

10 Tipps für erfolgreiche Facebook-Gewinnspiele



10 Tipps für erfolgreiche Facebook-Gewinnspiele

- **Prüfen Sie sorgfältig, ob sich ein Facebook-Gewinnspiel für Sie auch wirklich auszahlt:** Unternehmen, die im B2B-Umfeld tätig sind, profitieren weniger von einem Gewinnspiel als Unternehmen im B2C-Bereich.
- **Setzen Sie sich konkrete Ziele:** Wollen Sie Ihre Markenwahrnehmung steigern, neue Fans gewinnen oder ein neues Produkt vorstellen?
- **Machen Sie sich unbedingt mit den Richtlinien von Facebook für die Durchführung von Gewinnspielen vertraut:** Sie vermeiden damit, dass Ihre Facebook-Seite gelöscht wird.
- **Suchen Sie sich einen erfahrenen Dienstleister, der Ihre Gewinnspiel-App oder Ihren Tab für Sie realisiert:** Sie vermeiden so unnötige Kosten und stellen sicher, dass Ihr Gewinnspiel problemlos funktioniert.
- **Wählen Sie Preise, die für Ihre Fans wirklich interessant sind:** Stimmen Sie Ihre Gewinnspielpreise mit den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe ab. Und achten Sie darauf, dass der Wert der Preise in einem angemessenen Verhältnis zum Teilnahme-Aufwand steht.



10 Tipps für erfolgreiche Facebook-Gewinnspiele

- **Machen Sie Ihren Fans die Teilnahme so einfach wie möglich:** Ein geringer Aufwand zur Teilnahme erhöht die Zahl Ihrer Teilnehmer deutlich.
- **Sorgen Sie dafür, dass Ihr Gewinnspiel-Tab auf Ihrer Facebook-Seite gut sichtbar ist:** Sie erhöhen damit die Zahl der Teilnehmer.
- **Bewerben Sie Ihr Gewinnspiel:** Facebook-Ads und andere Maßnahmen garantieren Ihnen ausreichend Reichweite und viele Teilnehmer.
- **Werten Sie die im Gewinnspiel-Kontext gewonnenen Daten aus:** Sie liefern Ihnen wertvolle Erkenntnisse über Ihre Zielgruppe und für zukünftige Aktionen.
- **Setzen Sie den Dialog mit Ihren Fans kontinuierlich fort!**



Alle Einschränkungen kurz für Sie zusammengefasst:

Sie dürfen keine Promotionen durchführen,

- die die Standardfunktionen von Facebook (z.B. Chronik, Bildergalerie, Videos, Notizen sowie deren Subfunktionen wie Kommentare, Teilen, "Gefällt mir") nutzen
- die nicht innerhalb einer Anwendung (Canvas- oder Tab-Applikation) durchgeführt werden
- deren Teilnahmebedingungen nicht explizit bei der Registrierung abgefragt werden
- zu deren Teilnahme nur ein Klick auf „Gefällt mir“ oder der „Check-In“ an einem Ort und keine weiteren Schritte für die Registrierung nötig sind
- bei denen keine „externen“ Kontaktdaten abgefragt werden, um Teilnehmer im Gewinnfall außerhalb von Facebook informieren zu können
- bei denen Preise unter allen Fans einer Seite verlost werden, ohne dass eine weitere Anmeldung über ein Formular in einer Applikation notwendig ist
- bei denen keine Teilnahmebedingungen existieren

Alle Einschränkungen kurz für Sie zusammengefasst:

- bei denen nicht darauf hingewiesen wird, dass die Promotion in keiner Verbindung zu Facebook steht und in keiner Weise von Facebook gesponsert, unterstützt oder organisiert wird
- bei denen die Benachrichtigung der Gewinner über Facebook (Chronik, Nachrichten oder Chat) erfolgt
- bei denen Bedien-Elemente den Facebook-Standard-Elementen nachempfunden wurden
- in deren Kontext Daten abgefragt werden, die für die Durchführung des Gewinnspiels selbst nicht benötigt werden
- bei denen keine Datenschutzrichtlinien existieren
- bei denen keine Kontaktmöglichkeit besteht
- bei denen sich die Gewinnchance durch die Nutzung von sozialen Kanälen (Wallposts, Share, Invite, etc.) erhöht
- bei denen das Einladen von Freunden eine Voraussetzung für die Teilnahme ist



Lassen Sie die Facebook- Gewinnspiele beginnen!

rabbit eMarketing GmbH
Kaiserstr. 65
60329 Frankfurt am Main

fon: +49 69 – 86 00 428-00
fax: +49 69 – 86 00 428-09
info@rabbit-emarketing.de
www.rabbit-emarketing.de

