

Facebook Marketing Mittels Facebook Werbung Zu Me

Facebook: Mit Facebook Marketing Für Anfänger und Fortgeschrittene Zu Mehr Erfolg - Facebook Werbung Als Marketing Kanal

Social Media Marketing

Facebook Marketing

Facebook-Commerce

Erfolgsmessung beim Retargeting über Facebook

Facebook - Marketing

Social Media Marketing

Facebook Marketing Für Einsteiger: Schritt Für Schritt, eine Effektive Marketingstrategie Aufbauen. Mehr Sichtbarkeit, Mehr Kunden, Mehr Erfolg

Ultimate Guide to Facebook Advertising: How to Access 600 Million Customers in 10 Minutes

Facebook Marketing - POWER für Dein Online Geschäft

Facebook - Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden: Eine Facebook-Marketing Analyse zu den Top 13 österreichischen Biermarken bezugnehmend auf die Interaktion und den Einfluss auf die Facebook Welt

Social Media Marketing im Tourismus: Eine Betrachtung am Beispiel von Facebook

Was sind die Risiken für Unternehmen bei der Nutzung von Facebook?

Facebook Marketing für Dummies

Facebook Marketing

Praxiswissen Online-Marketing

The Complete Guide to Facebook Advertising

Facebook ADS

Facebook Marketing Fr Einsteiger

Praxiswissen Online-Marketing

Mit Facebook zum Erfolg: Wie können Unternehmen das moderne Kommunikationsinstrument für ihre Marketingziele nutzen?

Facebook als PR-Instrument für kleine und mittelständische Unternehmen in Österreich

Facebook Brand Lift-Studien. Funktionsweise und Sinnhaftigkeit im Feld des Social Media Marketings

Facebook Marketing

Facebook Marketing Extrem

Facebook Marketing

Facebook Marketing

Facebook-Marketing: Strategische Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Risiken

Facebook Marketing

Leitfaden Online Marketing Band 2

Facebook Ads - Erfolgreiches Facebook Marketing - Edition Für Anfänger: der Leitfaden Für Werbeanzeigen - Social Media Marketing (inkl. Marketing-Tipps Für Facebook Messenger)

Facebook - Der blaue Konsum

Online-PR in österreichischen Unternehmen mittels Social Media. Visuelle Kommunikation über Instagram und Facebook

FACEBOOK INSIDER

Social Media Marketing: Marketing mit Facebook, Twitter & YouTube bei KMUs

Die Bedeutung von Facebook Marketing für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen

Facebook Werbung

Facebook Werbung

Welche Vor- und Nachteile hat das Social-Media-Marketing auf Facebook für Unternehmer?

Facebook - Marketing unter Freunden

Facebook Marketing Mittels Facebook Werbung Zu Me

Downloaded from dev.gamersdecide.com by guest

ARELLANO BRADSHAW

Facebook: Mit Facebook Marketing Für Anfänger und Fortgeschrittene Zu Mehr Erfolg - Facebook Werbung Als Marketing Kanal Simon Michel

Hast du ein eigenes Unternehmen? Möchtest du Marketing für dich und deine Produkte oder deinen Service betreiben? Möchtest du mehr Kunden erreichen oder sogar einen neuen Markt erschließen? Dann ist dieses Buch genau das Richtige für dich. Facebook hat noch immer eine große Bedeutung, wenn es um Marketing geht. Dort lassen sich Billionen Nutzer erreichen und als Kunden gewinnen. Es kommt dabei nur darauf an, zu wissen, wie man zu ihnen vordringt und sie zu Kunden umwandelt. Facebook Marketing unterliegt seinen eigenen Gesetzen und unterscheidet sich vom Marketing auf anderen Plattformen. In diesem Buch kannst du erfahren, wie du diese Plattform richtig nutzt und damit viele potentielle Kunden erreichst. Vor allem aber kannst du hier erfahren, wie du aus Besuchern Kunden machst. Was wirst du lernen? Warum Facebook noch immer für Marketing relevant ist Wie sich Werbung auf Facebook von anderen Plattformen unterscheidet Wie du einen Sales Funnel aufbaust Wie du eine Kampagne eingibst Wie du eine Strategie entwickelst Wie du deine Anzeigen ständig verbesserst Wie du mit Lookalike Audiences zum richtigen Erfolg kommst Und vieles mehr Du willst mehr erfahren? Sichere Dir Jetzt dein Exemplar. Scroll hoch und klicke auf "JETZT KAUFEN MIT 1-CLICK"

Social Media Marketing GRIN Verlag

Erfolgreich auf Facebook verkaufen: Marketing, Shops, Strategien, Monitoring Facebook-Marketing:

Fans gewinnen, Gruppen aufbauen, Fanpage bewerben Produkte verkaufen: Strategien und Lösungen für Facebook-Shops Mit vielen praktischen Beispielen und zahlreichen Tipps zu Tools und Dienstleistern Aus dem Inhalt: Facebook-Marketing-Grundlagen Content: Zielgruppen, Redaktionsplan, überzeugende Inhalte, Shitstorms Fangengewinnung: Interaktion, SEO, Werbung Facebook-Gruppen: eigene Gruppen, Forenmarketing, Kooperationen Facebook-Ads: Planung, Gestaltung, Monitoring Facebook-Shops: Integration, Online-Shop-Lösungen, Best und Worst Practices Facebook-Apps: Einnahmequellen, Crossmarketing, Erstellung iFrames auf Unternehmensseiten Facebook-Payments: Micropayment, Integration Affiliate-Marketing: eigenes Programm aufsetzen, Netzwerke auswählen, Partner gewinnen Newsletter-Marketing über Facebook: Listbuilding, Praxis Facebook-Monitoring: Insights, externe Lösungen, Splittesting Facebook-Commerce und Recht Social-Media-Marketing machen alle - es wird Zeit für Social-Commerce! Viele Nutzer sind mindestens einmal am Tag auf Facebook oder mit ihren Smartphones ununterbrochen online - das sind nicht nur potenzielle Fans, sondern auch potenzielle Kunden. Mathias Kempowski erklärt Ihnen zunächst die Grundlagen des Facebook-Marketings: Was macht eine gute Unternehmensseite aus? Wie gewinnen Sie echte Fans? Und wie können Sie sich z.B. durch Gruppen eine zusätzliche Community aufbauen? Danach geht er einen Schritt weiter - denn das Ziel aller Mühen soll am Ende der Verkauf Ihrer Produkte und Dienstleistungen sein. Anhand praktischer Beispiele erfahren Sie, wie ein erfolgreicher Facebook-Shop aufgebaut ist, wie Sie ihn mit iFrames individualisieren und aus welchen Shop-Lösungen Sie wählen können. Darüber hinaus lernen Sie, wie Sie unter anderem Facebook-Apps, Affiliate-Marketing und Newsletter einsetzen können, um Ihren Gewinn zu steigern. Ein Kapitel zum Facebook-Monitoring und Hinweise zu rechtlichen Fallstricken runden das Buch ab. Über den Autor: Mathias Kempowski unterstützt Unternehmen beim Aufbau und der Vermarktung eigener Firmenblogs und Unternehmensseiten auf Facebook. Als Blogger gibt er Tipps zu Themen wie Existenzgründung und Selbstständigkeit.

