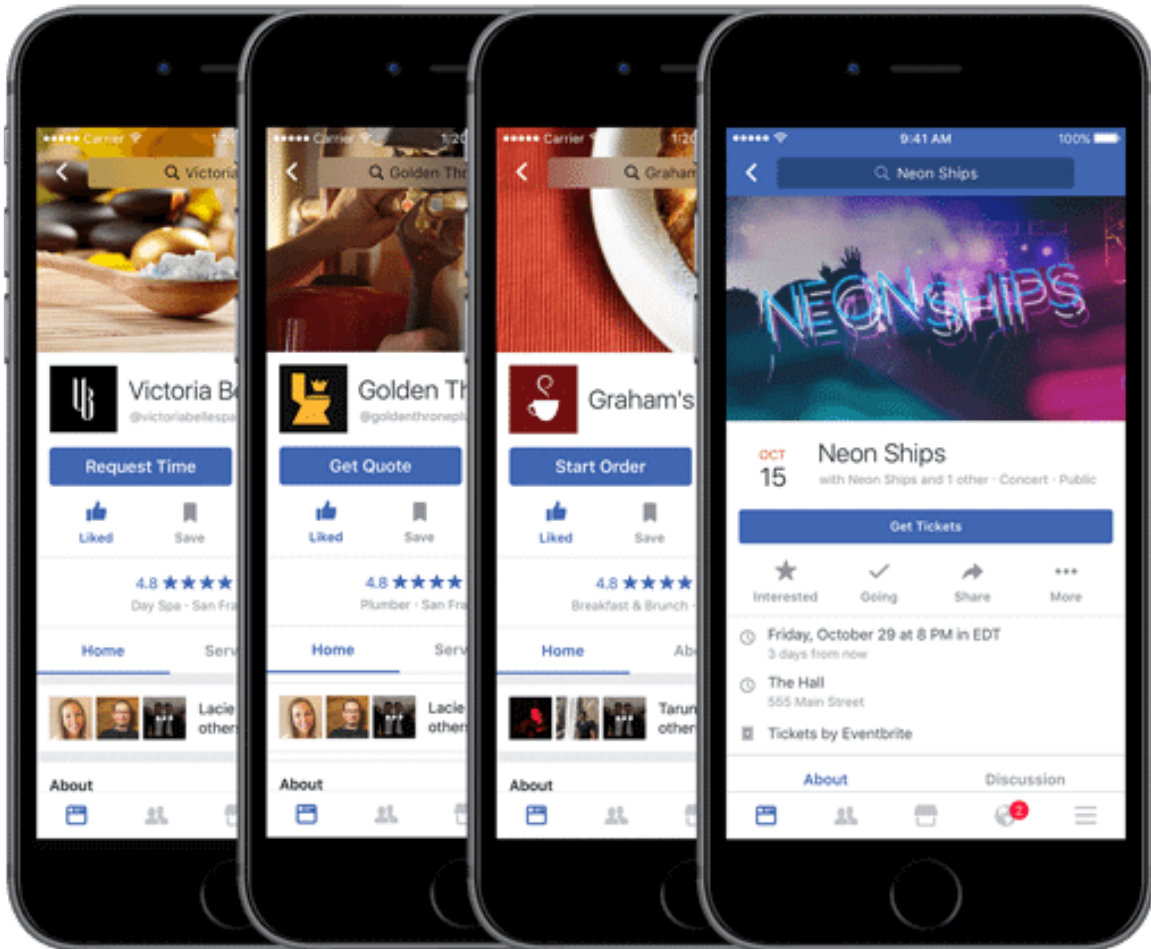
Empfehlungen und Tipps von Freunden spielen dabei eine große Rolle. Um diesen Prozess zu vereinfachen und mehr mit lokalen Unternehmen zu verbinden, testet Facebook gerade die Funktion „Dinge mit Hilfe der Freunde erledigen“. Thomas Hutter hat dazu einen [ausführlichen Beitrag](#) verfasst. Facebook fasst die neuen Möglichkeiten für Nutzer wie folgt zusammen:

### Neue Funktionen für den Call-to-Action Button auf Facebookseiten

Durch den Call-to-Action Button auf Facebookseiten kann man einfach und schnell mit Unternehmen in Kontakt treten. Allerdings sind leider nach wie vor viele Webseiten, Buchungsformulare oder Shops nicht für Mobilgeräte optimiert, was ggf. zu Absprüngen führt, noch bevor eine Interaktion mit dem Unternehmen stattgefunden hat.

Jetzt verbessert Facebook den Call-to-Action Button und fügt der Schaltfläche neue Funktionen hinzu. Einige davon sind derzeit zwar nur in den USA verfügbar, dennoch ist es für Unternehmen empfehlenswert, sich mit den zukünftigen Möglichkeiten vertraut zu machen. Denn die Reise geht immer

mehr in Richtung eines kompletten Facebook-Universums, in welchem der Nutzer mobil nahezu alles findet und erledigen kann, ohne die Plattform dafür zu verlassen.



Neue Interaktionsmöglichkeiten auf Facebook Seiten (Quelle: Facebook)

Mit den neuen Call-to-Aktion Funktionen können Nutzer z. B. mit wenigen Klicks direkt auf der Facebookseite des Friseurs oder Nagelstudios einen Termin vereinbaren, Speisekarten abrufen und Essen bestellen, Veranstaltungsprogramme finden und Tickets kaufen oder schlicht ihre Einkäufe

tätigen:

- „Bestellung aufgeben“ – Bestellungen über delivery.com oder Slice.
- „Jetzt buchen“ – Terminbuchung über HomeAdvisor, MyTime und anderen Diensten.
- „Eintrittskarten kaufen“ – Eintrittskarten mit Eventbrite oder Ticketmaster verkaufen.
- „Vorstellungszeiten“ – Vorstellungszeiten zur Verfügung stellen und Eintrittskarten verkaufen mit Fandango.

Mit Hilfe verschiedener Dienstleister wie delivery.com, HomeAdvisor, MyTime, Ticketmaster oder Fandango (weitere Drittanbieter folgen) können in den USA diese Funktionen direkt in die Facebookseite implementiert werden, so dass Conversions möglich werden, ohne dass die Nutzer die Seite verlassen müssen.

## Mehr Interaktion über den Facebook Messenger

Aber es gibt jetzt noch eine weitere Möglichkeit, Nutzern auf Facebook den Kontakt zu erleichtern. Bestellungen, Buchungen und Kundenanfragen können durch die neuen Call-to-Action Optionen „Angebot einholen“ und „Anfragezeit“ angekurbelt werden. Mit einem Klick auf die Schaltfläche startet der Nutzer automatisch einen Messenger-Dialog mit der Facebookseite. Hier stehen folgende Möglichkeiten zur Verfügung:

- „Angebot einholen“ – Preisanfragen für Produkte oder Dienstleistungen (noch nicht global verfügbar)
- „Anfragezeit“ – Buchungen koordinieren (bisher nur in den USA)
- „Jetzt einkaufen“ – Produkte präsentieren und Einkauf im Shop anbieten. Beiträge können außerdem mit Produkten aus dem Onlineshop markiert werden (global verfügbar)

Spannende Entwicklung, oder? Durch Facebook wird für Unternehmen eine Präsenz in der „mobile first Welt“ Schritt für Schritt vereinfacht.