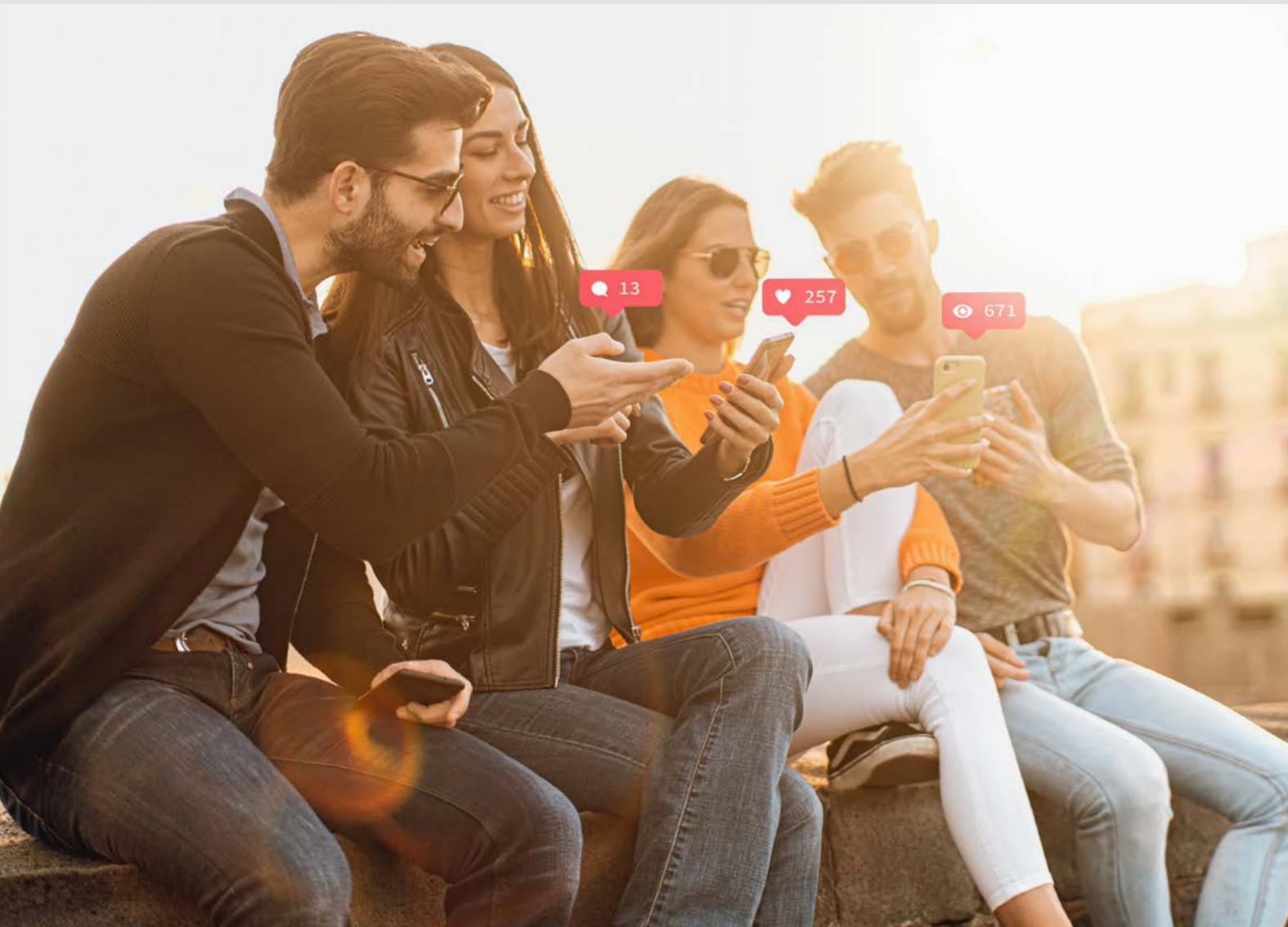


Social Media Style Guide

Das Corporate Design von FALC Immobilien





Social Media – die neue Form des Marketings

Social Media Marketing ist ein zeitgemäßes Instrument für die Markenbildung Ihres Standortes. Es dient zur Reichweitenschaffung, Generierung von potenziellen Leads sowie der Kundenbindung, der Immobilienpräsentation und dem Verkauf von Dienstleistungen.

Im letzten Jahrzehnt haben sich soziale Plattformen im Netz einen großen Nutzerkreis erschlossen. Waren zu Beginn der Social Media-Ära hauptsächlich junge Menschen online vertreten, so zählen zunehmend auch ältere Personen zur Nutzergruppe. Daher sind soziale Plattformen mittlerweile zu einem wichtigen Marketinginstrument für uns als Franchise-Unternehmen und Immobilienmakler geworden. Instagram und Co. liegen nicht nur im Trend, sondern sind auch von strategischem Nutzen für die Marktkommunikation und das Angebot von Dienstleistungen. Wenn ihr auf Social Media auch aktiv seid und euch mehr mit dem Thema beschäftigen möchtet, teilt und verlinkt gerne unsere Social Media-Beiträge.