Facebook Marketing Createspace Independent Publishing Platform

Wie gelingt profitables Online-Marketing? Erwin Lammenett, Gründer einer renommierten

Internetagentur, erläutert kompakt und praxisnah die gesamte Palette der Online-Marketing-Instrumente. Sie erfahren, wie Sie diese Instrumente erfolgreich nutzen, welche Sie sinnvoll miteinander kombinieren können und wie Sie ein effizientes Controlling aufbauen. Angesprochen werden Führungskräfte und Mitarbeiter aus Marketing und PR, Produktmanager, Unternehmensberater, aber auch Dozierende und Studierende mit dem Schwerpunkt Marketing. Die 6. Auflage wurde vollständig überarbeitet und erweitert. Neu hinzugekommen sind die Kapitel über Facebook und den Atlas Server, Content-Marketing, Amazon als Suchmaschine, (Internet-)Video-Marketing, mobiles Internet bzw. Mobile-Marketing sowie Marketing-Automation. Jedes Kapitel wurde um einen Abschnitt zu den Dimensionen und Querverbindungen ergänzt und neue Entwicklungen sowie dynamische Inhalte (Servicelinks) wurden aufgenommen. Über die dynamischen Servicelinks können Inhalte jederzeit und kurzfristig angepasst werden. Auf diese Weise kann die Halbwertszeit des Wissens, das in diesem Buch steckt, erhöht werden.

Facebook-Commerce O'Reilly Germany

Mittels Facebook Werbung zu mehr Leads, Kunden und höheren Profiten! Lernen Sie durch diesen hilfreichen Ratgeber, wie Sie mit effektiven Methoden über Facebook Kunden gewinnen und Ihren Umsatz steigern können. Sie wollten schon immer wissen, wie Sie Facebook zu Ihrem Vorteil nutzen können? Sie haben sich schon mehrfach gefragt, wie Sie mehr Reichweite und mehr Kunden erzielen können? Sie möchten in Erfahrung bringen, wie Sie die richtigen Marketingstrategien herausfiltern können? Sie haben eine Firma oder ein Unternehmen, möglicherweise sogar neu gegründet, und möchten sich darüber informieren, wie Sie die sozialen Medien - allen voran Facebook - zu Marketing-Zwecken nutzen können? Oder ob Sie überhaupt Facebook-Marketing betreiben sollen? Welche Chancen bietet das Social Media Marketing? Worum geht es dabei überhaupt und was ist zu beachten? Sogar wenn Sie schon Facebook-Nutzer sind, heißt das noch lange nicht, dass Sie Tipps und Tricks kennen, wie Sie am besten effektiv Ihre Seiten gestalten und posten. Denn es ist ein Unterschied, ob Sie ein privates Profil mit einem lustigen Bild anlegen, oder ob Sie sich professionell und erfolgreich darstellen wollen. Vielleicht wissen Sie nicht einmal genau, was sich hinter dem Begriff Marketing verbirgt? Denn es handelt sich dabei keinesfalls um das einfache Posten von Werbung, es steckt viel mehr dahinter! Dieses Buch erklärt Ihnen daher zunächst wichtige Grundlagen zum Marketing, die Sie kennen müssen, um effektiv Ihre Strategien aufzubauen. Anschließend erfahren Sie, wie Sie dieses Wissen speziell in den sozialen Medien und auf Facebook nutzen können, um neue Fans und Kunden zu gewinnen und bei der Stange zu halten. Wie verhält man sich richtig? Was muss man unbedingt vermeiden? Sollten Sie das Buch gekauft haben, weil Sie hoffen, dass wir Ihnen den ultimativen Tipp geben, wie Sie genau IHR Unternehmen richtig präsentieren, müssen wir Sie allerdings enttäuschen. Der Ratgeber ist nicht branchenspezifisch und Sie müssen sehr viele verschiedene Dinge beachten, die vielleicht nur für Sie, nicht aber für ein anderes Unternehmen Sinn machen. Aber wir geben Ihnen mit diesem Buch die richtige Hilfe an die Hand, damit Sie verstehen, worauf es ankommt und wie Sie es am besten umsetzen können. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg! Mit diesem praktischen Guide lernen Sie, ... was Regelmäßigkeit, Abwechslung und Aktualität bedeuten. ... wie Texte und Bilder gezielt einsetzen. ... wie Sie häufige Fehler vermeiden können. ... wie Sie Sonderaktionen anwenden. ... wie Sie im Vorfeld den Markt beobachten. ... und vieles, vieles mehr! Finden Sie mit diesem Ratgeber einen Weg, wie Sie Kunden und Reichweite generieren können, indem Sie die effektivsten Marketingkonzepte umsetzen.

