

Whitepaper Facebook Marketing - Facebook Places

Mit der schnellen Verbreitung von Smartphones gewinnen die sog. Ortsbasierten Dienste rasch an Bedeutung. Dabei steht für Unternehmen und Marken im Vordergrund, welche Möglichkeiten sich für Marketing und eCommerce ergeben.

Am 4. Oktober 2010 hat Facebook in Deutschland seinen eigenen Location Based Service „Places“ gestartet. Vieles spricht dafür, dass Places weltweit und auch in Deutschland zum dominierenden ortsbasierten Dienst avancieren wird. Gründe hierfür sind die 600 Mio. Facebook Nutzer (bzw. 17 Mio. in Deutschland), von denen über 250 Mio. Facebook auch mobil einsetzen, sowie die immer stärkere Verbreitung von Internetfähigen Mobiltelefon wie dem iPhone.

Mit diesem White Paper wollen wir die Funktionen und Einsatzmöglichkeiten von Places vorstellen.

Wo finde ich Facebook Places?

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses White Papers bietet Facebook Places beispielsweise in den offiziellen Applikationen für das iPhone für Android an.

Besitzer eines iPhones, oder eines Smartphones mit Android Betriebssystem, können die offiziellen Facebook Applikation nutzen, die über eine vollständige Facebook Places Integration verfügen.

Alle anderen Nutzer müssen auf Facebooks mobile Webseite m.facebook.com, oder <http://touch.facebook.com/> (die Touch Version wird in naher Zukunft eingestellt werden und durch die optimierte Version von m.facebook.com ersetzt werden.) zurückgreifen. Die Funktionalitäten unterscheiden sich hierbei jedoch nicht und m.facebook.com ist sowohl auf die Nutzung mit touchfähigen Smartphones, als auch allen anderen internetfähigen Mobiltelefonen ausgelegt.

Hinzufügen	Search Nearby Places
Berliner Brandung Social Media Herstellen	
Zum Shop	
Pizzeria Italia	
Fanny Hensel Grundschule	
U-Bahnhof Mendelssohn-Bartholdy-Park Der U-Bahnhof Mendelssohn-Bartholdy-Park ist der Ein-Station Linie U2 der Berliner	
Yon's Film & Video Production	
Phan's - Thai, Sushi, China	
Snooker Center	
Snooker Club Berlin	
BelAhr am Potsdamer Platz	

Abbildung 1 Einen Ort auf touch.facebook.com besuchen

Check-In – einen Ort besuchen

Das „Besuchen“ eines Ortes, das sog. Check-In, ist die Hauptfunktion von Facebook Places. Mittels der GPS-Koordinaten des Mobiltelefons wird der aktuelle Aufenthaltsort des Nutzers ermittelt. Anhand dieses Aufenthaltsortes werden nun Orte (Places) wie Geschäfte, Restaurants oder öffentliche Einrichtungen die sich in der Nähe befinden angezeigt und der Nutzer kann diese jetzt via Places besuchen. Jeder Besuch löst eine Aktion im Nutzerprofil aus. Dies hat den Vorteil, dass andere Facebook Nutzer sehen können, wo sich ihre Freunde aktuell aufhalten.

Des Weiteren hat man die Option, Facebook Freunde ebenfalls für den „Besuch“ zu markieren. Ob diese Funktion möglich ist, hängt von den jeweiligen Privatsphäreinstellungen der Nutzer ab. Optional kann der Check-In zusätzlich mit einem Text und einem Foto versehen werden.