Bei Fragen rund um die Themen Marketing und Gestaltung, wenden Sie sich gerne an uns!
marketing@falcimmo.de ■ Tel: 02242 / 90 10 350

Zum perfekten Social Media-Profil

in 5 Schritten

Zu einem professionellen Image und einem einheitlichen Markenauftritt gehört auch eine gepflegte und einheitliche Onlinepräsenz, dazu zählen insbesondere Social Media-Plattformen wie Facebook und Instagram. Nachfolgend findet ihr ein paar Tipps und Handlungsempfehlungen, damit ihr mit euren Social Media-Kanälen nicht nur neue Follower erreicht, sondern auch die Marke FALC Immobilien noch besser präsentieren könnt:

1) Einheitliche Bezeichnung für Ihre Profile

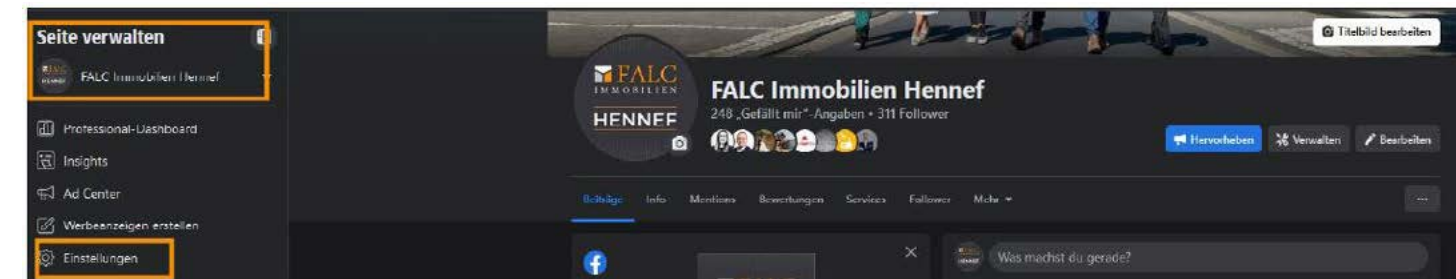
Bitte verwendet nachfolgende Bezeichnungen für eure Profile auf Facebook und Instagram, damit wir als Marke FALC Immobilien einheitlich und professionell auftreten. Achtet bitte insbesondere auf die korrekte Schreibweise von “FALC” (immer Großbuchstaben).

- für Facebook: **FALC Immobilien Standort** z. B. FALC Immobilien Hennef
- für Instagram: **falcimmobilien_standort** z. B. falcimmobilien_hennef

Anleitung: Unternehmensbezeichnung ändern:

Auf Facebook

- Gehen Sie auf Ihr Facebook-Unternehmensprofil
- Klicken Sie links in der Menüleiste unter “Seite verwalten” auf den Punkt “Einstellungen”

