

Inhaltsverzeichnis

Facebook SEO – Die Suche	2
Wie funktioniert eigentlich die Facebook Suche?	3
Warum?	4
Facebook SEO für externe Seiten	6
Facebook SEO – Basics	7
Keyword Recherche auch für Facebook	8
Ranking Faktoren und Theorien	8
Open Graph ist Facebook SEO	10
Facebook SEO – Tracking und Analyse	12
Analyse	12
Landingpages und Tracking Vorbereitung	14
Social Media Analyse in Google Analytics	15

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Facebook SEO – Die Suche

Das Internet verändert sich ständig. Wer mit seiner Webseite gefunden werden will, muss seine Inhalte den Suchmaschinen möglichst gut präsentieren. Schließlich wollen die ihren Usern relevante Ergebnisse liefern, das gilt natürlich auch für Facebook.

Klar, Facebook ist keine **Suchmaschine** und wird auch keine werden. Das Ziel von Facebook war sicherlich auch ein ganz anderes und daran wird sich wohl kaum etwas ändern. Möchten wir im Netz irgend etwas finden, dann gehen wir zu Google und geben die relevanten Keywords ein. Google sagt uns welche Ergebnisse wohl am relevantesten zu unserer Eingabe stehen.

Bei Facebook sieht die Sachlage komplett anders aus. Hier entscheidet in erster Linie das eigene Verhalten, die Freundesliste, die eigenen Interessen und dann noch wie gut optimiert das **relevante Ergebnis** ist. Um bei Facebook also in den Suchergebnissen oben zu erscheinen ist also in erster Linie die **Interaktivität** der Fanpage oder des Profils entscheidend. Ist eine Fanpage also nur vorhanden und liefert keine interessanten Inhalte, dann wird es unmöglich schwierig sein damit neue Fans anzulocken. In diesem und den noch folgenden Post(s) werde ich meine Erfahrungen mit der Facebook Suche und den dafür entscheidenden Faktoren aufbröseln.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Wie funktioniert eigentlich die Facebook Suche?

Ähnlich wie die Instant Suche bei Google werden auch bei Facebook bereits die ersten Ergebnisse nach dem ersten eingegebenen Buchstaben angezeigt. Der Unterschied ist allerdings, dass es Facebook so ziemlich egal ist ob und wie gut eine Seite irgendwo anders rankt. Entscheidend ist für Facebook immer erst der User und sein **Verhalten**, denn eigentlich sollen die User nicht suchen, sondern durch Freunde finden. Hier ein Beispiel zur Verdeutlichung:



Facebook Suchmaschinenoptimierung

Das ist das Ergebnis, wenn ich mit meinem privaten Account den Suchbegriff Schuhe eingebe. Ich wollte in diesem Beispiel testen, wie es z.B. mit solchen Fanpages wie die von Zalando aussieht. Da ich aber nun mal noch kein Fan von Zalando auf Facebook bin, wird mir diese Fanpage auch nicht vorgeschlagen. Stattdessen wird mir eine Seite vorgeschlagen von der ich ebenfalls kein Fan bin.

Warum?

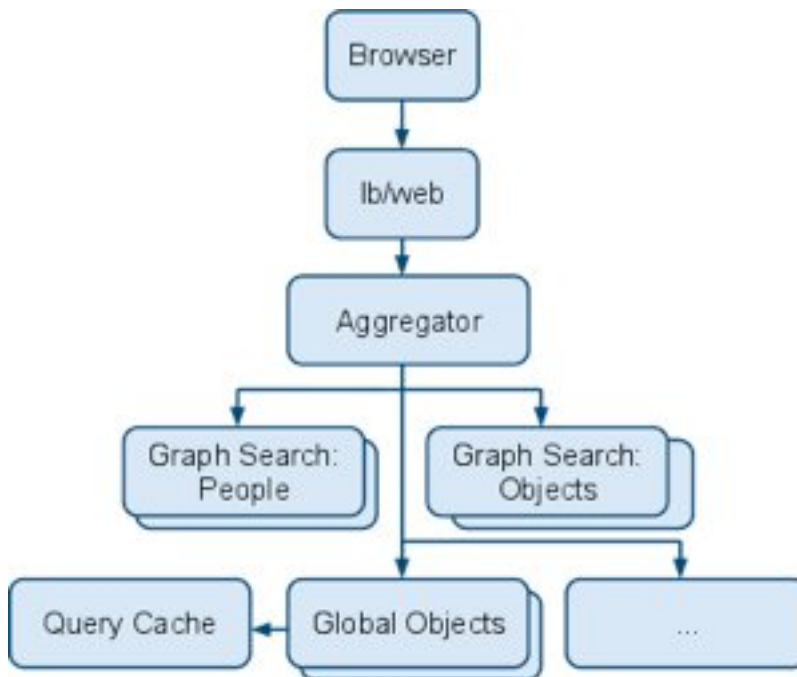
Ganz einfach, dazu muss man nur den Algorithmus von der Facebook Suche verstehen, den übrigens natürlich nur Facebook selbst kennt. Entscheidend für die Position 1 dieser Fanpage sind ein paar **Faktoren**, die Facebook dazu veranlasst mir dieses Ergebnis an Position 1 zu zeigen.