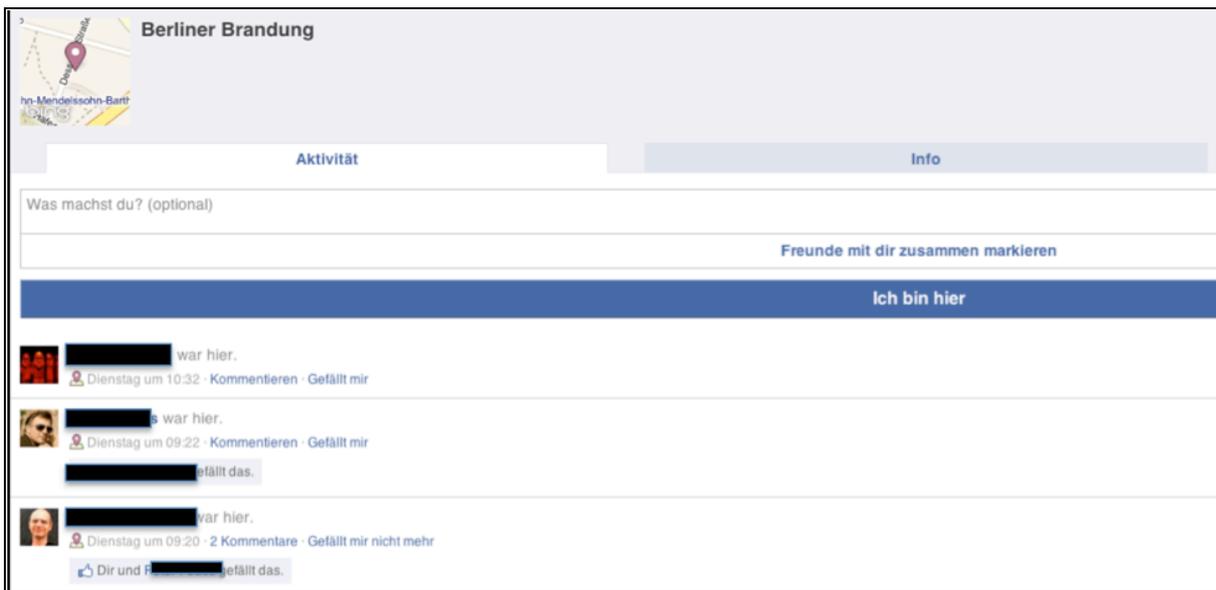


Abbildung 2 Einen Ort Besuchen und Freunde markieren

Check-In einen Event besuchen

Analog zu einem Ort, kann auch eine Facebook Veranstaltung besucht werden. Der Check-In bei einem Event ist allerdings an ein paar Voraussetzungen gebunden. Der Nutzer muss sich bei der Veranstaltung auf Facebook, mittels RSVP, angemeldet haben. Zusätzlich muss man sich am Ort der Veranstaltung befinden und dies zu dem Zeitpunkt des Events.

Aktuell ist das Feature nur für die mobile Webseite von Facebook aktiv und es gibt auch noch ein paar Probleme bei den Check-Ins. Für die Zukunft aber sicher ein interessante Möglichkeit für Marken und Facebook Nutzer.

Einen Ort anlegen

Für Restaurants oder Geschäften ist zunächst das Anlegen des eigenen Ortes wichtig. Dies erfolgt in wenigen Schritten und kann von jedem PC – also auch ohne Smartphone – über m.facebook.com erfolgen.

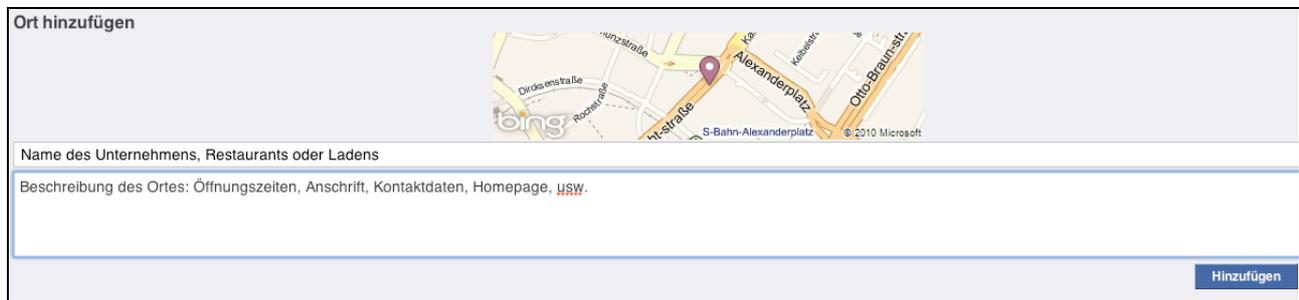


Abbildung 3 Neue Orte können leicht angelegt werden

Links oberhalb der bereits existierenden Orte, befindet sich ein Button „Hinzufügen“, der zu einem Untermenü führt, in dem der neue Ort angelegt werden kann. Die Editierungsmöglichkeiten sind hier relativ klein gehalten. Neben dem Namen des Ortes gibt es noch ein weiteres Feld für eine optionale Beschreibung. Dies sollte unbedingt genutzt werden, um Informationen wie die exakte Postanschrift, Öffnungszeiten oder Kontaktdaten zu hinterlegen. Nach einem Klick auf „hinzufügen“ ist der Ort in Places angelegt.