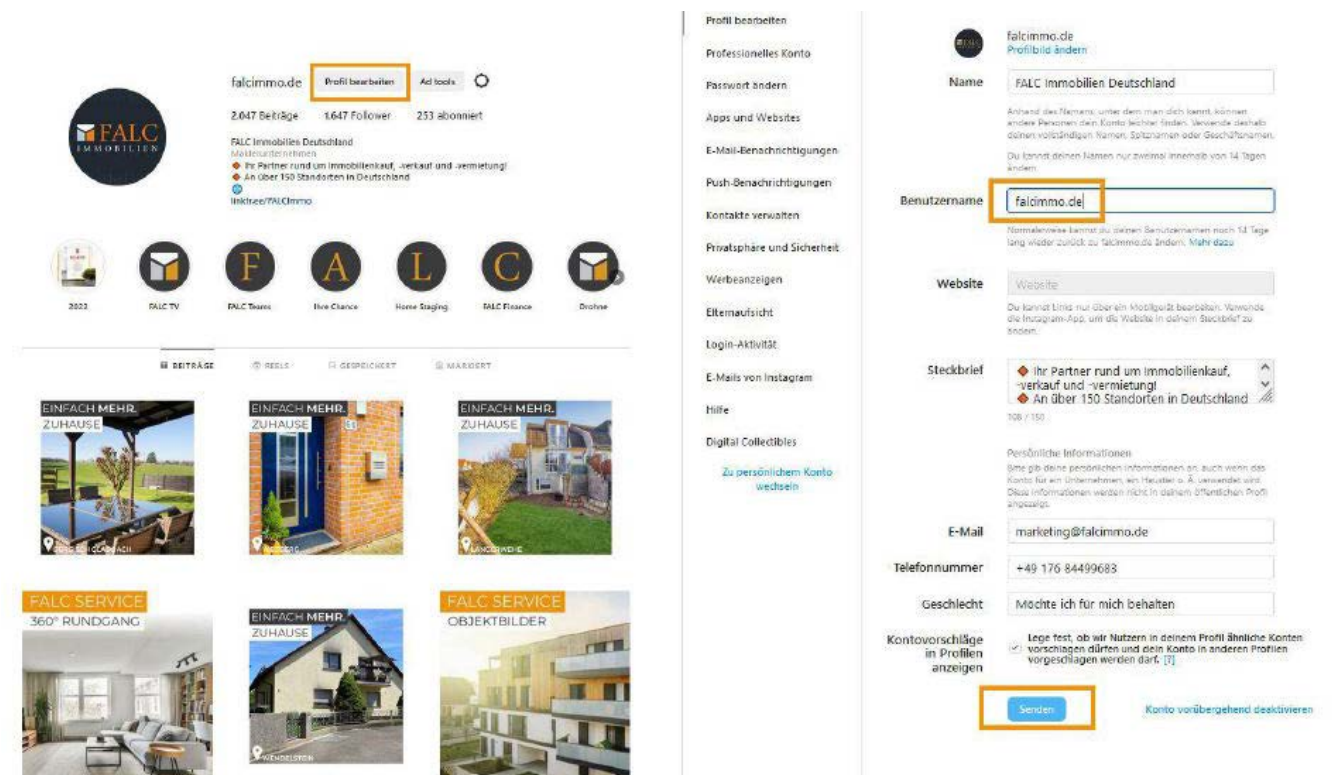


- Im Einstellungsmenü könnt ihr den Unternehmensnamen unter “Allgemeine Seiteneinstellungen” anpassen



Auf Instagram:

- Geht auf euer Instagram Profil
- Klickt auf den Button “Profil bearbeiten”
- Tragt in dem Feld “Benutzernamen” **falcimmobilien_standort** ein
- Klickt auf “Senden” um die Änderung zu speichern



2) Profilbild & Titelbild

Auch beim Profilbild wünschen wir uns mehr Einheitlichkeit. Bitte verwendet ausschließlich folgendes Beispiel-Standortmotive für euer Profilbild:



Dabei ist zu beachten, dass das Profilbild, welche aus dem Logo und eurer Standortbezeichnung besteht, ausschließlich als Profilbild auf Social Media genutzt werden darf. Eine abweichende Nutzung ist von der FALC Zentrale nicht gestattet.

Darüber hinaus stellen wir euch [hier](#) ein allgemeines Facebook-Titelbild zur Verfügung, welches wir auf Wunsch auch gerne personalisieren.



3) FALC Immobilien auf Facebook & Instagram folgen

Wir haben festgestellt, dass gar nicht alle FALC-Partner, die ein Unternehmensprofil haben, den Profilen aus der Zentrale folgen. Holt das gerne nach und folgen Sie uns, damit ihr keine Beiträge und Neuigkeiten mehr verpasst. Teilt gerne unsere Beiträge oder nutzt unsere Inhalte, um daraus eigene Beiträge mit Mehrwert für eure Follower zu kreieren.

[Hier findet ihr uns auf Facebook.](#)

[Hier findet ihr uns auf Instagram.](#)

Folgt darüber hinaus gerne auch anderen FALC Profilen, gerade für neue Partner und Unternehmensseiten können wir so schnell ein paar Follower generieren.

4) Unsere FALC Immobilien Facebook-Gruppe



Kennt ihr schon unsere FALC Immobilien Facebook-Gruppe? Wir haben festgestellt, dass nicht alle Partner und Mitarbeiter Teil der Gruppe sind. In unserer Facebook-Gruppe findet ihr interessante Informationen rund um FALC Immobilien sowie die Immobilienbranche. Ebenso können hier Anregungen und Informationen ausgetauscht werden.

Bitte schreibt uns eine Email mit eurem Facebook- und Instagram-Namen, damit wir euch auf Facebook und Instagram finden und in die Facebook-Gruppe hinzufügen können.

5) Verknüpft eure Profile mit der Zentrale

Verknüpft euer Facebook-Profil mit dem Profil der Zentrale. Dann können wir euch bei der Pflege Ihrer Facebookseite noch besser unterstützen und auch Werbeanzeigen im Namen eurer Seite schalten. Hierzu bieten wir euch gerne Unterstützung an. Sendet bei Interesse eine E-Mail an marketing@falcimmo.de, dann können wir die weiteren Schritte inkl. Umsetzung planen.

SCHRIFT

Hausschrift

Die FALC Immobilien-Hausschrift ist Montserrat.

Diese ist modern, flexibel, gut lesbar, offen zugänglich und für einen großen Bereich visueller Kommunikationsmedien geeignet. Die Schriftart verfügt über insgesamt 18 Schriftschnitte, wir verwenden davon allerdings ausschließlich zwei für verschiedene Zwecke.