Erfolgsmessung beim Retargeting über Facebook Createspace Independent Publishing Platform

Sie haben eine persönliche Marke und möchten das enorme Potenzial von Facebook ADS nutzen? Sie nähern sich der Welt der sozialen Medien und möchten herausfinden, wie Sie Ihr Produkt/Ihre

Dienstleistung digital verkaufen können? Die Art und Weise der "Werbung" hat sich geändert. Daran gibt es keinen Zweifel. Unabhängig davon, ob Sie als Einzelperson oder als juristische Person Ihr physisches Produkt verkaufen oder Ihre Dienstleistungen anbieten wollen, können Sie auf den Online-Kanal nicht verzichten. In diesem Zusammenhang spielt Mark Zuckerbergs Gigant Facebook sicherlich eine Schlüsselrolle. Aber wie können Sie wirksame Facebook-Kampagnen in Ihre Marketingstrategie einbauen, wenn Sie kein Experte auf diesem Gebiet sind? Es ist so, als hätten Sie einen Ferrari in Ihrer Garage, den Sie gerne verkaufen würden, aber Sie haben nicht die richtigen Käufer, denen Sie ihn vorschlagen können. Deshalb habe ich beschlossen, die 7 goldenen Regeln für die Optimierung und Skalierung Ihrer Facebook-Werbekampagnen zu Papier zu bringen. Dank der Tipps in diesem Buch werden Sie in der Lage sein, Ihren ROAS zu steigern und ein beständiges monatliches Einkommen zu erzielen. Doch sehen wir uns den Inhalt dieses Buches im Einzelnen an: - Detaillierte Erklärung aller Arten von Facebook-ADS, von den allgemeinsten bis zu den spezifischsten. - Alle Werbestrategien zur Steigerung Ihres ROI. Sie werden Ihre Zielkunden leichter ansprechen können, ohne Geld zu verschwenden. - Wie man eine profitable Kampagne auf Facebook einrichtet, von A bis Z, und wie man sie skaliert. - Wie man eine Anzeige mit dem richtigen Text erstellt, um den Zielkunden mit maximaler Präzision zu treffen. - Wie man die Buyer Persona studiert. Sie werden die Logik entdecken, die der Verbraucher anwendet, um den Verkauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung zu fördern. Selbst wenn Sie ein völliger Neuling in der Welt der Online-Werbung und insbesondere bei Facebook sind, werden Sie mit diesem Buch in der Lage sein, Ihre erste Kampagne einzurichten und sofort Ergebnisse zu sehen. Worauf warten Sie noch? Bestellen Sie Ihr Exemplar JETZT und machen Sie sich bereit, Ihren Facebook Business Manager zum Explodieren zu bringen!

Facebook - Marketing Advertisemint, Incorporated

Diplomarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,0, Technische Hochschule Köln, ehem. Fachhochschule Köln, Sprache: Deutsch, Abstract: Kapitel 1 umfasst die Problemstellung und Zielsetzung der Diplomarbeit. Kapitel 2 befasst sich mit den strategischen Herausforderungen, die sich mit dem FB-Marketing ergeben. Herausgestellt werden die Erlangung der Aufmerksamkeit der User, die Veränderung der Kommunikationsbedingungen, der Paradigmenwechsel der Machtverschiebung zu den Konsumenten sowie das Risk of Ignoring, um die Relevanz des Grundsatzes „Märkte sind Gespräche“ zu verdeutlichen. Kapitel 3 enthält eine Abhandlung über die Funktionsweisen und Tools, die die Plattform FB für Marketingzwecke zur Verfügung stellt. An dieser Stelle wird darauf aufmerksam gemacht, da FB ein hyperdynamisches Onlinetool ist, das ständig aktualisiert und erweitert wird. Eventuelle neue Features konnten daher beim Abfassen der Arbeit nicht mehr berücksichtigt werden. Kapitel 4 stellt Case Studies vor. Hintergründe und Herausforderungen der jeweiligen Kampagnen werden beschrieben, Ergebnisse herausgestellt und Analysen vorgenommen. Kapitel 5 leitet anhand der vorgestellten Case Studies Faktoren wie Authentizität, Zielgruppengenauigkeit, Kommunikationscharakter (geringer Werbecharakter, Markenunterstützungscharakter, Differenzierung), Viralität, Crossmedia, Ansatzpunkte der Interaktionsförderung (Freiraum zur Selbstdarstellung, Crowdsourcing, Mehrwert), Zeitfaktoren (Langzeitorientierung/Aktualisierung) und Dringlichkeit für das FB-Marketing ab, die relevante Elemente zur Interaktion und Kommunikation mit FB sind. Diese Erfolgsfaktoren werden auch auf die bestehenden Risiken untersucht, so dass Vorteile und Nachteile herausgestellt werden. Kapitel 6 stellt Ansatzpunkte für die Erfolgsmessung im Facebook-Marketing vor. Kapitel 7 beinhaltet dann die Schlussfolgerungen. Es wird darauf hingewiesen, dass juristische Aspekte des Datenschutzes bzgl. der Nutzung der Plattform in der Arbeit nicht berücksichtigt werden konnten, da dieses Thema den Rahmen der Arbeit sprengen würde.

Social Media Marketing epubli

Wer erfolgreich für sein Unternehmen werben will, darf Facebook in der Marketing-Strategie nicht vergessen. Eine Unternehmensseite bei Facebook hilft Ihnen, Ihren Kunden dort zu erreichen, wo er am liebsten ist. Dieses Buch zeigt, wie Sie eine Facebook-Marketing-Strategie entwickeln, eine Fanpage? bei Facebook erstellen, eine Facebook-Community aufbauen und mit Ihren Fans kommunizieren. Außerdem gehen die Autoren darauf ein, wie Sie mit Facebook-Advertising eine Werbeanzeige schalten und mit den Analyse Tools von Facebook überprüfen, wie oft Ihre Seite besucht wird. Werden Sie mit Ihrem Unternehmen Teil der Facebook-Welt und genießen Sie Ihren Erfolg.

Facebook Marketing Für Einsteiger: Schritt Für Schritt, eine Effektive Marketingstrategie Aufbauen.

