

Leitfaden für Beratungskräfte III: Aufbau der beruflichen Präsenz in sozialen Medien (Beispiel: Einrichtung einer Facebook-Seite)

Anleitung zur Einrichtung und Nutzung Einer neuen Facebook-Seite

1. Schritt:

Nach der erfolgreichen Registrierung auf Facebook wird den Nutzenden die persönliche Startseite angezeigt. Diese besteht aus mehreren Elementen wie: die Navigationsleiste (Ziff. 1), die Seitenleiste (Ziff. 2), das News Feed (Ziff. 3). Ganz rechts auf der Navigationsleiste befinden sich vier Symbole. Durch Anklicken auf das Menü wird der Bereich „Erstellen“ und die untergeordnete Option „Seite“ eingeblendet.

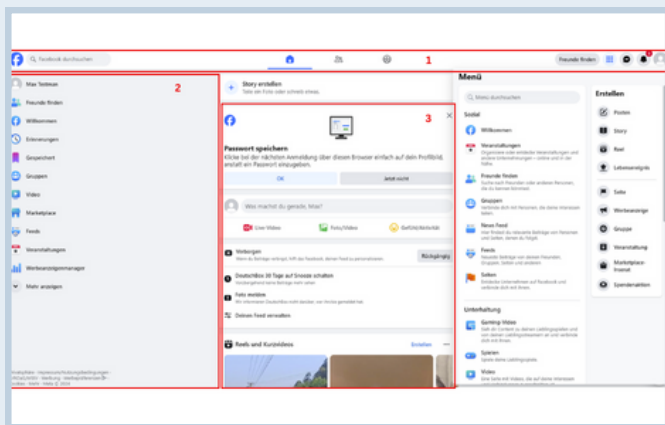


Abbildung 1: Startseite eines Facebook-Profiles mit dem ersten Schritt zur Erstellung einer Facebook-Seite

2. Schritt:

Da es sich hierbei um ein Pflichtfeld handelt, muss der Name der Facebook-Seite festgelegt werden. Ebenfalls verpflichtend ist die Auswahl von bis zu drei Kategorien für die Seite. Die Kategorien, die bei der Erstellung einer Facebook-Seite ausgewählt werden müssen, beziehen sich in den meisten Fällen auf die Art des Unternehmens, der Organisation oder der Seite selbst. Diese Kategorien helfen dabei, die Seite besser zu klassifizieren und den Nutzenden zu zeigen, welche Art von Inhalten sie erwarten können. Beispiele für solche Kategorien könnten sein: Unternehmen / Brand, lokales Unternehmen, Organisation / gemeinnützige Organisation, Künstler*innen, Musiker*innen, Band, Gemeinschaft und andere ähnliche Optionen.

Bei der Kategorisierung hilft die Eingabe von Schlagwörtern, auf deren Grundlage Facebook eigene Vorschläge macht. Der Abschnitt "Bio" ist optional. Es ist jedoch empfehlenswert, aus Transparenzgründen hier kurz das Angebot zu beschreiben, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Beschreibung aufgrund einer Zeichenbegrenzung nicht länger als 255 Zeichen sein darf.

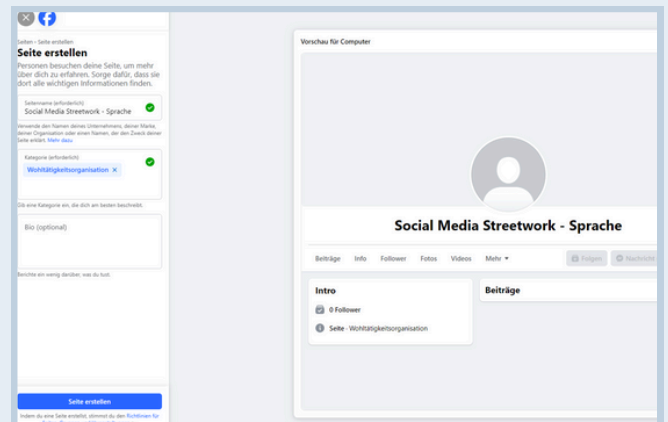


Abbildung 2: Zweiter Schritt bei der Erstellung einer Facebook-Seite mit der Eingabe von Namen, Kategorie und Bio

3. Schritt:

Nach dem Drücken der Taste „Seite erstellen“ folgen 5 zusammenhängende weitere Stufen, die durchlaufen werden müssen, um das Einrichten der Seite erfolgreich abzuschließen. Diese sind wie folgt:

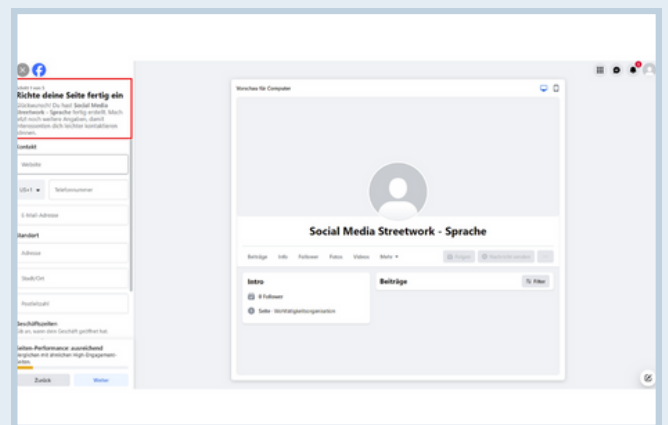


Abbildung 3: Eingabe von Kontaktinformationen bei der Erstellung einer Facebook-Seite

Die erste Stufe besteht aus den Kontaktinformationen. Zusammen mit dem Feld "Bio" bilden sie den Abschnitt "Intro". Zwecks Sichtbarkeit auf der Seite empfiehlt es sich, die Websites, die Datenschutzerklärung und das Impressum hier zu verlinken. Die Verwendung eines Titel- und Profilbildes, das den Namen der Organisation, des Projekts und der Fördernden beinhaltet, ist notwendig, damit die Facebook-Seite transparent als berufliche Präsenz identifiziert werden kann. Dies erfolgt in Stufe 2.

Leitfaden für Beratungskräfte III: Aufbau der beruflichen Präsenz in sozialen Medien (Beispiel: Einrichtung einer Facebook-Seite)

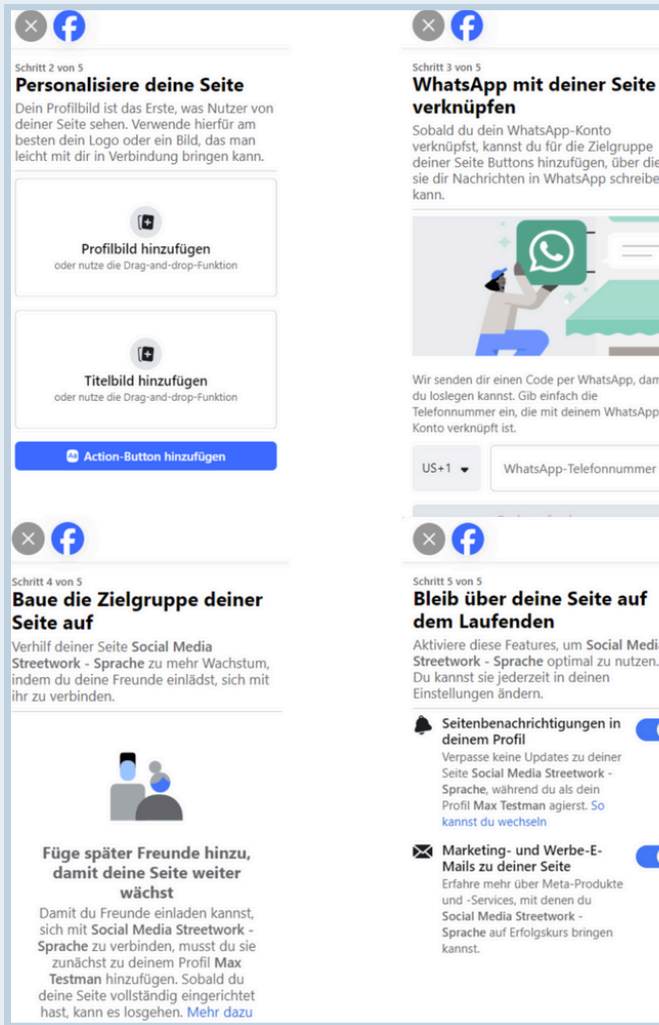


Abbildung 4: Stufe 2 bis 5 bei der Erstellung einer Facebook-Seite

Teil von Stufe 2 ist der „Action Button“. Der „Action Button“ auf Facebook ist eine spezielle Schaltfläche auf Unternehmensseiten, der es Besuchenden ermöglicht, direkt mit dem Unternehmen zu interagieren. Je nach Unternehmenszielen kann der Button verschiedene Aktionen auslösen, wie beispielsweise das Senden einer Nachricht, den Besuch der Unternehmenswebsite, das Tätigen eines Anrufs oder das Vereinbaren eines Termins. Das Hinzufügen eines „Action Buttons“ fördert die Interaktion zwischen Unternehmen / Projekt und Zielgruppen und verbessert die Benutzerfreundlichkeit der Facebook-Seite. Folgende Optionen stehen zur Auswahl:

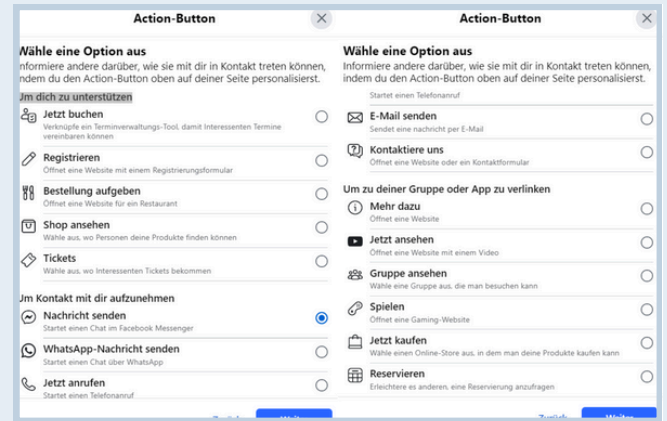


Abbildung 5: Auswahlmöglichkeiten beim Hinzufügen eines Action-Buttons

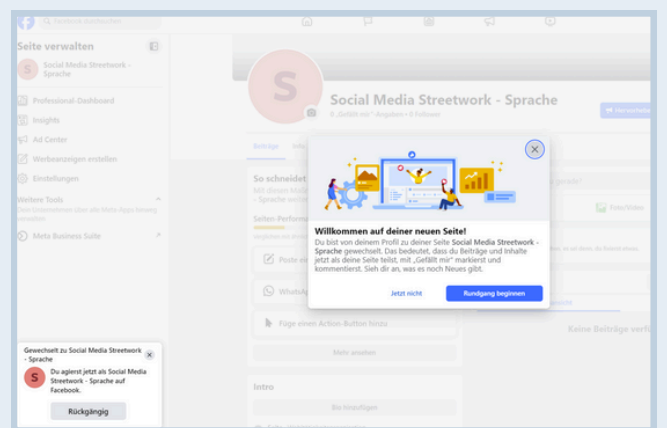


Abbildung 6: Bestätigungsansicht der Erstellung einer Facebook-Seite

Nun folgt eine dreischriftige Anleitung:

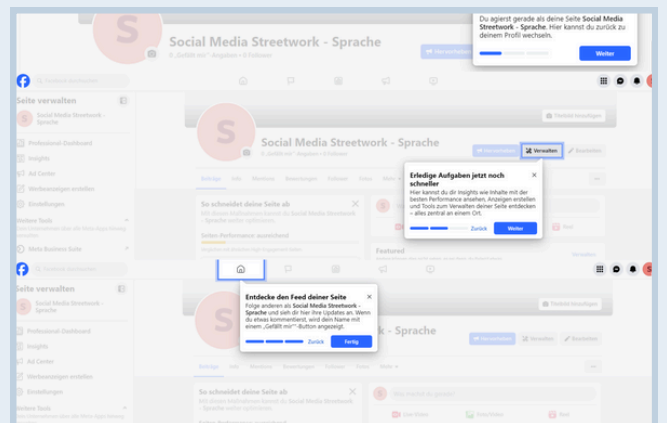


Abbildung 7: Erste Hinweise zur Verwendung der Seite

Leitfaden für Beratungskräfte III: Aufbau der beruflichen Präsenz in sozialen Medien (Beispiel: Einrichtung einer Facebook-Seite)