Montserrat Regular

Montserrat SemiBold

Verwendung verschiedener Schriftschnitte

Der Schriftschnitt Regular wird auf Bildbeiträgen genutzt. Zum Beispiel bei Bildüberschriften oder weiteren geschriebenen Infos. Texte in Störern können ebenfalls in Regular geschrieben sein.

Einzelne Textpassagen können durch den Einsatz vom Schriftschnitt SemiBold hervorgehoben werden.

CLAIM

EINFACH MEHR.

EINFACH MEHR. Das ist nicht nur ein Claim, sondern das Prinzip, nach dem FALC Immobilien in den nächsten Jahren noch stärker arbeiten will. FALC Immobilien vereinfacht komplizierte Vorgänge und macht trotzdem MEHR für seine Kunden. **EINFACH MEHR.** SERVICE, LEISTUNG, QUALITÄT, UMSATZ, GELD, AUF DEM KONTO usw. Der Claim funktioniert für jede Zielgruppe, sowohl für sich alleine, als auch mit einem Zusatz. Erklärtes Ziel ist, dass die Marke FALC Immobilien in einem Atemzug mit **“EINFACH MEHR.”** genannt wird.

Gestalterisch wird dies durch die räumliche Nähe von Logo und Claim unterstützt.

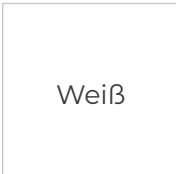


Der Abstand zwischen dem Logo und dem linken Seitenrand ist identisch mit dem Abstand zwischen Logo und Claim. Die Schrift besteht aus einer Kombination der Schriftschnitte Montserrat Regular, für **“EINFACH”**, und Montserrat SemiBold, für das Wort **“MEHR.”**.

FARBEN

Hausfarben

Hier finden Sie die Farbpalette von FALC Immobilien. Die primäre Farbe ist Dunkelgrau, danach folgen Orange und Hellgrau.

 Dunkelgrau	C=72, M=65, Y=57, K=53 R=60 G=58, B=61 Hex #3c393d RAL 7016 Anthrazitgrau Uncoated Pant: Pantone Black 7 C	 Orange	C=0, M=50, Y=97, K=0 R=243, G=146, B=7 Hex #f39206 RAL 2000 Gelborange Uncoated Pant: Pantone 144 C
 Hellgrau	C=27, M=19, Y=19, K=0 R=197, G=199, B=203 Hex #c5c7ca RAL 7035 Lichtgrau Uncoated Pant: Pantone 420 C	 Weiß	C=0, M=0, Y=0, K=0 R=255 G=255, B=255 Hex #ffffff RAL 9003 Signalweiß

BEITRÄGE

Gestaltung von Social Media Inhalten

Auch auf den Social Media Kanälen soll das Corporate Design von FALC Immobilien fortgeführt werden.

Beispiele von Bildbeiträgen auf den Social Media Kanälen von FALC Immobilien:

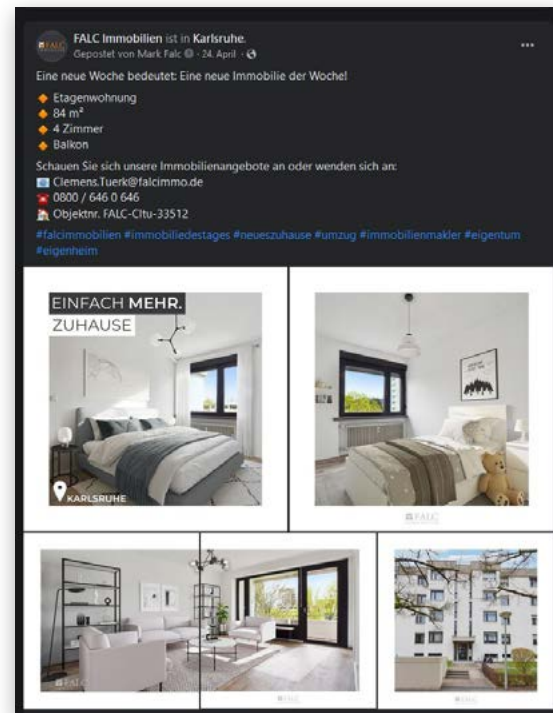
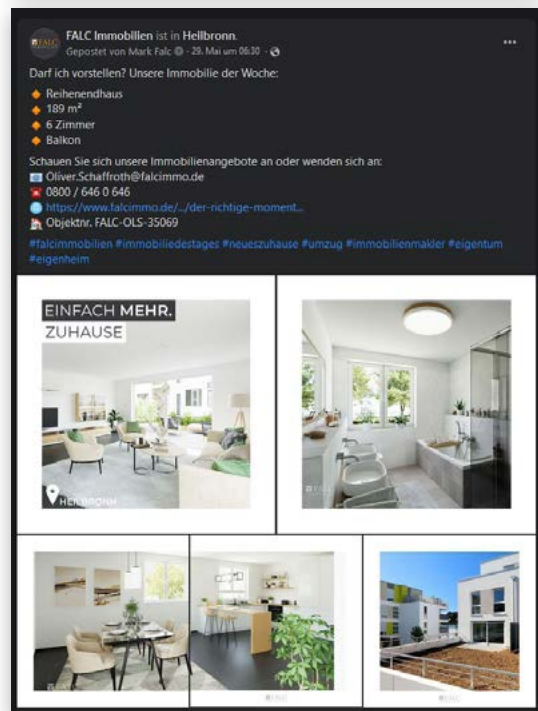
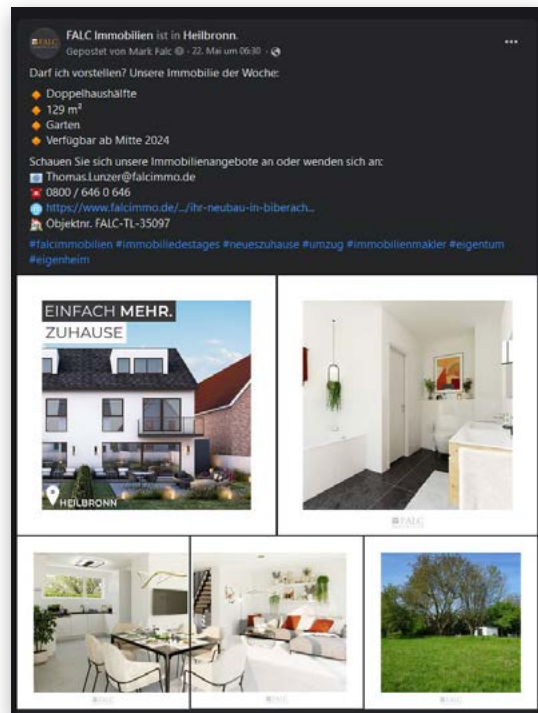


