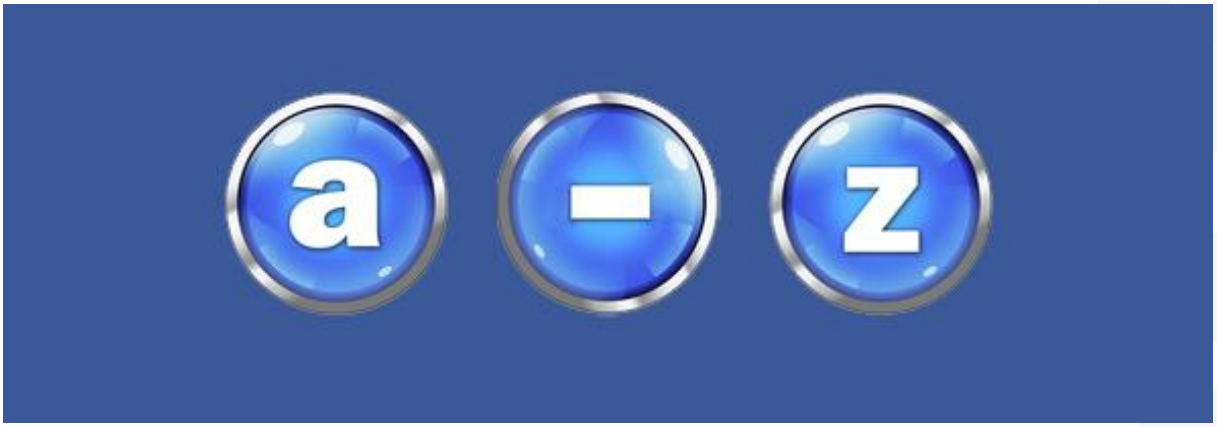
Whitepaper

Das große Facebook Lexikon von A - Z



© 2016 morefiremedia GmbH

Das große Facebook Lexikon von A bis Z

Um etwas Licht ins Dunkle zu bringen und die Facebook-Begriffe und Anglizismen zu klären haben wir dieses Whitepaper erstellt. Hier finden Sie alle wichtigen und gängigen Begriffe von A bis Z kurz erklärt.

A

Abonnieren - Wenn man jemanden abonniert, werden seine Beiträge im Newsfeed angezeigt. Freunde sind zu Beginn automatisch abonniert.

Account - Ist das persönliche Konto.

Administrator - Ist ein Status der Zugriffsberechtigung. Administratoren können alle Aspekte der Seite verwalten, Nachrichten senden und Inhalte veröffentlichen, Werbeanzeigen erstellen, Statistiken anzeigen sowie Rollen für die Seite zuweisen. Eine Übersicht der einzelnen Rollen finden Sie hier.

Ads - Facebook Werbeanzeigen sind kostenpflichtige Veröffentlichungen von Inhalten. Detaillierte Infos dazu gibt es in folgendem Artikel.

Aktivitätenprotokoll - Ein Protokoll der Seite, das alle veröffentlichten sowie vorausgeplanten Inhalte auflistet.

Allfacebook - Der wohl größte und bekannteste Facebook Blog in Deutschland. Immer gut für Trends, Neuigkeiten & Tipps.

Anwendungen - Apps werden entwickelt, um Nutzererfahrungen auf Facebook zu verbessern. Es gibt eine Vielzahl von Apps die unterschiedliche Ziele verfolgen, u. a. Unterhaltung, Information und Hilfestellung. Im App-Zentrum können Apps hinzugefügt werden, wenn sie von Interesse sind.

App - siehe Anwendungen.

© 2016 morefiremedia GmbH

B

Beitrag - Kann eine Textnachricht, ein Foto, Video, Album und/oder Link sein. Sie werden auf der eigenen Seite als Status gepostet.

Benachrichtigungen - Meldungen über ein Ereignis (z.B. Kommentare, Anfragen).

Berichte - Sind Informationszusammenstellungen von Facebook zu den Kennzahlen eines Werbekontos. Diese können individuell eingerichtet und automatisiert erstellt werden.

Blockieren - Blockierte Personen tauchen nicht mehr in der Freundesliste auf, können keine Unterhalten beginnen und auch die eigenen Seitenbeiträge nicht mehr sehen. Blockierungen beruhen auf Gegenseitigkeit.

