

Social Media Rückblick März 2017

Kein Tag ohne neue Ankündigungen, Updates oder News aus sozialen Netzwerken. Für alle, die auf dem Laufenden bleiben möchten, folgt hier unser Social Media Rückblick März mit den wichtigsten Nachrichten rund um Facebook, Instagram, Twitter und Co.

Facebook

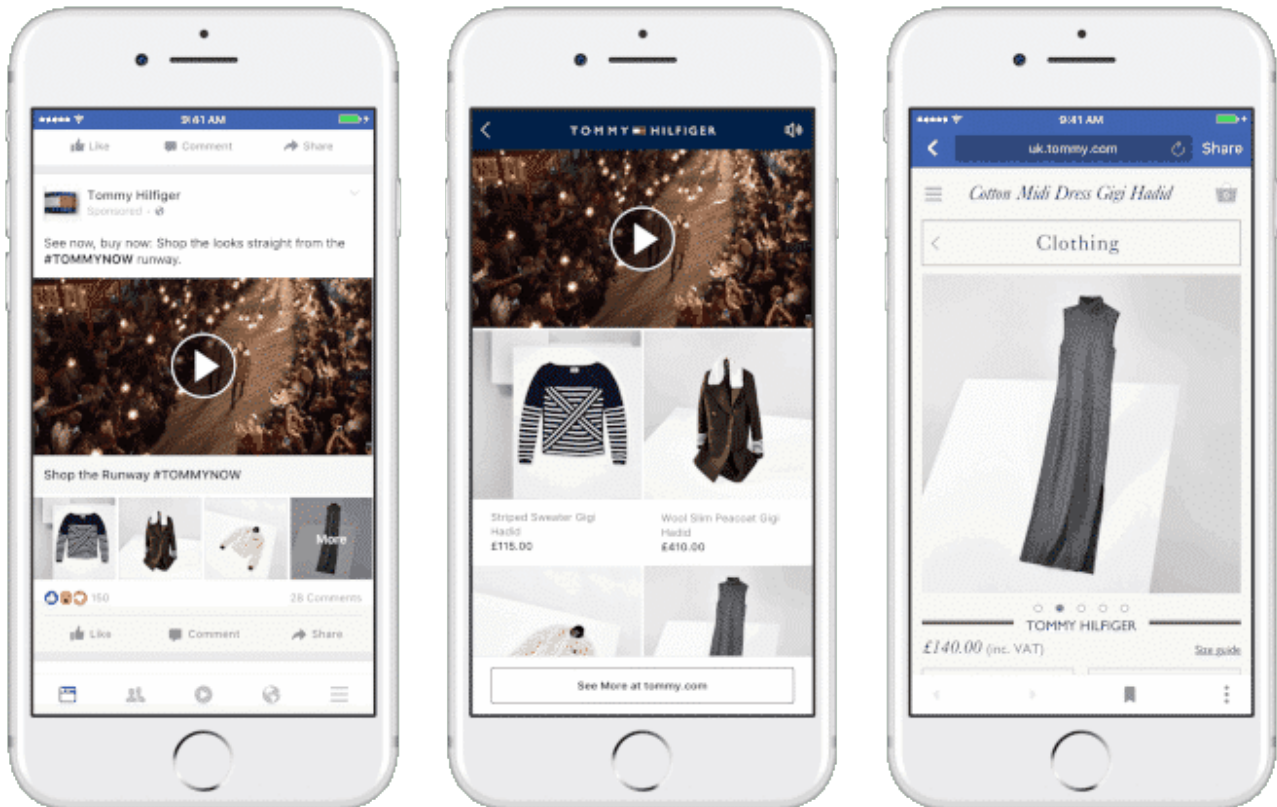
Mehr Kontrollmöglichkeiten für Ad Platzierungen

Gerade bei Ad Placements im Audience Network hat man nur sehr wenig Kontrolle darüber, in welcher Umgebung seine Werbung eingebettet wird. Wirbt man für ein Reiseunternehmen, möchte man dann doch vermeiden, seine Werbung neben der Meldung über einen Flugzeugabsturz anzuzeigen. Google hat aktuell mit diesem Problem zu kämpfen, da einige Werbetreibende ihre Aktivitäten gestoppt haben, nachdem ihre Anzeigen im Umfeld extremistischer Videos auf Youtube ausgespielt wurden. Laut Businessinsider haben derzeit mehr als 250 Marken ihre Kampagnen bei Google gestoppt, darunter Größen wie Verizon, AT&T und PepsiCo.