1. Das Keyword steht im Namen der Fanpage und in der Infobox
2. Die Interaktivität der Fanpage
3. Das Keyword steht in der Vanity-URL
4. Einer meiner Freunde ist Fan der Seite
5. Die Anzahl der Fans

Vor allem die enorme Interaktivität der Seite sorgt für eine entsprechende Relevanz. Zumindest ist Facebook dieser Meinung und dagegen ist noch nicht einmal etwas einzuwenden. Es ist doch immer wieder unglaublich wie viel Gesprächsbedarf es bei den Ladies gibt, wenn es um das Thema Schuhe geht. 😊

Um die Fanpage von Zalando zu finden, muss ich tatsächlich auch den Begriff Zalando eingeben. Mit den üblichen Begriffen wie Sneakers, High Heels oder sogar Schuhe wird mir Zalando nicht als relevant angezeigt. Das mag für den einen oder anderen von Euch vielleicht irrelevant sein, für mich ist es fahrlässig. Facebook setzt für das **Ranking** in den Suchergebnissen die Typeahead Query ein und die ist noch nicht einmal so schwierig zu verstehen.

Facebook Suchmaschinenoptimierung



In dem so umkämpften Markt wie Schuhe ist nicht ein einziger Händler gelistet. Ich meine natürlich sind dort Händler gelistet, aber die Ergebnisse verweisen immer nur auf die Fanpage und nie auf die Homepage des Shops. Das Gleiche gilt übrigens auch für viele andere Sparten wie iPhone, Smartphone oder Handy. Die Ergebnisse verweisen immer auf die Fanpages, aber nie auf die Homepages selbst. Ich dachte immer die wollen irgendwann auch mal verkaufen. Warum gehen sie dann so **fahrlässig** mit ihren Möglichkeiten um?

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Facebook SEO für externe Seiten

Um in den Suchergebnissen mit einer externen URL auftauchen zu können, sollte man zumindest die **Vorraussetzungen** dafür erfüllen und die sind ähnlich wie bei Google. Ähnlich wie dort wird nämlich auch bei Facebook ein **Algorithmus** eingesetzt. Facebook nutzt dafür das [Open Graph Protocol](#), nur wird es anscheinend kaum von den Webseitenbetreibern eingesetzt. Dabei ist es kaum anders und vor allem nicht schwieriger, als die entsprechenden Metabeschreibungen für Google & Co. Hat man diese erst einmal ordentlich gepflegt und macht weiterhin einen guten Job als **SEO**, dann sind auch gute Chancen da, bei der Facebook Suche als externes Ergebnis zu erscheinen.

Die Arbeit eines Online Marketers und vor allem die eines Suchmaschinenoptimierers ändert sich ständig. Wie Ihr schon in diesem ersten Post sehen könnt, müssen sich wohl viele den Bedingungen und [neuen Herausforderungen](#) anpassen und auch diese entsprechend umsetzen. Da wird eine 08/15 **Suchmaschinenoptimierung** in Zukunft nicht mehr ausreichend sein, denn Facebook wird weiterhin so stark wachsen und das erhöht den Druck. Sind erst einmal die ganzen Wettbewerber alle bei Facebook und haben interessante Inhalte zu bieten, dann wird es eng an der Spitze.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Facebook SEO – Basics

Kreativität ist wohl einer der wichtigsten Skills um bei Facebook erfolgreich zu sein. Doch jede noch so kreative Fanpage ist halb so gut, wenn die Basics nicht bedacht werden.