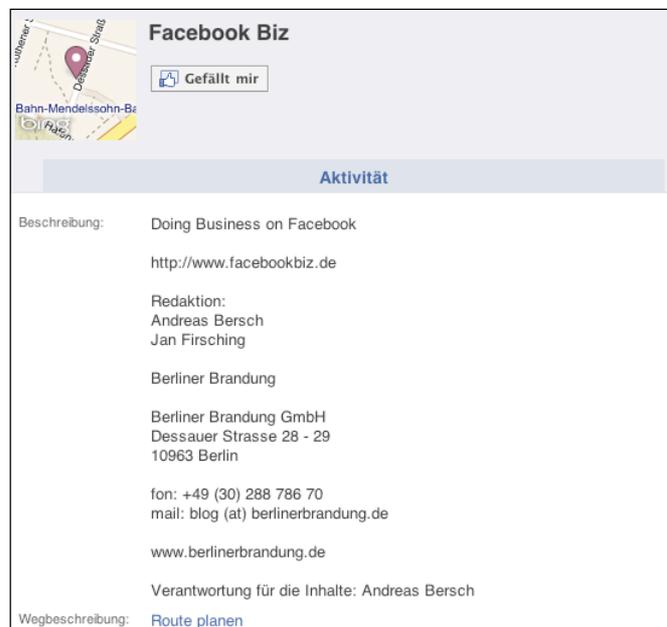


Abbildung 4 Wichtige Informationen bei der Erstellung angeben

Orte für das eigene Unternehmen beanspruchen

Hat man einen Ort für sein Unternehmen angelegt, oder möchte einen bereits eingetragenen Ort für sein Unternehmen beanspruchen, kann dies nur über www.facebook.com erfolgen.

Über den Punkt „Ist das dein Unternehmen?“ wird die Verifizierung des Ortes gestartet. Laut Facebook stehen den Nutzern hier zwei Varianten zur Verfügung:

- Verifizierung über eine E-Mail Adresse der Firmen-Domain (z. B. Name@Adidas.de)
- Verifizierung über eine Kopie der Energieversorgungs- oder Telefonrechnung

Zum Deutschland Start von Places gibt es hierbei allerdings noch vereinzelt Probleme, so dass Nutzer auf Nummer sicher gehen wollen, beide Methoden durchgeführt werden sollten.

Ort beanspruchen

Name des Ortes:

URL des Ortes:

Offizieller Name des Unternehmens:

Geschäftsadresse:

Geschäftliche Telefonnummer:

Unternehmenswebseite (optional):

Name und Titel der Person, die das beantragt:

Authentifizierungsmethoden:

Bitte wähle nur eine der folgenden Methoden aus, um zu bestätigen, dass du der Inhaber dieses Ortes bist:

1. **E-Mail-Verifizierung:** Füge die E-Mail-Adresse deines Unternehmens als zweite E-Mail-Adresse zu deinem persönlichen Facebook-Konto hinzu. Die E-Mail-Adresse deines Unternehmens muss den Namen einer Domain enthalten, welche sich eindeutig auf dein Unternehmen bezieht (z.B. NAME@siemens.com). [Klicke hier](#), um Anweisungen zum Hinzufügen einer zweiten E-Mail-Adresse zu deinem persönlichen Facebook-Konto zu erhalten.

Deine Konto hinzugefügte E-Mail-Adresse:

2. **Verifizierung mithilfe von Schriftstücken:** Stelle uns eine eingescannte oder fotografierte Kopie einer Energieversorgungs- oder Telefonabrechnung zur Verfügung, welche den Namen und die Adresse deines Unternehmens enthält.

