

# Welche anderen Facebook-Seiten werden von Ihre Fans gemocht?

Vielleicht haben Sie schon einmal von der **Suche im Social Graph** gehört, mit der Facebook-Nutzer nach bestimmten Zusammenhängen suchen können. Diese Suche soll es ermöglichen, z.B. **Menschen mit denselben Interessen** auf Facebook zu finden. Oder gezielt nach Restaurants zu suchen, die den eigenen Facebook-Freunden gefallen, oder Städte zu sehen, die von Freunden besucht wurden ...

Für diejenigen - und das sind sicher die meisten von Ihnen - die nicht die US-Englische Bedienoberfläche nutzen, steht diese Funktion noch nicht zur Verfügung. Warum ich Ihnen diese Funktion heute trotzdem schon einmal empfehlen will, ist die Möglichkeit einer gewissen Form der Marktbeobachtung.

Sie können nämlich mit Hilfe der Social Search danach suchen, **welche anderen Seiten Ihre eigenen Fans mögen**. Sie werden zwar nicht sehen, wie viele der Fans welche Seiten geliked haben - also auf „gefällt mir“ auf der jeweiligen Seite geklickt haben. Aber trotzdem: Vielleicht gibt es Ihnen die eine oder andere Idee, welche anderen Seiten interessant sind und warum sie das sind. Und vor allem können Sie wichtige Infos für die Schaltung von Facebook-Werbeanzeigen erhalten.

Falls Sie Facebook-Werbung schalten wollen und es noch nicht wissen - Sie können gezielt Nutzer ansprechen, denen bestimmte Seiten gefallen.

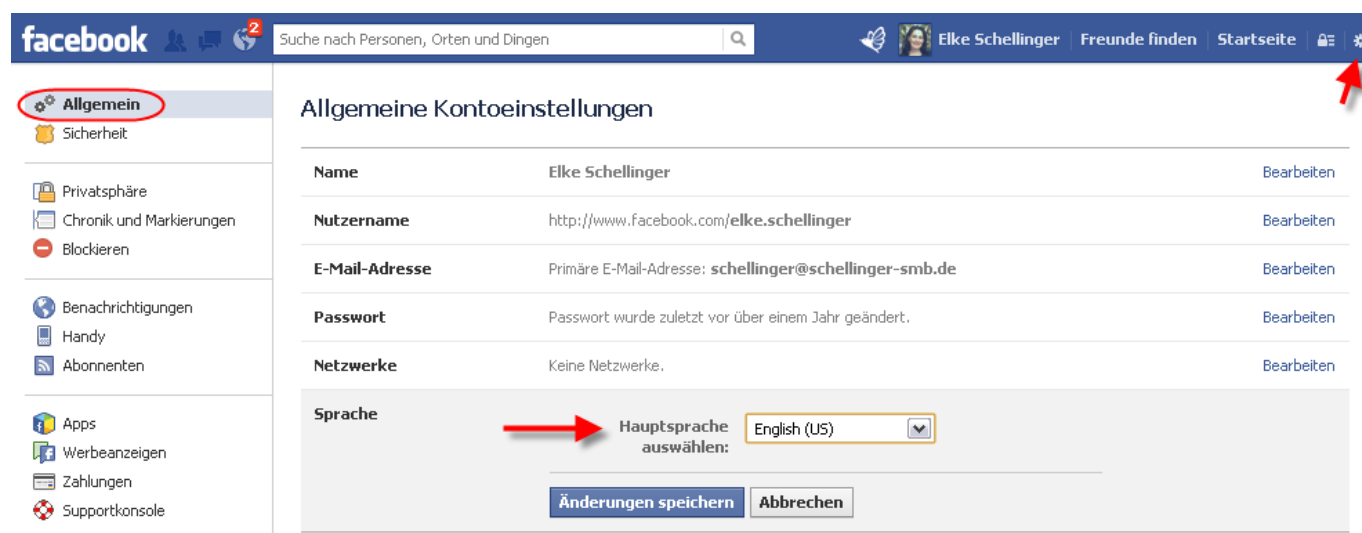
Angenommen, Sie bieten einen neuen Energy Drink an, wollen diesen online vertreiben und möchten die potentielle Kundschaft dafür auf Facebook erreichen. Auch ohne die Social Search würde Ihnen sicher der österreichische Anbieter mit dem Bullen im Logo einfallen. Sie können per Werbung Nutzer ansprechen, die diese Facebook Seite geliked haben. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Zielgruppe sich auch für Ihren Energy-Drink interessiert, ist groß. Das hat mit der Social Search erst einmal nichts zu tun. Ist aber wichtig, zu wissen.

Über die Social Search finden Sie vielleicht **ähnliche Seiten, die Ihren aktuellen Fans gefallen** (vorausgesetzt, Sie haben schon Fans). Diese können Sie sich dann näher anschauen. Was machen die richtig? Was machen sie falsch?

Was können Sie selbst besser machen? Außerdem kommen Sie auf zusätzliche Seiten und damit potentielle Zielgruppen, die Sie über die Facebook-Werbung konkret ansprechen können.