Wie die Suche in Facebook strukturiert ist, habe ich in [diesem Post](#) versucht zu erklären, die genaue Funktionsweise wird Facebook sicherlich weiterhin als großes **Geheimnis** hüten. Momentan werden wir alle mit neuen Fanseiten überschüttet und es wird in den nächsten Monaten sicherlich nicht weniger werden. Jeder Betreiber einer Fanpage möchte möglichst viele Fans hinzugewinnen und, wenn es irgendwie geht, am besten damit noch Geld damit verdienen. Das Ziel ist also klar definiert, nun braucht man ja nur noch einen kreativen Menschen der sich mit **Social Media** auskennt, oder?

Grundsätzlich sicherlich kein falscher Gedanke, nur fehlt mir dann immer einiges. Natürlich ist es eine **Grundvoraussetzung**, dass der Dienstleister weiß wie man sich im Social Media Bereich bewegt und vor allem kommuniziert. Ist er dann dazu auch noch kreativ und man geht gemeinsam mit einer schicken Idee an den Start, dann sind auch die Fanpages meist schnell mit Fans gefüllt. Pfllegt man dann die Seite weiterhin mit wertvollem **Content**, kommuniziert mit den Fans und hält sie bei Laune, dann sollte die Fanseite auch nachhaltig erfolgreich sein.

So weit, so gut. Mir fehlt aber immer noch etwas in diesem Bereich und das halte ich für extrem wichtig. Auf die Auffindbarkeit einer Fanpage wird dann weniger Wert gelegt, oder die "Fachleute" haben einfach nicht das nötige Wissen. Hier wird nicht nur **Potential** verschenkt, sondern dazu auch noch jede Menge Geld. Dabei ist es doch nun wirklich nicht so schwierig ein paar Dinge zu beachten.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

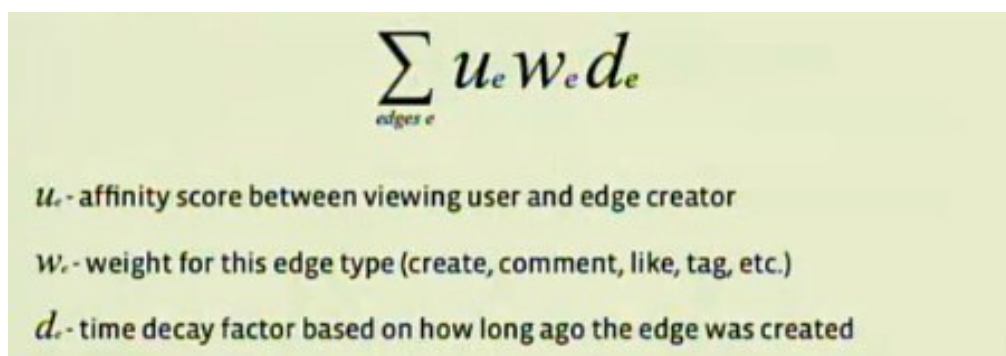
Keyword Recherche auch für Facebook

Für den eigenen Onlineshop oder die Firmenhomepage werden entsprechende Agenturen beauftragt, die mit großem Aufwand die relevanten Keywords zu der jeweiligen Seite finden und optimieren. Bei der Facebook Fanpage scheint das alles aber so ziemlich egal zu sein. Ist ja nur Social Media, oder wie? Ne, ist es eben schon lange nicht mehr. Google hat seinen **Algorithmus** schon längst angepasst und wer im Social Web kein gutes **Ranking** hat, der wird auch bei Google nach unten durchgereicht werden. Also erledigen wir erstmal unsere Hausaufgaben:

- 1 Das Standard Tool zur [Keywordrecherche](#) aufrufen
- 2 Ergebnisse in Facebook vergleichen
- 3 Keywords **moderat** in die Infoseite und Infobox pflegen

