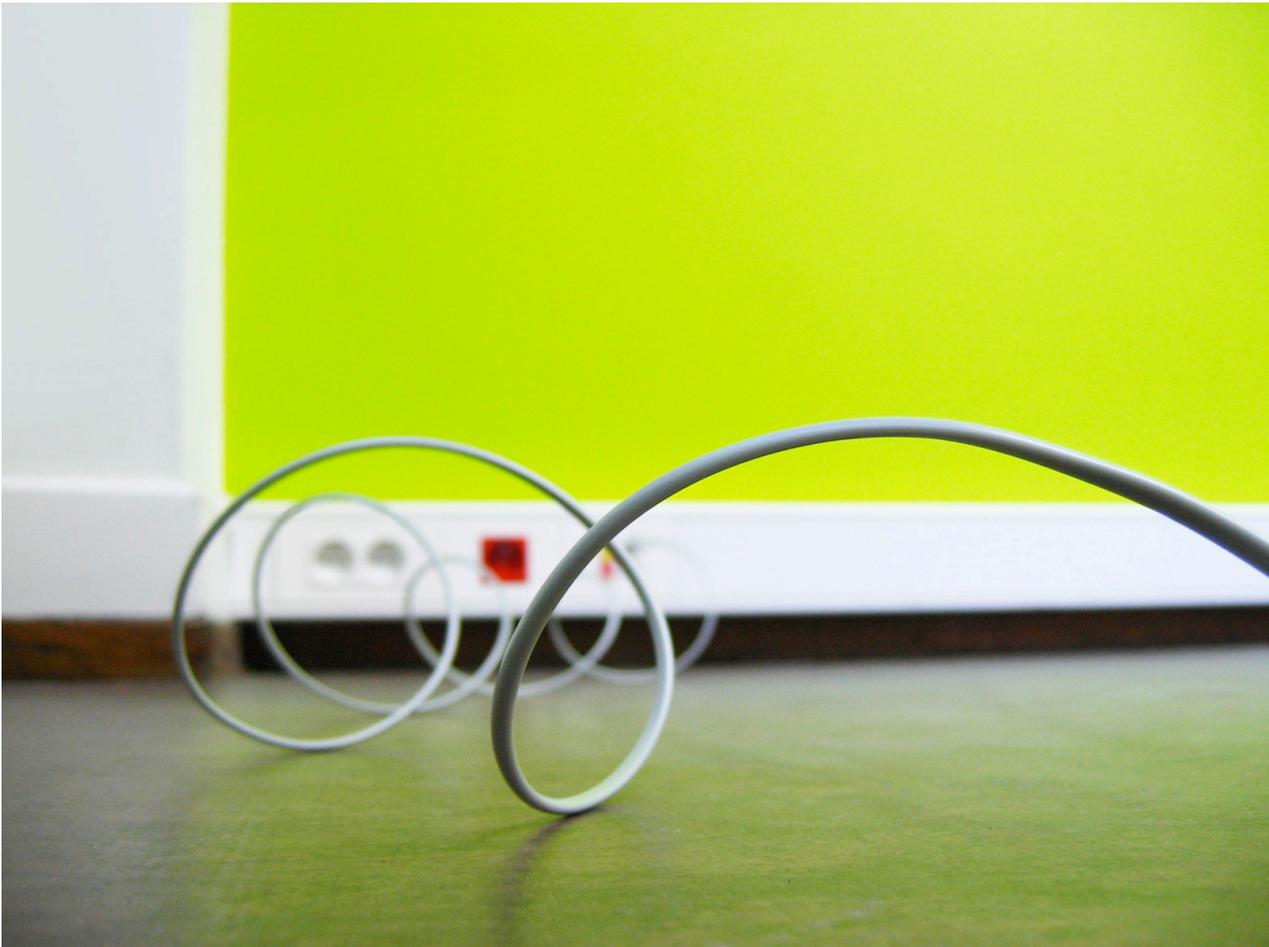


Dezember 2009

FACEBOOK MARKETING:

Die 10 Facebook-SEO-Tipps, die jeder
Facebook-Seitenbetreiber wissen sollte

von Thomas Hutter



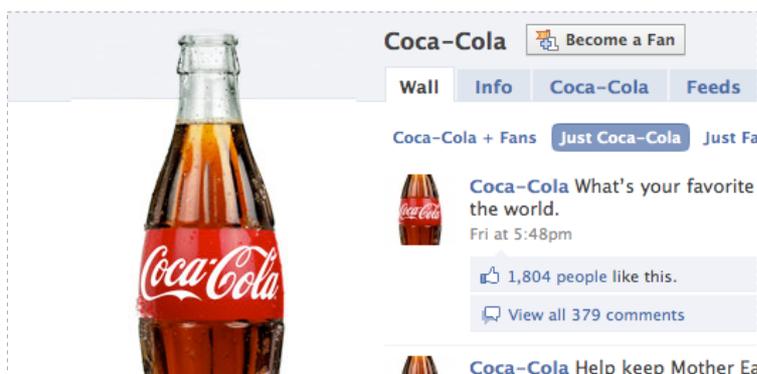
Auf Facebook entstehen immer mehr Pages von Firmen, Marken, Organisationen und Events, so genannte Fanpages. Der Traffic auf den Fanpages kann mit ein paar einfachen Tricks erhöht werden – Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist auch hier ein grosses Thema.

Während die “viralen Kanäle” von Facebook, z.B. die News-Feeds, Nachrichten und Einladungen eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Inhalten innerhalb von Facebook spielen, können über gezielte SEO-Taktiken zusätzliche Fans für die Seiten generiert werden. Facebook hat in den letzten Monaten und Wochen diverse Massnahmen zur Verbesserung der eigenen Suchmaschinenoptimierung unternommen, zum einen für die Betreiber von Fanpages, zum anderen für sich selber.

Nachfolgend 10 SEO-Strategien und Taktiken die jeder Facebook-Seitenbetreiber wissen sollte:

1. Wählen Sie den bestmöglichen Namen für Ihre Facebook-Seite

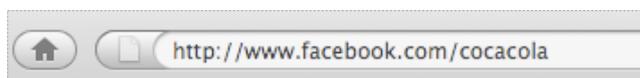
Den Wahl des richtigen Namens oder Titels für die Facebook-Page ist von entscheidender Bedeutung. Die Versuchung möglichst viele Keywords in den Namen zu packen ist zwar verlockend, schadet aber der Seite mehr als es nutzt. Wird der Titel mit zu vielen Keywords unterlegt, ist die Gefahr relativ gross, dass die Seite von möglichen Fans als SPAM angeschaut wird, die Wahrscheinlichkeit, dass ein Besucher auf Ihre Seite kommt nimmt entsprechend ab.



Auch die Wahl eines zu generischen Seitennamens oder Seitentitels ist gefährlich. Wichtig ist, dass der Name oder Titel authentisch mit dem Firmennamen, der Marke oder der Person ist. Ein gewählter Name sollte zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr geändert werden, da sich dies ebenfalls negativ auf die Auffindbarkeit in der Suche auswirken würde.

2. Wählen Sie die bestmögliche URL (Facebook-Benutzername) für Ihre Facebook-Seite

Seit der Einführung der Vanity-URL (Facebook nennt es "Benutzername") bietet sich eine gute SEO-Möglichkeit mit der Auswahl eines guten Namen für die Seite. Die URL bildet sich aus www.facebook.com/benutzername. Im Falle von Coca-Cola also <http://www.facebook.com/coca-cola>.



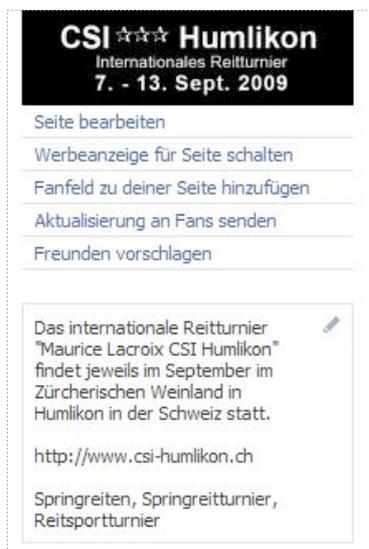
Die Wahl eines zu generischen Benutzernamens, z.B. www.facebook.com/reisen, könnte von Facebook aus Gründen AGB-Verletzungen geändert werden, was wiederum aus SEO-Sicht Nachteile bringen könnte.

Wichtig. Ein Facebook-Benutzername für eine Facebook-Seite kann nur beansprucht werden, wenn mindestens 25 Fans auf der Seite registriert sind.

3. Nutzen Sie die “Über” Text-Box für treffende Keywords in Prosaform

Ein wichtiger SEO-Tipp ist die Nutzung von möglichst Keyword-relevanten Texten in Prosaform möglichst hoch in der Seite positioniert. Die “Über” Text-Box auf der linken Seite unterhalb des Bildes eignet sich sehr gut dafür und ist zudem der höchstplatzierte Ort innerhalb der Seite, der erlaubt, individuelle Texte bis 250 Zeichen einzupflegen.

Nachfolgend das Beispiel der Fanpage des Maurice Lacroix CSI Humlikon:



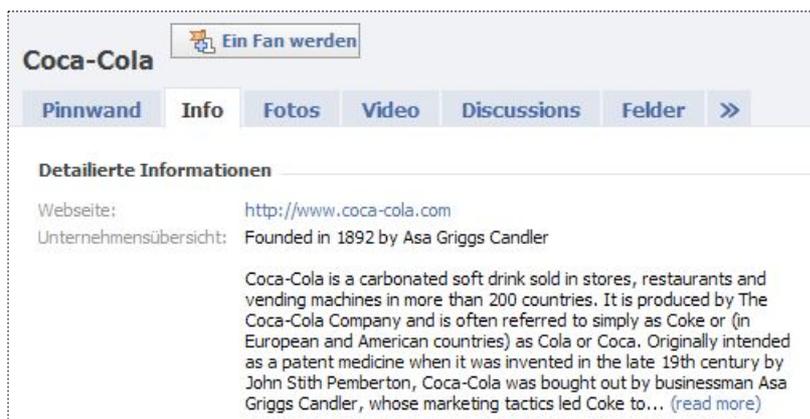
The image shows a screenshot of the 'About' section of a Facebook page. At the top, there is a black banner with white text: 'CSI Humlikon', 'Internationales Reitturnier', and '7. - 13. Sept. 2009'. Below the banner, there are five menu items: 'Seite bearbeiten', 'Werbeanzeige für Seite schalten', 'Fanfeld zu deiner Seite hinzufügen', 'Aktualisierung an Fans senden', and 'Freunden vorschlagen'. Below these items is a text box with a pencil icon in the top right corner. The text in the box reads: 'Das internationale Reitturnier "Maurice Lacroix CSI Humlikon" findet jeweils im September im Zürcherischen Weinland in Humlikon in der Schweiz statt.' Below the text is the URL 'http://www.csi-humlikon.ch' and the text 'Springreiten, Springreitturnier, Reitsportturnier'.

4. Nutzen Sie den “Info”-Tab um mehr wichtige Keywords, Texte und wichtige Links zu integrieren

Facebook erstellt automatisch für jede Fan-Page einen “Info”-Tab. Es ist wichtig, dass diese Felder mit wichtigen Informationen angereichert werden. Innerhalb des “Info”-Tab können Keywords, aber auch Prosa-Text hinzugefügt werden. Das Hinzufügen von zusätzlichen Informationen in diesem Teil hat Einfluss auf diverse Suchfunktionen von Google, z.B.

- Adressdaten für die Lokale-Suche
- Unternehmensübersicht, Aufgabe und Produkte für die Produkte-Suche
- Websites für die Verlinkung mit der eigenen Website oder relevanten weiteren Websites

Das Beispiel von Coca Cola:



Die zur Verfügung stehenden Felder sind abhängig von der Wahl der Kategorie beim Erstellen der Seite.

