



FACEBOOK

DAS FACEBOOK
HANDBUCH FÜR
IHREN SALON



INHALT

1. WARUM BRAUCHT IHR SALON EINE FACEBOOK-SEITE? 04

2. SO RICHTEN SIE IHRE EIGENE FACEBOOK-SEITE EIN

- Geben Sie die wichtigsten Basisinfos an 06
- Fügen Sie ein Titelbild ein 10
- Fügen Sie weitere Infos zu Ihrem Profil hinzu 13
- Weitere Beiträge zu Ihrer Seite hinzufügen 14
- Posten Sie los! 16


Anhang - Der Redaktionsplan

3. TIPPS & TRICKS 18

4. FAZIT 22



**1. WARUM BRAUCHT IHR SALON
EINE EIGENE FACEBOOK-SEITE?**



Mit einer **eigenen Facebook-Seite** nutzen Sie eine der besten und effektivsten Möglichkeiten, Ihre Marke zu etablieren und Ihre Onlinepräsenz zu erweitern. So gewinnt Ihre Marke an Bekanntheit. Jede Marke braucht eine Facebook-Seite als repräsentative Bühne, um sowohl für aktuelle als auch potenzielle Kunden präsent zu sein, sie zum Mitmachen zu animieren und ihnen offene Fragen zu beantworten. Es bietet Ihnen die großartige Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen zu erhalten, die Ihnen helfen können, Ihr Geschäft so zu gestalten, dass es den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe entspricht.

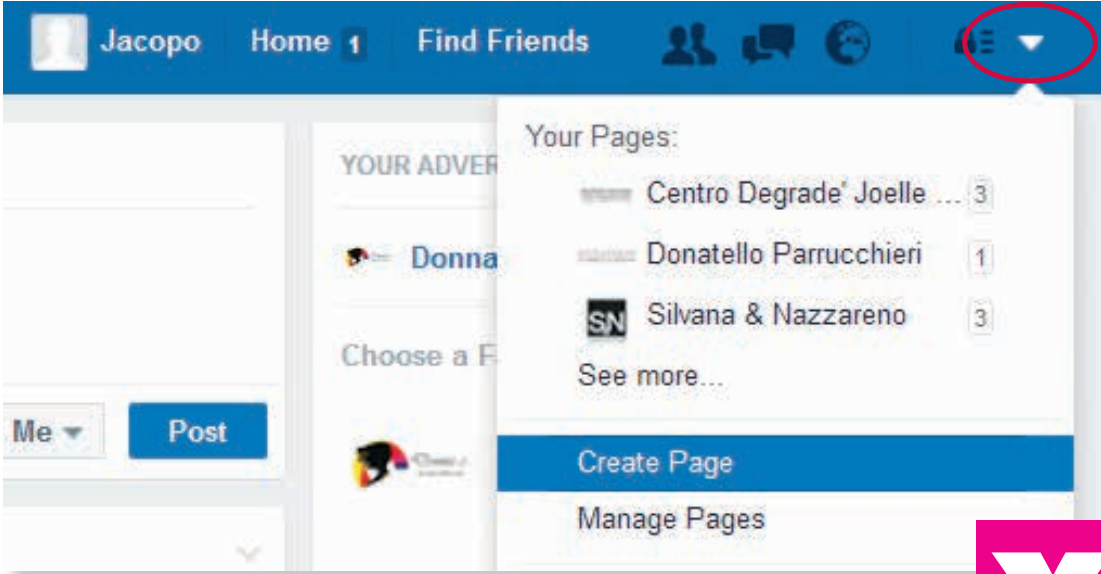
Viele Unternehmen nutzen **Facebook** inzwischen sogar als **Kanal für ihre offiziellen Ankündigungen**. Alles hängt von einer grundlegenden Frage ab: Was ist Ihr Ziel?

Wenn Sie Ihre Produkte über die Seite verkaufen wollen, können Sie dort auf kommende Sonderangebote und Rabatte aufmerksam machen. Und falls Sie einen Blog auf Ihrer Website betreiben, können Sie mit der Facebook-Seite den **Traffic auf dem Blog erhöhen** und verschiedene Inhalte teilen.

Anders als bei einigen anderen Social-Media-Netzwerken können auch Personen, die nicht bei Facebook registriert sind, auf Facebook-Seiten zugreifen. Dieser uneingeschränkte Zugang hilft bei der Indexierung Ihrer Seite auf beliebten Suchmaschinen wie Google. So verbessern Sie das Ranking Ihres Geschäfts in den Suchmaschinenergebnissen.

Geben Sie die **wichtigsten Basisinfos** an

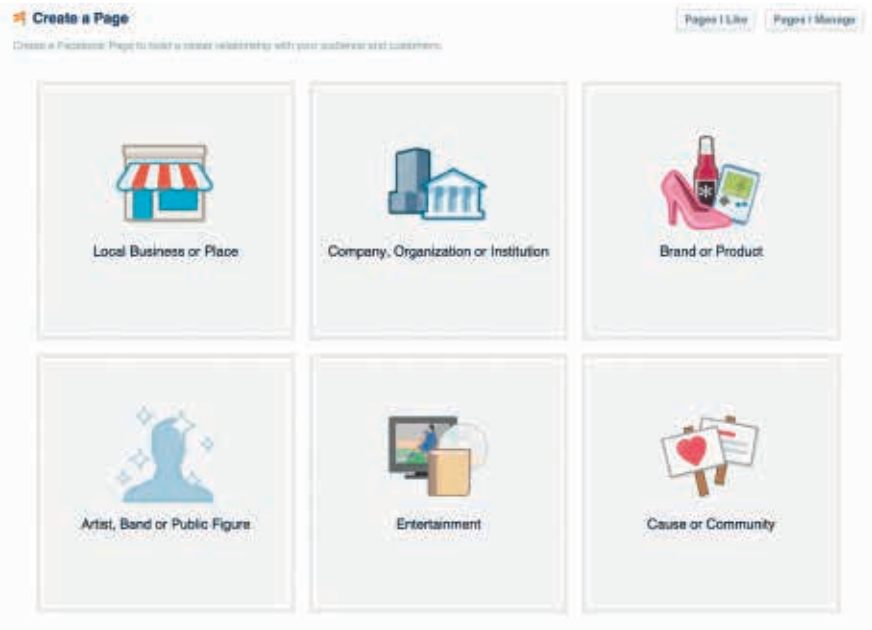
1. Beginnen Sie, Ihre Facebook-Seite zu erstellen, indem Sie den Link <https://www.facebook.com/pages/create.php> öffnen – oder direkt von Ihrem privaten Profil aus:



The screenshot shows the Facebook Newsfeed interface. At the top, the user's name 'Jacopo' and navigation options 'Home 1' and 'Find Friends' are visible. On the right side of the top navigation bar, there is a menu icon (three horizontal lines) with a downward arrow, which is circled in red. A dropdown menu is open, showing 'Your Pages:' with a list of existing pages: 'Centro Degradé Joelle ... 3', 'Donatello Parrucchieri 1', and 'Silvana & Nazzareno 3'. Below this list, there is a 'See more...' link and two main options: 'Create Page' (highlighted in blue) and 'Manage Pages'. A pink square with a white 'X' is overlaid on the bottom right of the screenshot.

In your Newsfeed click on the arrow at the top right and then on "Create Page".

2. Sobald Sie das getan haben, wählen Sie für Ihre Seite eine der folgenden sechs Kategorien:
Lokales Unternehmen oder Ort | Unternehmen, Organisation oder Institution | Marke oder Produkt | Künstler, Band oder öffentliche Person | Unterhaltung | Guter Zweck oder Community



The screenshot shows the 'Create a Page' selection screen. At the top, it says 'Create a Page' and 'Pages | Like' and 'Pages | Manage'. Below this, there is a grid of six category options, each with an icon and a label: 'Local Business or Place' (store icon), 'Company, Organization or Institution' (building icon), 'Brand or Product' (high-heeled shoe and bottle icon), 'Artist, Band or Public Figure' (person silhouette icon), 'Entertainment' (television and book icon), and 'Cause or Community' (heart and document icon). A pink square with a white 'X' is overlaid on the right side of the screenshot.

Nota Bene: if you need it, **you can change** both the category and the name later.

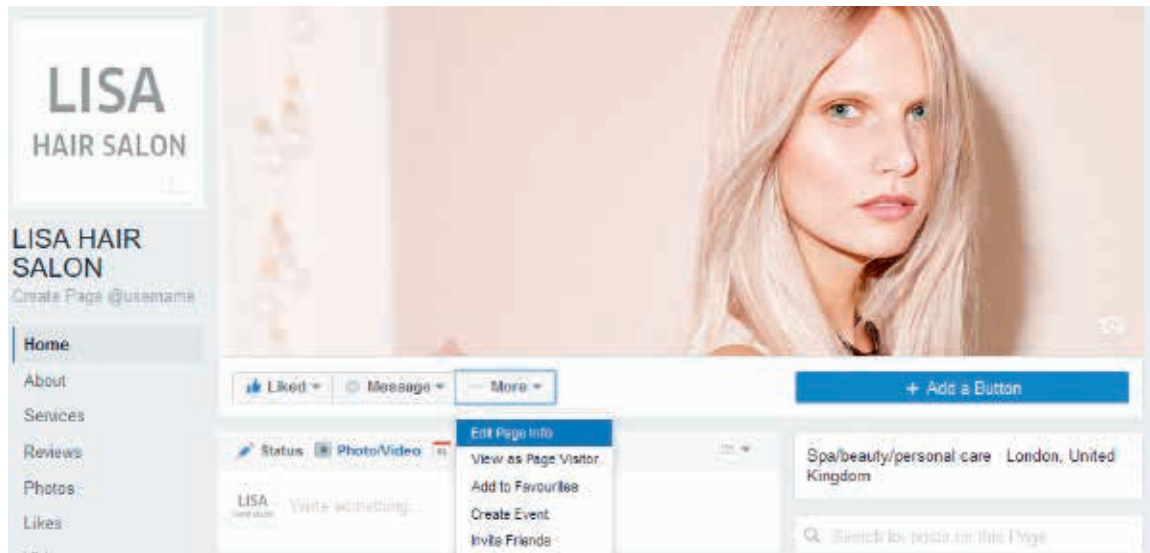
2. SO RICHTEN SIE IHRE EIGENE FACEBOOK-SEITE EIN

UNSERE SCHRITT-FÜR-SCHRITT-ANLEITUNG





3. Wenn Sie sich für „Lokales Unternehmen oder Ort“ entschieden haben, wählen Sie als Nächstes eine Kategorie für Ihr Geschäft aus. Dann geben Sie den Namen Ihres Salons ein - dieser ist später die URL Ihrer Facebook-Seite. Anschließend tragen Sie Ihre Adresse und Telefonnummer ein. Klicken Sie auf „Los geht’s!“.



KURZE BESCHREIBUNG HINZUFÜGEN

Hier können Sie Ihre Seite mit bis zu 156 Zeichen beschreiben. Diese Beschreibung erscheint auf Desktop und Smartphone ganz prominent oben auf Ihrer Facebook-Seite. Sie sollte möglichst aussagekräftig sein.

URL

Die Webadresse Ihres Salons.

FACEBOOK URL / BENUTZERNAME

Sie haben die Möglichkeit, eine benutzerdefinierte URL für Ihre Seite zu erstellen, d. h. facebook.com/ihrmarkenname.

PROFILBILD

Laden Sie ein **Profilbild/Symbol** für Ihre Seite hoch. Dieses Bild erscheint als Ihr persönliches Icon jedes Mal, wenn Sie einen Post kommentieren oder etwas in einem News-Feed veröffentlichen. Es sollte mindestens 180 × 180 Pixel groß sein. Hier ist eine vollständige Liste der Größen, in denen Facebook Ihr Profilbild an verschiedenen Orten rund um die Seite verwendet:

- als Profilbild auf Ihrer Seite: 170 × 170 Pixel (bzw. 128 × 128 Pixel auf Smartphones und 36 × 36 Pixel auf den meisten herkömmlichen Handys),
- in einem News-Feed: 100 × 100 Pixel,
- in Ihrer Timeline: 86 × 86 Pixel,
- neben Kommentaren: 43 × 43 Pixel.

Bei einer Unternehmensseite sollte das Profilbild das **Logo des Salons** sein, das Ihre Vision und Ihren Stil kommuniziert.



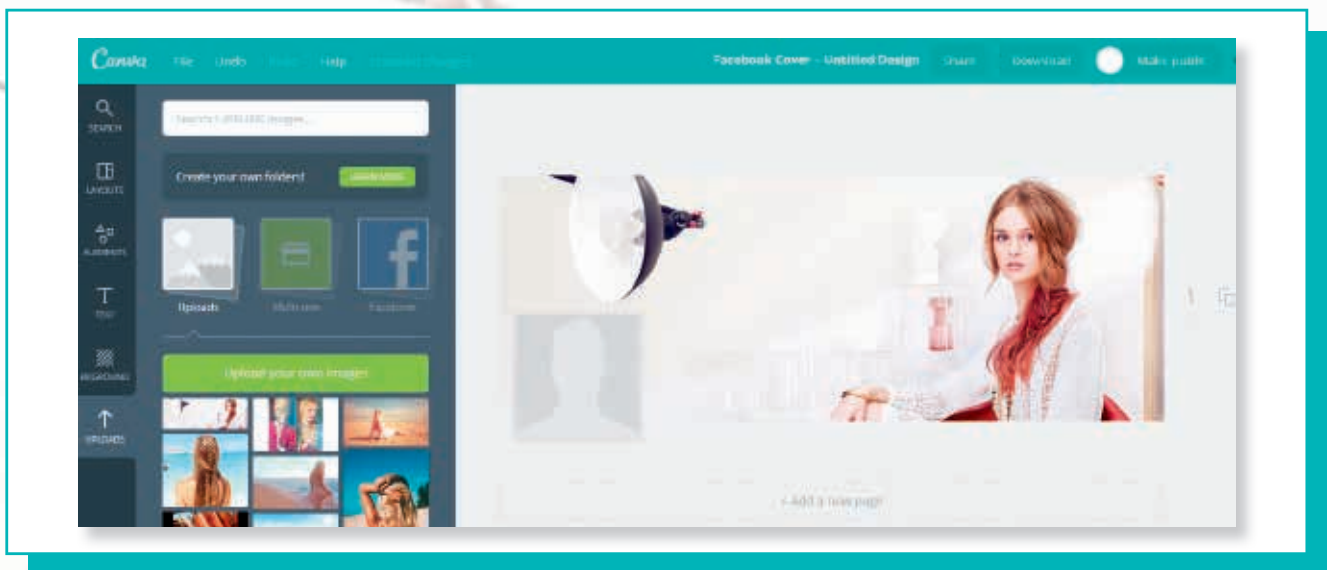
Ein **Titelbild** hinzufügen

1. Zu diesem Zeitpunkt ist Ihre Seite bereits live und die ganze Welt kann sie sehen. Daher sollten Sie sie noch **attraktiver gestalten**, indem Sie ein Titelbild hinzufügen. Das Titelbild erscheint ganz oben auf Ihrer Seite. Nutzen Sie die Macht der Bilder, um Ihre Marke zu unterstützen.

Ein **Facebook-Titelbild** ist 828 × 315 Pixel groß, aber auf Mobilgeräten sind nur 563 × 315 Pixel vom Bild zu sehen.

Sollte Ihr **Profilbild** ein **Salonlogo** sein, sollte Ihr **Titelbild** dazu **passen** – und zu Ihnen, **zum Salon und zu Ihrem Schönheitsideal**.

Für ein tolles Facebook-Profilbild können Sie einen **Grafiker engagieren** – Sie können es aber natürlich auch **selbst machen**. Viele Fotobearbeitungs-Apps wie **Canva**, **Pic Monkey** oder **BeFunky** helfen Ihnen dabei, Bilder in der gewünschten Größe zu erstellen. Canva ist eines der besten Tools für Facebook-Titelbilder, da es mehrere vorgefertigte Vorlagen bietet, die auf Anhieb gut aussehen. Sie können ein eigenes Bild als Hintergrund hochladen und dann einen beliebigen Text darüberlegen.



IM DETAIL: DAS PROFILBILD IHRER SEITE

- Wird auf Computern mit 828 Pixeln Breite und 315 Pixeln Höhe angezeigt und auf Smartphones mit 640 Pixeln Breite und 360 Pixeln Höhe,
- wird auf herkömmlichen Handys nicht angezeigt,
- muss mindestens 399 Pixel breit und 150 Pixel hoch sein.

2. Sobald Sie Ihr Titelbild erstellt haben, laden Sie es auf Ihrer Seite hoch, indem Sie auf **„Titelbild hinzufügen“** klicken.



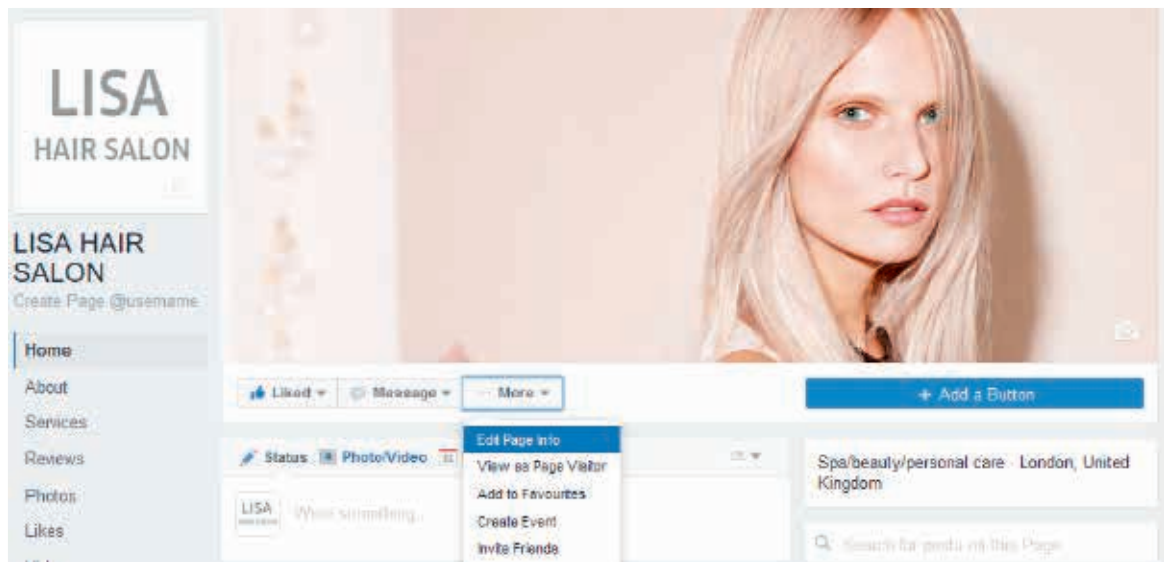
Wenn Sie ein Bild hochladen, das nicht die exakten Abmessungen des Facebook-Titelbilds hat, können Sie das Bild verschieben und bearbeiten, damit es genau in das Fenster passt. Klicken Sie auf **„Änderungen speichern“**, um den Vorgang zu beenden.





Fügen Sie **weitere Infos** zu Ihrem Profil hinzu

Es ist wichtig, Ihrer Zielgruppe weitere relevante Informationen an die Hand zu geben. Dazu klicken Sie in der Menüleiste links auf Ihrer Seite auf „**Info**“. Dann klicken Sie auf „**Seiteninfo bearbeiten**“.



Hier können Sie weitere hilfreiche Informationen eingeben, z. B. eine E-Mail-Adresse, Öffnungszeiten, den Preisbereich Ihres Salons und ein Impressum.

START INFO

Sie können hier das Gründungsdatum Ihres Salons eintragen. Diese Information erscheint in den Meilensteinen rechts auf der Seite ihres Feeds und als Update am Ende des Hauptfeeds.

ADRESSE

Füllen Sie diese Information aus, wenn sie möchten, dass Personen virtuell über Facebook in ihrem Salon „einchecken“ können.

BESCHREIBUNG & MISSION

Fügen Sie zusätzliche Details über Ihr Geschäft hinzu. Die Mission fasst in einem Satz die Ziele Ihres Geschäfts zusammen (z.B. ist die Mission von Google, „die Informationen der Welt zu organisieren und diese für alle zu jeder Zeit zugänglich und nutzbar zu machen“).

TELEFONNUMMER / E-MAIL ADRESSE

Ergänzen Sie zusätzliche Kontaktinformationen.

Weitere **Beiträge** zu Ihrer Seite hinzufügen

Falls Sie eine langfristige Facebook-Präsenz etablieren möchten, kann es sinnvoll sein, sich die Arbeit für Ihre **Facebook-Seite im Team aufzuteilen**, bei dem jeder eine eigene Rolle hat. Folgende Rollen können Sie den einzelnen Teammitgliedern zuweisen:

ADMINISTRATOR

Hat Zugriff auf alles und kann alle Aspekte der Seite verwalten (Sie sind automatisch Administrator, wenn Sie eine Facebook-Seite erstellen).

REDAKTEUR

Kann die Seite bearbeiten, Nachrichten senden, Facebook-Anzeigen erstellen, sehen, welcher Administrator einen Beitrag oder einen Kommentar erstellt hat, Statistiken einsehen, Instagram-Kommentare auf der Seite beantworten und löschen und Instagram-Kontodetails der Seite bearbeiten.

MODERATOR

Kann Kommentare auf der Seite beantworten und löschen, Nachrichten als Seite senden, sehen, welcher Administrator einen Beitrag oder Kommentar erstellt hat, Werbeanzeigen erstellen, Statistiken einsehen und Instagram-Kommentare auf der Seite beantworten und löschen.

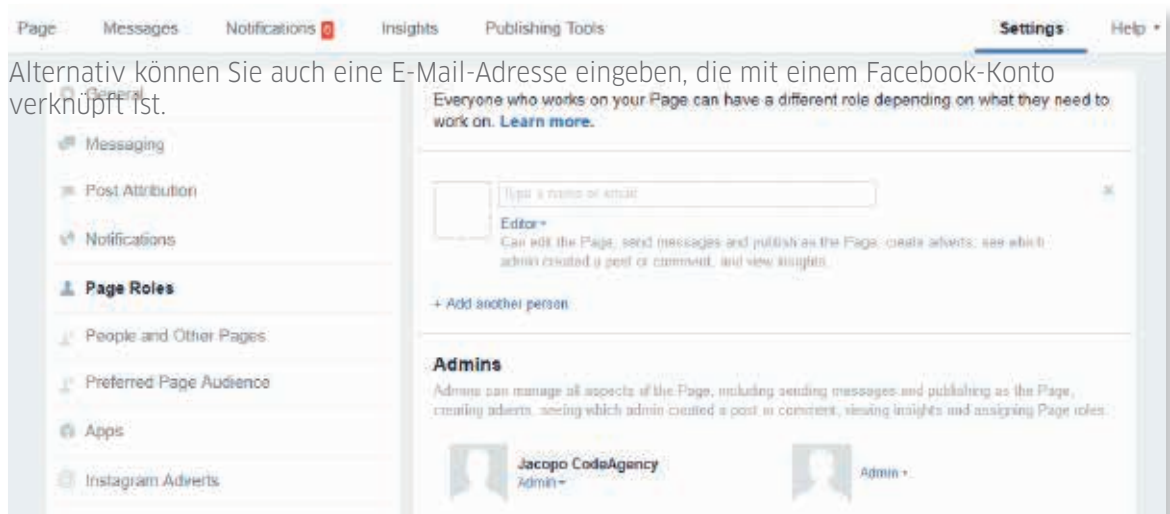
WERBETREIBENDER

Kann sehen, welcher Administrator einen Beitrag oder Kommentar erstellt hat, Werbeanzeigen erstellen und Statistiken einsehen.

ANALYST

Kann sehen, welcher Administrator einen Beitrag oder Kommentar erstellt hat, und kann Statistiken einsehen.

Um Teammitglieder hinzuzufügen, gehen Sie auf „**Einstellungen**“ und klicken Sie links auf „**Rollen für die Seite**“. Hier können Sie den Namen eines Facebook-Freundes oder einer Person eingeben, die Ihrer Seite ein „Like“ gegeben hat.





Posten Sie los!

Fügen Sie Inhalte zu Ihrer Seite hinzu, indem Sie einen Beitrag posten, eine Statusmeldung, einen Link, ein Foto, ein Video oder eine Veranstaltung. Neue, frische Inhalte machen Ihre Facebook-Seite noch attraktiver, wenn sich neue Besucher Ihre Seite ansehen.

Denken Sie daran: Visuelle Inhalte funktionieren besonders gut, und Facebook gibt Livevideos in den News-Feeds der Benutzer ein höheres Ranking.

Das war's schon!

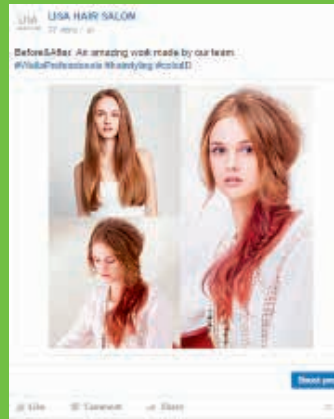
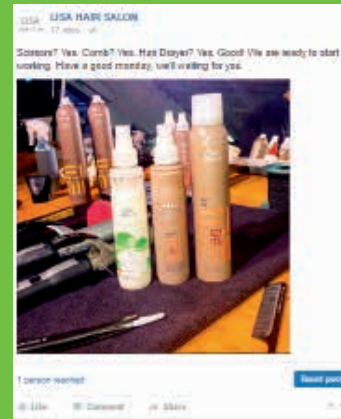
Ihre Facebook-Unternehmensseite ist fertig, online und bereit, Ihre Fans mit außergewöhnlichen Inhalten zu versorgen.

ANHANG - DER REDAKTIONSPLAN

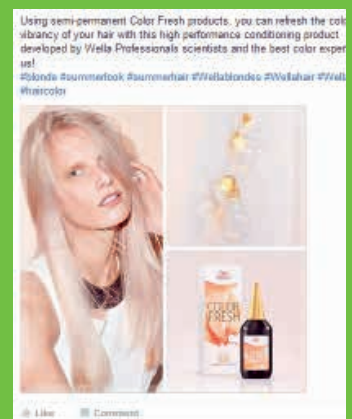
Der Redaktionsplan ist eine Art Kalender, den ein Facebook-Seitenmanager erstellen und verwenden sollte, um zu planen, welche Inhalte wann auf der Seite veröffentlicht werden. Dazu stellt man am besten einen Zeitplan auf und füllt ihn mit allen Details darüber, wann was gepostet wird. Hier ist ein Beispiel für einen (noch leeren) Redaktionsplan:

| POST STRUCTURE | WEEK 1 | | | |
|----------------|------------|------------|------------|------------|
| Date | 10/08/2016 | 17/08/2016 | 24/08/2016 | 31/08/2016 |
| Topic | | | | |
| TEXT | | | | |
| LINK | | | | |
| Visual | | | | |

Sie können ihn ganz einfach mit Microsoft Excel oder einem anderen Tabellenkalkulationsprogramm erstellen.



BEISPIELE FÜR POSTINGS





3. TIPPS & TRICKS

Hier sind einige **Tipps und Tricks**, wie Sie wie ein echter Social-Media-Manager Inhalte erstellen können.

TEXT



- Der Text eines Facebook-Postings sollte nicht länger als 5 Zeilen sein (einschließlich Hashtags).
- Um ein besonders gutes Produktposting zu verfassen, sollten Sie die folgende Struktur verwenden:

VORTEILE

Welche Vorteile bringen einem Ihre Produkte?



TESTIMONIALS ODER PROFIS

Die Leute müssen jemanden haben, dem sie vertrauen können. Verwenden Sie Testimonials und Profis, das gibt Ihren Lesern ein gutes Gefühl (z. B. „empfohlen von den Wissenschaftlern von Wella“, „Taylor Swifts Lieblingsfarbe“ ...).



CALL TO ACTION

„Wir erwarten Sie in unserem Salon!“

FOTOS



- **Licht:** Das Bild muss **ausgewogen** sein – verwenden Sie nur eine Lichtquelle mit möglichst direkter Beleuchtung und vermeiden Sie Schatten.
- **Qualität:** muss **HOCH** sein. Allzu körnige Bilder sehen nicht professionell aus und sind wenig ansprechend.
- **Schnitt:** **Auf dem Bild sollten keine Haare geschnitten werden.** Die Bilder müssen einen abgeschlossenen Arbeitsprozess zeigen und stilistische Unterschiede herausstellen.
- **Hintergrund:** Wählen Sie einen Hintergrund, der so **neutral/minimal** wie möglich ist.

PRODUKTE

- **Setting:** **Rutschen Sie nicht in die Banalität ab!** Wählen Sie das richtige Setting für Ihr Bild, schließlich wird es ein Stilllebenfoto.
- **Hintergrund:** ist sehr wichtig. **Heben Sie Ihre Produkte so weit wie möglich hervor**, indem Sie einen Hintergrund wählen, der zu Form, Farbe und Stil der Verpackung passt.
- **Licht:** muss **HELL** und darf NICHT dunkel sein.
- **Produkte:** **Übertreiben Sie es nicht** Anzahl der Produkte. Manchmal ist es ratsamer, die wichtigsten zwei oder drei Produkte einer Kollektion zu fotografieren, als mit zu vielen Objekten Verwirrung zu stiften.

IM SALON



- **Sauberkeit:** Zeigen Sie Ihren Salon nur, wenn er **aufgeräumt und sauber** ist. Wer das Bild sieht, muss Vertrauen fassen. Sie wollen schließlich für Vorfreude auf einen Besuch sorgen.
- **Repräsentative Objekte:** Fotografieren Sie das, was **Ihren Salon am besten repräsentiert**, z. B. spezielle Geräte, außergewöhnliche Sessel und interessante Installationen.
- **Qualität:** Nehmen Sie keine Fotos von Ihrem Salon mit Ihrem Smartphone auf, es sei denn, es hat eine Kamera mit außergewöhnlich hoher Qualität. **Die Qualität muss HOCH sein.**
- **Licht:** **hell**, NICHT dunkel.
- **Perspektiven:** Zeigen Sie Ihre Salonräume aus **verschiedenen Perspektiven**.

INSPIRIERENDE TRENDS

- Wählen Sie Trends, die Sie mögen und die **zu Ihrem Stil** passen.
- **Gehen Sie mit der Zeit!** Laden Sie Bilder von neuen und modischen Trends hoch, von denen sich Ihre Kunden inspirieren lassen können.
- Stellen Sie sicher, dass Sie in der Lage sind, eine **Frisur** genauso **nachzumachen**.

Auf der Suche nach Inspiration?

Schauen Sie sich unsere Facebook- Seiten an (facebook.com/wella.de). Wir veröffentlichen regelmäßig neue Inhalte. Sie finden dort Ideen und Inspiration für Ihren nächsten Beitrag. Sie können auch gern unsere Beiträge auf Ihrer Seite teilen.





4. FAZIT



Facebook-Seiten stellen die wichtigste digitale Plattform dar, über die Menschen in Kontakt mit Ihrem Salon kommen können.

Facebook ist die effektivste Möglichkeit, Ihre Marke auf dem digitalen Markt zu etablieren. Deshalb muss hier alles so akkurat sein wie nur möglich.

Wenn Sie eine Facebook-Seite erstellen, dürfen Sie nicht vergessen, die Basisinfos zu Ihrem Salon einzutragen. Fügen Sie unbedingt ein Profilbild und ein Titelbild hinzu sowie weitere Profilinformationen. Wichtig ist außerdem, weitere Beitragende anzugeben und interessante Inhalte zu veröffentlichen.

Wenn Sie all das tun, erhält Ihre Seite eine eigene Identität, und das ist nützlich, um die Wiedererkennbarkeit Ihres Salons zu verbessern. So heben Sie sich von der Masse ab.

FACEBOOK

DAS FACEBOOK
HANDBUCH FÜR
IHREN SALON