



So gelingt Verlagen der Einstieg ins Facebook-Universum

Neues kostenloses Whitepaper von eprofessional zum Thema Facebook und die Verlage / Social Reader Apps versus Medien Apps / Mit Sponsored Stories Leser werben

(ddp direct) Hamburg, 19. April 2012 ? Maximale Erlöse oder maximale Reichweite? Diese Fragen müssen sich Verlage und Medienmarken derzeit stellen, wenn sie ihren Content über Facebook zugänglich machen wollen. Während eine Social Reader App ? wie kürzlich von stern.de gelauncht ? vor allem mehr Leser bringt, sind die Vermarktungserlöse bei diesem Modell gering. Demgegenüber steht die Anbindung der Online-Zeitung an den Open Graph von Facebook (Medien App). Die Social-Media-Spezialisten der Performance-Agentur eprofessional erklären die neuen Möglichkeiten für Verlage, sich Facebook zu Nutze zu machen und haben die beiden Varianten in einem 15-seitigen Whitepaper verglichen. Zudem bietet das Whitepaper einen Exkurs, wie Verlage die viralen Effekte von Facebook durch gezielte Werbekampagnen ? etwa mit Sponsored Stories ? verstärken können.

Das Fazit: Verlage müssen sich entscheiden, welche Ziele sie verfolgen und welche Strategie für sie am ehesten passt. Der Einstieg ins Facebook-Universum gelingt sicherlich einfacher mit einer simplen Anbindung der bestehenden Medienseite an den Open Graph. Erste Erkenntnisse aus den USA verdeutlichen aber, dass Newsangebote umso erfolgreicher sind, je mehr Facebook-Appeal sie bieten.

Eine weitere Erkenntnis: Besonders Medien mit tagesaktuellen News, aber auch Magazine mit sehr spezifischem Content wie Kochen oder Heimwerken können profitieren, wenn sie Konzepte entwickeln, die die Möglichkeiten von Timeline und Open Graph voll ausschöpfen, also zum Beispiel eigene Verben kreieren: ?Paul hat Rezept xy gekocht" oder ?Tom hat das Baumhaus gebaut".

Hemmnisse bestehen derzeit in Deutschland noch beim Thema Datenschutz. Verlage, die ihren Content jetzt über Facebook verfügbar machen, müssen hier Aufklärungsarbeit leisten und die Nutzer klar und deutlich informieren, dass ihre Aktionen direkt in die Timeline übertragen werden.

?Facebook ist eine Riesenchance für Verlage, wieder jüngere Leser zu gewinnen, Content bestmöglich zu distribuieren und Reichweite auszubauen. Gerade die First-Mover werden auch von dem PR-Effekt profitieren?, ermutigt Ben Moehlenhoff, Head of Social Media bei der eprofessional GmbH, die Verlage.

Material zum Download:

Infografik der eprofessional GmbH: "Verlage und der Facebook Open Graph: neue Leser gewinnen"

Whitepaper der eprofessional GmbH: "Facebook und die Verlage"

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/d626um>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/so-gelngt-verlagen-der-einstieg-ins-facebook-universum-63874>

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk+++

Frau Andrea Buzzi
Willy-Brandt-Str. 45
20457 Hamburg

eprofessional@frauwenk.de

Firmenkontakt

Agentur Frau Wenk+++

Frau Andrea Buzzi
Willy-Brandt-Str. 45
20457 Hamburg

frauwenk.de
eprofessional@frauwenk.de

eprofessional ist eine der führenden Performance-Agenturen in Deutschland. Das 1999 in Hamburg gegründete Unternehmen realisiert europaweit erfolgsorientierte Marketing- und Vertriebskampagnen im digitalen Wirtschaftsraum. Kernkompetenzen der Agentur sind Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Affiliate-, Display- und Social Media Marketing sowie Performance-Optimierung. Mehr als 100 Spezialisten setzen täglich ihr Know-how und ihre Leidenschaft für Technologie, Zahlen und Marketing ein, um für die Kunden optimale Werbewirkung und den höchstmöglichen ROI zu erzielen. Renommierete Unternehmen, darunter Casio, Heine und GelbeSeiten, vertrauen auf die Dienstleistungen von eprofessional. www.eprofessional.de