Wir empfehlen Bildbeiträge im Hochformat (Seitenverhältnis 4:5, 1080 x 1350 px) zu gestalten. Grund dafür ist, dass ein Beitrag im Hochformat beim Scrollen durch den News-Feed fast den gesamten Bildschirm des Users ausfüllt. Achtet darauf, wichtige Elemente mittig zu platzieren, da der Post in der Profil-Feed-Vorschau als Quadrat angezeigt wird und die Elemente am oberen und unteren Rand dann nicht sichtbar sind.

BEITRÄGE

Immobilien auf Social Media vorstellen

Hier findet ihr einige Beispiele von vorgestellten Immobilien. Um diese bestmöglich darzustellen, gestalten wir diese im Format 1:1. In der Regel besteht der Bildbeitrag aus fünf Bildern, welche dem User im Feed einen vielfältigen Eindruck der Immobilie vermitteln.



REELS

Videos auf Social Media

Reels bieten euch eine unterhaltsame Möglichkeit, sich durch ansprechende Videos mit eurer Community zu verbinden und Interaktionen unter Ihren Mitgliedern zu fördern. Da das Format auf einem Smartphone im Hochformat abgespielt wird, sollten die Videos auch immer im Hochformat aufgenommen werden. Es wird empfohlen Reels im Format 9:16, also 1080 x 1920 px, zu gestalten. Bei Reels erstellen Sie Videos mit mehreren Clips und einer möglichen Dauer von 15, 30 oder 60 Sekunden.

Dies ist zu beachten:

- 9:16 Hochformat
- Full HD (minimum)
- Abstand zum Rand
- Textinhalte möglichst mittig platzieren
- Untertitel verwenden
- Größenlimit: 4 GB

Bei der Länge eines Videos kann man pauschal sagen "Umso kürzer, desto besser". Da sich die Aufmerksamkeitsspanne von Usern immer weiter verringert und somit kurze Videos eher bis zum Ende oder im besten Fall ein zweites Mal angeschaut werden. Bedenkt, dass auf Grund der begrenzten Länge das Reel augenblicklich überzeugen muss. Eine erste Stand-Sequenz ist also sehr ungünstig. Auf den ersten Blick sollte Bewegung und/oder Text zu sehen sein. Beim Vorschaubild für das Reel sollte darauf geachtet werden, dass alle Inhalte in einem mittig platzierten Quadrat untergebracht werden.

Für die Erstellung von Reels habt ihr vier Möglichkeiten, die kurzen Videos zu kreieren:

1. Ihr ladet ein bereits aufgenommenes Video aus eurer Smartphone-Mediathek bei Instagram hoch.
2. Ihr erstellt über die Reels-Funktion ein neues Video mit eigenem Ton.
3. Ihr erstellt über die Reels-Funktion ein neues Video und verwendet ein Audio aus der Audio-Bibliothek von Instagram.
4. Nutzt die Remix-Funktion und erstellt darüber euer eigenes Reel (dafür sucht ihr euch ein Reel aus, klickt auf die drei Punkte und klickt dann auf "Dieses Reel remixen").