Auf Facebook konnte man seine Ads bisher nur von den Kategorien „Glücksspiel, Dating, Politik und Religion“ ausschließen. Nun gab es die Ankündigung, dass es eine Liste an Kategorien geben soll, die dann nicht nur vom Audience Network, sondern auch bei Instant Articles und In-Stream Videos ausgeschlossen werden können. Zusätzlich soll es die Möglichkeit geben, bestimmte Domains und Apps auf Werbekonto – Ebene gänzlich zu sperren.

Neues Werbeformat “Collections”

Eine der aufregendsten Neuerungen in diesem Monat: Facebook führt ein neues Werbeformat ein, das Video Ads und Produktpräsentation kombiniert! Durch diese besondere Kombination erreicht man ein hohes Engagement. Potentielle Kunden werden bei Interesse an den Produkten direkt in die App oder auf die Website des Anbieters weitergeleitet. Verknüpft man dieses Format dann noch mit dem eigenen Produktkatalog, kann man sogar nach Kaufwahrscheinlichkeit sortieren.



Interessant ist dieses Anzeigenformat vor allem dann, wenn man die Menschen auf ihrem Smartphone ansprechen möchte, da es sehr schnell lädt und die Präsentation der Produkte in der nativen App stattfindet.

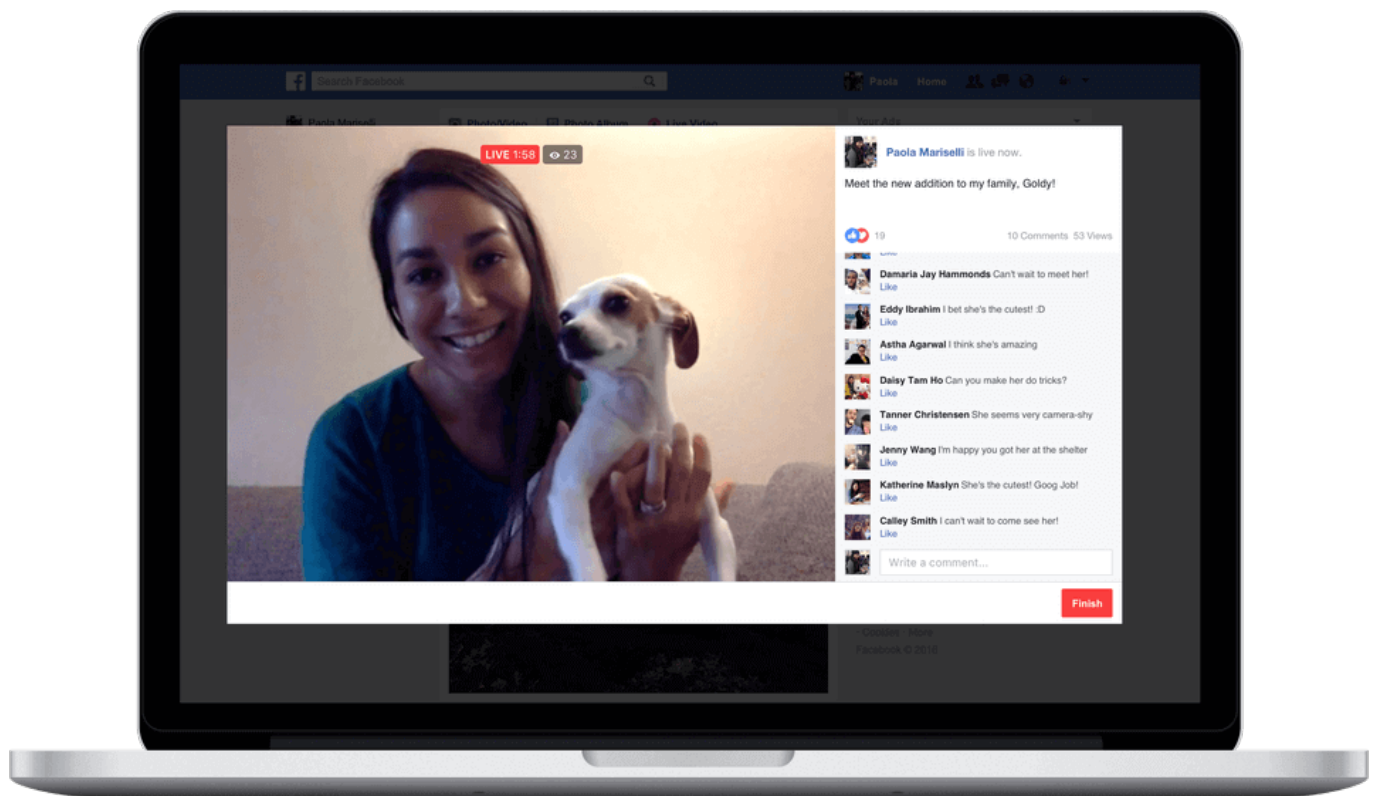
Neue Conversion Fenster für Conversion Kampagnen

Momentan sind die Möglichkeiten ein Conversion Fenster anzugeben (die Zeit in der nach dem Klick auf eine Anzeige, die geplante Aktion vom Nutzer getätigt wird – Meistens der Kauf eines Produktes), limitiert. Je nach Kampagnen Ziel (App Install, Website Conversions, App Events) konnte man nur einfache Conversion Fenster, wie zum Beispiel „1 Tag nach einem Klick“ auswählen.

Jetzt bietet Facebook noch mehr Optionen für alle 3 Kategorien und auch Kombinationen sind möglich. Zum Beispiel: „1 Tag nach Aufruf & 1 Tag nach Klick“. Das Conversion Fenster kann jederzeit geändert werden, ohne dass Daten verloren gehen. Facebook benötigt für die Umstellung allerdings etwas Zeit. Nach der Anpassungsphase wird empfohlen, die Werbeanzeigengruppe noch mindestens eine bzw. zwei Wochen laufen zu lassen.

Live Videos jetzt auch auf dem Desktop

Das letzte Jahr war es bereits möglich, Live Videos von mobilen Geräten aus zu starten. Nun ist dies auch endlich auch über den Computer möglich! Und nicht nur das, Facebook ermöglicht am PC auch die Nutzung von verschiedener Streaming Software (OBS zum Beispiel), was vor allem Gamern gefallen wird.



Die Anbindung von Software ist allerdings zurzeit nur für Seiten möglich, es ist aber sehr wahrscheinlich, dass dieses Feature auch bald für Privatpersonen verfügbar sein wird. Live Videos können direkt vom Status Post aus gestartet werden und bieten Unternehmen unzählige neue Möglichkeiten wie z. B. Live-Demos oder Frage-Antwort-Runden...

Facebook-Werbeanzeigenmanager für Excel

Dieses Update ist für die Automatisierer unter euch!
Nach dem Download des neuen Excel Plugins können Berichte zur Performance einer Kampagne, Werbeanzeigengruppen und Werbeanzeigen entweder bei Bedarf oder automatisch (1x die Woche oder alle 15 Minuten) direkt importiert werden. Damit das möglich ist, muss man allerdings vorher eine Berichtsvorlage erstellen, in der die gewünschten Kennzahlen, die man auswerten möchte, eingefügt werden.

Toll ist auch, dass man die Berichte direkt filtern kann, zum Beispiel nach Werbezielen, Platzierungen, Datum, etc. oder nach Demographie, Zeit und mehr aufschlüsseln kann. Eine Anleitung gibt es im [Facebook Business-Bereich](#)

360° Live Videos jetzt global verfügbar

Durch die Zusammenarbeit mit vielen Herstellern von 360° Kameras hat es Facebook nun geschafft, ein nahtloses 360° Erlebnis zu erschaffen, weswegen Facebook es wohl endlich gewagt hat, das Feature global auszurollen. Einige der kompatiblen Kameras sind z. B. die Samsung Gear 360 (2017 Version), Insta 360, Giroptic IO und ALLie Camera, sowie die professionellen Kameras Z CAM S1 und Nokia Ozo. Facebook treibt die Zusammenarbeit mit weiteren Herstellern voran.





Facebook Live 360 kompatible Kameras (Quelle: Facebook)

Bald kommt mit dem ebenfalls vorgestellten Spatial Audio außerdem ein 360° Klangerlebnis auf uns zu.

Reaktionen im Messenger verfügbar

Von vielen schon aus anderen Plattformen (wie Slack) bekannt, kommen Reaktionen nun auch in den Messenger! Anstatt eine neue Nachricht zu schreiben, kann man einfach und schnell eine Reaktion auf eine Nachricht schicken, wie zum Beispiel: Daumen hoch, Daumen runter, Smileys, etc. Dazu einfach den Beitrag länger gedrückt halten und schon poppt das Reaktions Menü auf!

Zusätzlich wurden noch „Mentions“ eingebaut. In einer Unterhaltung kann man nun einzelne Leute extra benachrichtigen, diese bekommen dann eine Push Notification aufs Handy, was es gerade für wichtige Fragen einfach macht, wieder in die Conversation zurück zu springen. Um jemanden zu benachrichtigen muss einfach das @-Symbol vor dem Namen der Person geschrieben werden.

Stories und Direct nun auch auf Facebook

Letzten Monat haben wir über Instagram Stories berichtet, nun folgen Facebook Stories . Im Endeffekt ist es genau das gleiche Feature wie auf Instagram: Man kann Fotos oder Videos teilen, die dann nach 24 automatisch verschwinden. Diese werden gesondert als Stories im oberen Teil der App angezeigt!



Ansicht der Facebook Stories (Quelle: Facebook)

Per Direct kann man über den Facebook Messenger Photos und Video nicht an alle, sondern nur an ausgewählte Personen senden. Nach einmal anschauen verschwindet alles wieder, aber man hat noch die Möglichkeit einen Kommentar dazu abzugeben.

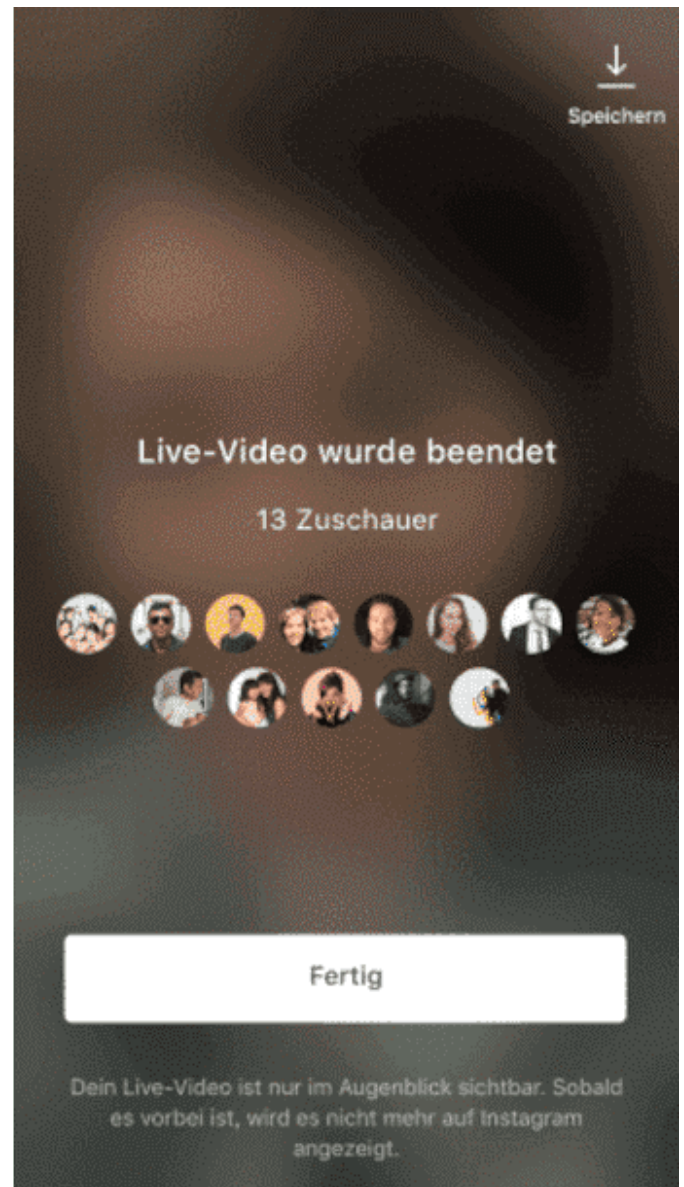


Instagram

Live Videos sind nun speicherbar

Live Videos auf Instagram waren bislang genau das: Live.

