

# SOCIAL MEDIA

## Mögliches Problem, das du haben könntest

Du erreichst keine Kunden mit deiner Webseite oder kein Kunde besucht deine Webseite (fachlich ausgedrückt: die Reichweite der Beiträge/Webseite ist nicht groß/kein Traffic).

## Definition des Lösungsansatzes

In den Social-Media-Netzwerken kannst du Kontakt zu ganz unterschiedlichen Gruppen halten: zu deiner bestehenden oder neuen Kundschaft (B2C), zu anderen Unternehmen (B2B), oder auch zu zukünftigen Angestellten. Wichtig ist es, sich die Netzwerke auszusuchen, die deinen Zielen am besten nützen (die Kriterien, nach denen du idealerweise auswählst, findest du auf der nächsten Seite). Welche Social-Media-Plattformen es gibt, findest du unter „Tools“. Du kannst aber genauso gut Youtube oder Pinterest nutzen.

## Step-by-step-Anleitung

### Facebook

- regelmäßiges Posting
- Werbung schalten
- Aktualisierung und Ergänzung des Profils und Beiträgen
- Gruppen beitreten
- Produkte in den FB-Shop einbringen

### Instagram

- Interaktion mit anderen Instagram-Accounts für höhere Visibilität und gemeinsames Wachstum
- Beiträge unbedingt mit Hashtags (z. B. #miagehnonline, #munich, #munichfood) für größere Reichweite verwenden

## Tools

- [Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [Twitter](#)
- [LinkedIn](#)
- [YouTube](#)

## Teilnehmer Best Practices

- [Pepp4success](#)
- [Katrin Zwickl - Heilpraktikerin](#)
- [Erika Graf, Teegeschäft](#)
- [Brillen Schneider](#)
- [Blütenzauber Schwabing](#)

**Kosten Beauftragung**

€

**Schwierigkeitsgrad Selbstumsetzung**



## Facebook

Soziales Netzwerk, breite Masse, User aller Altersklassen, mit Kunden kommunizieren, Nutzer können Beiträge teilen und so die Reichweite erhöhen.

## Instagram

größte Nutzergruppe: Frauen zwischen 14 und 29 Jahre, Business Account möglich, für Bekannte/Stammkunden-Netzwerk, Lifestyle-Themen durch Fotos ausgedrückt, Unternehmensseite als "Visitenkarte" anlegen ist zu empfehlen.

## Twitter

Kurznachrichtendienst, größte Nutzergruppe zwischen 25 und 44 Jahre, viele Fachleute äußern sich zu bestimmten Themen, Hashtags (z.B. #munichfood) sehr beliebt, für Events, bekannte Kampagnen, News.

## Youtube

Videokanal, Präsentation des Unternehmens, größte Nutzergruppe zwischen 16 und 29 Jahren, jedoch ist die Reichweite sehr hoch und Videos können auf anderen Plattformen geteilt werden.

## LinkedIn / Xing

Soziales Netzwerk hauptsächlich für Employer Branding und Jobangebote. Beliebt im B2B-Bereich, Kunden können ebenfalls so erreicht werden, größte Nutzergruppe im Alter von 35 bis 49 Jahre.

Es gibt noch viele weitere Social-Media-Kanäle, jedoch sind das die beliebtesten in Deutschland.

(Weitere sind: Snapchat, TikTok, Google+, Pinterest, Twitch usw.)

## Tipps zu Social Media

1. Zielgruppen und Wettbewerber überprüfen (hierfür kannst du Personas definieren, um dich noch besser in den Kunden hineinzufühlen. Personas sind typische Kunden/User deines Produkts)
2. Inhalte festlegen (authentisch & inhaltlich hochwertig)
3. Art der Kommunikation festlegen (Eigenproduktion, Markenbotschafter, Bild, Video, Text)
4. Kanäle bestimmen (Online/Offline? Biete ich über Social Media den Kunden einen Mehrwert? Gestaltungsmittel sind bspw. Umfragen, Interviews, Statistiken, Slideshows, etc.)
5. Fokus setzen (Du musst nicht alle Plattformen gleichzeitig bedienen. Tipp: Es ist möglich *einen* Beitrag auf zwei Plattformen, wie Instagram und Facebook, gleichzeitig zu posten.)
6. Ressourcen planen (Wieviel Zeit kannst du dafür aufwenden? Wieviel Budget für Werbemaßnahmen hast du?)
7. Regelmäßig Inhalte publizieren
8. Selbst aktiv auf Social Media teilnehmen (Teilen, Kommentieren, Posten, Vernetzen, etc.)