Mehr Sichtbarkeit, Mehr Kunden, Mehr Erfolg BoD - Books on Demand

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Mediadesign Hochschule für Design und Informatik GmbH Düsseldorf, Sprache: Deutsch, Abstract: Das Ziel dieser Arbeit wird es sein, die Vor- und Nachteile des Social Media Marketings auf Facebook aus der Sicht eines Unternehmers zu präsentieren und gegenüberzustellen, um ein Fazit darüber formulieren zu können. Der Hauptaspekt dieser wissenschaftlichen Arbeit zum Themenfeld Web 2.0 ist das Social Media Marketing. In diesem Fall wird der Social-Media-Kanal Facebook untersucht. Das Thema wird durch die Sicht eines Unternehmers eingeschränkt, weil er für sein Unternehmen die Vor- und Nachteile des Social Media Marketings abwägen muss, um darüber urteilen zu können. Aus den genannten Faktoren resultiert die betitelte Forschungsfrage: Welche Vor- und Nachteile hat das Social Media Marketing auf Facebook für Unternehmer? Hypothesen: (1) Wenn ein Unternehmer sich für das Social Media Marketing entscheidet, dann fokussiert er sich auf eine junge Zielgruppe von 18-30 Jahren. (2) Wenn ein Unternehmen eine Facebook Page einrichtet, dann erhöht sich dadurch der Bekanntheitsgrad dieses Unternehmens. (3) Je mehr Social Media Marketing ein Unternehmen auf Facebook betreibt, desto erfolgreicher ist das Unternehmen. Zuerst werden die Forschungsgegenstände Social Media, Social Media Marketing und Facebook definiert. Danach wird die Bedeutung des Social Media Marketings erklärt. Diese Marketingform wird mit der klassischen Form verglichen. Als nächstes werden die Rahmenbedingungen für Social Media Marketing auf dem Social-Media-Kanal Facebook behandelt. Die Umsetzung des Facebook-Marketings wird beschrieben und die verschiedenen Marketing-Strategien werden erläutert. Es folgt eine Überprüfung der ersten Hypothese, indem Zielgruppen betrachtet werden. Bezüglich der zweiten Hypothese werden Marketingziele exemplarisch untersucht. Tools für die Erfolgsmessung werden für die Überprüfung der dritten Hypothese vorgestellt. Die Vor- und Nachteile des Social Media Marketings auf Facebook für Unternehmer werden erläutert.

Ultimate Guide to Facebook Advertising: How to Access 600 Million Customers in 10 Minutes Entrepreneur Press

Schätzungsweise 50 Prozent der aktiven Facebook-Nutzer nehmen sich die Zeit und melden sich täglich bei Facebook an. Das sind etwa 200 Millionen Menschen, die diese Webseite täglich besuchen. Die Höhe der Zeit, die die Menschen auf Facebook verbringen bedeutet, dass hier eine Goldmine auf Sie wartet. Man denke nur an all die neuen Leute, Sie könnten die Bekanntheit Ihrer Marke mit sehr wenig Aufwand erweitern. Facebook ist kein Ort, wo sich Menschen einloggen um es dann sofort zu verlassen. Ab Juli 2011 verbringen die Benutzer schätzungsweise 700 Milliarden Minuten pro Monatauf dieser Webseite. Das bedeutet, dass sie hier eine Menge Zeit verbringen, sich durch die Seiten klicken, ihr Engagement in Anzeigen stecken und viele andere Dinge nutzen. Hier

ein paar Facebook-Fakten: - Mehr als 500 Millionen aktive Nutzer - 50 Prozent der aktiven Nutzer melden sich täglich bei Facebook an - Der durchschnittliche User hat 130 Freunde - Die Menschen verbringen mehr als 700.000.000 Minuten pro Monat auf Facebook Das ist die globale Reichweite! Wenn es Ihre Absicht ist, in einen Markt mit einer globalen Kundengruppe einzusteigen, dann ist Facebook der richtige Ort für Sie. Diese Webseite verfügt über 70 verschiedene Übersetzungen, für fast jedes Land auf der Karte. In der Tat, leben schätzungsweise 70 Prozent der Nutzer der Webseite außerhalb der Vereinigten Staaten. Das heißt, dass Facebook-Werbekunden fast überall auf der Welt vertreten sind und Sie können versuchen, sie mit einer breit angelegten Kampagne zu erreichen. Die Gesamt monatliche Nutzungsstatistik von Facebook, macht sie zu einem der größten Anbieter im Internet von heute. Wenn Sie bereit sind, AdWords einzusetzen, hat Facebook das Potential Ihre Werbebedürfnisse zu befriedigen. Ziel gerichteter Verkehr auf Ihrer Seite kann Ihnen helfen, Ihre Verkaufsziele zu realisieren. Während die Zahlen klar für sich sprechen, gibt es andere Faktoren, die diese Seite für Online-Vermarkter interessant machen. Der soziale Aspekt der Webseite ist eine mächtige, versiert arbeitende Kraft. Es arbeitet besser als die Suchmaschinen, wo sie möglicherweise potentielle Kunden verlieren könnten. Alle traditionellen Möglichkeiten, die Online Business zu bieten hat können helfen, potentielle Teilnehmer oder Kunden zu bekommen. Aber haben Sie hierbei auch an Facebook-Werbung gedacht? Das und viele weitere wichtige Dinge zu Facebook Marketing, erfahren Sie in diesem E-Buch.

