

WIR BAUEN IHRE WERBUNG AUF!

www.gerbercom.de



gerberCom.



WEB
DESIGN &
HOSTING

SOCIAL MEDIA – ERFOLGREICH ONLINE VERNETZT

SOCIAL MEDIA – WISSENSWERTES

WAS BEDEUTET „SOCIAL MEDIA“?

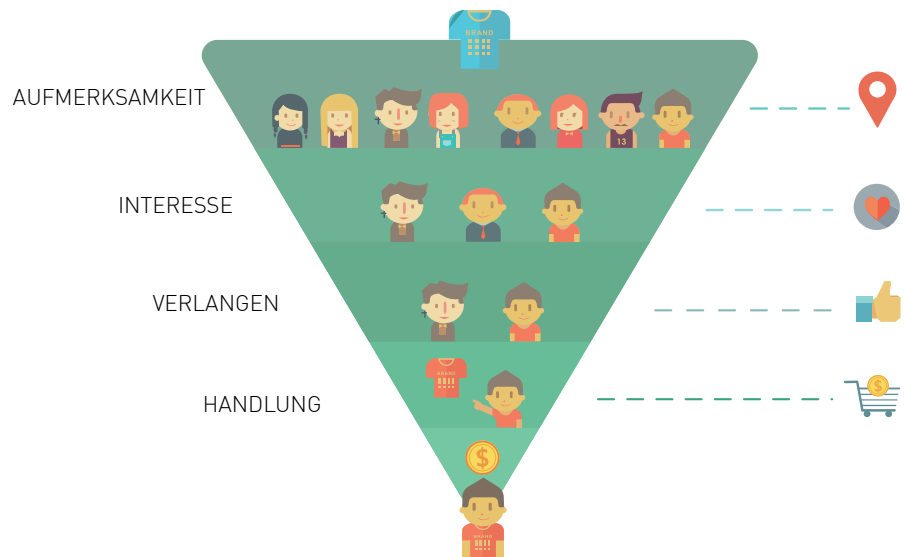
Als Social Media bezeichnet man Plattformen oder Treffpunkte im Internet; also ein Zusammenschluss von vielen Personen, die untereinander in Kontakt stehen und sich vernetzen. Die Nutzer stellen hierbei die Inhalte selber her. Es gibt zahlreiche Netzwerke mit unterschiedlicher Gewichtung.

Social Media ermöglicht ihren Nutzern, untereinander in Kontakt zu stehen bzw. Inhalte zu teilen.

WER NUTZT SOCIAL MEDIA?

Heutzutage nutzt die überwiegende Zahl der Menschen Social Media Kanäle, beruflich wie privat. Sowohl um über sich selbst zu berichten, als auch um Informationen über andere zu erhalten. Viele Unternehmen nutzen Social Media über Business-Profile, um mit ihren Kunden zu kommunizieren und potenzielle Kunden zu werben.

MARKETING FUNNEL



SOCIAL MEDIA FÜR IHR UNTERNEHMEN

Bei der Nutzung von Social Media im Unternehmen unterscheidet man zwischen „extern“ und „intern“. Extern steht für die Nutzung vom Unternehmen unabhängiger sozialer Netzwerke, während man unter der internen Nutzung den Zugriff auf eigene, im Unternehmen installierte soziale Medien versteht.

Die Bedeutung von Social Media für Unternehmen wächst immer weiter, denn hier bietet sich die Möglichkeit, in direkten Kontakt zu seinen Kunden, Freunden oder Followern zu treten. Präsenz, Authentizität, Glaubwürdigkeit und Kompetenz sind die Stichworte. Die verschiedenen Plattformen bieten die Möglichkeit, schnell zu informieren und die eigene Zielgruppe direkt anzusprechen.

Und zwar in Form von Interaktion, nicht als „Einbahnstraße“. Immer sollten jedoch die klassischen Kommunikationsziele im Vordergrund stehen, denn Social Media sind eine (günstige) Möglichkeit zur Kommunikation, aber kein Selbstzweck.

