

10 Facebook Guidelines

Der Facebook Algorithmus priorisiert Inhalte von Freunden und Familie.
 Top Ranking Faktoren: Kommentar, Sharing über Messenger an Freunde, Interaktion bei gemeinsamen Inhalten

- Aufbau einer Community ist essentiell
- Multimediale Inhalte erhöhen Interaktion
- Facebook-Werbeanzeigen / gesponsorte Posts für Seiten ggfs. erforderlich

11 Facebook Guidelines

Profil

- Vollständig ausgefülltes Profil
- Sprache der Zielgruppe berücksichtigen ✓
- Call to Action Button ✓

12 Facebook Guidelines

Posts

- Posten wenn Zielgruppe online ist (nach Schulschluss) → ab 13:00 Uhr
- Tendenziell beste Uhrzeit: zwischen 13:00 und 15:00 Uhr
- Tendenziell beste Tage: Do, Fr, So
- Call to Action ✓
- Kurz und prägnant (Teaser)
- Ideal sind 80 Zeichen kombiniert mit Bild oder Link
- 1 fixen Post pinnen, der Organisation und Mission beschreibt (für neue Besucher)
- Meilensteine hinzufügen

13 Facebook Guidelines

Bilder

- Titelbild: 851 x 315 Pixel, unter 100 KB
- Beitragsbilder: 1200 x 630 Pixel (oder 1.91:1 Format beibehalten)
- Ggfs. mit Motto oder Call to Action um Inhalt / Mission deutlicher darzustellen
- horizontale Bilder, ggfs. Verwendung von PNG-Dateien um Qualität zu verbessern

14 Content

- Was sind die Pain Points der regional übergeordneten Projekte und wie kann ich dazu beitragen?
- Mögliche Inhalte für Beiträge, die in Interaktion stehen können
- Qualität einer "Facebook"-Post: Typen für ein erfolgreiches intermedialen Fernstudienprojekt
- Ziele für Beiträge: z.B. "Registrierung für gemeinsame Workshop-Themen", "Anmeldung zum Workshop", "Anmeldung zum Workshop"
- Kommunikation: "Was ist diese Seite?"
- Teilnehmende, die sich als Interessierte registrieren
- Formulierungen überlegen: Ist es notwendig von Hand? Persönliche Rückmeldung zu Sprache? Abgrenzen: Intermedialität, Schulprojekte, Intermedialität, Schulprojekte

Facebook Guidelines

Allgemein	<ul style="list-style-type: none"> • Vollständig ausgefülltes Profil • Sprache der Zielgruppe berücksichtigen ✓ • Call to Action Button ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Gründungs-/Startdatum, Kontaktinfo, Inhalte, Aufgaben, Story, Impressum
Posts	<ul style="list-style-type: none"> • Posten wenn Zielgruppe online ist (nach Schulschluss) → ab 13:00 Uhr • Call to Action ✓ • Kurz und prägnant (Teaser) • 1 fixen Post pinnen, der Organisation und Mission beschreibt (für neue Besucher) • Meilensteine hinzufügen 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendenziell beste Uhrzeit: zwischen 13:00 und 15:00 Uhr • Tendenziell beste Tage: Do, Fr, So • Ideal sind 80 Zeichen kombiniert mit Bild oder Link
Bilder	<ul style="list-style-type: none"> • Titelbild: 851 x 315 Pixel, unter 100 KB • Beitragsbilder: 1200 x 630 Pixel (oder 1.91:1 Format beibehalten) • horizontale Bilder, ggfs. Verwendung von PNG-Dateien um Qualität zu verbessern 	<ul style="list-style-type: none"> • Ggfs. mit Motto oder Call to Action um Inhalt / Mission deutlicher darzustellen