Facebook Marketing - POWER für Dein Online Geschäft GRIN Verlag

FUEL YOUR BUSINESS WITH FACEBOOK Perry Marshall, author of the #1 selling book on Google advertising, and internet strategist Thomas Meloché lift the curtain to the 600 million potential customers on Facebook and show you how to reach them, convert them, and keep them as your fan, friend, and customer for life. Introducing game-changing strategies, tools, and reports, Marshall and Meloché breakdown the magic of Facebook Paid Advertising and show you how to gain dramatically on your investment—in clicks, customers, and profits. Covers critical updates including: Targeting by birthday, family status, and more Pinpointing who is seeing your ads Managing impressions per ad to avoid ad fatigue Using Sponsored Story Ads—the newest advertising category Creating a Facebook business and identity "Perry and Tom not only understand every nuance of the technical aspects of getting Facebook ads to work for your business, they also understand the psychology behind what works and what doesn't when it comes to advertising online. If you're looking for an uber-effective way to master the art of driving traffic to your offers through paid advertising, get this book - it truly is the ultimate guide!" —Mari Smith, co-author of Facebook Marketing: An Hour A Day and author of The New Relationship Marketing "If anybody can make practical sense of Facebook for marketers, it's Perry. He has his finger on its truth - as advertising media not social media. This book shows how to capitalize on ideal timing with this media. He is a well-disciplined direct-response practitioner who holds this accountable for ROI. I bestow my 'No B.S. blessing.'" —Dan S. Kennedy, legendary direct marketing advisor and author of the No B.S. book series, www.NoBSBooks.com "Ultimate Guide to Facebook Advertising just might be your ultimate guide to earning a ton of money with this social media phenomenon. What you don't know about Facebook could hurt you and what you will learn about Facebook from this book definitely will help you. It's a fun and easy read and a surefire way to seriously increase your income." -Jay Conrad Levinson, The Father of Guerrilla Marketing, author of the Guerrilla Marketing series of books "Facebook advertising appears simple, but it's trickier than search engine marketing. In this book, Perry Marshall and Tom Meloché teach you secret of "Right Angle Marketing" - selling based on who people are and what they identify with. This is entirely different from Yahoo! or Google. They help you determine how to prioritize Facebook within your particular marketing mix. Then they take you by the hand and lead you through the minefield, showing you the tools, bidding techniques, and sales cycles of Facebook ads. Without their help, the odds are stacked against you. With their help, your chances of success are excellent." -Alex Mandossian, Heritage House Publishing, author of The Business Podcasting Bible "Perry Marshall has done more to de-mystify Google AdWords for business owners than any person on earth. With this book, he's done the same for Facebook. If you want to cut through the smoke quickly and make money advertising on Facebook, this is the book to read." - Ken McCarthy, The System Seminar, Tivoli NY "The irony of living in the Information Age is that good info has gotten harder to come by. The lame stuff still manages to clog the pipes, causing chaos and preventing you from discovering the legit specifics that can actually help you in your quest for business success and a bigger bottom line. Perry Marshall has been a first- stop, one-stop resource for the best possible advice on making AdWords work since Google unleashed it on the marketing community...and now, Perry's new tome on Facebook's astonishing (and yet-to-be-fully-tapped) power to reach gazillions of targeted, eager prospects (most of whom you'd never even know existed, otherwise) is the first and probably the only book you need to be one of those early adopters who score fastest. Perry's books are always essential. This one is perhaps more so than usual." -John Carlton, the most respected and ripped-off veteran copywriter on the Web "Perry Marshall is amazing! He reinvented himself from engineer to white paper expert to become the world's leading expert in Google Adwords. Now with his secret weapon, Tom Meloché, he's reinvented himself again, this time as the guru in Facebook advertising ... through which, he points out, you can access 600 million customers in 10 minutes." -Bob Bly, author of over 60 books including Complete Idiot's Guide to Direct Marketing, The Online Copywriter's Handbook and Public Relations Kit for Dummies "Perry Marshall is a terrific writer who makes wonderful use of stories and analogies to illustrate a concept. He does this exceptionally well in the chapter on ad copy writing, 'The Power of Hidden Psychological Triggers.' That chapter alone is worth the price of this book. "Many companies have tried Facebook ads and failed for one simple reason: they treated Facebook advertising like search advertising. "Facebook is social advertising. Social advertising is about understanding and reaching the user. Not the user's behavior; but the actual person. This is where the book shines. It walks you through strategies of reaching your target audience based upon the person's social profile so that you aren't just accumulating 'Likes,' but actually gaining new customers. "I'd recommend this book to anyone who is advertising, or wants to advertise, on Facebook. Social advertising is unique from most other types of advertising, and this book will teach you the concepts and how-tos you must understand so that your Facebook ads increase your overall profits." -Brad Geddes, author of Advanced Google AdWords "One of the things I love about Perry is that he always shoot from the hip. Ultimate Guide to Facebook Advertising is written with no holds barred, which means that all the 'juicy' tips that might get left out of other, similar books are all in this book. It's more than just a tactical 'how to.' It goes into the psychological aspects of ad writing specifically suited for Facebook and gives all kinds of practical advice for fan pages. So for anyone who really wants to get serious about Facebook advertising, this book is definitely a must read." -Shelley Ellis, contextual advertising expert, www.ContentNetworkInsider.com "Perry Marshall led the pack with Google AdWords back in 2006. He's still leading the pack today with Ultimate Guide to Facebook Advertising. Perry and Tom Meloché combine 'insider' knowledge of marketing on Facebook with proven marketing fundamentals for a powerful one-two punch that delivers results. Perry doesn't just theorize about how Facebook marketing works, he does it himself, and he's worked with thousands of others to hone his knowledge of this emerging landscape. If you're thinking of marketing on Facebook, or if you're already doing it, you'd be crazy to not get Ultimate Guide to Facebook Advertising. -Clate Mask, president, InfusionSoft "Hands down, I have never seen a more comprehensive in-depth study

of successful Facebook advertising than what you are holding in your hands. Perry has done it again, he's extracted the 'gold' within this amazing system of advertising that every astute marketer should devour and implement." - Ari Galper, founder and CEO, Unlock The Game, www.UnlockTheGame.com "Hundreds of my clients have failed at Facebook before. Many were so seriously slaughtered that I'd written it off as a traffic source for all but the most advanced marketer, so recommending this book is not something I do lightly—yet I DO suggest you order a rush copy. Simply put, it's a game changer. If you've tried Facebook before and failed, I'll bet you didn't have the testing paradigm, targeting insights, bidding strategies, tools, and creative advertising resources outlined in the easy-to-digest, entertaining words here. This goes double for experienced PPC marketers and triple for anyone who's read another Facebook advertising book. Seriously, if this isn't worth a trip to Amazon.com, I don't know what is!" —Glenn Livingston, Ph.D., Marketing Psychologist, market research expert and founder of RocketClicks.com

Facebook - Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden: Eine Facebook-Marketing Analyse zu den Top 13 österreichischen Biermarken bezugnehmend auf die Interaktion und den Einfluss auf die Facebook Welt GRIN Verlag

Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,7, Mediadesign Hochschule für Design und Informatik GmbH Düsseldorf, Sprache: Deutsch, Abstract: Mitte Mai 2012 erklärte der US-amerikanische Autohersteller General Motors zukünftig auf Werbung im sozialen Netzwerk Facebook zu verzichten. „Die Marketingverantwortlichen hätten [...] festgestellt, dass die bezahlten Anzeigen nur wenig Einfluss auf die Konsumenten hätten“ (TERLEP/VRANICA/RAICE 2012). Zuvor hatte General Motors etwa 10 Mio. US-Dollar in Werbeanzeigen auf der Seite investiert. Konkrete Gründe nannte der größte US-Autobauer allerdings nicht. Dem Autor dieser Arbeit stellte sich im Zuge der Berichterstattung um den General Motors-Ausstieg und den bevorstehenden Börsengang von Facebook die Frage, wie die aktuellen Werbeformate des sozialen Netzwerks Facebook im Hinblick auf das heutige Nutzerverhalten zu bewerten sind. Da der Umfang der Arbeit begrenzt ist, bezieht sich der Ausdruck „Nutzerverhalten“ ausschließlich auf die Verwendung des Internets in klassischer bzw. mobiler Form. Die Arbeit befasst sich zunächst mit Grundlagen der Online-Werbung. Nach einem kurzen Überblick über das Unternehmen Facebook werden aktuell vorhandene Werbeformate des sozialen Netzwerks dargestellt. Im Anschluss werden die sich aus den Grundlagen ergebenden Hypothesen aufgeführt und überprüft. Die Schlussbetrachtung wird die Ergebnisse zusammenfassen und bewerten.