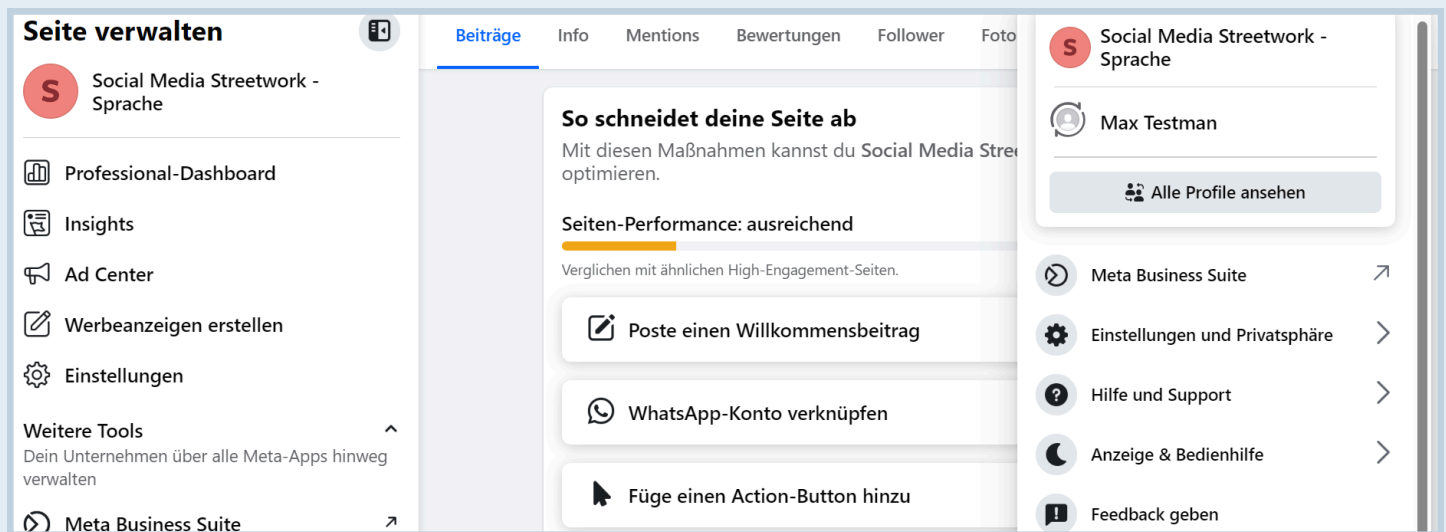


Abbildung 8: Menüpunkt, der die Wahl zwischen Profil und Seite ermöglicht

Zusätzlich erscheint bei jedem Wechsel zwischen Profil und Seite ein Hinweis in der linken unteren Ecke. Dieser informiert darüber, ob Profil oder Seite zurzeit in Benutzung ist:

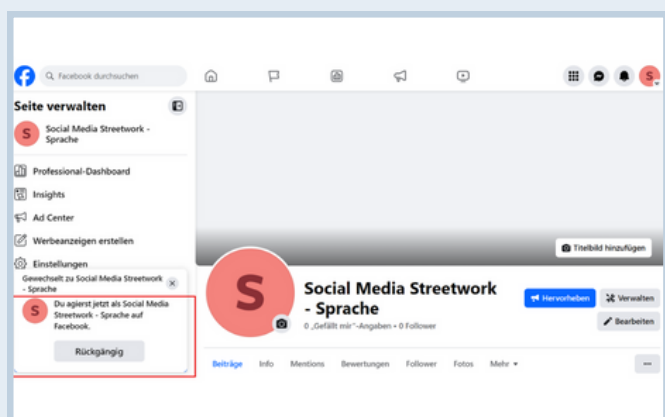


Abbildung 9: Benachrichtigung über den Wechsel vom Profil zur Seite und umgekehrt

Tipp: Für mehrsprachige Beratungsaktivitäten auf Facebook gibt es je nach den Besonderheiten und der Kapazität des Teams/Projekts im Prinzip zwei Möglichkeiten, was die Erstellung und Pflege von Facebook-Seiten betrifft.

Die erste ist, für jede Sprache eine eigene Seite anzulegen. Dies kann dazu beitragen, dass diese Seite eindeutig als eine Seite identifiziert wird, die nur für eine Sprachcommunity arbeitet. Die zweite Möglichkeit besteht darin, unabhängig von der Anzahl der Projektsprachen eine einzige Seite für das gesamte Projekt einzurichten. Die Seite kann dann von allen Teammitgliedern genutzt werden, wobei jedes Teammitglied über ein eigenes Facebook-Profil und somit den gleichen Zugang zu der Facebook-Seite verfügt.

Dies kann den Vorteil haben, dass eine Person im Team als Hauptentwickler*in und Administrator*in der Seite und ihrer Inhalte fungiert. Sollten auf der Seite Inhalte in mehreren Sprachen veröffentlicht werden sollen, wäre jedoch die Beteiligung der anderen Teammitglieder für die Übersetzung und Verbreitung der übersetzten Inhalte in den passenden Facebook-Gruppen notwendig. Die Erstellung einer neuen Facebook-Seite erfordert keine zusätzlichen Schritte, aber Sie sollten die in dieser Anleitung beschriebenen Anweisungen befolgen. Darstellung der Social Media Streetwork (SoMS) Facebook-Seite in Rumänisch inklusiver aller projektbezogener Daten/ Infos:



Abbildung 10: Eine vollständige Projektseite und die Positionierung projektbezogener Informationen

Nun sind die ersten Schritte für den professionellen Online-Auftritt auf Facebook getan. Als Nächstes geht es darum, die richtigen Gruppen zum Auffinden Ihrer Zielgruppe zu finden.

© MINOR

Das Vorhaben „Social Media Streetwork – Mehrsprachige Erstinformation und Verweisberatung in sozialen Medien gegen Marginalisierung“ wird im Rahmen des Programms „EhAP Plus – Eingliederung hilft gegen Ausgrenzung der am stärksten benachteiligten Personen“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert und von der Gleichbehandlungsstelle EU-Arbeitnehmer bei der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration zugleich Beauftragten der Bundesregierung für Antirassismus kofinanziert.

Gefördert durch:



Kofinanziert durch:

