

# EXPERTENTIPP...

## Social Media in der Wellnesshotellerie

### Folge 3: So lässt sich Facebook professionell nutzen

Das derzeit am weitesten verbreitete Social-Media-Netzwerk ist Facebook. Wie kann man hier Fans gewinnen und die Interaktion steigern?

**1. Corporate Design:** Im Gegensatz zu anderen Kanälen – beispielsweise YouTube oder Twitter – kann man auf Facebook nur sehr geringfügig Designanpassungen vornehmen. Umso wichtiger ist es daher, dass Sie qualitative Akzente zur Wiedererkennung Ihrer Marke setzen. Passen Sie Ihr Profilbild an – mit Ihrem Logo, Ihren Farben und einem saisonalen Hotelbild (Key-Visual). Sie können zusätzlich auf aktuelle Aktionen oder Veranstaltungen hinweisen und mit einer maßgeschneiderten Willkommenseite Ihre Erstbesucher begrüßen. Wichtig ist, dass Sie hier einen konkreten Nutzen aufzeigen. Warum sollte man gerade bei Ihrem Hotel auf »gefällt mir« klicken und Fan werden?

**2. Vernetzung:** Ergänzen Sie nicht nur auf Ihrer Website, Ihrem Newsletter und Ihrer E-Mail-Signatur den Link zu Ihrer Facebookseite, sondern zeigen Sie auch offline in Katalogen und Broschüren, dass Sie auf Facebook vertreten sind. Kommunizieren Sie, dass Sie sich über Kommentare, Meinungen und Empfehlungen freuen. Auch dabei gilt: Welchen Mehrwert bieten Sie auf Facebook im Vergleich zu den klassischen Medien?

**3. Kampagnen:** Wie bei Google können Sie auch auf Facebook kostenpflichtige Werbeanzeigen buchen. Sie bestimmen, was Ihnen ein Klick wert ist, und legen Ihr maximales Tagesbudget fest. Im Vergleich zu Google können Sie Ihre Zielgruppen jedoch besser eingrenzen, da Facebook sehr viel über die Interessen seiner Nutzer weiß. Darüber hinaus verspricht ein Klick auf »gefällt mir« eine längerfristige Verbindung – vorausgesetzt, Sie haben aktuelle und gute Inhalte zu bieten. Die Erfahrung zeigt, dass Kampagnen sehr gut funktionieren, wenn sie an Gewinnspiele oder Coupons gekoppelt sind.

**4. Gewinnspiele & Coupons:** Promotions sind auf Facebook ein heikles Thema. Es gibt Richtlinien, die beachtet werden müssen. Ansonsten kann die Seite gesperrt oder auch gelöscht werden. So darf beispielsweise die Teilnahme nicht Bedingung dafür sein, dass dem Nutzer ein Pinnwandeintrag gefällt bzw. der Nutzer ein Foto kommentiert oder ein Foto an einer Pinnwand postet. Darüber hinaus heißt es, dass Promotions im Rahmen der Anwendungen zu organisieren sind – zugänglich über einen eigenen Reiter. Sie können entweder Ihre Web-Agentur beauftragen, eine maßgeschneiderte App zu programmieren, oder Tools verwenden, die bereits mit den notwendigen Funktionen ausgestattet sind, und diese anpassen.

**5. Ideen, Ideen, Ideen:** Vor allem neue und ungewöhnliche Ideen sind auf Facebook erfolgreich, weil sie einen Schneeballeffekt auslösen. Überlegen Sie also, wie Sie Ihre Marke ganz individuell in Szene setzen können. Bedenken Sie auch, dass Facebook kein Vertriebs-, sondern ein Kommunikationsinstrument zur Steigerung der Kundenloyalität und des Empfehlungsmarketings ist. Es gibt zwar Tools, die eine direkte Buchung ermöglichen, das Vertrauen der Konsumenten in solche Vertriebswege ist jedoch noch gering.



**Wolfgang Falkner**, Dipl.-Ing. (FH), ist unabhängiger Marketingberater und Gründer des Unternehmens Der Falkner Spa Marketing in Salzburg.  
Info: [www.derfalkner.com](http://www.derfalkner.com)