Social Media Marketing im Tourismus: Eine Betrachtung am Beispiel von Facebook marketing-BÖRSE

Facebook AdWords! Lesen Sie auf Ihrem PC, Mac, Smartphone, Tablet oder Kindle Gerät! Kennst Du auch das Gefühl? Alle reden von Facebook Ads und sie schaffen es alle viel Traffic auf ihre Webseite zu leiten und ihre Verkäufe zu steigern. Du kommst dir blöd vor, weil du nicht weiß wie man auf Facebook gewinnbringende Anzeigen schaltet. In der Tat hat es den Anschein als sei das Erstellen und Verwalten von Anzeigen auf Facebook mit einem hohen Zeitaufwand verbunden. Doch das Schöne ist, es ist eigentlich gar nicht schwer. Du musst dir nur einige Verhaltensweisen aneignen. Möchtest du also jetzt sofort mit der Facebook Werbung durchstarten? Dann wird dieses Buch Dein Problem lösen! Dieses Buch zeigt Dir, wie du mit simplen Tricks mehr über Facebook Werbung lernen wirst. Du eignest dir nützliche Methoden und Denkweisen an, die dir ermöglichen deine gesteckten Ziele auch wirklich zu erreichen. Lerne Facebook Werbung jetzt kennen. Was Du in diesem Buch lernen wirst: Warum Facebook Werbung so mächtig ist Einrichten eines Werbe-Accounts Einrichten und Aktivieren von Werbeanzeigen Wie erfolgreiche Kampagnen aussehen Wie du deine Anzeigen und Kampagnen optimieren kannst Welche verschiedenen Werbeanzeigen es gibt Wie du deine Kampagnen richtig strukturierst Was ein Facebook Business und Ad Manager sind Wie du den mächtigen Facebook Power Editor für dich nutzen kannst ... und und und Was hat dieser Ratgeber für Vorteile? Du musst keinen teuren Workshop besuchen Du bekommst das Wichtigste zu Facebook Werbeanzeigen auf den Punkt gebracht Du musst nicht an einem teuren Webinar teilnehmen Du brauchst keinen teuren Coach Du kannst dir das Wissen unterwegs aneignen Du sparst sehr viel Zeit und Geld Also... Hol Dir heute noch dieses Buch und werde ein Profi wenn es um Facebook Marketing geht!

Was sind die Risiken für Unternehmen bei der Nutzung von Facebook? Springer-Verlag

In den letzten 12 Monaten ist Social Media Marketing endgültig zu einer Pflichtdisziplin für Marketingtreibende geworden. Heute stellt sich nicht mehr so sehr die Frage, ob ein Unternehmen oder eine Organisation in Twitter, Facebook und Co. vertreten sein sollte, sondern wie. Die zweite Auflage des Bestsellers geht deshalb noch konkreter auf die Strategien ein, die für erfolgreiche Auftritte in den Social Networks nötig sind. Corina Pahrman, die bereits für die viel gelobte Lokalisierung der ersten Auflage zuständig war, zieht dafür vor allem aktuelle Fallbeispiele aus Deutschland sowie Interviews mit deutschsprachigen Social Media-Profis heran. Ausserdem geht sie auf neue Social Media-Angebote sowie aktuelle Trends bei der Erfolgskontrolle (Monitoring) ein. Aus dem Inhalt: Wie Sie Ihre Markenbekanntheit mit Blog und Twitter steigern Warum Ehrlichkeit und Transparenz im Social Web so wichtig sind Wie Sie Ihre Online-Reputation optimieren Welche Strategien erfolgreichen Social Media-Kampagnen zugrunde liegen Welche deutschsprachigen Plattformen für Sie interessant sind konnten Was neue Dienste an zusätzlichen Chancen eröffnen Wie Sie Ihren Erfolg überprüfen Welche rechtlichen Aspekte Sie beachten sollten"

Facebook Marketing für Dummies GRIN Verlag

Social Media Marketing: Mit Social Media Marketing auf Facebook und Instagram eröffnen sich für Unternehmen ganz neue Möglichkeiten im Marketing. Noch nie war es so einfach, die Zielgruppe mit wenigen Mausklicks präzise zu definieren und mit maßgeschneiderten Werbeanzeigen zu erreichen. Dabei bieten Facebook und Instagram noch zahlreiche weitere Möglichkeiten im Marketing. Dieses Bundle aus zwei Bänden für Facebook- und Instagram-Marketing zeigt Ihnen, wie Sie Facebook und Instagram für Ihr Unternehmen richtig nutzen und damit Ihre Bekanntheit erhöhen, als auch zugleich neue Kunden gewinnen können. Facebook Marketing ist das derzeit wohl mächtigste Instrument im Online Marketing. Die Plattform erreicht Millionen an Benutzern in jeder Altersgruppe, sozialen Schicht und Interesse. Zu Beginn stellt das Buch die verschiedenen Funktionen von Facebook vor, bevor es direkt mit dem Einrichten der eigenen Fanpage für Unternehmen weiter geht. Dabei sind auch rechtliche Dinge zu beachten, auf die das Buch detailliert eingeht. Neben der Möglichkeit, durch eigene, gute, interessante und vor allem relevante Inhalte und Postings die Fangemeinde auf Facebook kontinuierlich zu vergrößern bieten Facebook-Ads die Schaltung von Werbeanzeigen zu sehr niedrigen Preisen. Der Erfolg einer Facebook Kampagne hängt dabei im Wesentlichen von der Definition der Zielgruppe ab: Wer genau soll die Anzeige in der Timeline auf Facebook eingeblendet bekommen? Mit den richtigen Einstellungen lassen sich auch bei geringem Werbebudget sehr gute Erfolge erzielen. Das Buch zeigt Schritt für Schritt, wie die Facebook-Kampagne richtig eingerichtet wird und welche Optionen es dabei gibt. Wer in der Öffentlichkeit steht, muss auch mit negativen Kommentaren rechnen. Gerade in den sozialen Netzwerken ist die Hemmschwelle vieler Menschen sehr niedrig, ein negativer Kommentar ist schnell geschrieben und für jeden Besucher Ihrer Fanpage sichtbar. Das Buch zeigt Ihnen, wie man mit negativen Kommentaren am besten umgeht und wie diese dem Unternehmen sogar eine Möglichkeit bieten, sich als stets professionell darzustellen. Das soziale Netzwerk Instagram erzielt

