

Recap: Allfacebook Marketing Conference Berlin – Teil 2

Genau eine Woche ist es her, dass Stefan, trotz Xavier, auf der Allfacebook Marketing Conference in Berlin unterwegs war. Auf 4 Bühnen gaben sich 46 Speaker die Ehre und haben die über 700 Teilnehmer mit den neusten Infos, Trends und Best Practices rund um das Thema Facebook versorgt. Damit auch Ihr top informiert seid, hat Stefan euch einige der besten Tipps in seinem Recap zusammengefasst. Wer den ersten Teil verpasst hat, findet ihn [hier](#).

Im zweiten Teil werdet Ihr einiges über Passion Pages, Instagram Stories und Pinterest erfahren. Viel Spaß dabei!

From Zero To Hero – Lokale Reichweite aufbauen und vermarkten mit Passion Pages (Mariusz Peter und Tobias Tellers)



Was genau eine Passion Page ist, erklärten Mariusz Peter und Tobias Tellers.

Nach der Mittagspause ging es mit einem Vortrag über Passion Pages gleich interessant weiter. Die erste Frage, die sich viele hier sicherlich stellen, ist: „Was ist eigentlich eine Passion Page?“ Nunja, eine Passion Page ist einfach übersetzt eine Themenseite, also in unserem Fall eine Facebook Seite, die sich einem speziellen Thema widmet.

Ein Beispiel für so eine Themenseite ist die „Die Männergrippe“ Facebook-Seite, die der ein oder andere vielleicht sogar schon kennt. Darin geht es ganz einfach gesagt darum, sich über Männer lustig zu machen, die wenn sie krank sind, schnell mal übertreiben. Hier zwei Beispiel Postings.



Die Männergrippe

3 Std. · 🌐

Du entscheidest

Unsere besten Sprüche findet ihr unter: die-maennergrippe.de/best-of/

**Studien haben bewiesen,
dass häufiges Jammern kranken
Männern hilft, sich von
der Männergrippe zu befreien.
Und von der Frau.**

Bronchicum[®] Contramutan[®] nasic[®] neo-angin[®]

www.die-maennergrippe.de



Gefällt mir



Kommentieren



Teilen



🤔🤔🤔 108

Top-Kommentare ▾



Die Männergrippe

21 Std. · 🌐



Ich kenn da ein altes Hausrezept

Schatz, ich glaube, meine Stirn ist echt heiß!

Keine Sorge, die feuchte, kalte Graberde wird dich bald abkühlen.

Contramutan® N Soft
Bei grippalem und fieberhaftem Infekt
Mit Wasserfööt

MÄNNER GRIPPE

Contramutan® N Soft Anwendungsgebiete: Fieberhafte und grippale Infekte, Katarakte und Entzündungen im Nasen- und Rachenraum. Auch zur Vorbeugung bei erhöhter Ansteckungsgefahr. Warnhinweis: Enthält 1,6 Vol.-% Alkohol. Packungsbeilage beachten! Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.

👍 **Gefällt mir** 💬 **Kommentieren** ➦ **Teilen** 👤

👍 😂 🤔 **294** **Top-Kommentare** ▾

Was man jetzt wissen muss ist, dass die Seite nicht von einem witzigen Menschen nebenbei betreut wird, sondern von der Klosterfrau Healthcare Group. Dies erklärt im übrigen auch die Werbung in den Postings, die dem ein oder anderen vielleicht aufgefallen ist.

Warum nun aber eine Passion Page?

Ganz einfach, weil man:

- so deutlich mehr Personen erreichen kann, als mit dem eigentlichen Thema,
- man Insights gewinnt und theoretisch auch Custom Audiences erstellen kann, die man für die normale Unternehmensseite verwenden kann,
- man kann anderen Unternehmen anbieten auf seiner Seite mit Branded Content Werbung zu machen und somit Geld verdienen (bei Klosterfrau eher ungeeignet, aber wir kommen noch auf ein anderes Beispiel zu sprechen).
- Die Passion Page kann selber zu einer Marke werden! Nicht selten kann man von großen Facebook-Seiten Merchandising Artikel wie T-Shirts kaufen.
- Man sich so vom Markenkorsett löst und alles posten kann, was dem Ziel des Unternehmens förderlich ist.