5. Erstellen Sie “statische FBML” Boxen und Tabs um weiteren Text und statische Inhalte hinzuzufügen

Die Möglichkeiten grössere Texte-Blöcke oder statische Texte im Standard-Tab sind limitiert. Facebook erlaubt aber Page-Besitzer zusätzliche Boxen und Tabs zu erstellen, die gleichen Inhalt wie Text und Links enthalten können. Informationen in

zusätzlichen Boxen und Tabs sind eine gute Möglichkeit die Inhaltsdichte auf der Seite zu vergrössern. (Wichtig! Google betrachtet jeden Tab als eigenen URL)



Maurice Lacroix CSI Humlikon

Pinnwand Info Programm

Montag, 7. September 2009
2 x National LII
2 x National MI

Dienstag, 8. September 2009
2 x Regional RI
2 x Regional RII
2 x Regional RIII

Mittwoch, 9. September 2009
2 x Senioren I / II
1 x International / Amateur Tour
1 x International / Kleine Tour

Donnerstag, 10. September 2009
1 x International / Youngster Tour
1 x International / Mittlere Tour
1 x International / Grosse Tour ****
1 x International / Amateur Tour

Freitag, 11. September 2009
1 x International / Amateur Tour
1 x International / Kleine Tour
1 x Regional / RIV - Einlaufprüfung Final
1 x International / Grosse Tour ****
1 x International / Mittlere Tour

Samstag, 12. September 2009
1 x International / Youngster Tour
1 x International / Amateur Tour
1 x Regional / RIV Final
1 x International / Mittlere Tour
1 x International / Knock Out / Kleine Tour

Sonntag, 13. September 2009
1 x International / Youngster Tour
1 x International / Kleine Tour
Show OKV Juniors
1 x International / Grosse Tour / GP ****

Damit Sie eigenen Content erstellen können, müssen Sie wie folgt vorgehen:

1. Gehen Sie zur Applikation **“Static FBML“**
2. Klicken Sie auf **“zu meiner Seite“** hinzufügen und wählen Sie anschliessend die Seite aus, zu welcher Static FBML hinzugefügt werden soll.
3. Anschliessend schliessen Sie das Dialogfenster und wechseln auf Ihre Seite, klicken Sie dort auf **“Seite bearbeiten“** unterhalb des Bildes auf der linken Seite.

4. Auf der nun erscheinenden Seite müssten Sie einen Eintrag für die Applikation "FBML" finden. Klicken Sie auf das Editieren-Icon (Stift auf der rechten Seite).
5. Sie werden nun auf eine neue Seite gelenkt, die zwei Felder "Box Titel" und "FBML" beinhaltet. Geben Sie ins Feld "Box Titel" den gewünschten Titel für den Tab ein. Im Feld "FBML" den Inhalt ein (HTML-Formatierungen), speichern Sie anschliessend.
6. Klicken Sie anschliessend auf der "Einstellungen"-Seite wieder auf das Editier-Icon und wählen Sie "Anwendungs-Einstellungen".
7. Wenn Sie den "FMBL"-Inhalt als Box hinzufügen wollen, wählen Sie "hinzufügen" bei der Box-Option, als Tab wählen Sie "hinzufügen" bei der Tab-Option.
8. Falls der "FMBL"-Inhalt als ein Tab hinzugefügt werden sollte, kann auch auf die Übersichtsseite zurück gewechselt werden und dort ein neues Feld hinzugefügt werden, der "FMBL"-Inhalt steht automatisch zur Auswahl zur Verfügung.

6. Schreiben Sie Beiträge im Newsfeed, die direkte Links auf Ihre Website enthalten

Status-Updates sind ein guter Platz für die Einbindung von Verlinkungen auf Ihre eigene Website. Einerseits weil die Statusupdates weit oben innerhalb der Seitenstruktur auftauchen, andererseits weil Ihre Statusmeldungen auch in sämtlichen Newsfeed der Seiten-Fans auftauchen.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten Ihre Links im Status zu verwenden:

1. den Link direkt im Status als Text einzugeben
2. die "Anhängen"-Funktion unterhalb des Statustext W

Wenn man das Ganze aus SEO-Perspektive anschaut, muss man folgende Punkte beachten:

Direkt-Link als Text

Wenn der Link als Text innerhalb der Statusnachricht eingegeben wird, verlinkt Facebook den Link automatisch mit der Seite. Der Link leitet den Besucher direkt in einem neuen Fenster auf die angegebene Seite – das Facebook-Frame mit der verlinkten Seite wird nicht angezeigt.