UNSER SOCIAL MEDIA LEISTUNGSUMFANG



Social Media Analyse

Wettbewerbsanalyse, bisheriger Auftritt



Social Media Strategie

Auswahl der geeigneten Kanäle, Ziele setzen, Leitfaden für Social Media Präsenz, ...



Einrichtung / Vervollständigung der Social Media Profile

Profilerstellung, -bearbeitung



Erstellung von Content

Mindmap, zeitlose Beiträge, Redaktionsplan



Monitoring

Sichtung und Bewertung des Ergebnisse ggf. Beschluss weiterer Maßnahmen/ Anpassung der Strategie

BELIEBTE SOCIAL MEDIA KANÄLE



FACEBOOK

Bilder, Videos und Neuigkeiten

Gehört zu den **bekanntesten Social Media Plattformen** der Welt. Seit dem Start im Jahr 2004 nutzen über eine Milliarde Menschen Facebook um sich privat darzustellen, einander zu schreiben, **Bilder, Videos und Neuigkeiten** auszutauschen; entweder öffentlich sichtbar oder in einem definierten Kreis unter „Freunden“.

Facebook wird sowohl von **Privatpersonen** als auch von **Unternehmen** genutzt. Die monatliche Nutzerzahl liegt derzeit bei über 1,8 Milliarden. Die Anzahl der Unternehmen, die auf Facebook vertreten sind, steigt stetig an.



INSTAGRAM

Bilder, Videos und Hashtags

Mit Instagram können **Fotos und Videos** kostenlos mittels einer App geteilt werden. Die Daten können mit **Filtern und Kreativwerkzeugen** bearbeitet werden, bevor sie mit den „Followern“ geteilt werden. Auf der ganzen Welt nutzen rund 700 Millionen Menschen Instagram und 25 Milliarden Unternehmen sind bereits mit einem eigenen Kanal vertreten – und die Anzahl steigt stetig.

Über 70 Millionen Fotos und Videos werden bei Instagram täglich geteilt. Es können **private** und auch **Business-Profile** angelegt werden. Auch kann **Werbung** zwischen den Posts in Form von Fotos oder Videos geschaltet werden.



PINTEREST

Bilder und Bastelanleitungen

Pinterest ist ein soziales Netzwerk, bei dem **„Pinnwände“** benutzt werden. Jeder Nutzer hat seine eigene Pinnwand, auf die er **Fotos** pinnen und eine **kurze Beschreibung** dazu abgeben kann. Die Idee dahinter ist der gemeinsame **Austausch über Hobbys, Interessen und Einkaufstipps**. Es sind ca. 100 Millionen Nutzer registriert. Viele Unternehmen beziehen Pinterest in ihre Marketingstrategie ein.

BELIEBTE SOCIAL MEDIA KANÄLE



TWITTER

Text, Hashtags, Bilder

Zählt ebenfalls zu den Social Media und ist DAS Forum, um **kurze Nachrichten** mit maximal **140 Zeichen schnell „schneeballartig“** zu verbreiten. Das bezeichnet man auch als „Mikroblogging“. Gegründet 2006 hat Twitter heute monatlich ca. 320 Millionen aktive Nutzer und hat sich im Laufe der Zeit zu einem **Echtzeit-Nachrichtenforum** entwickelt. Twitter wird von Privatpersonen, Unternehmen, Organisationen und Massenmedien genutzt.



YOUTUBE

Videos, Tags

Videos haben inzwischen einen enorm hohen Stellenwert im Social Media und bei Google. Youtube gehört zwar nicht direkt zu den „social networks“, aber **hochgeladene Videos** werden gerne in anderen Portalen eingebettet.

YouTube gehört zu den **Google-Produkten**. Selbst erstellte Videos kann jeder hochladen, der sich einmal registriert hat. Nach Aussagen von Google werden täglich mehr als 4 Milliarden Videos aufgerufen. Damit ist YouTube für etwa 10 % des gesamten Internet-Datenverkehrs verantwortlich.