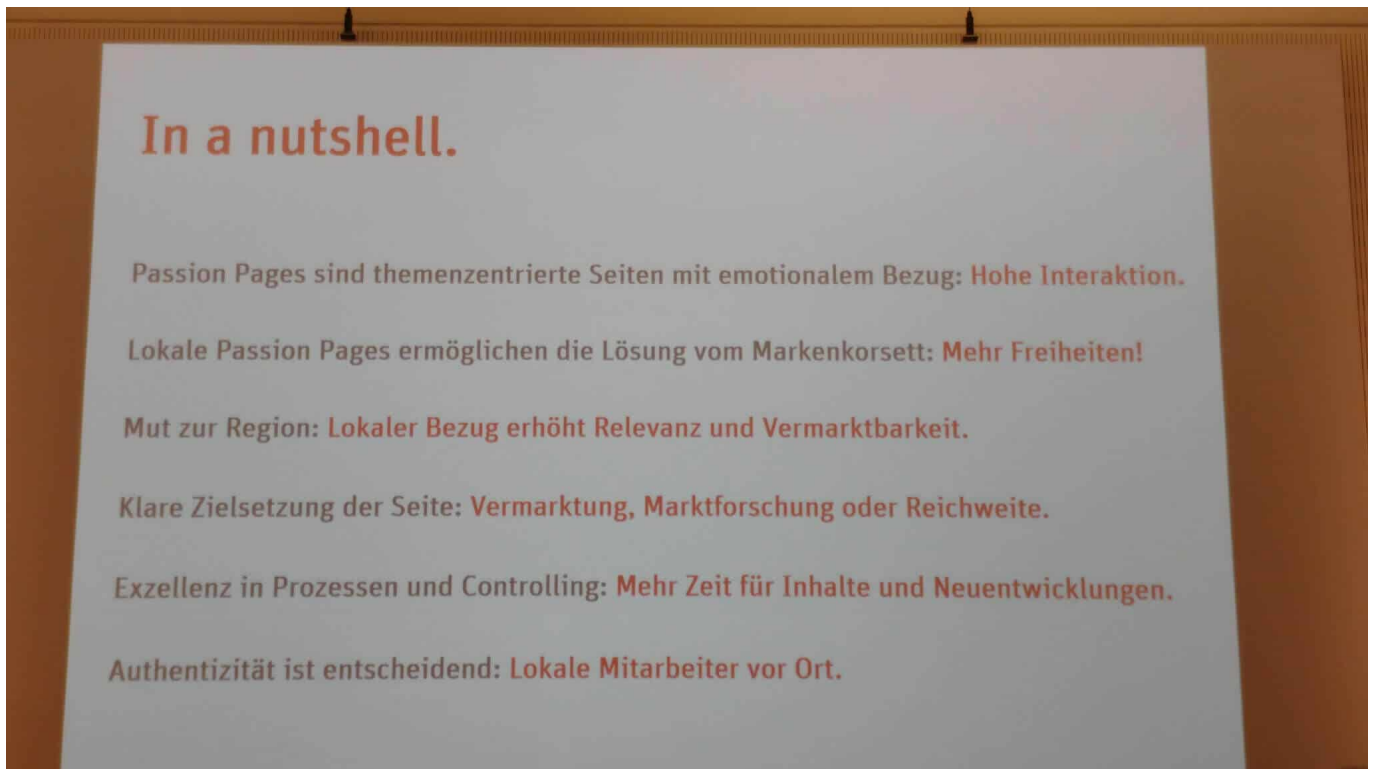


Dass es funktioniert, sieht man! Die Seite hat bereits über 700.000 Fans und damit deutlich mehr, als eine ernsthaft geführte Klosterfrau Healthcare Group Unternehmensseite je erreichen würde. Außerdem erzielt man so eine hohe organische Reichweite und benötigt somit nur noch wenig Werbebudget.

Ein weiteres Beispiel, welches einen stärkeren lokalen Bezug hat, sind die „Wir lieben“ Facebook Seiten, wie z.B. „Wir lieben Berlin“ Diese Seiten gehören der BFF Digital, einer Tochter der FUNKE DIGITAL GmbH und funktionieren folgendermaßen:

Pro Stadt wird ein Werkstudent eingestellt, der mit Hilfe von standardisierten Postings ein Grundrauschen erzeugt. Darüber hinaus ist er auch ständig unterwegs und berichtet darüber, was in der Stadt los ist, wie z.B. Videos von Festen, usw.. Wichtig ist hier, dass ausschließlich positiv berichtet wird. Insgesamt haben die „Wir lieben“ Facebook Seiten so schon über 400.000 Fans gewonnen, von denen organisch ganze 60% erreicht werden! Insgesamt werden auf den 23 Seiten 1.500 Artikel veröffentlicht

und 16,5 Millionen Impressionen erreicht. Diese große Reichweite und hohen Interaktionsraten werden dann monetarisiert, in dem man lokalen Betrieben die Möglichkeit von Branded Content einräumt.