Jetzt fehlt nur noch der passende Text für das Reel. Die Beschreibung ist der Ort, an dem ihr auch eure Hashtags unterbringt. Denkt unbedingt an die Hashtags. Dadurch kann euer Reel gezielt platziert werden. Hashtags bei Instagram sind ein sehr gutes Mittel, um Inhalte sichtbar zu machen.

Tipps für den Inhalt Ihres Reels:

- Verzichtet auf lange Textpassagen: Die Betrachter haben nur wenige Sekunden, um den ganzen Clip zu erfassen. Text lenkt ab.
- Verwendet kurze Texte: Am besten kurze, einzelne Worte. Die können auch nebenbei erfasst werden.
- Denkt an „Untertitel“: Die kurzen Texte sollten reichen, damit jemand das Video versteht, der keinen Ton abspielt. Reels werden nebenbei konsumiert, es ist also sehr wahrscheinlich, dass der Betrachter keinen Ton hört.

STORIES

Was sind Facebook und Instagram Stories?

In den Instagram Stories könnt ihr so viele Bilder, Videos und Beiträge posten, wie ihr möchtet. Diese erscheinen dann ganz oben im Newsfeed. Ein bunter Rahmen um die kreisrunden Profilbilder zeigt an, dass neue Stories vorhanden sind – sowohl von euch, als auch von den anderen Followern und Nutzern. Durch Klicken auf das Profilbild werden die Stories dann im Vollbildmodus abgespielt. Wenn ihr mehrere Stories postet, lassen sich diese in einer Slideshow anzeigen und erzählen durch das nacheinander Ablaufen eine „Geschichte“ – daher der Name „Story“. Das Besondere an diesem Story-Format ist, dass die Stories nach 24 Stunden gelöscht werden.

Stories sind perfekt geeignet, um einen Blick hinter die Kulissen zu liefern. Jedes Unternehmen kann spannend präsentieren, was die Kunden normalerweise nicht zu sehen bekommen. Nutzt die Chance, euch und eure Arbeit mit FALC Immobilien authentisch zu präsentieren.

Gebt euren Stories ein Gesicht. Zeigt euch selbst und eure Kollegen in Stories. Dies schafft Nahbarkeit und Vertrauen. Vielleicht erklärt sich der ein oder andere Kunde ja auch bereit, gefilmt zu werden. Grundsätzlich gilt: Menschen sehen gerne Menschen.

THEMEN

Das könnt ihr auf Social Media posten

Tipp: die 70/20/10 Regel

Grundsätzlich sollten 70 % eures Contents auf die Bedürfnisse eurer Kunden fokussiert sein, ihnen also einen echten Mehrwert liefern. 20 % eures Contents sollte aus interessanten Inhalten bestehen, die ihr von anderen Profilen teilt. Werbung für eure eigenen Leistungen sollte nur 10 % ausmachen. Denn niemand ist auf Facebook unterwegs, um Werbung zu sehen. Merkt euch also die Faustregel 70/20/10 für eine passende Gewichtung der Themen.

1. Stellt euer Team vor

Wer einen Dienstleister sucht, weiß gerne mit wem er es zu tun haben wird. Stellt also eure Mitarbeiter oder Kollegen vor, indem ihr zum Beispiel das ganze Team zeigen oder einzelne Kollegen näher vorstellen. So gebt ihr eurem Unternehmen ein Gesicht.

2. Gebt Tipps

Teilt z. B. eure besten Tipps zum Verkauf einer Immobilie. Zeigt mit einer Checkliste welche Unterlagen benötigt werden, welche Preise man für eine Einbauküche erzielen kann oder welche Steuern bei einem Verkauf anfallen.

3. Verwendet Infografiken

Nutzt Infografiken, um Statistiken und Zahlen wie beispielsweise Preisentwicklungen in eurer Region darzustellen. Oder zeigt in einer Grafik die Top Gründe für einen Hausverkauf oder was Immobilienkäufern dabei besonders wichtig ist. Indem ihr komplexe Sachverhalte leicht zugänglich darstellt, bietet ihr euren Fans so einen echten Mehrwert.

4. Zeigt eure Stadt

Als Immobilienmakler seid ihr ein Experte für eure Region. Nehmt eure Fans daher auf eine Tour durch eure Stadtteile mit. Zeigt Schulen und Kindergärten, wo Supermärkte liegen und welche Sehenswürdigkeiten es gibt. Diese Posts sind besonders für Menschen interessant, die neu in die Stadt oder das Viertel ziehen und einen ersten Einblick gewinnen wollen.

5. Gebt Tipps für die Maklersuche

Verratet, worauf Eigentümer achten sollten und wie sich der passende Makler finden lässt. Hierfür eignet sich besonders eine Checkliste, die alle wichtigen Punkte für die Suche enthält.

6. Lasst Experten zu Wort kommen

Interviewt den Badexperten eures Vertrauens, der zum Beispiel neue Trends vorstellt. Oder sprecht mit einem Inneneinrichter, der Tipps zur perfekten Farbgestaltung oder für ein schönes Wohnzimmer gibt.