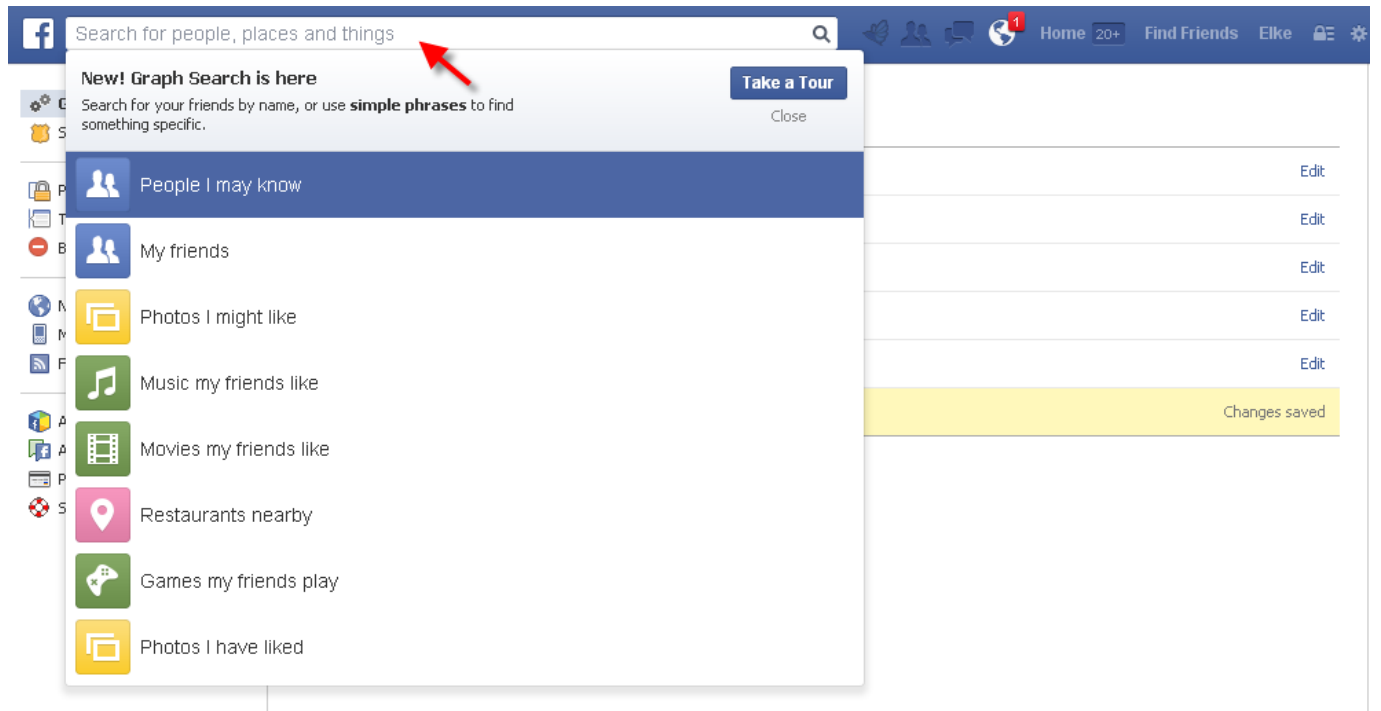
Sie können ganz einfach von der Deutschen Bedienoberfläche auf die US-Englische umschalten und auch wieder zurück. Also einen Versuch wäre es wert. Und keine Angst, Sie müssen zukünftig nicht alles über die Englische Oberfläche bedienen.

Und so stellen Sie die Facebook-Bedienoberfläche ein: Gehen Sie auf das Zahnrad oben rechts. Dann auf „Kontoeinstellungen“ -> „Allgemein“ -> und hier wählen Sie die Sprache English (US) aus.



The screenshot shows the Facebook account settings page. The left sidebar contains various settings categories, with 'Allgemein' (General) selected and circled in red. The main content area is titled 'Allgemeine Kontoeinstellungen' (General Account Settings). It lists several settings with 'Bearbeiten' (Edit) links: Name (Elke Schellinger), Nutzername (http://www.facebook.com/elke.schellinger), E-Mail-Adresse (schellinger@schellinger-smb.de), Passwort (changed over a year ago), and Netzwerke (No networks). The 'Sprache' (Language) section is highlighted in grey and contains a red arrow pointing to the 'Hauptsprache auswählen:' dropdown menu, which is set to 'English (US)'. Below this section are two buttons: 'Änderungen speichern' (Save changes) and 'Abbrechen' (Cancel). Another red arrow points to the settings gear icon in the top right corner of the Facebook interface.

Danach sieht Ihre Bedienoberfläche - abgesehen von der Sprache - auch etwas anders aus:



Falls Sie das ausprobieren und neue Erkenntnisse daraus gewinnen, würde ich mich über Ihren Kommentar sehr freuen. Oder auch einfach, wenn Sie noch Fragen dazu haben.

Weitere Infos zur Suche im Social Graph finden Sie übrigens auch [hier](#).