

PROSPECTIVE CLIENTS

Social Media

ursprünglich: Beiträge die ausschließlich von User für User gemacht werden.

Welche Medien sind die bekanntesten (deutschsprachig)?

Bindungs-Netzwerke

No1: Facebook

- Generiert jeden Tag 500.000 neue Mitglieder - das macht 6 neue Profile pro Sekunde!
- Bietet unter den sozialen Medien die größte Reichweite

No2: Google+ (wird gerne unterschätzt)

- Nur 1/9 der aktiven Facebook-User, aber sehr relevant für die SEO
- Zielgruppen können kategorisiert und neu hochgeladene Inhalte dann exakt diesen Gruppen zugeordnet werden

No3: Instagram

- Größer als Google+, allerdings sehr Bild-lastig
- Zum Aufbau einer Fangemeinde am besten geeignet
- 2012 von Facebook gekauft ... damals 40 Mio User, 2017 > 700 Mio (weltweit)

No4: Pinterest

- Virtuelle Pinwand zum sammeln von Bildern und Beiträge anderer User
- Starkes Instrument zur Kundenbindung und Stärkung der eigenen Marke

No5: Snapchat

- Startet erst als Social-Media-Plattform, davor eher eine Bilder-Nachrichten-App
- Stories halten sich 24 Std (einfache Bilder gar nur 10Sec) – dann werden sie gelöscht, für Marketing ein schwieriges Feld

Blogging-Netzwerke**No1: Twitter**

- Kurznachrichten von maximal 140 Zeichen!
- Chronologische Reihenfolge der Tweets im eigenen Profil oder im News-Feed der Abonnenten – „Follower“ genannt. Direkte Ansprache über @ und Themen Bezug über hashtag # (wurde von Facebook auch übernommen)
- Echtzeitmedium à schnelle Reaktionszeit gefragt – als Marketing-Instrument schwierig, eher als Informations-Tool und zur Kundenbindung
- SEO relevant!

No2: Tumblr

- Klassische Blogging-Plattform – keine Zeichenlimitierung
- Bei guter Reichweite des eigenen Netzwerks, gute Verbreitung qualitativer Inhalte

Professionelle-Netzwerke

No1: XING

- ca. 8 Mio User mit sehr unterschiedlichen Nutzungsverhalten!
- Viele Themengruppen mit der Möglichkeit zum qualitativem Austausch
- Premium-Version ist kostenpflichtig

No2: LinkedIn

- Ähnlich XING, eher international ausgerichtet
- 3 Säulen: Network (Kontakte sammeln), Opportunity (Karriere Gestaltung), Knowledge (Wissensvermittlung)

No3: SlideShare

- Publizieren und archivieren von unternehmens- und berufsbezogenen Inhalten
- Usern ist es möglich, diese Inhalte zu bewerten, zu kommentieren und in ihrem Netzwerk zu teilen
- 2012 von LinkedIn gekauft (ähnliche Strategie wie bei Facebook und Instagram)

Soziale-Video-Netzwerke

No1: YouTube (Google-Tochter)

- Mit Abstand die größte Plattform mit eigenem Channel (Kanal)!
- Pro Minute kommen rd. 100 Std. Videomaterial dazu
- Zielgruppengerechtes Influencer-Marketing

No2: Vimeo

- Eher professionelle und hochwertige Filmproduktionen
- Ab 500Mb monatliches Upload à kostenpflichtig
- Lohnt sich wenn die Zielgruppe künstlerisch/kreativ ist

No3: SlideShare

- Publizieren und archivieren von unternehmens- und berufsbezogenen Inhalten
- Usern ist es möglich, diese Inhalte zu bewerten, zu kommentieren und in ihrem Netzwerk zu teilen
- 2012 von LinkedIn gekauft (ähnliche Strategie wie bei Facebook und Instagram)

Allgemeine Grundregeln (für Unternehmen)

Zielgruppe vor Kanal

- Zielgruppe genau definieren
- Über Themen bzw. Gruppen (Seiten) ansprechen
- Interesse zeigen ACHTUNG was gepostet wird
- Internet vergisst nichts
- Aufbau ist mühsam, Verluste meist unmittelbar und radikal
- Authentizität (sich selbst treu bleiben)

Zur richtige Zeit posten

- Zielgruppen orientiert
- Nicht x-Posts hintereinander, sondern auf den Tag verteilen
- Posten und Interaktion kombinieren

Profil sauber aufstellen

- Vollständig
- Up2date
- Andere Plattformen mit einbeziehen (verlinken)

Interaktion mit anderen Usern

- Sich selbst präsentieren UND mit anderen austauschen
- Keine Bots für Kommentare verwenden (als User ist man der Plattform technisch weit unterlegen)
- Interesse vor Korrekturen

Nutzung von Social-Media-Tools

- Reduktion des Aufwandes
- Maximierung der Reichweite
- Automatisierung des Zeitmanagements (Zeitpunkt der Posts)

Content vor sinnbefreiter Posts

- Algorithmus der Plattform beachten zB Facebook:

Die Meldungen, die in deinen Neuigkeiten angezeigt werden, werden von deinen Verbindungen und Aktivitäten auf Facebook beeinflusst. Auf diese Weise siehst du mehr interessante Meldungen von Freunden, mit denen du am meisten interagierst. Außerdem kann die Anzahl der Kommentare und „Gefällt mir“-Angaben bei einem Beitrag sowie die Art der Meldung (z. B.: Foto, Video, Statusmeldung) dafür verantwortlich sein, welche Meldungen mit höherer Wahrscheinlichkeit in deinen Neuigkeiten angezeigt werden. Quelle: Facebook

- Das ‚Ausblenden‘ durch andere User wird im News-Feed-Ranking „bestraft“. Unter Umständen hilft nur mehr ein neues (oder bereinigtes) Profil.
- Achtung: Linkbait-Inhalte werden auch bestraft.

Empfehlung von Facebook für Seitenbetreiber

- Erstelle zeitnahe und relevante EIGENE Beiträge.
- Baue Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei deinem Publikum auf.
- Frage dich selbst: „Würden Menschen diese Inhalte mit ihren Freunden teilen und sie anderen Nutzern empfehlen?“
- Denke darüber nach: „Würde mein Publikum diese Inhalte gerne in seinem Newsfeed sehen?“