Angehängter Link

Wenn der Link mit der "Anhängen"-Funktion zum Status hinzugefügt wird, erscheint der Link mit einem Thumbnail, einem Link-Titel und einer Kurzbeschreibung. Der Link öffnet in einem Facebook-iFrame mit einer Facebook-URL.



Vorteil: der Link kann vom Fan wieder über die "Teilen"-Funktion viral weiter verbreitet werden.

Beide Varianten haben Vor- und Nachteile. Ob die eine oder andere Version besser ist, kann nicht abschliessend beurteilt werden und wird in SEO-Communities entsprechend debattiert.

7. Fügen Sie Texte zu Photos hinzu, Beschreiben Sie Veranstaltungen, Diskutieren Sie in Foren

Meistens geht es auch ohne Texte, wichtig ist, dass interessante Inhalte in die Seite eingefügt werden. Besser wäre es aber aus SEO-Sicht, wenn entsprechende Inhalte mit Beschreibungen komplettiert werden. Wenn also Photos hinzugefügt werden, am besten die Beschreibungen dazu auch hinzufügen, bei Veranstaltungen die entsprechenden Felder ergänzen. Diskussionsforen sind ebenfalls ein guter Inhaltslieferant.

8. Verlinken Sie Ihre Facebook-Fan-Seite von der eigenen Seite aus

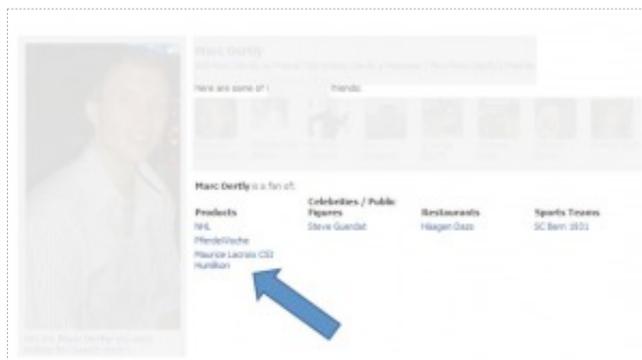
Eine gute Verlinkung der Facebook-Fan-Seite aus “traditionellen” Websites kann die Anzahl der Facebook-Fans auf der Facebook-Fan-Seite erhöhen. Binden Sie entsprechende Buttons und Links auf der eigenen Website ein um mögliche Fans auf die Facebook-Fan-Seite zu locken. Das Facebook-Fan-Widget kann dazu ebenfalls gute Dienste beitragen.



Beachten Sie beim Platzieren von Links die entsprechenden Richtlinien von Facebook.

9. Erhalten Sie mehr Links innerhalb von Facebook mit dem Wachstum Ihrer Fan-Gemeinde

Eine SEO-Strategie kann auch sein, dass Sie möglichst viele Fans für Ihre Facebook-Fan-Seite gewinnen, die Anzahl der Facebook-internen Links steigt so automatisch. Jede “Standard”-Profil-Seite eines Besuchers enthält automatisch die Seiten aufgelistet, bei denen er als Fan eingetragen ist.



10. Stärkung der Facebook-internen Verlinkung durch Kommentare

Wenn Fans Kommentare auf Newsfeed-Beiträge abgeben, steigt die Verlinkung zur Seite aufgrund der Gegenverlinkung überproportional. Viele Profildseiten werden von Google indexiert, die entsprechenden Querverlinkungen ebenfalls, die Bedeutung der Seite nimmt entsprechend zu. Schreiben Sie entsprechend Beiträge, die Fans Ihrer Seite zum Abgeben von Kommentaren animiert.

Dieses Whitepaper wurde als Gastbeitrag von Thomas Hutter auf [Facebookmarketing.de](https://facebookmarketing.de) publiziert und ist im Original auf insidefacebook.com erschienen (in englischer Sprache). Der Artikel wurde sinngemäss frei Übersetzt und leicht angepasst. Thomas Hutter betreibt unter thomashutter.com einen eigenen Blog zu Social Media Themen und arbeitet als freischaffender Consultant in den Bereichen Online Marketing & Konzeption, Social Media Marketing für Endkunden und Agenturen in der Schweiz.



FACEBOOKMARKETING.DE

Jetzt Fan werden:

facebook.com/marketingde

Philipp Roth & Jens Wiese

kontakt@facebookmarketing.de