

# FACEBOOK ANGEBOTE ERSTELLEN: SO GEHT'S

Veröffentlicht am 29. April 2013 von Annette

Rabattaktionen und Gutscheine auf Facebook sind für Unternehmen von besonderer Wichtigkeit und ein essentieller Teil [...]

**Rabattaktionen** und **Gutscheine** auf Facebook sind für Unternehmen von besonderer Wichtigkeit und ein essentieller Teil des [Facebook Marketings](#). Sie sind **für Kunden attraktiv** und deswegen ein Grund, eine [Fanpage](#) mit "Gefällt mir" zu markieren - und so zur **Suchmaschinenoptimierung** des Unternehmens beizutragen.

Facebook Angebote sind schnell und einfach erstellt:

1. Klicken Sie bei dem Fenster, wo Sie sonst Ihre **Statusmeldung** eingeben, oben auf den Reiter "Angebot, Veranstaltung +" und dann auf "Angebot".
2. Jetzt können Sie zwischen **verschiedenen Optionen** auswählen: "**nur im Geschäft**", "**im Geschäft und online**" oder "**nur online**".
3. Jetzt kann ein **Miniaturbild** von 86 x 86 Pixel hochgeladen werden, größere Bilder werden nur im Ausschnitt dargestellt. Es kann eine **Überschrift** von 90 Zeichen eingegeben werden. Ein Klick auf das Kalender-Icon erlaubt das **Einstellen der Menge** (Wie oft ist das Angebot gültig?) und die **Dauer der Aktion**.
4. Klickt man auf das Symbol mit dem **Strich-Code**, kann optional ein 12-stelliger UPC-A- oder 13-stelliger EAN-Code eingegeben werden, der **im Geschäft** eingelöst werden kann.
5. Unter "**Allgemeine Geschäftsbedingungen**" können zusätzliche Bestimmungen eingegeben werden. Dafür stehen 900 Zeichen zur Verfügung.
6. Bei der Version "**Nur online**" kann man eine Internetadresse angeben, unter der das Angebot eingelöst werden kann, also wahrscheinlich die Adresse eines Online-Shops. Optional kann noch ein Gutscheincode hinterlegt werden. Auch hier kann man Menge und Dauer bestimmen sowie zusätzliche AGB angeben.
7. Anschließend wird das **Werbudget** festgelegt. Laut Facebook **kostet das Erstellen eines Angebots beim ersten Mal nichts**. Danach sind **Gebühren** fällig. Bezahlt wird nach Reichweite. Je mehr Fans das Angebot in ihrer Timeline sehen sollen, umso teurer wird es für das Unternehmen. Nun nur noch ein Klick auf „**Teilen**“ und schon ist das Angebot für jeden auf Facebook sichtbar.

Unternehmen, die bei Facebook aktiv sind und eine größere Fangemeinde haben, sollten auf jeden Fall Gebrauch von der Möglichkeit machen, Angebote zu erstellen. Wichtig ist, hier auch [auf die Uhrzeit](#) zu achten. Vielleicht bietet sich ja sogar das [Wochenende](#) als Zeitpunkt an? Durch die

**soziale Konzeption** der Angebote kann die **Reichweite enorm** sein: Alle Freunde eines Benutzers sehen, wenn er ein Angebot in Anspruch nimmt. Man sollte es allerdings nicht übertreiben und das Tool maßvoll einsetzen.