Business Manager - Mit dem Business Manager können Unternehmen den Zugriff auf ihre Werbekonten und Seiten steuern.

C

Chat - Private Unterhaltung zwischen Nutzern.

Chronik - Die chronologische Auflistung aller Beiträge eines Profils oder einer Seite.

Community Management - Siehe Wallmanagement.

Copyright - Das Thema Urheberrecht ist bei Facebook nicht ganz eindeutig geklärt. Informationen gibt es hier.

Custom Audience - Werden im Targeting von Werbeanzeigen eingesetzt. So können Sie auf Facebook Nutzer mit Werbeanzeigen erreichen, die Sie bereits kennen. Detaillierte Infos können hier nachgelesen werden.

© 2016 morefiremedia GmbH

D

Datenschutz - Jeder der auf Facebook agiert muss sich auch mit dem Thema Datenschutz beschäftigen. Die Datenschutzbestimmungen von Facebook sollten Sie vorher genau lesen.

Direktnachrichten - Unternehmen haben die Möglichkeit über Fanpages Nachrichten von Nutzern zuzulassen.

E

E-Mail Adresse - Die @facebook.com-Adresse ist eine optionale E-Mail-Adresse für dein Facebook-Konto, die auf dem Nutzernamen basiert. E-Mail-Nachrichten, die an @facebook.com-Adresse gesendet werden, werden an die primäre E-Mail-Adresse weitergeleitet.

Edge Rank - Ein nicht fest von Facebook definierter KPI. Ein Algorithmus berechnet, wie sehr ein einzelner Fan mit der Seite interagiert.

F

Fan - Ein Nutzer, der auf einer Seite „gefällt mir“ geklickt hat.

Fanpage - siehe Seite.

Favoriten - Die Favoritenliste ist eine Sammlung gespeicherter Links zu Funktionen wie Apps, Gruppen und Seiten. Sie befindet sich auf der Startseite über der linken Spalte.

Freunde - Nicht als „Freund“ im eigentlichen Wortsinn zu verstehen, sondern Bezeichnung für eine andere Privatperson auf Facebook, mit der man sich vernetzt hat. Nur Profile können miteinander befreundet sein.

Fotos - Alle geposteten Fotos werden in Facebook hinterlegt. Unter dem Tab Fotos befinden sich alle Fotos auf denen die Person markiert wurde, die sie selber hochgeladen hat oder ganze Alben mit Bildern.

© 2016 morefiremedia GmbH

G

„Gefällt Mir“ - Angabe, dass man etwas gut findet.

Gesponserte Meldung - Sind bezahlte Beiträge die im Stream der Nutzer der ausgewählten Zielgruppe gezeigt werden.

Graph Search - Nur für Facebook (English US) verfügbar. Soziale Suche, über die nach verknüpften Begriffen gesucht werden kann.

Gruppe - von Privatperson gegründete Plattform innerhalb von Facebook, die dem privaten Austausch von Meinungen zu einem bestimmten Thema dient.

H

Handlungen - Die Anzahl der zu einer Werbeanzeige vorgenommenen Handlungen, nachdem jemand die Werbeanzeige gesehen hat, selbst wenn nicht darauf geklickt wurde. („Gefällt mir“-Angaben, App-Installationen, Conversions, Veranstaltungszu-/absagen usw.)

Hash-Tag - # Dient der thematischen Einordnung eines Beitrags

Hilfe - Die Facebook Hilfe bietet dem Nutzer ein umfassendes Portal mit Informationen an. Für Werbeanzeigenkunden ist der Support jedoch etwas dürftig.

I

Impressum - Jede Fanseite benötigt ein eigenes Impressum. Wichtig ist, dass dieses Impressum sowohl lokal als auch mobil sofort zu sehen sowie erreichbar ist.

Insights - Nutzungsstatistiken, die eine Seite für ihre Administratoren ausgibt.

© 2016 morefiremedia GmbH

Instagramm - Ist ein kostenloser Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos und wurde von Facebook übernommen. Werbeanzeigen können ebenfalls über eine Verknüpfung mit Facebook geschaltet werden.

Interaktionsrate - Ist der Prozentsatz von Nutzern, die einen Beitrag gesehen und ihn mit „Gefällt mir“ markiert, geteilt, angeklickt oder kommentiert haben. Je höher die Interaktionsrate, desto erfolgreicher bewertet Facebook einen Post und desto höher ist die Reichweite.

Interessen - Fanseiten, bei denen Sie mit Ihrem privaten Profil Fan sind, können in unterschiedliche Interessenlisten eingetragen werden. Damit können Postings der jeweiligen Fanseite für die eigene Pinnwand kategorisiert und favorisiert werden.

J

K

Kommentare - Jeder Facebook-Nutzer hat die Möglichkeit Kommentare unter anderen Postings zu veröffentlichen. Die Funktion ermöglicht die Interaktion zwischen dem Leser von Postings und dem Autoren.

L

Likes - siehe „Gefällt mir“

Like-Button - eines der Social Plugins von Facebook, mit dem Inhalte von einer externen Website in das eigene Facebook-Profil weiterempfohlen werden können.

M

Markieren - Freunde können Sie auf Fotos oder auch Textnachrichten markieren. In den Privatsphäre-Einstellungen kann man festlegen, dass man einer Markierung erst zustimmen muss.

© 2016 morefiremedia GmbH

Meilensteine - Die Chronik von Facebook erlaubt es Ihnen, besondere Ereignisse für Ihre Fanseite als Meilenstein zu verewigen. Meilensteine können mit Bildern sowie Informationen versehen werden.

Messenger - Mobile Version des Facebook-Chats.

N

Nachricht - Nicht-öffentliche Privatnachrichten, die zwischen zwei oder mehreren Nutzern verschickt werden können.

Netiquette - Sind die Facebook Spielregeln die einzelne Fanseiten festlegen.

Newsfeed - Nachrichtenstrom von Beiträgen derjenigen, mit denen Sie sich vernetzt haben. Der Newsfeed wird entweder automatisch oder vom Nutzer über Listen definiert zusammengestellt.

Nutzer - Privatperson, die Facebook nutzt.

O

Orte - Seite, die mit einer bestimmten Adresse verknüpft ist, bei der man einchecken kann.

P

Pixel - Ist ein HTML-Code, über das unterschiedliche Funktionen gelöst werden können. Zum einen kann man den Erfolg einer Werbekampagne messen und zum anderen Besucher, die eine mit Pixel versehene Seite besuchen, wieder ansprechen. Alles über das Pixel - Hier nachlesen.

Places - siehe Orte.

Post/Posten/Posting - Das Veröffentlichen von Beiträgen wird auch Posten genannt. Etwas, das man gepostet hat, nennt man Posting.

© 2016 morefiremedia GmbH

Power Editor - Wer mit Facebook Ads arbeitet wird gerne auf den Power Editor zurückgreifen. Dieser bietet die Möglichkeit Änderungen offline an einer Kampagne vorzunehmen und diese dann gesammelt hochzuladen/aktivieren. Tipps, wie Sie große Mengen an Daten bewältigen können, haben wir hier zusammengefasst.

Profil - Persönliche Präsenz innerhalb von Facebook, über die Sie sich mit anderen als Freund vernetzen und Informationen mit ihnen teilen.

Profilbild - Das quadratische Bild oben links auf jeder Seite. Das Bild sollte immer aussagekräftig sein. Das Bild hat eine Größe von 180 x 180 Pixel.

Q

R

Reaktionsfreudigkeit - Facebook bewertet die Reaktionszeit auf eingehende Nachrichten. Seiten, die eine hohe Antwortquote und eine schnelle Reaktionszeit haben, werden mit einem Icon belohnt, das für jeden sichtbar ist. Mehr dazu hier.

Reichweite - Die Zahl der Personen, die einen Beitrag auf Ihrer Seite gesehen haben.

Relevanz - Facebook hat die Relevanzbewertung für Werbeanzeigen eingeführt. Jede Werbeanzeige wird auf einer Skala von 1 bis 10 für die ausgewählte Zielgruppe bewertet. Je höher die Relevanz, desto günstiger wird die Anzeigenschaltung.

S

Seite - Von einer Organisation, Initiative oder Person des öffentlichen Lebens geführtes Profil. Nutzer befreunden sich nicht mit Seiten, sondern werden durch einen „gefällt mir“-Klick zu Fans.

Seitenmanager - Ein Programm für mobile Endgeräte, mit dessen Hilfe man Seiten verwalten kann.

© 2016 morefiremedia GmbH

Silicon Valley - Das Silicon Valley ist der südliche Teil der San Francisco Bay Area. Es ist einer der bedeutendsten Standorte der IT- und High-Tech-Industrie weltweit. Hier entstanden große namhafte Unternehmen, wie Apple, Google, Adobe, Yahoo, eBay, Facebook und Amazon.

Smartlists - Von Facebook vorgefertigte Listen, denen man seine Freunde zuordnen kann.

Social PlugIns - Auf Websites einbettbare Erweiterungen von Facebook, die der Vernetzung mit Fanseiten oder dem Weitersagen externer Inhalte nach Facebook dienen.

Startseite - Facebook-Ansicht, zu der man nach dem Einloggen gelangt. Schaltzentrale für Newsfeeds und weitere Navigation.

Status(-meldung) - Die einfachste Form eines Beitrags. Eine Textnachricht ohne Anhang.

Statistiken - Facebook bietet Seitenadministratoren eine Vielzahl an Statistiken und Auswertungen an. Hier lohnt sich ein genauer Blick um Content-Strategien zu entwerfen oder die Zielgruppe genauer kennenzulernen.

T

Tab - Die Reiter unter dem Coverfoto einer Seite, auf denen sich beispielsweise Fotos, Seiteninformationen oder Apps befinden.

Targeting - Werbeanzeigen können Sie für bestimmte Zielgruppen veröffentlichen, die Auswahl bezeichnet man als Targeting.

Teilen - Einen Beitrag oder eine Seite weitersagen.

Timeline - siehe Chronik.

Titelbild - Das große Bild, das sich quer über Ihre Seite oder Ihr Profil erstreckt. Größe 851×315 Pixel.

© 2016 morefiremedia GmbH

U

Unternehmenskonto - Eigene Art von Konto, das kein Profil beinhaltet und nur zum Erstellen einer Seite für ein Unternehmen etc. dient.

V

Veranstaltungen - Können auf Facebook durch ein Profil oder eine Seite angelegt werden und werden z.B. für Konferenzen, Partys oder größere Events benutzt.

Veröffentlichte Beiträge - Sind in der Chronik für die zuvor eingestellte Zielgruppe sichtbar. Im Wallmanagement können Beiträge vorgeplant werden. Das heißt, sie werden erst zu einem bestimmten Zeitpunkt veröffentlicht.

Videos - Videos können per Link oder Datei auf der Wall gepostet werden. Ebenfalls können spezielle Video Ads geschaltet werden.

Viralität - Der Wert der Viralität ist ein Analyseinstrument für die Statistiken einer Fanseite.

W

Wallmanagement - Das Veröffentlichen von Beiträgen ist kein Zufallsprodukt. Neben Inhalten, Zeiten, Interaktionen werden hier viele wichtige Informationen für Unternehmen abgeleitet. Wie erfolgreiches Wallmanagement auf den Weg gebracht werden kann - Mehr Tipps gibt es hier.

Werbeanzeigenmanager - Im Werbeanzeigenmanager können Anzeigen erstellt und verwaltet werden.

X

© 2016 morefiremedia GmbH

Y

Youtube-Videos - Können per Link auf der Wall gepostet werden und erscheinen somit auch im Newsfeed.

Z

Zielgruppe - Die Zielgruppe ist das Herzstück von Facebook Ads. Durch die persönlichen Angaben bietet Facebook die Möglichkeit Zielgruppen neben demografischen Merkmalen auch nach Interessen zu selektieren. Wenn Sie mir über Ihre Zielgruppe und deren Interessen erfahren wollen helfen die Audience Insights.

Zuckerberg - Mark Elliot Zuckerberg (* 14. Mai 1984) ist der Gründer von Facebook.

© 2016 morefiremedia GmbH

Sie möchten mehr erfahren?

Hanna Stockhaus
hanna@morefiremedia.de

+49 221 47 45 86 14

Kontakt:
morefiremedia GmbH
Friesenplatz 25, 50672 Köln

Telefon: +49 221 47 45 86 14
Mail: info@morefiremedia.de

http://www.morefiremedia.de
http://www.facebook.com/morefiremedia
http://www.marketingfire.de

© 2016 morefiremedia GmbH