BELIEBTE SOCIAL MEDIA KANÄLE



XING

Informationen, Veranstaltungen

Bei Xing handelt es sich um ein **Business-Netzwerk**, durch das Kontakte in den Bereichen **Karriere, Beruf und Geschäft** geknüpft werden können. Berufstätige aus allen möglichen Branchen sowie Unternehmen können sich mit Ihrem eigenem Profil auf Xing darstellen.

2003 wurde das Unternehmen in Hamburg gegründet und hat mittlerweile rund 14 Millionen Nutzer weltweit.

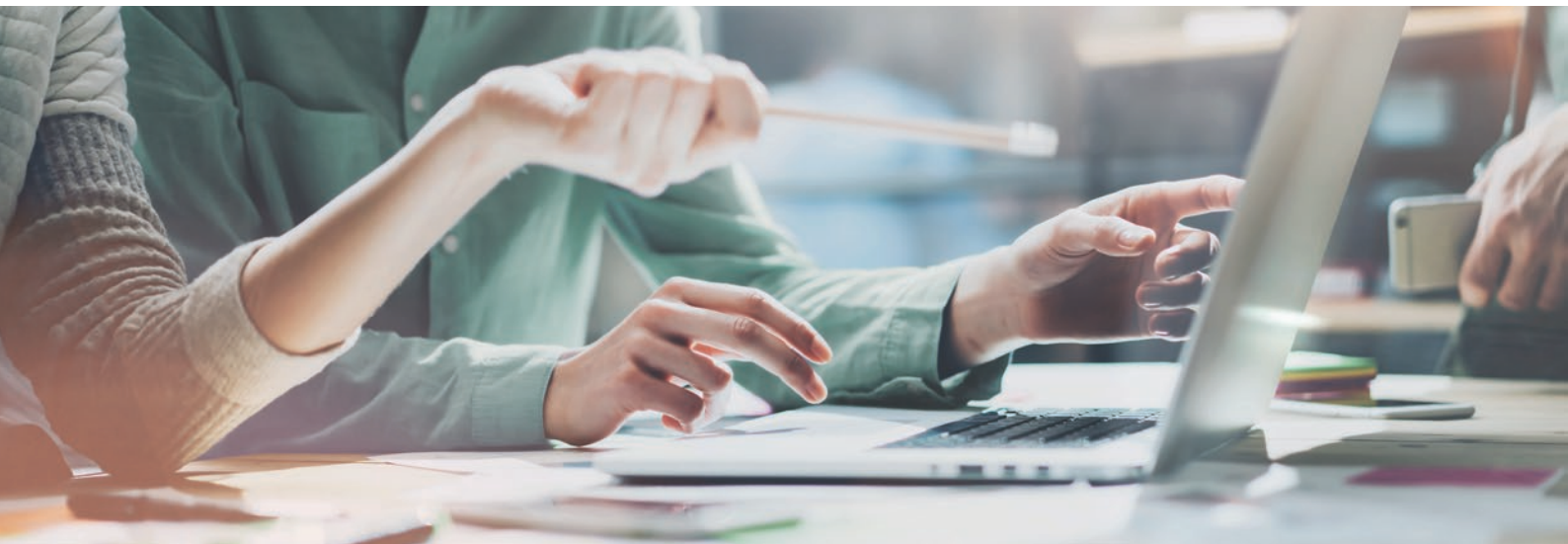


LINKEDIN

Informationen, Veranstaltungen

Das **Business-Netzwerk** hat über 433 Millionen Nutzer in mehr als 200 verschiedenen Ländern. LinkedIn ist **eine der meistbesuchten Websites** weltweit. Bei LinkedIn können sowohl **Unternehmensprofile** als auch **Karriererepages** erstellt werden.

Das Hauptaugenmerk liegt darin, **geschäftliche Kontakte** aufzubauen, zu pflegen und zu erweitern.



SOCIAL MEDIA FACTS

Fakten & Gründe über und für Social Media

1. SOCIAL MEDIA
BRINGT
TRAFFIC AUF
IHRE WEBSITE

2.
WIRKUNGSVOLLES
REMARKETING

3.
MEHR CONVERSIONS
UND LEADS

4.
BESSERE
AUFFINDBARKEIT

SOCIAL-MEDIA-
PROFILE LASSEN
UNTERNEHMEN
AUTHENTISCH
WIRKEN 5.