die höchsten Zuwachsraten. Vor allem bei jüngeren gehört die aktive Teilnahme an Instagram längst zum täglichen Internetkonsum dazu. Die Plattform lebt in erster Linie von Fotos und Bildern, die, mit den richtigen Suchbegriffen (Hashtags) versehen, ein breites Interesse erzeugen. Das Buch Instagram zeigt Ihnen, wie Sie von der hohen Popularität Instagrams auch als Unternehmen profitieren können und weshalb es in Ihrem Marketing-Mix auf keinen Fall fehlen sollte. Neben der Einrichtung des eigenen Profils zeigt der Ratgeber, mit welchen Inhalten sich die Zielgruppe am besten erreichen lässt. Der Erfolg einer Marketingkampagne auf Instagram hängt dabei neben den eigentlichen visuellen Inhalten von der Wahl der richtigen Suchbegriffe und der Interaktion mit anderen Teilnehmern ab. Kommentare und deren Beantwortung sind entscheidend für den Erfolg der Kampagne, die nicht durch finanzierte Werbeanzeigen gesteuert wird. - Warum an Social Media Marketing auf Facebook und Instagram kein Weg vorbei führt. - Wie die Profile und Fanseiten richtig eingerichtet werden und welche rechtlichen Bestimmungen dabei für Unternehmen erfüllt werden müssen. - Maßgeschneiderte Werbeanzeigen auf Facebook helfen, auch mit geringem Werbebudget zielgenaue Werbung zu schalten. - Wie man als Unternehmen von der Popularität Instagrams profitiert. - Wie man mit negativen Kommentaren umgeht und diese zum Vorteil des Unternehmens nutzen kann.

Facebook Marketing GRIN Verlag

An Facebook-Werbung führt heutzutage kein Weg vorbei, wenn du als Unternehmer erfolgreich deine Produkte oder Dienstleistungen verkaufen möchtest. Facebook Insider ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für die perfekte Werbeanzeige. Du musst kein Fachmann im Bereich Facebook-Werbung, denn du lernst alles in diesem Ebook.

Praxiswissen Online-Marketing diplom.de

Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, DIPLOMA Fachhochschule Nordhessen; Abt. Hannover, Sprache: Deutsch, Abstract: Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Facebook – Eine offene und vernetzte Welt.....	3
2.1. Von der „Nerd – Idee“ zum Globalplayer.....	3
2.2. Geschäftsplattform mit Synergie.....	4
2.3. Der „Social Media“ – Konsument.....	5
3. Das Fallbeispiel.....	7
3.1. Einführung.....	7
3.2. Ergebnisvorstellung.....	7
3.3. Analyse.....	9
3.4. Schlusswort.....	11
Literaturverzeichnis.....	12
Anhangsverzeichnis.....	13

The Complete Guide to Facebook Advertising John Wiley & Sons

Masterarbeit aus dem Jahr 2015 im Fachbereich Informatik - Wirtschaftsinformatik, Note: 1,3, Philipps-Universität Marburg (Wirtschaftsinformatik), Sprache: Deutsch, Abstract: Retargeting – die gezielte Ansprache von Kunden, die bereits den Internetshop des Unternehmens besucht haben – wird von immer mehr Werbetreibenden genutzt. Retargeting macht bei vielen Unternehmen bereits einen Großteil ihres Werbebudgets aus. Ebenso gewinnt Facebook zunehmend an Bedeutung im Hinblick auf die Steigerung der Markenbekanntheit und ermöglicht Unternehmen einen direkten Kundenkontakt. Social Media ist mittlerweile von großer Bedeutung für den Kommunikationsmix von Unternehmen. Es ist deutlich, dass sich Kunden stark von ihrem eigenen Netzwerk aus Freunden bezüglich der Kaufentscheidung beeinflussen lassen. Diese Word-of-Mouth Kommunikation sollte also bei der Bewertung von Social Media Marketing eine entscheidende Rolle spielen. Bisher herrscht keine Einigkeit über die Erfolgsmessung von Social Media Marketing. Die vorliegende Arbeit soll aufzeigen, unter welchen Umständen Retargeting mittels Facebook erfolgreich ist, welche Vorteile sich daraus ergeben und wie Unternehmen den Erfolg einer solchen Retargeting-Kampagne messen können. Grundlage hierfür sind aktuelle Journals, die der theoretischen Fundierung dienen und mithilfe derer relevante Kennzahlen für die Erfolgsmessung identifiziert wurden. Im zweiten Abschnitt wird zunächst der Begriff des Retargeting näher erläutert und ein Überblick über Möglichkeiten des Marketings mittels Social Media gegeben. Der dritte Abschnitt veranschaulicht, dass Retargeting zu besseren Ergebnissen führt, wenn zusätzlich ein Rabatt gewährt wird. Im vierten Teil wird diese Erkenntnis mittels eines Experimentes verdeutlicht, sowie weitere Faktoren untersucht, welche den Nutzen von Retargeting unterstreichen. Die Daten wurden mittels logistischer Regression analysiert und bewertet. Abschließend folgen eine Empfehlung zur Nutzung des Potenzials von Retargeting und ein Fazit.