Ranking Faktoren und Theorien

Wie gesagt, Facebook hütet seinen Algorithmus genauso wie Google, da hilft es nur wenn man ausgiebig testet. Es gibt zwar schon einige Theorien wie der so genannte [Edge Algorithmus](#) funktioniert, aber sicher weiß das wohl nur Facebook. Dennoch ist dieses Video sehr hilfreich um das Ranking in Facebook besser nachvollziehen zu können.



$$\sum_{\text{edges } e} u_e w_e d_e$$

u. - affinity score between viewing user and edge creator

w. - weight for this edge type (create, comment, like, tag, etc.)

d. - time decay factor based on how long ago the edge was created

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Meine Tests decken sich so ziemlich mit denen die auf dem [aimclearblog](#) gemacht worden sind und decken sich ebenso mit dem obigen Video. Entscheidend für die persönlichen **Suchergebnisse** sind also in erster Linie immer:

- 1 Was Ihr selbst geliked habt
- 2 Was Eure Freunde geliked habe
- 3 Wo Ihr Fan seid
- 4 Was Ihr bereits besucht habt
- 5 Welches Eure Interessen sind

Nimmt man diese Regeln als Basis, dann erklärt sich auch einiges wesentlich leichter. Als Test habe ich mal den Begriff "Altenpflege" eingegeben. Heißt nun jemand Eurer Freunde zufällig so, dann wird er auch ganz oben angezeigt.



Das Keyword ist also dementsprechend extrem wichtig. Da man aber nicht einfach so Seiten erstellen darf die Slogans enthalten (vielen Dank für den Hinweis [Chris](#)) muss man hier etwas kreativer herangehen.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Allerdings gibt es auch hier schöne **Lösungen** die insgesamt ein rundes Bild abgeben. Ein guter Berater wird auch dafür eine clevere Idee haben denke ich.

Das Ranking einer Fanpage ist für die meisten sicherlich der wichtigste Aspekt. Ähnlich wie bei Google ist aber das Keyword in dem Seitennamen auch nicht der große Wurf. Die **Keyworddichte** im Content der Fanpage spielt auch hier eine wichtige Rolle. Nun würde ich natürlich strikt davon abraten den Content auf Keywordbasis zu erstellen, aber ab und zu mal daran zu denken reicht auch schon.

Ach, eigentlich überflüssig zu erwähnen, wird aber dennoch oft vergessen. Wer in seinen Einstellungen seine Status Updates auf privat gestellt hat, der wird natürlich auch nicht gefunden.

Open Graph ist Facebook SEO

Natürlich ist dieses Protokoll auch noch für viele andere Dinge da, aber eben auch für die Beschreibung der Seite. Genauso wie Google möchte Facebook wissen worum es eigentlich bei der übermittelten Seite geht. Also geben wir Facebook doch einfach was sie wollen.

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml"
      xmlns:og="http://ogp.me/ns#"
      xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml">
  <head>
    <title>The Rock (1996)</title>
    <meta property="og:title" content="The Rock"/>
    <meta property="og:type" content="movie"/>
    <meta property="og:url" content="http://www.imdb.com/title/tt0117500/">
    <meta property="og:image" content="http://ia.media-imdb.com/rock.jpg"/>
    <meta property="og:site_name" content="IMDb"/>
    <meta property="fb:admins" content="USER_ID"/>
    <meta property="og:description"
          content="A group of U.S. Marines, under command of
                  a renegade general, take over Alcatraz and
                  threaten San Francisco Bay with biological
                  weapons."/>
    ...
  </head>
  ...
</html>
```

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Im [Open Graph Protokoll](#) wird sehr genau beschrieben welche Informationen Facebook gerne wo hätte. In den Header der Webpage werden einfach die relevanten **Meta Tags** eingefügt. Als Betreiber eines Blogs hat man es natürlich noch einfacher, schließlich gibt es für fast alles ein entsprechendes Plugin. Das wahrscheinlich beste wird wohl [Open Graph Protocol Tools](#) sein. Wer es ohne **Plugin** lösen möchte, der fügt einfach folgendes in seinen Header ein:

```
<meta property="fb:admins" content="FACEBOOK ID" />
<? if (is_single()) { ?>
<meta property="og:title" content="<?php echo get_the_title(); ?>" />
<? />
<meta property="og:type" content="article"/>
<meta property="og:image" content="<?php echo $theSrc; ?>" />
<meta property="og:url" content="<?php the_permalink() ?>" />
<meta property="og:description" content="<?php
the_excerpt_rss() ?>" />
<meta property="og:site_name" content="<?php bloginfo('name'); ?>" />
<? } ?>
```

Damit sind zumindest schon mal die Grundvoraussetzungen geschaffen um auch entsprechende Ergebnisse bei Facebook zu erzielen. Wer jetzt auf seiner eigenen Homepage noch nicht einmal seine **Title-Tags** gepflegt hat, der wird es noch schwieriger haben zu guten Ergebnissen zu kommen.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Facebook SEO – Tracking und Analyse

Im letzten Teil dieser Serie über Facebook SEO gehe ich noch ein wenig auf die Themen Analyse und Tracking ein. Ein paar Tipps habe ich dann natürlich auch noch.

Ich selbst nutze kein professionelles Tool um die Erfolge in Facebook ordentlich tracken zu können. Alles was es zu analysieren gibt, erledige ich mit Google Analytics und seit neuestem auch mit Blekko. Für den normalen Hausgebrauch sollten diese Tools auch ausreichend sein. Komplexe Fanseiten mit vielen tausenden von Fans sollte man dann aber tatsächlich mit Profi Tools überwachen.

Analyse



Open Graph ist also ein extrem wichtiger Punkt um in Facebook gefunden zu werden. Natürlich geht es auch ohne, wenn man zumindest seine Meta Tags ordentlich gepflegt. Dann hat man nämlich auch bei Facebook eine Chance mit einer externen URL oben gelistet zu sein. Der [Bloggonaut](#) hat das schon einmal sehr schön vorgemacht und das sogar mit dem umkämpften Keyword SEO.

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Suche

Alle Ergebnisse

Meintest du: **seoso, seoco, seneo**

-  **SEOmoz**
Seite
6.880 Personen gefällt das.
-  **SEO**
Seite
821 Personen gefällt das.
-  **Seo**
Seite
9.223 Personen gefällt das.
-  **SEOlytics**
Seite
391 Personen gefällt das.
-  **Seobrause**
Seite
65 Personen gefällt das.
-  **seokueche**
Seite
32 Personen gefällt das.
-  **seofragen**
Seite
236 Personen gefällt das.
-  **Seo2feel**
Seite
31 Personen gefällt das.
-  **Seoventus**
Seite
92 Personen gefällt das.
-  **Software-Check: Data Becker - SEO Traffic Booster**
Quelle: bloggonaut.net
Seite
5 Personen gefällt das.

Hätte er jetzt noch die Meta Tags per **Open Graph** gepflegt, dann würde es vielleicht sogar noch ein wenig besser aussehen. Das Bild als Icon wäre aber in jedem Fall vorhanden. Ich sehe in diesem Moment schon wie es ab jetzt einen interessanten Wettbewerb auf Facebook für den Suchbegriff SEO geben wird. 😊

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Schaut man sich jetzt den Suchbegriff mal mit einem externen Tool an und analysiert nur die Likes der Freunde für das Keyword SEO, dann sieht das Ergebnis natürlich ganz anders aus. Ich nutze dazu oft [Blekko](#), weil es mir jede Menge Möglichkeiten bietet, die ich nirgendwo anders finde. So kann ich direkt diverse soziale Netzwerke durchsuchen, weil sie per API direkt an Blekko angebunden sind. Durch einfache **Slashtags** wirft mir die Suchmaschine die Ergebnisse des Social Networks aus. Hier ein paar Beispiele:

- 1 seo /likes – Zeigt die Ergebnisse für den Begriff SEO
- 2 seo /youtube – Ergebnisse in YouTube
- 3 seo /flickr – Ergebnisse in Flickr

Jedes Suchergebnis kann dabei nach Relevanz oder nach Datum sortiert werden. Zusätzlich kann man sich richtig schicke Searchstrings basteln, indem die Slashtags aneinander gefügt werden. Wer sich damit erst einmal auseinander gesetzt hat, wird es lieben, versprochen! Hier gibt es schon mal eine sehr schöne [Anleitung](#) dazu.

Landingpages und Tracking Vorbereitung

Viele Fanpages haben das Ziel beim Besucher irgend etwas zu erreichen. Mal ist es der Sale, mal ein simpler Besuch oder auch der Sign-Up für den eigenen Newsletter. Um überhaupt nachvollziehen zu können, ob und wenn ja wie effektiv Facebook ist, braucht man natürlich entweder eine speziell dafür geschaffene Landingpage, oder zumindest eine einzigartige Tracking URL. Beide Lösungen sollten dazu dienen die Arbeit analysieren zu können.

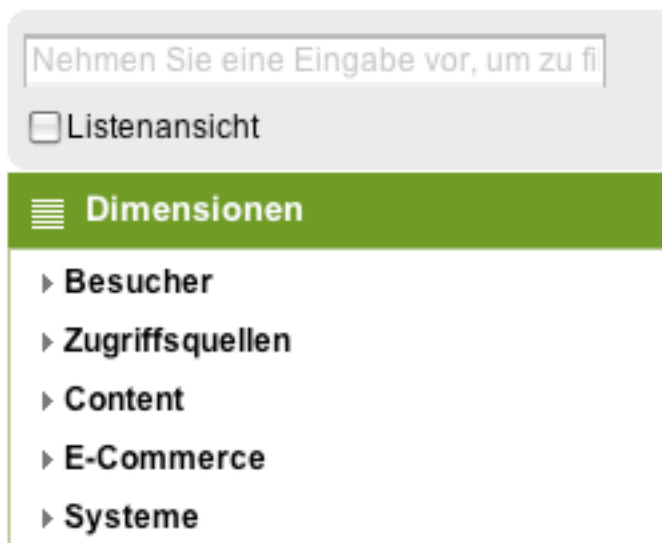
Natürlich kann man in Facebook jetzt mittlerweile sehr schön sehen, wie viele Aufrufe, Likes usw. eine Page hatte. Ich hätte aber gerne auch gewusst wie sich das auf meinen Blog auswirkt. Dazu ist

Facebook Suchmaschinenoptimierung

Google Analytics bei mir das Tool der ersten Wahl. Hier kann ich mir meine Ansicht sehr einfach selbst zusammenstellen.

Social Media Analyse in Google Analytics

Ein Hexenwerk ist das nun wirklich nicht, das bekommt man recht schnell konfiguriert. Ihr geht dazu einfach in Euren Google Analytics Account und wählt die Domain für die ihr die Analyse verfeinern wollt. Im Dashboard findet Ihr den Button Alle Besuche direkt neben dem Punkt **Erweiterte Segmente**. Ein Klick auf den Button öffnet ein neues Fenster und die erweiterten Segmente erscheinen. Dort legt Ihr ein neues erweitertes Segment an.



Facebook Suchmaschinenoptimierung

Aus einer Gesamtanzahl von ? Besuchen... Segment testen

Quelle	Bedingung	Wert
Quelle	Beginnt mit	facebook.com
<input type="checkbox"/> Groß-/Kleinschreibung beachten		
oder		
Quelle	Beginnt mit	twitter.com
<input type="checkbox"/> Groß-/Kleinschreibung beachten		
oder		
Quelle	Beginnt mit	linkedin.com
<input type="checkbox"/> Groß-/Kleinschreibung beachten		
oder		
Quelle	Beginnt mit	hootsuite.com
<input type="checkbox"/> Groß-/Kleinschreibung beachten		
"or"-Anweisung hinzufügen		
und		
"and"-Anweisung hinzufügen		

Im linken Bereich wählt Ihr dann unter Zugriffsquellen den Punkt Quelle aus und legt so für jede Eurer Social Media Quellen einen eigenen Punkt an. Nun braucht Ihr nur noch die jeweiligen URL's eintragen und die einzelnen Quellen durch "oder" miteinander verbinden. Ein Klick auf Segment testen wird Euch zeigen ob es funktioniert. Einmal gespeichert nistet sich diese Abfrage in die erweiterten Segmente ein und stehen Euch ständig zur Verfügung. Jetzt sollte einer besseren Analyse nichts mehr im Wege stehen.