6.
SOCIAL MEDIA NUTZT
DAS PRINZIP DER
EMPFEHLUNGEN
VON FREUNDEN

7.
SOCIAL MEDIA
STÄRKT DIE
KUNDENBINDUNG

IMAGEBUILDING
DURCH SOCIAL
MEDIA MARKETING

9.
FEEDBACK &
MARKTFORSCHUNG
ÜBER SOCIAL MEDIA

8.

Noch nicht überzeugt? Wir liefern Ihnen gerne noch mehr Gründe!
Rufen Sie uns an: 0571 975290

SOCIAL MEDIA – IHR LEITFADEN

IHR LEITFADEN FÜR EINE GUTE SOCIAL MEDIA PRÄSENZ

Durch die Präsenz in sozialen Medien sind Unternehmen und ihre Mitarbeiter heute viel dichter am Kunden als früher. Grund genug, um über grundsätzliche Regeln zu sprechen. Diese Regeln sollen nicht einengen, sondern dienen dazu, dass das Unternehmen zeitgemäß, vertrauenswürdig und homogen auftritt.



BIETEN SIE INTERESSANTE INHALTE

Fragen Sie sich bei jedem von Ihnen veröffentlichten Content, ob dieser für Ihre Zielgruppe **relevant** und **interessant** ist. Das Posten reiner Werbebotschaften führt im Regelfall ziemlich schnell dazu, dass Fans Ihre Seite „dislikern“ oder künftig ignorieren. Versuchen Sie, einen **echten Mehrwert** zu bieten und zu **Interaktionen** anzuregen. Ihre Seite „lebt“ mit Ihren Fans.

ABC STANDARTEXTE UND WIEDERHOLUNGEN

Die Nutzung von Standardtexten bei Ihren Posts fällt in der Regel schnell auf und wirkt meist **unpersönlich** und **einfallslos**. Außerdem kann die Doppelung von Posts auf mehreren Plattformen dazu führen, dass Ihre Fans diesen „**Double Content**“ als **unangenehm** empfinden. Gestalten Sie Ihre Inhalte daher **individuell** für jede Plattform und zeigen Sie Ihren Fans, dass bei Ihnen **echte Menschen** posten und nicht ein Computerprogramm.



NUTZEN SIE (DIE RICHTIGEN) BILDER

Mit **schönen Bildern** lenken Sie das Auge des Betrachters gezielt auf Ihre Inhalte – empfehlenswert sind hier insbesondere **Bilder von Menschen**. Nutzen Sie möglichst Bilder, die auch in einer kleinen Größe noch gut zu erkennen sind. Reine Textbeiträge oder Inhalte, die immer mit dem gleichen Bild oder Logo versehen sind, sind langweilig und somit wirkungslos.



REGELMÄßIG POSTEN

Um das Interesse Ihrer Social Media Freunde dauerhaft aufrecht zu erhalten, sollten Sie in **regelmäßigen Abständen** neue Inhalte posten. Versuchen Sie hier ein **gesundes Mittelmaß** zu finden, damit ihre News nicht als Belästigung empfunden werden. Die **richtige Frequenz** hängt von den **Inhalten**, der **Zahl der Fans** und den **Zeitpunkten**, zu

SOCIAL MEDIA – IHR LEITFADEN

denen gepostet wird, ab. Überschütten Sie Ihre Fans nicht mit Inhalten, insbesondere nicht mit „Lückenfüllern“, sondern posten Sie nur dann, wenn Sie auch etwas mitzuteilen haben. **Wenige Posts mit hohen Interaktionszahlen** sind letztendlich wertvoller als viele Posts ohne nennenswerte Reaktionen.



MEHR TEXT IST NICHT GLEICH GUT

Die Teasertexte Ihrer Beiträge werden meist auf etwa **90 bis 100 Zeichen** gekürzt, darum sollten Sie hier kurz und **prägnant** den **wichtigen Inhalt** darstellen: Das Wichtigste kommt nach vorn! Bei längeren Texten besteht durch die automatische Kürzung oft die Gefahr, dass die Botschaft nicht mehr transportiert wird oder dass sie – wenn sie vollständig angezeigt werden – gar nicht komplett gelesen werden.