Offizielle Unterlagen für dein Unternehmen:

(.pdf, .jpg)

Abbildung 5 Einen Ort für "beanspruchen"

Das Beanspruchen eines Ortes hat mehrere Vorteile. Der Ort wird von einer Gemeinschaftsseite in eine Facebook Seite umgewandelt. Der Ort erhält eine eigene Pinnwand über die der Betreiber der Seite Status Meldungen an Fans des Ortes veröffentlichen kann.

Zusätzlich wird der Punkt „Karte anzeigen“ durch die Firmenadresse ersetzt, die auf Bing Maps verlinkt. Administratoren der Seite können jetzt ebenfalls das Profilbild der Seite ändern und wie bei einer normalen Facebook Seite Applikationen und individuelle Reiter zur Seite hinzufügen.

Wie bei einer regulären Facebook Seite erfolgt die Navigation über das Menü im linken Bereich der Seite.

Facebook Seiten in Ortsseiten umwandeln

Eine weitere Möglichkeit eine Ortsseite zu erstellen, gibt es im Info-Bereich einer bereits bestehenden Facebook Seite. Löscht ein Administrator hier nun die Adresse und gibt diese anschließend neu ein, wird die Facebook Seite nun mit den Features einer Ortsseite versehen.

Bei einem Großteil der Seiten funktioniert dieser kleine Trick, es soll aber immer noch ein paar Seiten geben, bei denen die Umwandlung, auf diesem Weg nicht funktioniert hat.

Eine weitere Möglichkeit ist, die Kategorie/Rubrik seiner Facebook Seite in „lokales Unternehmen“ zu ändern. Anschließend noch die korrekte Anschrift eingeben und aus der Facebook Seite wird ein Facebook Place.

Alle umgewandelten Seiten, haben die gleichen Funktionen wie eine beanspruchte Ortsseite – für Administratoren ein klarer Vorteil. Die Umwandlung über den Infobereich (Adresse und Kategorie) ist wesentlich schneller umsetzbar, als der Prozess zur Beanspruchung einer Ortsseite. Der Claiming-Prozess (Beanspruchen der Seite) ist aber nach wie vor möglich.

The screenshot shows a Facebook Place page for 'Facebook Hauptquartier'. On the left, there is a navigation menu with options like 'Profil', 'Aktivitäten von Freunden', 'Pinnwand', '3.667 Besuche', and '696 Personen gefällt das'. The main content area includes a location pin icon, the name 'Facebook Hauptquartier', and the address '1601 S California Ave, Palo Alto, CA, 94304'. Below the address is a map showing the location. At the bottom, there is a 'Pinnwand' section with a post from 'Facebook HQ' dated '09. September um 01:44'.

Abbildung 6 Beispiel eines "beanspruchten" Ortes

Wie ist die Facebook Seite eines Ortes aufgebaut?

Die Seite eines Ortes ist in zwei Bereiche unterteilt. Den Bereich Info mit sämtlichen Angaben und eine Zusammenfassung der bisherigen „Besuche“.

Der Reiter Aktivität enthält alle Aktionen, die Facebook Nutzer an diesem Ort auslösen. Es wird angezeigt,

welcher Nutzer an dem Ort eingeklickt hat und wann er dies tat. Andere Facebook Nutzer haben die Möglichkeit dies zu kommentieren oder für den Besuch „Gefällt mir“ zu klicken. Hierfür muss man jedoch mit dem Nutzer befreundet sein. Check-ins anderer Facebook User werden nur zahlenmäßig erfasst.

Wie normale Facebook Seiten verfügt auch ein Ort über einen „Gefällt mir“ Button. Neben dem Button befindet sich noch ein kleiner Kartenausschnitt. Klickt ein Nutzer auf die Karte, wird er automatisch zu dem Routenplaner der Suchmaschine Bing weitergeleitet.

Besucht man die Ortseite direkt über facebook.com ist die Darstellung etwas anders aufgebaut, unterscheidet sich aber in den Funktionen, bis auf einen Punkt, nicht von der mobilen Seite, oder den mobilen Applikation.

Besucht man als Nutzer eine Ortsseite, die nicht von einem Administrator umgewandelt, bzw. beansprucht worden ist, werden weitere Orte in der näheren Umgebung mit ausgegeben.

Vorsicht!: diese Orte können von allen Nutzern editiert werden. Der Vorteil ist, dass Nutzer eigenständig Orte mit zusätzlichen Informationen versehen. Facebook ermutigt die Nutzer auch hierzu. Ein Problem entsteht dann, wenn Nutzer falsche Daten für einen Ort hinterlegen. Man sollte sich also auch regelmäßig weitere Ortsseiten, die einen Bezug zum Unternehmen haben, ansehen und gegebenenfalls die Informationen aktualisieren.

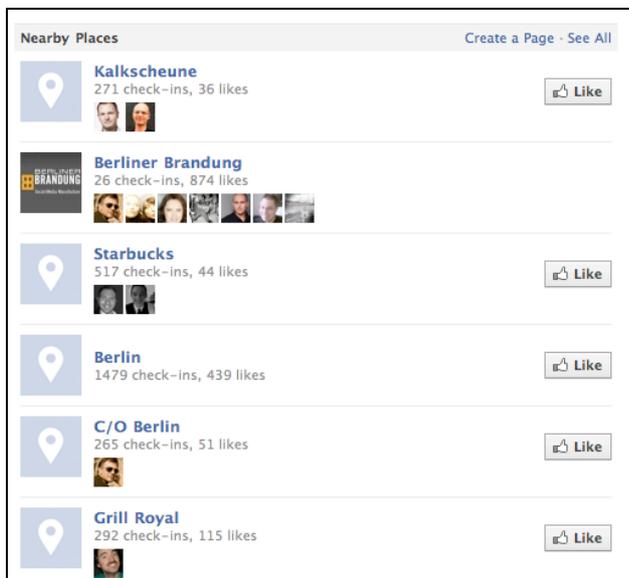


Abbildung 7 Orte in der Nähe werden angezeigt - Informationen können von Nutzern editiert werden.

Places Seite mit einer Facebook Seite verbinden

Hat man den Ort für sein Unternehmen beansprucht, besteht die Option diesen mit einer bereits existierenden Facebook Seite zu verbinden. Entscheidet man sich für diesen Schritt, erstellt Facebook eine neue Facebook Seite, die sowohl Elemente des Ortes, als auch der Facebook Seite enthält. Sämtliche Fans der Facebook Seite werden bei diesem Vorgang in die neue Seite übernommen.

Facebook empfiehlt das Verbinden der beiden Seiten, wenn folgende Punkte zutreffen:

- Facebook schlägt vor die Seiten zu verbinden
- Es nur ein tatsächliches lokales Geschäft gibt
- Nur eine Facebook Seite aktiv betreut wird