7. Präsentiert eure Leistungen

Solange ihr auf die Dosierung achten, könnt ihr euren Fans natürlich auch eure Leistungen vorstellen. Ihr bietet zum Beispiel Zusatzleistungen wie virtuelle Rundgänge oder 3D Grundrisse an? Dann erklärt diese und verdeutlicht den Mehrwert. So hebt ihr euch von der Konkurrenz ab und verschafft euch ein Alleinstellungsmerkmal.

8. Zeigt positive Bewertungen

Auf eurer Facebook- oder Instagram-Seite präsentiert ihr euch natürlich als kompetenter Experte. Aber gerade in den sozialen Netzwerken gilt die Stimme echter Kunden besonders viel. Bittet zufriedene Kunden um eine Bewertung oder sogar ein kurzes Interview und präsentiert diese Kundenstimmen in einem Posting. Vergesst dabei nicht sich zu bedanken.

9. Gebt Einblicke in den Maklerberuf

Wie sieht eigentlich die tägliche Arbeit eines Maklers aus? Was passiert abseits von Besichtigungen usw.? Zeigt Ausschnitte aus eurem Arbeitsalltag und lasst eure Fans über die Schulter schauen.

10. Informiert über Branchennews

Es gab (Gesetzes-) Änderungen in der Branche, die auch Privatpersonen betreffen? Informiert eure Fans darüber und erklärt, welche Konsequenzen sich daraus ergeben.

11. Feiert Aktionstage

An jedem Tag des Jahres findet einer statt. Zeigt zum Tag des Datenschutzes wie ihr mit Kundendaten umgeht. Oder ihr haben einen Bürohund? Dann widmet ihm doch einen Post zum Welthundetag. Und dann gibt es natürlich noch die bekannten Feiertage wie Ostern, Weihnachten und Co., die auch immer einen Post wert sind.

12. Veranstaltet Gewinnspiele

Ein Weg, um viel Interaktion und neue Fans zu bekommen, sind Gewinnspiele. Dabei muss es sich nicht immer um einen großen Gewinn handeln. Im Gegenteil: wenn ihr z. B. ein Handy verlost, ist der Effekt für euch viel geringer, da ihr Leute anlockt, die nur für den Gewinn Fan werden. Verlost daher etwas, das mit Ihrer Leistung zu tun hat, wie z. B. eine kostenlose Immobilienbewertung.

13. Zeigt außergewöhnliche Objekte

Ihr kennt außergewöhnliche Objekte aus eurer Region, Deutschland oder der ganzen Welt? Dann teilt Bilder dieser extravaganten Gebäude mit euren Fans. Daraus könnt ihr zum Beispiel auch eine Reihe machen, in der ihr jeden Monat ein Objekt vorstellt.

14. Bietet Sonderangebote an

Schafft einen extra Mehrwert, indem ihr euren Followern günstige Deals anbietet, die nur ihr einlösen könnt. Eure Fans werden euch für diese exklusiven Angebote dankbar sein und gerne wieder auf eure Dienste zurückkommen. Dies könnte z. B. die Vorstellung von exklusiven Immobilienangeboten vor Veröffentlichung sein.

15. Befragt eure Fans

Um zu erfahren was eure Fans interessiert, solltet ihr diese in regelmäßigen Abständen danach fragen. Hierzu könnt ihr zum Beispiel eine Story mit einer Umfrage erstellen oder eure Fans bitten, in den Kommentaren eines neuen Beitrags, eine Frage zu Interessensgebieten o.ä. zu beantworten.

16. Informiert über Blogbeiträge

Ihr führt einen Immobilienmakler Blog? Perfekt, präsentiert eure neuen Blogbeiträge in einem Post und sorgt so für mehr Leser.

17. Stellt DIY Ideen vor

Viele Immobilienbesitzer freuen sich über Tipps für ein schönes Zuhause. Interviewt einen Experten für Inneneinrichtung oder zeigt euren Fans kreative DIY Projekte, wie zum Beispiel für eine neue Lampe oder schöne Dekoideen.

18. Repostet andere Inhalte

In Facebook habt ihr die Möglichkeit Posts anderer Facebookseiten zu teilen, sie also auch auf eurer Seite zu posten. Wenn ihr bei anderen Seiten, zum Beispiel auf den Profilen von FALC Immobilien, relevante Inhalte seht, könnt ihr diese Inhalte mit einem Repost auch euren Fans zur Verfügung stellen.

19. Beantwortet häufige Fragen

Eure Kunden stellen euch immer wieder die gleichen Fragen, die ihr jedes Mal aufs Neue beantwortet? Dann nutzt die Möglichkeit, eure Zielgruppe direkt anzusprechen und beantwortet diese Fragen direkt für all eure Fans.