Das Prinzip der Passion Pages ist theoretisch auch noch auf Instagram, Facebook Gruppen, usw. erweiterbar. Was man hier jedoch noch wissen sollte ist, dass die Seiten sich natürlich nicht von allein aufbauen. Laut Angaben der Speaker wurden 70-80% der Fans zunächst über Adds eingekauft.

Unser Tipp: Wenn Ihr ein Produkt vertreibt, welches sich auf Facebook nur schwierig vermarkten lässt, (z.B. es auf Grund der Facebook Regularien im Bereich Medizin, Glücksspiel, usw.) denkt doch mal darüber nach, ob eine Passion Page für euch nicht eine lohnende Alternative wäre!

Instagram Stories, die begeistern (Trajan Tosev)



Auch wenn es immer noch Allfacebook Marketing Conference heißt, finden sich auf den Veranstaltungen immer mehr Vorträge zu anderen Social Media Plattformen. Einer davon war der Vortrag von Trajan Tosev zu Instagram Storys.

Die erste Frage, die man sich hier stellt ist: Warum sollte man überhaupt Instagram Storys machen, schließlich ist nach 24h doch eh alles wieder weg, wogegen ein einfaches Posting bestehen bleibt. Hierzu hat Trajan Tosev ein paar einfache Antworten parat:

- Instagram Storys helfen den Fans Vertrauen zu dir aufzubauen
- man bleibt Top of Mind
- man kann seine Fans damit einfach auf dem Laufenden halten
- man schafft einen Dialog mit seinen Fans, der im Vergleich zu einfachen Postings deutlich weniger wie Werbung wirkt

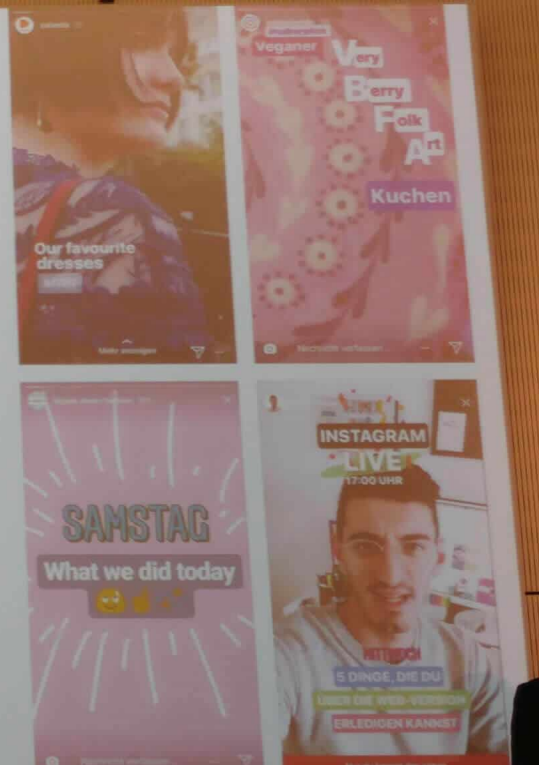
Nach dem wir also wissen, warum man Instagram Storys nutzen sollte, stellt sich die alles entscheidende Frage: Wie sieht eine gute Instagram Story aus?

Hier kann man zunächst einmal die Website des Speakers verweisen, der dort eine ganze Liste von gut gemachten Instagram Storys zusammengestellt hat:

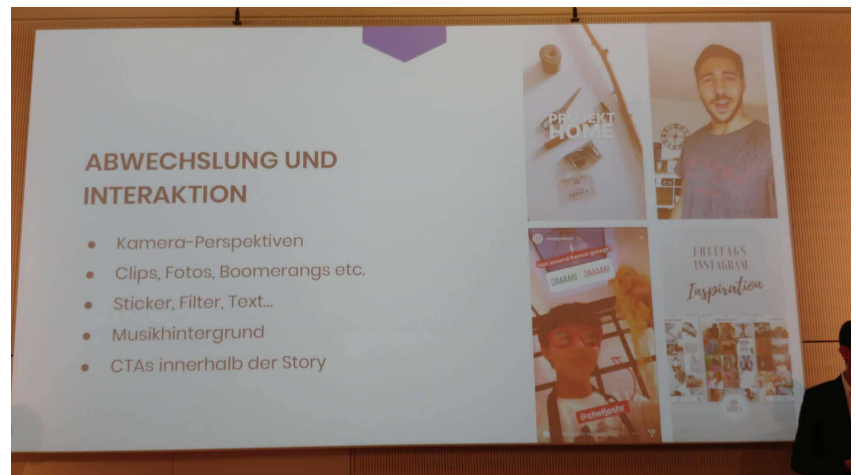
Darüber hinaus kann man das Ganze in folgende drei einfache Schritte zusammenfassen:

SPANNENDER EINSTIEG

- "Thumbstopper"
- Aufmerksamkeit einfangen
- Vorschau/Versprechen/"Listicle"







3. Seid abwechslungsreich und regt zur Interaktion an

Als **Bonustipp** sei noch gesagt, es müssen nicht immer Videos sein, man kann auch mit Grafiken, die man in externen Apps erstellt, punkten.

Pinterest schlägt Facebook: So nutzt Ihr das Netzwerk zur Traffic Generierung (Svenja Walter)



Svenja Walter bildete einen gelungenen Abschluss und zeigte auf, wie man Pinterest wirklich nutzen sollte.

Zum Abschluss des Tages sollte es noch einen Vortrag zum Thema Pinterest geben. Wenn man sich in den Reihen umschaute, stellte man schnell fest, dass der Großteil der Anwesenden schon stark mitgenommen aussah und kaum noch Konzentration vorhanden war, kein Wunder nach acht Stunden Vortrag. Das Bild sollte sich aber schnell ändern, als Svenja Walter die Bühne betrat, die mit Ihrem authentischen und dynamischen Auftreten sofort alle aus dem Tiefschlaf riss und für geballte Begeisterung sorgte.

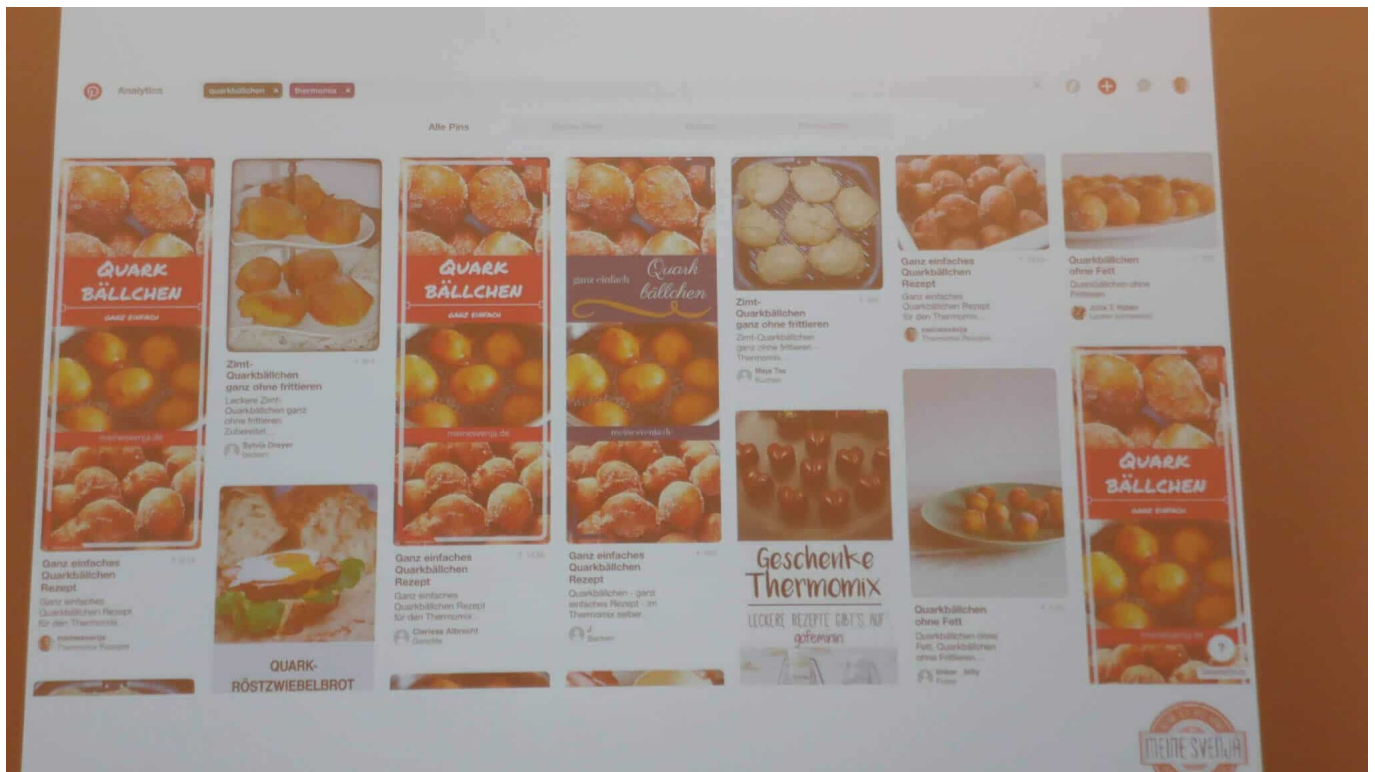
Wenn man Pinterest richtig nutzen möchte, muss man zunächst verstehen, dass Pinterest anders funktioniert, als z.B. Instagram. Während man auf Instagram versucht das Bild unvergesslich zu machen, versucht man auf Pinterest das Bild so zu gestalten, dass es jemand umsetzen möchte.

Instagram Marketing = Wie kann ich dieses Bild unvergesslich machen?

Pinterest Marketing = Wie kann ich dieses Bild so gestalten, dass es jemand umsetzen möchte?



Was heißt das? Nun ja, gibt man auf Pinterest Quarkbällchen ein, ergibt sich folgendes Bild:



Und jetzt mal Hand aufs Herz, auf welches Bild würdet Ihr klicken? Die Bilder Links, in der Mitte und rechts, die überall gleich aussehen gehören der Konkurrenz, die restlichen Bilder, gehören Svenja. Und genau hier liegt der Erfolg, man braucht keine professionellen Bilder, bei denen eins genauso aussieht, wie das andere, sondern Bilder, die dazu anregen es nachmachen zu wollen. Natürlich hat Svenja hier auch gleich ein paar Tipps parat, wie man dies erreicht! Zunächst einmal sollte man das Thema, über das man schreiben möchte, in der Pinterest Suche eingeben und sich die ersten angezeigten Pins genau ansehen. Man muss sich nun ganz genau überlegen, wie man es schaffen kann, hier aus der Masse herauszustechen.



Wie's funktioniert erklärt Sie gern am Beispiel einer Kürbissuppe:

Rechts sehen wir einen Post wie jeden anderen auch, den sie bei Ihrer Suche entdeckt hat: Typische Kürbissuppenfarbe, die Suppe sehr weit weg und zentral fotografiert. Um sich nun von der Masse abzuheben macht Sie einfach alles anders! Zunächst kommt die Farblehre ins Spiel, sprich Sie fügt die Komplementärfarbe (hier lila/pink) sowohl als Schrifthintergrund, als auch im Bild selbst hinzu. Außerdem fotografiert sie die Suppe nicht zentral, sondern immer etwas seitlich und sie geht sehr nah ran an die Suppe. Ob man es glaubt oder nicht, aber das war schon die ganze Magie!

Neben der grafischen Umsetzung der Pins gab es natürlich noch einige allgemeine Tipps rund um Pinterest, die Ihr auf nachfolgenden Fotos lesen könnt.

Pinterest belohnt es, wenn ihr 20% fremden Content und 80% eigenen Content pinnt. Je mehr eigenen Content ihr pinnt, umso mehr Traffic bekommt ihr. Fremder Content hilft beim Aufbau der Reichweite.





Bis zum nächsten Mal in München

Nach dem Vortrag gab es noch eine offizielle Verabschiedung und für die, die über Nacht geblieben sind (oder dank Xavier mussten) noch einen Social Media Stammtisch in einer Bar. Das war mein kleiner Recap zur Allfacebook Marketing Conference in Berlin. Ich hoffe Ihr konntet einige wertvolle Tipps für euch mitnehmen und hattet beim Lesen genauso viel Freude, wie ich auf der Konferenz selbst. Wenn es euch gefallen hat, teilt den Beitrag doch mit euren Freunden und Kollegen, die möchten bestimmt auch noch etwas dazulernen. In diesem Sinne: Bis zur nächsten Allfacebook in München!

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX