

# Shopleiter-Magazin . . .

SEO-, SEM- und eCommerce Tipps für Shopbetreiber  
von wallaby IT-Systems

Oktober 2010 :: 6. Ausgabe :: Facebook Special

## 20 Social Media Widgets

Social Media Marketing ist eine komplexe Angelegenheit, wenn man überall mitmachen und mitreden will. Andererseits lassen sich darüber neue Kontakte knüpfen, Seitenzugriffe erhöhen und darüber sogar Umsätze generieren. Mit den zahlreichen Social Media Plattformen und diensten bietet sich eine große Möglichkeit, die Besucher einer Website zur Kommunikation anzuregen, indem Sie Social Media Inhalte von Facebook & Co. im Web präsentieren. ... Seite 2

## Shopsysteme für Facebook

Soziale Medien nehmen einen immer größeren Stellenwert in unserer Gesellschaft ein. Eine halbe Milliarde verbringt Ihre Zeit auf Facebook, die Hälfte davon ist täglich dort zu Besuch. Facebook ist ein Ort, wo man sich mit seinen Freunden austauscht, sich mit einem Spiel die Zeit vertreibt – und natürlich auch Shoppen geht. Oder können sollte, denn erst wenige Firmen nutzen die Möglichkeiten, Ihre Produkte auch direkt auf Facebook zu verkaufen. ... Seite 4

## 25 Social Media Monitoring Tools

Das Messen, Analysieren und Auswerten von Social Media Daten ist eine wichtige Teildisziplin für Webseiten-, Homepage- und Online-shop-Betreiber. Falls Sie noch nicht damit begonnen haben, finden Sie in diesem Artikel zahlreiche Gründe, weshalb Sie Social Media Monitoring mit in Ihre ToDo-Liste aufnehmen sollten. Damit Sie gleich damit starten, präsentieren wir Ihnen auch einige Webtools, die Ihnen beim Messen und Analysieren von Social Media Kampagnen helfen. ... Seite 8

**100 € Rabatt für die Anmeldung zur Social Software Konferenz?**  
Nähere Informationen finden Sie auf Seite 3!



### Der Online Shop - Handbuch für Existenzgründer (2. Auflage)

Teil I: Unternehmensgründung und -führung  
Teil II: Der Online Shop  
Teil III: Webdesign und Marketing

Beinhaltet Shopsysteme: **xtCommerce**, **Mondo** und **1&1**

### Gratis eBook-Download erhalten nur Newsletter-Abonnenten

Weitere Vorteile des Shopleiter eCommerce Magazins, wir ...:  
♦ liefern gratis SEO-, SEM-, SMO- und eCommerce KnowHow  
♦ informieren Sie, sobald die nächste Buchausgabe erscheint  
♦ versenden die 3. Aufl. vorab an angemeldete Magazin-Leser

## 20 Social Media Widgets

Traffic & Umsatz steigern mit Social Media Marketing

Social Media Marketing ist eine komplexe Angelegenheit, wenn man überall mitmachen und mitreden will. Andererseits lassen sich darüber neue Kontakte knüpfen, Seitenzugriffe erhöhen und darüber sogar Umsätze generieren. Mit den zahlreichen Social Media Plattformen und Diensten bietet sich eine große Möglichkeit, die Besucher einer Website zur Kommunikation anzuregen, indem Sie Social Media Inhalte von Facebook, Twitter & Co. im Web präsentieren.

Die folgende Liste ist ein kleiner Auszug von zwanzig bekannten Social Media Widgets, die Sie einbinden in die eigene Homepage, Weblog, Website oder Onlineshop. Es gibt vielerlei Arten von Widget-Typen, diese lassen sich einteilen in Widgets zum Verteilen (z.B. PDF, Video, Bilder, ...), Abonnieren, Tracken, Netzwerken, Umfragen, Werben, Toolbars, uvm. Hier ein paar nützliche Beispiele, zur Traffic- & Umsatz-Steigerung:

- ◆ Alexa Internet Site Widgets (Tracking)
- ◆ Amazon PartnerNet Widgets (Werbung)
- ◆ Backtype Widgets (Tracking)
- ◆ calaméo Widget Library (PDF)
- ◆ delicious Widgets (Bookmark)
- ◆ Digg Widgets (Bookmark)
- ◆ Facebook Widgets (Community)
- ◆ Google FeedBurner Animator (Feed)
- ◆ Flickr Badges (Bilder)
- ◆ FriendFeed Widget (Feed)
- ◆ Issuu Embedding Widgets (PDF)
- ◆ LinkedIn Community Widgets (Netzwerk)
- ◆ Mister Wong Widgets (Bookmark)
- ◆ NetworkedBlogs (Weblog)
- ◆ Scribd Embedding Widgets (PDF)
- ◆ Slideshare Widgets und Badges (PDF)
- ◆ StumbleUpon Widgets (Bookmark)
- ◆ Twitter Widgets (Microblog)
- ◆ Vimeo Widgets (Video)
- ◆ WordPress Widgets (Weblog)
- ◆ YouTube Widgets (Video)
- ◆ XING Widgets (Netzwerk)

Hier ein paar ausgewählte Beispiele:



Abb. 1: Google Feedburner Widget

Sehr beliebte Trafficmagneten sind PDF's, diese lassen sich bequem veröffentlichen, bspw. calaméo, Issuu, Scribd, Slideshare und seit kurzem auch bei Mister-Wong. Dazu nutzen Sie Embedding oder Sharing:

Mit den Twitter Widgets lassen sich Widgets generieren für die eigene Homepage: Profil, Suchergebnisse, Lieblings-Tweets und Listen. Genauso gibt es die Möglichkeit die neuesten Twitter-Updates mit seinen Freunden auf Facebook zu teilen.

Neben den weiteren Klassikern, Bilder und Videos in die Webseite einzubinden, sind seit einiger Zeit die Follow Me, Like Me / Gefällt mir, Flattr this, Buzz This, retweet und ähnliche Buttons der große Renner.

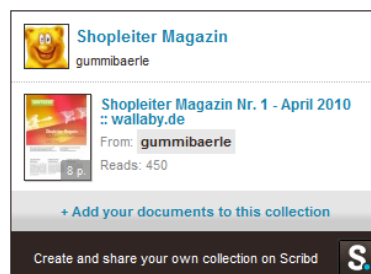


Abb. 2: scribd PDF-Dokumente einbinden



Abb. 3: Twitter Profil Widgets



### Oktober 2010

#### Themenbeiträge:

- \* 20 Social Media Widgets
- \* Facebook Shopsysteme
- \* Facebook Shop Fallstudie
- \* Facebook Formular in Fanpage einbauen
- \* 25 Social Media Monitoring Tools

#### In dieser Ausgabe

Buchtipps/eBook-Tipp	9
SEM-/SEO-Kalender	9
Impressum	9

#### Herausgeber/Autoren dieser Ausgabe

##### Susanne Angeli

Inhaber wallaby IT-Systems & Buchautor bei Markt+Technik



##### Wolfgang Angeli

SEO Berater, Buchautor und Social Media Entrepreneur



##### Reto Stuber

betreut internationale Kunden bzgl. Online Marketing & soziale Medien



Um Besucher einer Website, Weblogs oder Shops dazu zu animieren einen Link per Social Media auf Ihren Beitrag zu setzen, gibt es ein paar Lösungen in Form von Widgets, Toolbars oder Content Sharing Boxen (AddThis<sup>1</sup>).

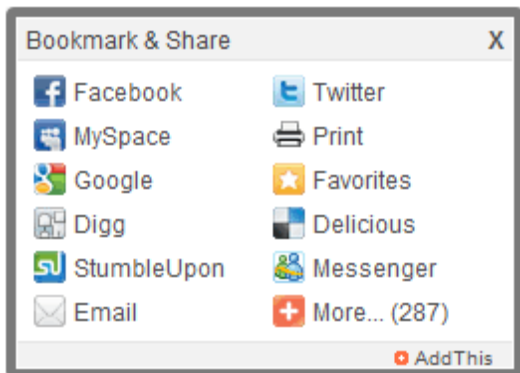


Abb. 4: Add this Bookmark & Share Box

Eine witzige Footer-Lösung bietet Wibiya<sup>2</sup> an. Des- sen Social Media Dienste als Toolbar eingeblendet wird, die beliebig kombinierbar sind.



Abb. 5: Wibiya Web Toolbar

**Fazit**

Sie haben sicherlich bemerkt, dass Social Media Widgets extrem vielseitig und nützlich sind. Für jeden Geschmack und jede Webseitentyp ist etwas dabei. Ziel ist es natürlich immer, mehr Nutzer auf die eigenen Social Media Aktivitäten aufmerksam zu machen. Denn erst durch den Kontakt zu den Besuchern entsteht optimales Social Media Marketing in Form von offener und ehrlicher Kommunikation. Nicht die Werbung steht im Mittelpunkt sondern der Kunden-Kontakt!

Ähnlich wie AddThis bietet Share this<sup>3</sup> eine Content Sharing Box an, die Sie auf einzelnen Blogposts, Shop-Artikeln oder Webseiten einbauen. Wibiya dient hingegen als generelles Verlinkungs- tool, mit dem Sie auf wichtigen Social Media Akti- vitäten verweisen. Ein weiteres Angebot gibt es noch von Blogplay<sup>4</sup>.

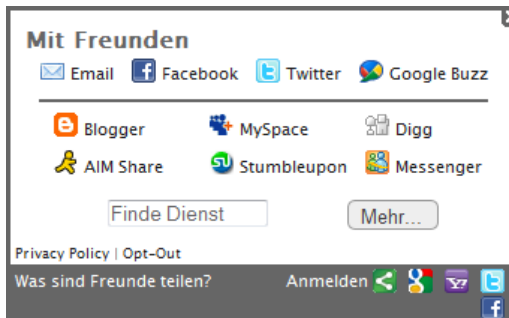


Abb. 6: Share this mit Freunden

Die Links zu den einzelnen Widget-Lösungen finden Sie in unserem Mister-Wong<sup>5</sup> Profil. Ansonsten finden Sie wertvolle Hinweise und eine Klassi- fizierung in 10 ver- schiedene Widget Typen für Weblogs und Websites im Online Social Net- working Blog<sup>6</sup> von Larry Brauner, wo Sie das Networ- kedBlogs Widget im Einsatz sehen.



Abb. 7: NetworkedBlogs Widget

Susanne Angeli/as

**Quellen/Linktipps:**

- Add this [addthis.com](http://addthis.com)
- Wibiya Web Toolbar [wibiya.com](http://wibiya.com)
- Share this [sharethis.com](http://sharethis.com)
- Sociable [blogplay.com](http://blogplay.com)
- Widget Links [mister-wong.de](http://mister-wong.de)
- Sociable [online-social-networking.com](http://online-social-networking.com)

**Autor: Susanne Angeli**



ist Inhaberin von wallaby IT- Systems <http://wallaby.de>.

Neben Ihrer Tätigkeit als Buchautorin bietet sie Beratung und Dienstleistung an für den erfolgreichen Ein- stieg in den Online-Handel.

**social software 2010**  
münchen 23. - 25. november



Vortrag von Angeli Wolfgang

**„Suchmaschinen-Optimierung mit Social Media“**

25. November 2010 :: 9:00 bis 9:45 Uhr

**100 € Rabatt** für die Anmeldung zur Social Software Konferenz 2010?  
Einfach bei der Anmeldung einen **Promotion-Code** angeben. Fertig!

**Interesse am Promotion-Code?**

Schreiben Sie uns eine [eMail](mailto:info@wallaby.de) und Sie erhalten 100 € Rabatt auf den Anmeldepreis!

## Shopsysteme für Facebook

So erstellen Sie in 30 Minuten einen Shop auf Facebook

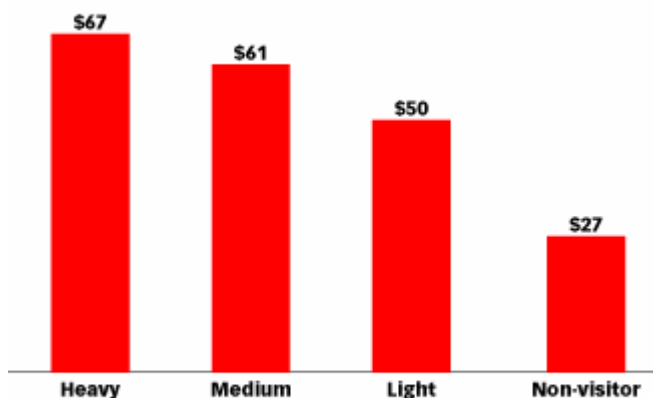
Soziale Medien nehmen einen immer größeren Stellenwert in unserer Gesellschaft ein. Eine halbe Milliarde verbringt Ihre Zeit auf Facebook, die Hälfte davon ist täglich dort zu Besuch. Facebook ist ein Ort, wo man sich mit seinen Freunden austauscht, sich mit einem Spiel die Zeit vertreibt – und natürlich auch Shoppen geht. Oder können sollte, denn erst wenige Firmen nutzen die Möglichkeiten, Ihre Produkte direkt auf Facebook zu verkaufen.

**Die Leute wollen Geld auf Facebook ausgeben – lassen Sie dieses Potenzial nicht brachliegen!**

Dabei wären gemäß einer Umfrage<sup>1</sup> fast die Hälfte der Internetnutzer bereit, für günstige Angebote alternative Shoppingplattformen wie Fanseiten und Blogs zu nutzen! Und damit nicht genug: die Benutzer sind auch bereit, in die Tasche<sup>2</sup> zu greifen! Diese Daten basieren zwar auf dem amerikanischen Markt, aber auch im deutschsprachigen Raum<sup>3</sup> gibt es per September 2010 bereits mehr als 15 Millionen Menschen auf Facebook, 11 Millionen davon alleine aus Deutschland.

*Die 20% der stärksten Facebook Nutzer geben im Schnitt 67 US\$ pro Quartal aus.*

### Average Online Spending Among US Internet Users, by Time Spent on Facebook, Q1 2010



Note: heavy=top 20% of visitors by time spent on site; medium=next 30%; light=lowest 50%  
Source: comScore, "State of the US Online Retail Economy in Q1 2010," May 27, 2010

115874

www.eMarketer.com

Abb.1: Durchschnittliche Facebook-Ausgaben in den USA

**Wie können Sie das ungenutzte Shoppingpotenzial auf Facebook adressieren?**

Facebook wird künftig eine wichtige Rolle einnehmen, wenn es um das soziale Shopping geht. Wer erste Erfahrungen mit einem Shop auf Facebook sammeln will, kann einen solchen bspw. im

Rahmen einer befristeten Aktion mit einem überschaubaren Sortiment austesten. Geeignete Anlässe sind beispielsweise eine neue Produkt lancierung, Spezialangebote nur für Facebook-Fans, Valentinstag, Muttertag, Weihnachten ...

Eine Integration von bestehenden Webshopsystemen auf Facebook ist grundsätzlich möglich, aber in der Regel mit viel Programmieraufwand und entsprechenden Kosten verbunden. Alternativ bieten sich dafür die nachfolgenden Applikationen an. Einige der Anbieter sind kostenlos, andere verlangen eine Gebühr. Bei der Auswahl müssen Ihre Anforderungen im Detail mit den Möglichkeiten der verschiedenen Anbieter geprüft werden.

### Eine kurze Übersicht der wichtigsten Shop-Applikationen für Facebook

Die Applikation payment<sup>4</sup> hat sich eine guten Namen gemacht. Damit kann jeder ohne Umwege sofort Artikel in einen Shop auf Facebook-Seiten einstellen. Die Nutzung der Payment-Applikation ist kostenlos, bezahlt werden die Waren über PayPal. Eine deutsche Oberfläche und Zahlungen in € werden auch unterstützt.

Weitere Anbieter sind:

- ◆ [shoptab.net](http://shoptab.net)
- ◆ [alvenda.com](http://alvenda.com)
- ◆ [cartfly.com](http://cartfly.com)
- ◆ [fluid.com](http://fluid.com)
- ◆ [infusedindustries.com](http://infusedindustries.com)

Wer nur ein paar einzelne, eventuell sogar lediglich private Artikel über Facebook verkaufen möchte, der kann sich die Marktplatz Applikation<sup>5</sup> zu Gemüte führen. Damit kann man Angebote über das persönliche Facebook-Profil einstellen, nicht aber auf die Fanseite. Die Applikation ist in Englisch verfügbar und umfasst die Kategorien Stuff, Vehicles, Rentals, Houses, Jobs, Services und Tickets. Die eigenen Angebote lassen sich dann auch als eigenständigen Reiter auf Ihrer Profilseite darstellen.

Reto Stuber



### Quellen/Linktipps:

InternetWorld Umfrage  
[internetworld.de](http://internetworld.de)

eMarketer Artikel  
[emarketer.com](http://emarketer.com)

Facebook Infografik  
[thomashutter.com](http://thomashutter.com)

Payment Anwendung  
[payment.com](http://payment.com)

Facebook Marktplatz  
[apps.facebook.com](http://apps.facebook.com)

### Autor: Reto Stuber



lebt in New York und unterstützt internationale Kunden im Bereich der

sozialen Medien und Online Marketing.

<http://www.socialmediabuch.com>

### Fazit

Reto Stuber zeigt Ihnen in diesem Themenbeitrag, wie Sie auf Facebook einen eigenen Shop erstellen und was dabei speziell zu beachten ist. Er ist Autor des Buchs "Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co.". Das Buch ist ab 22.10. im Handel und Sie können es [hier bestellen](#) (inkl. Bonus in den ersten Tagen!).

## Facebook Shop Fallstudie

Linsenmax-Shop erlaubt Bestellabwicklung direkt auf Facebook

Wie sieht so ein Shop nun in der Praxis aus? Eine umfassende Liste an Inspiration finden Sie beim Shopbetreiber Blog <sup>1</sup>. In meinem Buch habe ich den Schweizer Kontaktlinsen Spezialist Linsenmax unter die Lupe genommen. Dieser bietet die Möglichkeit, direkt auf der Facebook Fanpage Kontaktlinsen <sup>2</sup> in einem Shop einzukaufen. Der Shop ist dabei direkt mit dem eigenen Hauptsystem gekoppelt, Produkte müssen nicht doppelt erfasst werden. Der Onlineshop auf Facebook kann dabei dieselben Möglichkeiten nutzen wie der reguläre Shop. Darunter fallen Online-Bonitätsprüfungen, die Anbindung verschiedener Zahlungssysteme, die Nutzung von Promotioncodes etc. Es handelt sich dabei um ein Shopsystem, das von der Firma MySign entwickelt <sup>3</sup> wurde.

Der Linsenmax-Facebook-Shop nutzt auch den Open Graph von Facebook. Damit kann ein Kunde zum Beispiel nach erfolgtem Einkauf seinen Freunden einen Promotioncode zur Verfügung stellen, damit diese günstiger einkaufen können. Löst dann einer der Freunde einen solchen Code ein, profitiert auch der Urheber wieder von Vergünstigungen. Diese Applikation ist ein gutes Beispiel dafür, wie man Facebook auch als attraktiven Absatzkanal nutzen kann.

Ein Facebook-Nutzer kann sich natürlich auch im regulären Onlineshop mit seinen Facebook-Log-in-Informationen anmelden.

### Was Sie heute tun können - Ihr Aktionsplan

Sie fragen sich vielleicht, was Sie nun tun können, um Ihre Präsenz auf Facebook auf- und auszubauen.

Ich empfehle folgendes:

1. Binden Sie den Like-Button auf Ihrem bestehenden Online Shop ein. Jedes mal, wenn ein Nutzer darauf klickt, teilt er den Link zu Ihrem Produkt oder Shop mit seinen Freunden. Das sorgt für neue Besucher und Käufer. Erstellen Sie den Button unter Facebook Developers <sup>4</sup>.
2. Bauen Sie Ihre Fanbase auf! Als erstes benötigen Sie eine Facebook Fanseite. Falls Sie noch keine haben, können Sie diese auf der Facebook Seite <sup>5</sup> erstellen. Sie finden in meinem Social Media Buch <sup>6</sup> eine umfassende Anleitung, auf was Sie dabei achten müssen. Dann laden Sie alle Ihre Freunde dazu ein (und bitten Ihre Mitarbeitenden, dasselbe zu tun).

Abb.1: Bequemes Einkaufen im Linsenmax-Facebook-Shop

The screenshot shows the Facebook interface for the Linsenmax shop. At the top, there's a search bar and the Linsenmax logo. Below the logo, there's a navigation bar with 'ZUR PRODUKTEÜBERSICHT'. The main product area displays 'Acuvue Oasys' with an image of the product box. To the right of the box are social sharing buttons for Twitter, Facebook (Gefällt mir), and Facebook (Teilen). Below these is the product description: '2-Wochenlinsen 6 Stück' for '44.90 CHF' (marked down from 48.90 CHF). A 'Werte:' section contains a table for selecting lens parameters:

Werte:	Linkes Auge	Rechtes Auge
Dioptrien (+/- Werte beachten!)	...bitte wählen	...bitte wählen
Radius	...bitte wählen	...bitte wählen
Durchmesser	14.0	14.0
Inhalt: 6 Stück à 44.90 CHF	1	1

At the bottom of the product area is a button 'in den Warenkorb legen >'. Below the product area, there's a note: 'Bitte beachten Sie die Plus- und Minuskorrekturen. Wenn Sie Übersichtig (Weitsichtig) sind, benötigen Sie eine Pluskorrektur (+). Wenn Sie Kurzsichtig sind, benötigen Sie eine Minuskorrektur (-)'. On the left side of the screenshot, there's a shopping cart summary: 'Im Warenkorb: 2 Artikel 399.80 CHF' and a 'Kundenbewertung 4.7 / 5' with a star rating and a 'GARANTIERTE echte Meinungen' badge.



### Quellen/Linktipps:

- Onlineshops auf Facebook [shopbetreiber-blog.de](http://shopbetreiber-blog.de)
- Linsenmax Facebook Shop [facebook.com/kontaktlinsen/](https://facebook.com/kontaktlinsen/)
- MySign lanciert Facebook Shop [mysign.ch](http://mysign.ch)
- Facebook Developers [developers.facebook.com](https://developers.facebook.com)
- Facebook Page [facebook.com/pages/](https://facebook.com/pages/)
- Social Media Buch [socialmediabuch.com](http://socialmediabuch.com)



## Herbst-Aktion

### Magento Hosting

ab **9,99 EUR**  
inkl. 19 % USt. monatlich

Alle **Neukunden\*** erhalten **GRATIS** unser **Magento Buch**



\* solange Vorrat reicht

3. Fügen Sie die **Like-Box** zu der Fanseite auf Ihrer Webseite hinzu, damit Besucher mit einem Klick ein Fan werden können. Der Vorteil: das „Fan werden“ geschieht dabei, ohne dass der

Besucher Ihre Seite verlassen muss – Sie möchten ja, dass die Besucher in Ihrem Sortiment schmökern und nicht gleich wieder zu Facebook hin verschwinden.

**Autor: Reto Stuber**



ist Schweizer und lebt in New York. Er betreut mit seiner Firma internationale Kunden in

den Bereichen Online Marketing und soziale Medien. Mehr als 10 Jahre war er als Fachspezialist und Kadermitglied in der Informatik, Unternehmenskommunikation und Kundenbetreuung tätig. <http://www.socialmediabuch.com>

The screenshot shows the Linsenmax website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Maxis Freunde', 'Kunden werben Kunden', and 'Blog'. Below this, a sidebar on the left lists various contact lens categories and brands. The main content area features a product listing for 'Der Kontaktlinsen-Shop für günstige Kontaktlinsen und Pflegemittel: bequem online bestellen!'. Several contact lens products are displayed with their prices, such as '1-Day Acuvue 180' for 159.90 CHF and 'AirOptix Aqua' for 59.90 CHF. A 'Gefällt mir' button is visible, and a 'Like-Box' is integrated into the product listing, showing a customer rating of 4.7/5 and a guarantee of 'echte Meinungen'.

4. Sie können auf Facebook mit den vorgestellten Diensten einen Shop einrichten. Allenfalls wollen Sie zu Beginn das Sortiment überschaubar halten, um erste Erfahrungen zu sammeln. Versuchen Sie, mit gezielten Werbeanzeigen direkt auf Facebook die richtigen Personen zu adressieren (zum Beispiel Anhand Alter, Geschlecht, Interessen, Geburtstag, ...).

Beispiel einer Integration des „Gefällt mir“-Buttons (oben) und der Like-Box (rechts).

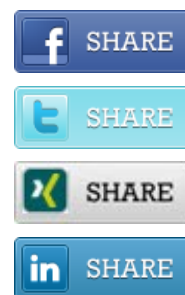


Abb. 2: Gefällt-mir-Button und Like-Box eingebunden

Reto Stuber

## Startup sucht saustarke Kollegen



## cleverUP

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige **eMail-Bewerbung**. Senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe dieser **Referenz-Nr. 55010**

**cleverUP Solutions**  
z. Hd. Herr Angeli  
Germanenstraße 6  
86507 Kleinaitingen

Fon +49 8203 / 959764  
Mail [job@cleverup.de](mailto:job@cleverup.de)

Detaillierte Informationen zu den Stellenangeboten finden Sie unter: [cleverup.de/mitarbeiter/](http://cleverup.de/mitarbeiter/)

**JAVA Entwickler Senior** :: Teamleiter der Webtool-Entwicklung  
**JAVA Entwickler Junior** :: Mitarbeiter der Webtool-Entwicklung  
**Marketing Senior** :: Teamleitung und Aufbau eines Marketing-Teams

## Facebook Formular in Fanpage einbauen

Eigene Tabs mit Static FBML erstellen

Wer eMail-Marketing betreibt, braucht logischerweise möglichst viele interessierte Nutzer und Abonnenten. Die Anwendung Facebook Static FBML bietet die Möglichkeit individuellen HTML-Quellcode als Reiter in die eigene Facebook Fanpage einzubauen. Mit etwas Geschick ist es ein Leichtes hier ein Newsletter-Anmeldeformular einzubinden. Viele praktische Lösungen sammeln die Adressdaten des Anmeldeformulars in Datenbanken, wo Sie zur Weiterverwendung das Double-Opt-In-Verfahren nutzen mit den rechtlich erforderlichen eMails.

Zum eMail-Newsletter-Marketing brauchen Sie die Mail-Adressen von potenziellen Kunden und Interessenten. Mit interessantem Inhalt und Content, dem Lockmittel, ist es möglich Newsletter Abonnenten anzulocken. Wir zeigen Ihnen, wie Sie ein Newsletter Formular in Facebook nutzen:

- Schritt 1: Einloggen in einen Fanpage Account
- Schritt 2: Öffnen der Anwendung „Static FBML“
- Schritt 3: Einbinden der Anwendung zur Fanpage
- Schritt 4: Bearbeiten von Titel und Inhalt
- Schritt 5: Integrieren eines Anmelde-Formulars

Bevor es losgeht brauchen Sie neben dem persönlichen Facebook Profil eine eigene Fanpage. Dort ist es möglich eigene Felder & Tabs einzubinden.

**Autoren - FBML**  
 Bearbeiten · Anwendungseinstellungen · Diesen Reiter verlinken · Anwendung entfernen

Erweitere die Funktionalität deiner Seite mit der Facebook-Anwendung für statisches FBML. Diese Anwendung fügt ein Feld zu deiner Seite hinzu, in dem du mithilfe von HTML oder FBML (Facebook Markup Language) deine Seite besser individuell gestalten kannst.

Abb. 1: Facebook Static FBML Anwendung

Öffnen Sie die Facebook Anwendung „Static FBML“<sup>1</sup> und klicken dort in der linken Spalte auf „Zu meiner Seite hinzufügen“. Anschließend wählen Sie die Fanpage-Seite aus, zu welcher die Applikation Static FBML hinzugefügt werden soll. Auf der nun erscheinenden Seite bzw. mit einem Klick auf „Seite bearbeiten“ gelangen Sie zur Konfigurationsseite Anwendungen mit der neuen Applikation FBML. Klicken Sie auf den Link „Bearbeiten“, wo der inhaltliche Content liegt.



Abb. 2: Formular auf Facebook Static FBML Seite<sup>2</sup>

In Abbildung 1 hat die Seite den Titel Autoren bekommen. Auf der sich öffnenden Seite, befinden sich die zwei Felder und FBML (Seiteninhalt) und Titel des Feldes (Boxentitel des Reiters). Im FBML-Feld kann man beliebigen HTML-Quellcode einbinden. Unten befindet sich der Link mit dem Sie weitere FBML-Seiten hinzufügen.

### eBook Download

Interessiert am 800-seitigen gratis eBook Download unseres Buches "Der Online Shop - Handbuch für Existenzgründer" (2. Auflage)? Einfach zum kostenlosen Shopleiter Magazin Newsletter anmelden. Dann erhalten Sie monatlich SEO-, SEM- und eCommerce Wissen und mit der nächsten Ausgabe den Download-Link.

Anmelden ▾

Name

eMail \*

Abb. 3: Formular auf Facebook Static FBML Seite

In diesem FBML-Feld integrieren Sie nun das gewünschte Formular, mit dem Sie die Mailadressen von Newsletter-Abonnenten für eMail-Marketing sammeln. In Abbildung 3 sehen Sie ein Beispiel<sup>3</sup>, wie Sie mit normalem HTML ein einfaches Formular in eine Facebook Seite einbauen.

Gibt der potenzielle Newsletter-Abonnent seinen Namen sowie seine eMail-Adresse ein und klickt dann auf den SENDEN-Button, gelangt er auf die im Formular verwendete Zielseite (action):

```
<form method="post" action="http://domain.de" name="newsletterForm">
  <input id="name" name="name" type="text">
  <input id="mail" name="mail" type="text">
  <input value="Ja!" type="submit">
  <input value="Nein" type="reset">
</form>
```

Letztlich dient die Facebook Seite lediglich als Formular. In unserem Fall ist es mit einem CMS verbunden, dass die Newsletter Adressen in einer contenido MySQL-Datenbank sammelt. Unser Ziel ist es Mail-Adressen zu sammeln, die wir für unser Mail-Marketing nutzen. Eine recht gute Alternative dazu ist es allen „Likern“ automatisch den PDF-Download zu erlauben, so braucht der Facebook-Anwender nicht nochmals seine eMail-Adresse einzutragen und kommt schneller zum Ziel.

Natürlich lässt sich eine solche FBML Seite auch für Facebook Suchmaschinen-Optimierung (SEO) nutzen<sup>4</sup>. Im einfachsten Fall reichern Sie eine Facebook Seite mit zusätzlichen suchmaschinenrelevanten Keywords an. Ebenfalls recht nützlich ist das Hinterlegen von Adressdaten für die lokale Suche.

**Autor: Angeli Wolfgang**



ist Gründer von cleverUP Solutions <http://cleverUP.de>

Neben seiner Arbeit als Buch-Autor unterstützt er Online-shop-Inhaber bei der Existenzgründung und ist zudem als SEO-/SMO-Berater aktiv.



### Quellen/Linktipps:

- Facebook Static FBML [facebook.com](http://facebook.com)
- Facebook Social Media Buch [facebook.com](http://facebook.com)
- Facebook wallaby [facebook.com](http://facebook.com)
- [scribd.com](http://scribd.com) [facebookmarketing.de](http://facebookmarketing.de)
- [scribd.com](http://scribd.com)



### Fazit

Ein wesentlicher Vorteil dieser Formular-Lösung ist, dass alle eMail-Adressen zentral gesammelt werden. Sicherlich nicht unterschätzen, darf man den Vorteil den die ordentlich präsentierte Facebook-Fanpage bietet. Letztlich lässt sich noch viel mehr aus den individuellen Kartei-reitern machen. Die technischen Möglichkeiten sind gegeben, es gibt sogar eine FBML Applikation für Javascript.

Angeli Wolfgang / aw

## 25 Social Media Monitoring Tools

### ROI-Erfolgsmessung von Social Media Aktivitäten

Das Messen, Analysieren und Auswerten von Social Media Daten ist eine wichtige Teildisziplin für Webseiten-, Homepage- und Onlineshop-Betreiber. Falls Sie noch nicht damit begonnen haben, finden Sie in diesem Artikel zahlreiche Gründe, weshalb Sie Social Media Monitoring mit in Ihre ToDo-Liste aufnehmen sollten. Damit Sie gleich damit starten, präsentieren wir Ihnen auch einige Webtools, die Ihnen beim Messen und Analysieren von Social Media Kampagnen helfen. Ziel ist es, den Return-on-Investment im Social Media Bereich auszuwerten.

Wer im Social Media Bereich aktiv ist, braucht Zeit bzw. Geld für in-/externe Dienstleister und Berater. Damit Sie wissen, ob sich diese Investitionen tatsächlich lohnen, ist ein Blick auf Social Media Monitoring Charts sehr hilfreich.

Damit Sie den tatsächlichen Erfolg auf ROI-Basis erkennen, brauchen Sie einen Vergleich der Ist- und Soll-Informationen. Betrachten Sie vor, während und nach einer Marketing-Kampagne die Nennung ihrer Marke bzw. Suchbegriffe auf user-generierten Content-Seiten (Blog, Twitter, Facebook, Video, Bilder, ...).

Im folgenden finden Sie einige Gründe, weshalb Monitoring unserer Meinung nach wichtig ist:

- ◆ **Krisen-Management** :: Aufmerksam machen bei negativer Presse, möglichen Fehlinformationen und Bedrohungen!
- ◆ **Kampagnen-Streuung** :: Beobachten Sie die Streuung von Kampagnen, Presseartikeln oder Echtzeit-Nachrichten!
- ◆ **Multiplikatoren** :: Entdecken Sie Meinungsmacher in aktiven Communities mit hohem Post- und Kommentar-Volumen!
- ◆ **Benchmarking** :: Vergleichen Sie Ihren Marktanteil im Vergleich zum Gesamtmarkt (Share of Voice oder Share of Conversation)!
- ◆ **Trendanalyse** :: Spüren Sie Trendthemen auf indem Sie aktuelle Konversationsbegriffe innerhalb Ihrer Branche beobachten!
- ◆ **Markenkern** :: Bauen Sie themen- und markenrelevante Beziehungen auf mit Netzwerken, Kontakten und Fans!
- ◆ **Reputation-Management / Konversation** :: Identifizieren Sie interessante Gesprächsthemen und werden Teilnehmer dieser Gespräche!
- ◆ **Markenbekanntheit** :: Finden Sie Markenbotschafter als Fürsprecher und Multiplikator zur Markenbildung!
- ◆ **Suchmaschinen-Optimierung** :: Identifizieren der Suchbegriffe und Wortkombinationen die Kunden nutzen!
- ◆ **Produktentwicklung** :: Hören Sie auf Meinungen, Kommentare und Wünsche von potenziellen Kunden!
- ◆ **Verkaufsförderung** :: Verringern Sie Kaltakquise- und Marketing-Kosten durch frühzeitige Kundenkontakte!

### Metrics Summary

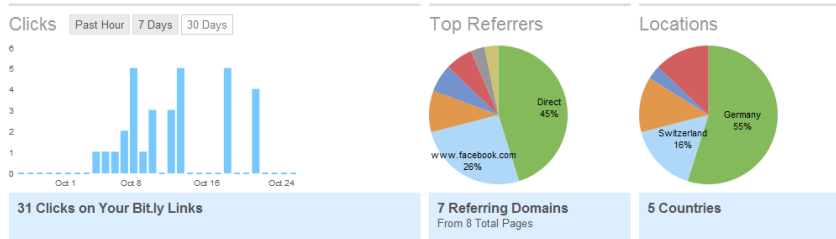


Abb. 1: bit.ly Link Monitoring

Sie brauchen nicht unbedingt auf kostspielige Tools zurückzugreifen, auf dem Monitoring Markt gibt es zum Einstieg bereits zahlreiche kostenlose Tools:

- ◆ Brand Monitoring und eMail Alerts: Google Alerts, MediaFunnel, socialmention, ...
- ◆ Klick-Statistiken, Top-Referer-Domains & Locations: bit.ly, tinyurl, fb.me, goo.gl, wong.to, ...
- ◆ Echtzeit Suche und ReTweet-Button: OneRiot, Topsy, Tweetmeme, Twitter Search, ...
- ◆ Twitter Statistik / Direct Message: SocialOomph
- ◆ Top Influencer: backtype, ...

Wer auf noch professionellere Analysen, Metriken und Charts zugreifen will, kommt um kostenpflichtige Tools nicht herum. Empfehlenswert sind ...:

- ◆ für kleine- und mittelständische Unternehmen: BrandsEye (ab 95 €), clicky, Trackur (ab 18 €), TwentyFeet (ab 2,49 US\$), viralheat (ab 10 €), ...
- ◆ für große Unternehmen: Alterian, attensity360 (ab 399 US\$), Buzzient (ab 500 US\$), CustomScoop (ab 300 US\$), ethority (4-stellig), infegy socialradar (ab 149 US\$), jive, lithium, radian6 (ab 600 US\$), spiral16 (ab 500 €), Sysomos, Trendrr (ab 499 €), ...

Weiterführende Informationen und wertvolle Aspekte rund um Social Media Monitoring finden Sie online bei folgenden Quellen:

- ◆ Goldbach Interactive Monitoring Toolübersicht <sup>1</sup>
- ◆ radian6 Monitoring Gründe <sup>2</sup>
- ◆ Alterian Monitoring Gründe <sup>3</sup>
- ◆ Social Media - Monitoring Marktstudie <sup>4</sup>
- ◆ TheSocialCustomer - Share of Voice <sup>5</sup>
- ◆ Karrierebibel - 200 Monitoring-Werkzeuge <sup>6</sup>



### Quellen/Linktipps:

Monitoring Marktübersicht  
[goldbachinteractive.com](http://goldbachinteractive.com)

Monitoring Gründe  
[radian6.com](http://radian6.com)

Monitoring Gründe  
[socialmedia.alterian.com](http://socialmedia.alterian.com)

Monitoring Marktstudie  
[iao.fraunhofer.de](http://iao.fraunhofer.de)

Share of Conversation / Voice  
[thesocialcustomer.com](http://thesocialcustomer.com)

200 Monitoring-Werkzeuge  
[karrierebibel.de](http://karrierebibel.de)

### Fazit

Egal, ob Suchmaschinen-Optimierung (SEO) oder Social-Media-Marketing (SMO), es ist sinnvoll die Traffic-Ströme zu analysieren. Es gibt einige kostenlose aber noch viel mehr kostenpflichtige Webtools, die Daten messen und analysieren. Jedoch ist alles nichts wert, wenn man aus den Ergebnissen keine Schlussfolgerungen zieht, denn da kann man sich seine Analysen gleich sparen.

Angeli Wolfgang/ aw



## Unser Buch-Tipp

Das Buch „Social Media Marketing - Strategien für Twitter, Facebook & Co.“ von Tamar Weinberg (Autor), Corina Lange (Herausgeber), Dorothea Heymann-Reder (Übersetzer) ist bislang eines der besten Bücher aus dem Social Media Umfeld. Zum Einen ist die Autorin eine wahre Social Media Koryphäe auf diesem Gebiet und zum Anderen wurde die deutsche Buchausgabe von Corina Lange um Beschreibungen bezüglich Trends und Angeboten im deutschsprachigen Raum ergänzt.

In diesem Buch findet man zahlreiche Stellen, die ungewöhnlich tiefe und spannende Einblicke in den Social Media Bereich gewähren. Ich hätte allerdings nichts dagegen gehabt, wenn dies häufiger passiert wäre, da gerade diese Informationen sehr lehrreich sind. Das größte Manko ist jedoch, dass ziemlich viele Seiten einer Aufzählung gleichen, die von Kapitel 1 bis Kapitel 11 alle Social Media Einsatzfelder genauestens beleuchten. Erst in Kapitel 12 geht es darum, wie die einzelner Teildisziplinen zusammenarbeiten. Dennoch ist es ein hervorragendes Buch, mit dem jeder lernen kann, wie man Social Media Marketing betreibt und wie soziale Netzwerke tatsächlich funktionieren.

### Gesamtfazit

„Das umfassende Know-How und die große Social-Media-Kompetenz spiegeln sich im Buchinhalt wieder. So lernen Sie den richtigen Einsatz von Social Media Marketing.“

Susanne Angeli / as



- ◆ Seitenumfang: 408 Seiten
- ◆ Verlag: O'Reilly
- ◆ Erscheinungstermin: 02/2010
- ◆ ISBN: 3897219694 (1. Aufl.)
- ◆ Preis: 29,90 EUR

### Gesamtwertung (5 von 6)



## Veranstaltungen Oktober - Dezember

Do. - Sa.	28.10. - 30.10.	<a href="#">Deutscher Versandhandelskongress</a>	Wiesbaden
Di. - Mi.	09.11. - 10.11.	<a href="#">Insight eCommerce</a>	Jena
Mi.	10.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	München
Do.	11.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	München
Mi.	17.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	Frankfurt
Do.	18.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	Düsseldorf
Di.	23.11.	<a href="#">The Search Conference</a>	Hamburg
Di. - Do.	23.11 - 25.11.	<a href="#">Social Software Konferenz</a>	München
Mi.	24.11.	<a href="#">conversion rate forum Konferenz</a>	Hamburg

Haben Sie einen Veranstaltungstermin für uns? Stammtisch, Kongress, Konferenz, Messe oder ähnliches im Bereich SEO, SEM oder eCommerce. Dann schreiben Sie uns eine Nachricht! Wir veröffentlichen Ihren Termin kostenlos in unserem [SEM-/SEO-Veranstaltungskalender](#) und publizieren in zusätzlich im PDF-Format des [Shopleiter-Magazins!](#)

## Impressum

### wallaby IT-Systems

Inhaber Susanne Angeli  
 Germanenstraße 6  
 86507 Kleinaitingen

Fon: +49 8203 / 95 97 64  
 Fax: +49 8203 / 95 97 65  
 Mail: [info@wallaby.de](mailto:info@wallaby.de)  
<http://wallaby.de>

**Wir zeigen wie es geht,  
 damit Sie es verstehen!  
 ... für Ihren Erfolg!**

wallaby IT-Systems besteht seit 2004 und ist seit dem im eCommerce-Bereich tätig. Anfangs mit einem Onlineshop für Notebooks und Notebooktaschen waren die Gründer Susanne Angeli und Wolfgang Kundler hautnah mit am Start des eCommerce in Deutschland dabei. Aus dem großen Erfahrungsschatz entstand im Jahre 2005/2006 ihr erstes Buch „Der Online Shop – Handbuch für Existenzgründer“, mit dem Sie Einsteigern Ihr Wissen über den Onlinehandel weitergeben. Sie teilen nicht nur Informationen über Neuigkeiten aus dem eCommerce-Markt mit, sondern stehen mit Rat und Tat Existenzgründern aus dem Onlinehandel zur Seite. Somit entstand der Dienstleistungssektor für Shopbetreiber von wallaby IT-Systems. Vom geeigneten Shophosting über Beratung, Installation und Konfiguration zu Shopsystemen bis hin zu [SEO-Beratung](#) und Onlinemarketing bieten Sie eine breite Palette für jeden Shopeinsteiger.