War das Video beendet, verschwand es sofort von der Plattform, was Frust bei vielen Instagrammern auslöste. Denn besonders in Live Videos kommt es oft zu besonderen, unerwarteten oder lustigen Momenten, die man gerne auf seinem Profil behalten würde. Jetzt reagiert Instagram darauf und Nutzer bekommen die Möglichkeit, am Ende des Videos zu entscheiden, ob sie das Video speichern wollen oder nicht!



Nun können also auch Nutzer, die eine Live Übertragung ihres Lieblings-Instagrammers verpasst haben, noch nachträglich an dem Erlebten teilhaben.

Buchungsmöglichkeiten für Dienstleistungen

Dies ist eine äußerst gute Nachricht, für all diejenigen, die ihre Hauptzielgruppe auf Instagram haben, wie zum Beispiel Gastronomen, Friseure etc. Noch in diesem Jahr soll es die Möglichkeit geben, Dienstleistungen lokaler Unternehmen direkt auf Instagram zu buchen.

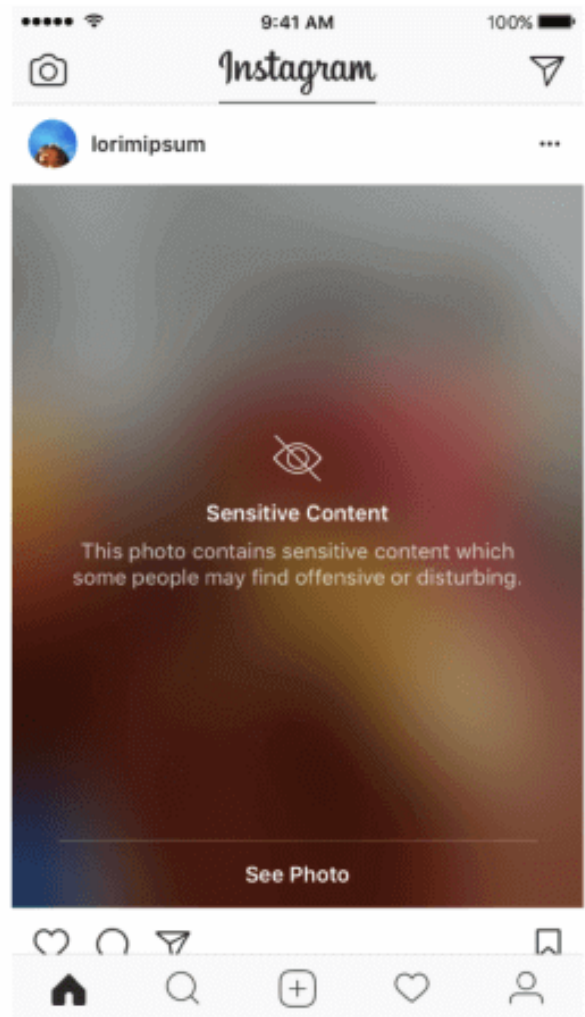
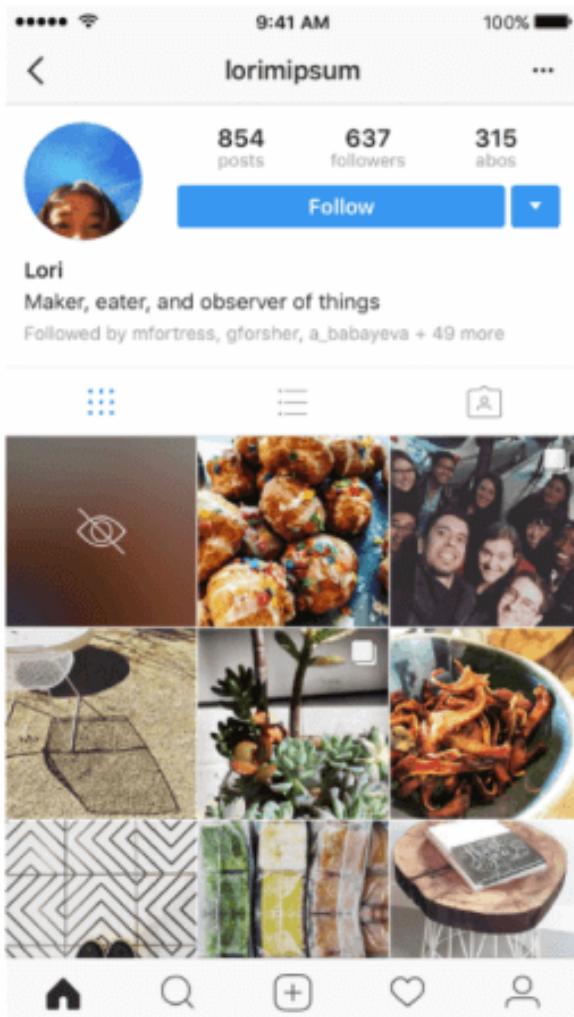
Das könnte sein:

- Einen Tisch in einem Restaurant reservieren
- Einen Termin bei Frisör buchen
- Einen Termin in einem Reisebüro zu vereinbaren
- Vieles mehr!

Dies ermöglicht Unternehmen, die Benutzer genau dort abzuholen, wo diese auch tatsächlich unterwegs sind!

Neue Sicherheitswerkzeuge eingeführt

Auch Instagram führt nun neue Sicherheitswerkzeuge ein, um Nutzer vor unerwünschten oder sensiblen Inhalten zu schützen. Die erste Änderung ist, dass von der Community gemeldete Beiträge unscharf gemacht werden und ein extra Klick notwendig ist, um diese anzuzeigen. Dabei handelt es sich nicht um Beiträge, die gegen Nutzungsbedingungen verstoßen. Ein "maskierter Inhalt" sieht dann so aus:



Maskierung sensibler Inhalte (Quelle: Instagram)

Zusätzlich führt Facebook noch die zweistufige Authentifizierung ein, die vielen schon aus anderen Anwendung (zum Beispiel Facebook) bekannt sein dürfte. Einfach auf das Zahnrad im Profil klicken, um dort die Option zum Aktivieren zu finden!

Twitter

Mehr Text in Antwort-Tweets

Bisher wurden von Twitter die @Benutzernamen, auf die man antwortet, zum 140 Zeichen Limit hinzugezählt. Mit dem neuen Update werden diese @Benutzernamen nun in ein extra Feld verschoben, was es ermöglicht, die vollen 140 Zeichen für den eigenen Text zu nutzen.



Antwort Update (Quelle: Twitter)

Das macht diese Antworten auch wesentlich leichter zu lesen, weil man sich (gerade bei großen Konversationen) nicht erst durch einen Haufen Namen durchlesen muss.

Neuer Ads Manager

Twitter hat einen neuen Ads Manager gelauncht. Dieser bietet einen zentralen Arbeitsbereich zur Planung, Verwaltung und Berichterstellung für die Kampagnen der Werbekunden. Man kann die Performance jetzt leicht anhand folgender Ebenen anzeigen und optimieren: Kampagnen, Anzeigengruppen, gesponserte Tweets und andere Anzeigen. Insgesamt erinnern Optik und Funktionsweise stark an Facebook...

We've launched the new Twitter Ads Manager! And it comes with a bunch of new features — hear our product manager talk through them pic.twitter.com/QbEgNXJUKp

— Twitter for Business (@TwitterBusiness) [23. März 2017](#)

LinkedIn

Der neue Style ist da

Im letzten Social Media Rückblick haben wir euch bereits den neuen LinkedIn Style vorgestellt. Nun ist dieser endlich in Deutschland angekommen, was folgende Verbesserungen mit sich bringt:

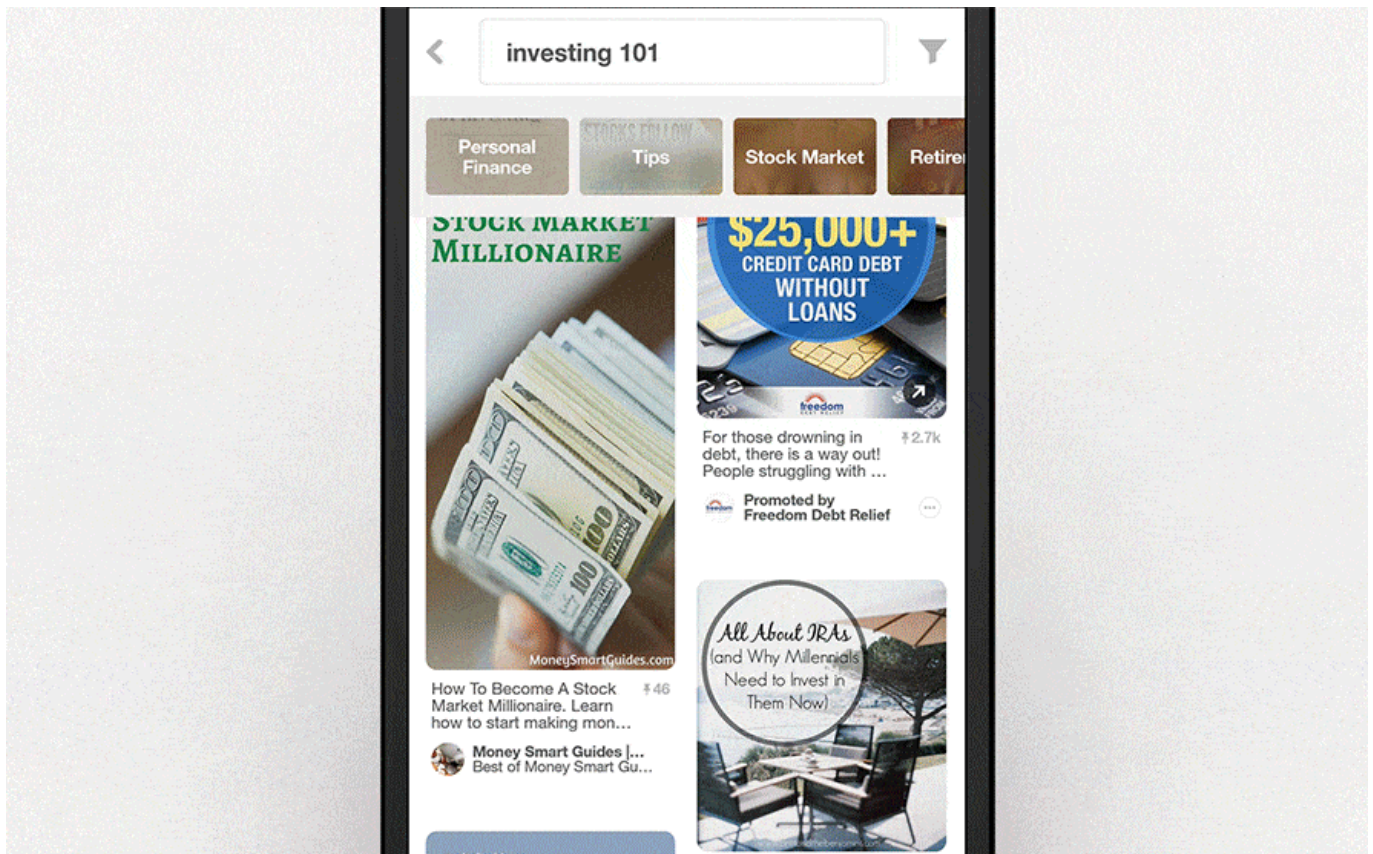
- LinkedIn ist schneller
- Es ist deutlich einfacher geworden, über Nachrichten zu kommunizieren
- Die Bedienung ist wesentlich einfacher und fühlt sich auch besser an

Generell kann man sagen, dass das Design sehr vom Facebook Layout inspiriert wurde und sich daher vor allem für neue Nutzer vertraut anfühlt.

Pinterest

Neues Werbeformat für App Downloads

Mit dem neuen Werbeformat „Promoted App Pins“ kann man nun seine App noch einfacher auf Pinterest promoten, da die Benutzer die App auf Wunsch direkt aus Pinterest herunterladen können.



Gerade Unternehmen, deren Zielgruppe vorrangig auf Pinterest unterwegs ist, sollten dieses Feature nicht unterschätzen, da die App Stores voller Konkurrenz sind und man aus dieser Masse nur schwer herausstechen kann.

Annica Lin, Acquisition Manager von Stash, sagt so:

“Pinterest delivers the highest percentage of loyal users across all iOS acquisition partners for Stash.”

Daher bekommt man nicht nur neue App Downloads, sondern tatsächlich wertvolle und loyale Benutzer! Leider ist jedoch auch dieses Werbeformat bisher nicht in Deutschland verfügbar. Wir halten Euch auf dem Laufenden...