20. Schwelgt in Erinnerungen

Erzählt euren Fans von eurem ersten Immobilienverkauf oder lustigen Anekdoten, die euch in Erinnerung geblieben sind. Zeigt euer altes Logo, das erste Büro oder wie sich eure Webseite verändert hat.

21. Postet zu Veranstaltungen

Ihr seid beruflich auf einem Event? Dann postet Bilder von dort und ganz wichtig: markiert den Veranstalter sowie andere Teilnehmer und gebt als Ort an, dass ihr euch auf der Veranstaltung befindet.

22. Gebt Empfehlungen für andere

Verratet euren Fans, welche Anbieter, wie z. B. Handwerker, ihr weiterempfiehlt. Damit bekommen eure Fans beste Empfehlungen und schützen sich vor unseriösen Anbietern. Im Idealfall geht ihr eine Kooperation ein, sodass eure Partner euch ebenfalls empfehlen.

23. Gebt eurer Story ein Gesicht

Zeigt euch selbst und eure Kollegen in Stories. Dies schafft Nahbarkeit und Vertrauen. Vielleicht erklärt sich der ein oder andere Kunde ja auch bereit mit im Video zu sehen zu sein. Grundsätzlich gilt: Menschen sehen gerne Menschen.

24. Posten von Videos

Postet Videos! Denn es gibt kaum Beiträge, die mehr Interaktion produzieren als solche mit Videos. Ob ihr ein Interview filmt, eure Region zeigt oder einen Mitarbeiter vorstellt - Videos kommen immer gut an. Natürlich gilt: desto hochwertiger, desto mehr Reichweite. Traut euch trotzdem auch selbstgedrehte Videos zu posten. Denn wenn diese authentisch sind und die Zielgruppe unterhalten oder informieren, werdet ihr die entsprechende Resonanz bekommen. Bei Videos mit Ton ist es wichtig, den gesprochenen Text als Untertitel mitlaufen zu lassen.

25. Interagieren und Netzwerken sind Pflicht

Soziale Medien kommt von „sozial“. Und „sozial“ hat was mit dem Bezug einer Person auf andere Personen zu tun.

Also: Interessiert euch für andere und fühlt euch in andere ein. Denkt doch mal offline: Auf einer Party redet ihr ja auch nicht nur über euch selbst und würdigen andere Gäste keines Blickes. Warum also muss sich zum Beispiel bei Facebook alles nur um euch selbst und euer Profil drehen?

Verbringt mehr Zeit damit, andere Profile (von Menschen, Vereinen, Gruppen und Unternehmen) zu besuchen, dort mitzuwirken, zu liken, zu kommentieren und auch mal etwas zu teilen. Interessiert euch für andere – und werdet so bekannt und beliebt. Gute Instagrammer verbringen 80 % ihrer Zeit damit, anderen die Aufwartung zu machen und nur 20 % mit der Pflege des eigenen Profils. Teilt mal den Mittagstisch eures Lieblingsrestaurants, kommentiert einen Post des Sportvereins und liked den Post eines befreundeten Unternehmers. Lobet, seid präsent und bringt zur rechten Zeit auch eure Expertise als Makler ein. Eben wie auf einer „echten“ Party.

Beiträge und Mustertexte kostenlos zum Download

[Hier](#) findet ihr unseren Social Media One Drive, wo wir für euch eine Sammlung von bereits veröffentlichten Social Media Beiträgen zusammengestellt haben. Neben den Bildbeiträgen findet ihr dort auch beispielhafte Mustertexte für die Beitragsbeschreibungen. Auch für die Kolleg*innen von FALC Real Estate ist dort ein Ordner angelegt, welcher sukzessive mit neuen Beiträgen gefüllt wird.

DO'S & DONT'S

Bitte haltet euch an die genannten Richtlinien

Do's:

- Seid euch darüber bewusst, dass euer FALC Immobilien Social Media Profil nicht nur euch selbst, sondern auch euren Franchisegeber FALC Immobilien repräsentiert
- Teilt auf Facebook bereits veröffentlichte Beiträge von dem FALC Immobilien Profil
- Lasst euch vom Marketing zur Gestaltung von eigenen Beiträgen unterstützen oder beraten

Dont's:

- Die Verwendung eines persönlichen Profilbildes
- Zweckentfremdung des personalisierten Social Media Profilbildes
- Eigens gewählter Profilname
- Verwendung einer anderen Schrift als "Montserrat"
- Verwendung anderer Farben
- Ergänzung des FALC Immobilien Logos für den einen Standort
- Äußerungen zu religiösen oder politischen Themen
- Beiträge veröffentlichen, welche nicht dem Corporate Design entsprechen
- Vorschaudateien von Werbemitteln als Bildbeitrag veröffentlichen

Kontakt für Gestaltungen

Bei Fragen rund um die Themen Marketing und Gestaltung, wenden Sie sich gerne an uns!
marketing@falcimmo.de ■ Tel: 02242 / 90 10 350