SO REAGIEREN SIE RICHTIG

Reagieren Sie **ohne große Verzögerung** auf Posts und Kommentare! Falls Sie nicht regelmäßig online sein können, sollten Sie das deutlich machen. Rechnen Sie aber trotzdem immer damit, dass irgendjemand etwas schreibt. Es kann daher nicht schaden, gelegentlich auch mal außerhalb der Geschäftszeiten auf Ihre Social Media Seiten zu schauen. Nicht zu reagieren, nur weil Ihnen eine Meinung nicht gefällt, ist übrigens keine gute Idee: Öffentliche Anfragen auf Ihrer Seite sind ja normalerweise **für alle sichtbar**, darum fällt eine fehlende Reaktion auf Fragen oder Kritik sicher nicht nur dem Anfragenden sondern auch anderen auf. **Beantworten Sie also immer alle Fragen** und zeigen Sie, dass Sie **kommunikationsbereit** sind.



UMGANG MIT NEGATIVER KRITIK

Nicht immer sind Ihre Kunden mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen zufrieden. Es ist daher nicht wahrscheinlich, dass Kritik auch einmal öffentlich in Ihren sozialen Medien auftaucht. Als Profi können Sie hier mit einer **intelligenten Antwort punkten** – ebenfalls öffentlich. Betrachten Sie solche Diskussionen einfach **als Chance**, sich selbst besser zu positionieren. Ein absolutes „**No go**“ ist **übrigens das Löschen von Posts mit negativer Kritik**. Einerseits riskieren Sie, dass dieses Vorgehen als eine Art Zensur angesehen wird, zum anderen werden sich Ihre Kritiker dann ein anderes Forum suchen, um ihren Frust zu äußern – und dort haben Sie dann keinerlei Kontrolle über den Verlauf der weiteren Diskussion.

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

KANN MAN BEI EINEM
BUSINESS KONTO DIE
KOMMENTARE AUS-
BLENDEN?

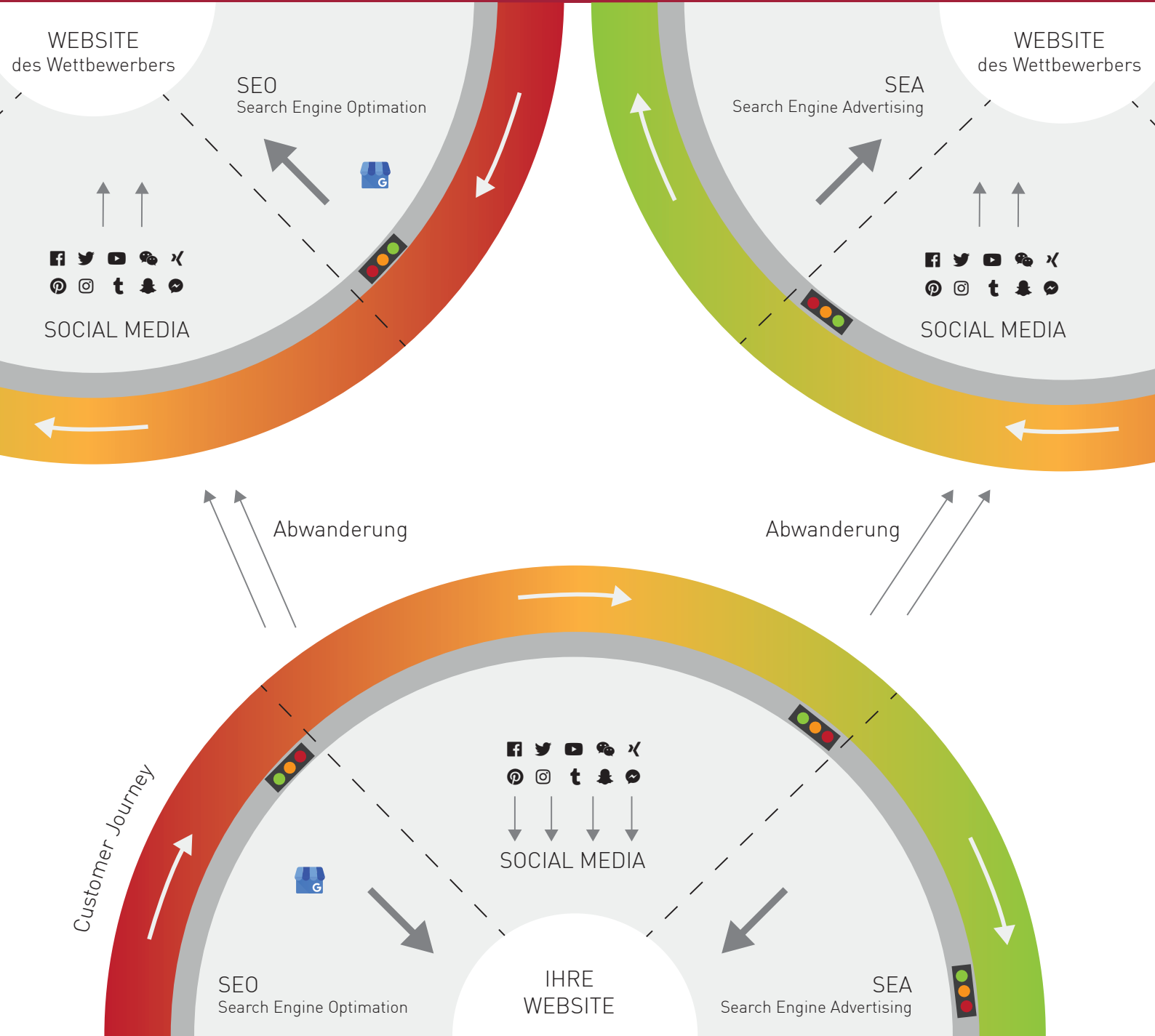
Bei einem Firmenkonto kann man die Kommentarfunktion nicht ausstellen. Die Social Media Plattformen sollen eine Möglichkeit zum Austausch mit anderen Nutzern bieten, darum ist es nicht sinnvoll, den Nutzern keine Möglichkeit zu geben, sich zu einem Thema zu äußern.

NEGATIVE
KOMMENTARE?
SHITSTORM?

Auf negative Kommentare und Bewertungen von Nutzern sollte man immer reagieren. Die beste Möglichkeit ist es, auf den Beitrag zu antworten und die negativen Aspekte zu erklären oder etwas richtig zu stellen. Man kann den Nutzer auch bitten, direkt Kontakt per Mail oder Telefon aufzunehmen, um die Sache zu klären und näher zu erläutern. Facebook bietet die Möglichkeit, eine Liste mit Wörtern zu erstellen. Wenn diese Wörter in einem Beitrag vorkommen, dann wird der Beitrag des Nutzers erstmal nicht angezeigt. Wenn eine sachliche Klärung des Problems oder der Kritik mit dem Nutzer nicht möglich ist, dann kann man einzelne Nutzer blockieren. Diese Nutzer haben dann nicht mehr die Möglichkeit auf die Fanpage zu zugreifen. Durch einzelne negative Kommentare oder Bewertungen entsteht aber nicht gleich ein Shitstorm. Es gibt immer Menschen, die sich negativ zu einem Thema äußern. Lassen Sie sich nicht entmutigen: Die Reichweiten- und Geschwindigkeitsvorteile von Social Media überwiegen eventuelle „Störfeuer“.



CUSTOMER JOURNEY



 **gerberCom.WEB**

TYP03 Websites | Newsletter | Social Media | ePaper
SEO Ranking | Online-Shops | Webhosting | 3D-Design

 **gerberCom.PR**

Konzepte | Text-Erstellung | Fachberichte | Presseinfos
Hauszeitschriften | Kunden-Events

 **gerberCom.PRINT**

Logo | Geschäftspapiere | Anzeigen | Großbild- und Außenwerbung
Direktmarketing | Prospekte und Kataloge | 3D-Design