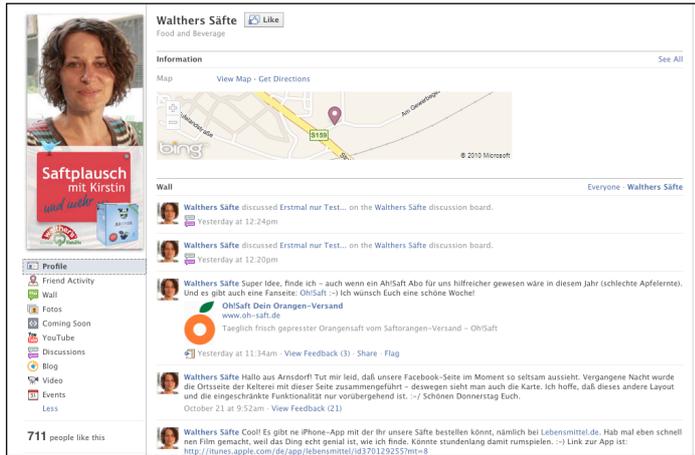


Abbildung 8 Bsp einer verbundenen Facebook Seite

Fazit

Facebook Places ist vor allem in Deutschland noch nicht weit verbreitet. Facebook arbeitet aber intensiv an seinem ortsbasiertem Dienst und wird speziell mit Facebook Deals, weitere Reichweite aufbauen (Zum Zeitpunkt der Verfassung dieses White Papers, steht Deals nur ein paar ausgewählten Premium-Partnern zur Verfügung). Die Priorität liegt für Unternehmen zuerst in der Erstellung eines eigenen Ortes und in der Umwandlung bzw. Verifizierung. Sind diese beiden Schritte vollzogen, kann mit einer intensiveren Nutzung begonnen werden. Facebook Places bietet für lokale Geschäfte einige spannende Möglichkeiten, um Kunden direkt vor Ort zu einem Check-In zu animieren und so für eine weitere Verbreitung innerhalb Facebooks zu sorgen. So können beispielsweise spezielle Angebote nur für Facebook Nutzer zur Verfügung gestellt werden. Eine Möglichkeit wäre, dass jeder Kunde, der über Places das Geschäft besucht, einen ausgewählten Artikel zu einem günstigeren Preis erhält, oder bei einem Kauf eines Produktes ein kleines exklusives Geschenk bekommt. Besonders für Läden oder Restaurants gibt es hier einige Gestaltungsmöglichkeiten. So eine Aktion kann parallel auch sehr gut über andere soziale Netzwerke, z. B. Twitter, beworben werden. Hier könnten unter anderem Hinweise zu Filialen, die exklusive Angebote anbieten, verbreitet werden. Wichtig ist, dass von solchen Aktionen beide Seiten profitieren. Der Kunde wird für seinen Check-In belohnt und das Unternehmen erzielt zusätzliche Sichtbarkeit in Facebook.

Eine Verbindung der Places Seite mit der regulären Facebook Seite, ist nur dann Sinnvoll, wenn es für einen Ort auch nur eine Facebook Seite gibt. Zusätzlich sollte man sich die Frage stellen, ob eine Umwandlung bzw. Verbindung für die Facebook Seite sinnvoll ist. Kommen Besucher/Kunden zu meinem Unternehmen? In welcher Frequenz und wie oft passiert dies?

Da Seit März 2011 alle Facebook Seiten über das neue Seitenlayout verfügen, ist die Verbindung, nun jedoch sinnvoller als zur Einführung von Facebook Places. Das Layout ist identisch und stellt keine Verwirrung mehr für die Nutzer dar.

Anhand dieser Punkte lässt sich schon erahnen, dass die Verbindung der beiden Seiten aktuell noch nicht optimal gestaltet ist. Das größte Problem tritt auf, wenn es mehrere Orte gibt, die zu einem Unternehmen gehören. Zurzeit ist es noch nicht möglich mehrere Orte mit einer Facebook Seite zu verbinden, diese Option soll aber in Zukunft ebenfalls zur Verfügung gestellt werden.

Weiterführende Links:

- [Offizielle Facebook Places Seite](#)
- m.facebook.com
- [Facebook Places APIÜbersichtsseite Facebook Places](#)
- [Unser Blog Facebook Biz mit regelmäßigen Beiträgen zu Facebook Places](#)
 - [2 Beispiele für Marketing mit Facebook Places](#)
 - [Ortsbasierte Werbung mit Places: Facebook Anzeigen & Plakatwerbung](#)
- [Facebook Hilfebereich zu Facebook Places](#)

Über uns:

Seit 2009 betreibt die Agentur Berliner Brandung mit dem Blog facebookbiz.de eines der führenden Businessblogs im Kontext von Facebook und Social Media. Unser Fokus dabei sind die Themen Marketing und eCommerce.

Als Agentur wie auch als Blog sind wir von Facebook unabhängige Social Media Experten. Die Agentur Berliner Brandung ist derzeit einziger deutscher „[Preferred Developer Consultant](#)“ von Facebook. Weitere Informationen zu uns auf www.berlinerbrandung.de

Als weitere Aktivitäten zu Facebook bieten wir seit 2009 bundesweite Workshops zu Marketing und eCommerce auf Facebook an, die schon von über 4.000 Teilnehmern besucht wurden. In 2011 gibt es auch Termine in Hamburg, Köln, Frankfurt, München und Berlin sowie in Zürich und Wien. Alle Termine und Informationen zu den Workshops in unserem [Blog \(www.futurebiz.de/workshops\)](http://www.futurebiz.de/workshops)

Kontakt:

Berliner Brandung GmbH

Geschäftsführer:

Andreas Bersch, Peter Feuß

Rosenthaler Straße 38 | 10178 Berlin

Tel: +49 (30) 288 786 – 70

mail: info@berlinerbrandung.de

www.futurebiz.de

www.twitter.com/futurebiz_de