Facebook ADS MITP-Verlags GmbH & Co. KG

Social Media Marketing ist ein Thema, das in jeder Branche intensiv diskutiert wird. In der Praxis fällt es Marketing Entscheidern allerdings schwer, die Bedeutung von Social Media Marketing für ihr Unternehmen zu erkennen. Die Zunahme von Wettbewerbern, deren Leistungen sich immer weniger von den eigenen unterscheiden, zwingt Unternehmen die Konsumenten in einer neuen Art anzusprechen, ihre eigenen Leistung in Vordergrund zu stellen und eine Beziehung zu den Konsumenten aufzubauen. Social Media Marketing eignet sich für eine zunehmende Differenzierung zu anderen Unternehmen und für den intensiven Beziehungsaufbau zu den Konsumenten. Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Social Media Marketing seitens der touristischen Leistungsträger. Diese haben eine hohe Chance, durch positive Kommentare und emotionalen Komponenten des Tourismus eine positive Imagewahrnehmung zu erreichen. Internetnutzer verwenden Social Media Anwendungen zunehmend, um sich über touristische Leistungsträger zu informieren. Dadurch verschiebt sich die Kommunikation von einem Push-Prinzip zu einem Pull-Prinzip. Um an den Gesprächen teilzunehmen und wichtige Erkenntnisse für sich zu gewinnen, sollten touristische Leistungsträger Social Media Marketing betreiben. Eine wichtige Social Media Anwendung ist das soziale Netzwerk Facebook. Touristische Leistungsträger wissen in der Praxis nicht, wie sie an das Thema Social Media Marketing herangehen sollen. Als Hilfestellung wird der Einsatz von Social Media Marketing in der Touristik-Branche in dem vorliegenden Buch in folgenden Schritten dargestellt: Zuerst vermittelt eine Einführung zu Social Media Grundkenntnissen, zur Einordnung in das Marketing, Strukturierung und Nutzung von Social Media Anwendungen. Anschließend werden der Tourismusmarkt, die Bedeutung von Social Media Anwendungen für die Touristik und die Bedeutung von Facebook erläutert. Abschließend werden die strategischen Schritte für ein erfolgreiches Social Media Marketing der Touristikbranche auf Facebook systematisch den Phasen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle zugeordnet. Die Arbeit beschäftigt sich ausschließlich mit dem Einsatz von Social Media Marketing für die Touristikbranche im Rahmen der Beziehung zwischen Unternehmen und Endverbraucher (B2C). Eine soziologische Betrachtung des Themas, weshalb sich Internetnutzer zunehmend im Internet und Social Media Anwendungen aufhalten, erfolgt nicht.

Facebook Marketing Für Einsteiger GRIN Verlag

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Dortmund früher Fachhochschule, Veranstaltung: Werbe- & Medienpsychologie, Sprache: Deutsch, Abstract: Weltweit sind die Märkte gesättigt, sodass die Differenzierung von Dienstleistungen und Produkten, welche immer homogener werden zunehmend durch Kommunikation betrieben wird. Unternehmen aus allen Branchen setzen auf effizientes

Erreichen der eigenen Zielgruppen und dem Einsatz von Inhalten, die Aufmerksamkeit erregen. Der Weg vom Produkt- hin zum Kommunikationswettbewerb wird durch das Web 2.0 verstärkt. Man spricht auch vom Mitmach-Web und grundsätzlich von „Social Media“, diese umfassen mehrere Online-Plattformen, die als Informationskanal und Kommunikationstool genutzt werden. Facebook ist eines dieser Medien-Plattformen und ist das weltweit meist genutzte Netzwerk. Durch 1,44 Milliarden monatlich aktive User hat Facebook gerade für Unternehmen erhebliche Relevanz, sodass diese sich mit „Facebook Marketing“ auseinandersetzen.¹ Diese Ausarbeitung soll herausstellen, welche Bedeutung Facebook Marketing für Unternehmen und deren Wettbewerbsfähigkeit in der heutigen Zeit hat. Des Weiteren werden die Vorteile und Nachteile der Nutzung von Facebook als Kommunikationsinstrument in Form einer SWOT Analyse behandelt.

Praxiswissen Online-Marketing Independently Published

Studienarbeit aus dem Jahr 2018 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, , Sprache: Deutsch, Abstract: In der Hausarbeit geht es um die Frage, welche Risiken für Unternehmen bei der Nutzung von Social Media am Beispiel Facebook entstehen können. Social Media gewinnt immer mehr an Bedeutung für Unternehmen. Die allgemeine Nutzung von Facebook ist für Unternehmen kostenlos. Dadurch bietet es sich für Unternehmen an, sich und ihre Produkte zu präsentieren oder direkt mit Kunden zu kommunizieren.

Unternehmen nutzen Social Media vor allen, um virales Marketing zu betreiben. Sie können über Social Media ihre Bekanntheit steigern und Kunden zum Kauf anregen. Auch im Hinblick auf die Kundenbindung durch CRM-Aktivitäten eröffnen soziale Netzwerke interessante Möglichkeiten. Doch entstehen neben den zahlreichen Vorteilen, die Social Media Plattformen mit sich bringen, auch Nachteile in Form von Risiken? In dieser Hausarbeit analysiere ich die Risiken, die Unternehmen bei der Nutzung von Social Media, insbesondere bei Facebook, beachten müssen. Facebook ist die größte Social Media Plattform und stellt somit für Unternehmen das interessanteste Netzwerk. Dabei untersuche ich, welche Risiken für den B2B-, den B2C- und CRM-Bereich entstehen und wie groß die Risiken durch die eigenen Mitarbeiter eines Unternehmens sind. Ebenso analysiere ich, welche Risiken durch Shitstorms entstehen und wie das Eintreten von Risiken minimiert werden kann. Um die Risiken zu analysieren, habe ich vor allem Statistiken und Beobachtungen herangezogen. Ich untersuche bei meiner Forschungsfrage sämtliche Risiken für alle Arten von Unternehmen, die Social Media Plattformen für Werbezwecke nutzen, um ihren Profit oder ihr Image zu erhöhen. Ich werde in meiner Forschungsfrage nur die Risiken von dem Medium Facebook erörtern, wenn Unternehmen dieses als Werbeplattform nutzen. Risiken durch andere Social Media Plattformen, wie beispielsweise Xing oder Twitter, berücksichtige ich nicht, weil Facebook das meist genutzte Medium ist. Das macht es zum besten Beispiel, um die Risiken durch die Nutzungen von Social Media zu analysieren.