

SOCIAL MEDIA WORKSHOP

12.07.2023, 19:00 UHR

JULIA FINDEISEN

ONLINE MARKETING - KURVERWALTUNG JUIST

E-MAIL: ONLINEMARKETING@JUIST.DE

TEL.: 04935 808 855

INHALTE

1/2

1. Was ist Social Media?

2. Was ist Facebook?

3. Inhalte bei Facebook

4. Was ist Instagram?

5. Inhalte bei Instagram

6. Algorithmus & Hochformat

7. Community Management

INHALTE

2/2

8. Wann poste ich?

9. Rechtliches

10. Wie bekomme ich mehr Follower?

11. Social Ads

12. Gewinnspiele

13. Kennzahlen

14. Pinterest und TikTok

15. Letzte Worte

WAS IST SOCIAL MEDIA?

„GESAMTHEIT DER DIGITALEN TECHNOLOGIEN UND WEBLOGS“

Am wichtigsten für den Start:

- Facebook
- Instagram



WARUM SOCIAL MEDIA?

„GESAMTHEIT DER DIGITALEN TECHNOLOGIEN UND WEBLOGS“

Kostenfreie Werbung

Schnell und einfache Reichweite generieren

Mit Kunden in Kontakt bleiben und erneuten Besuch / Einkauf fokussieren durch persönliche Verbindungen

Super Ergänzung / Ersatz anderer Werbemittel wie Flyer, Newsletter oder Ähnliches



WAS IST FACEBOOK?

INFORMATIVER ZEITVERTREIB, KONTAKTE HALTEN

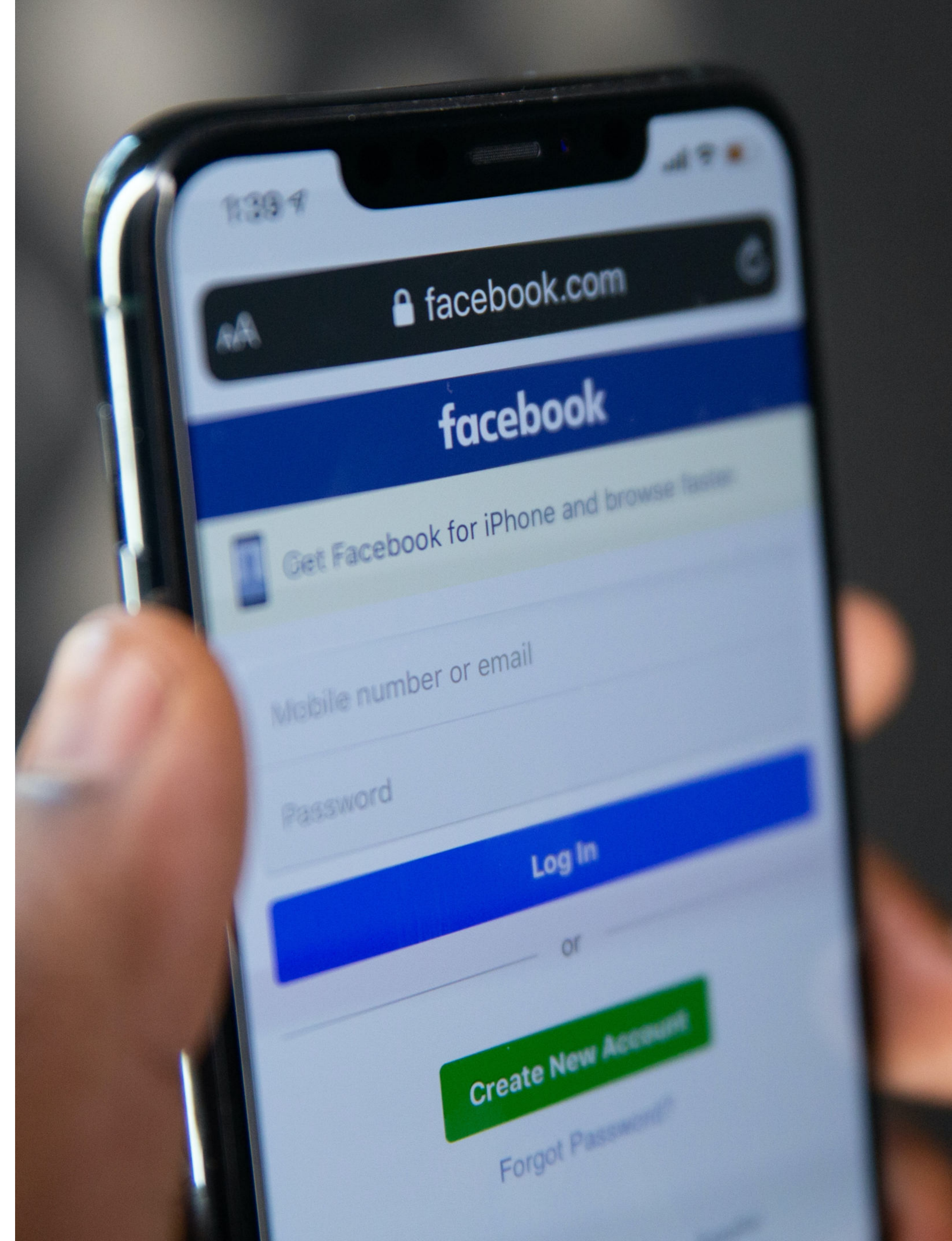
In Deutschland:

42% der Nutzenden sind zwischen 14 und 29 Jahren alt

47% der Nutzenden sind zwischen 30 und 49 Jahren alt

31% der Nutzenden sind zwischen 50 und 69 Jahren alt

17% der Nutzenden sind über 70 Jahre alt



WAS IST FACEBOOK?

„ORTE“ ZUM AUSTAUSCH

1. Posts im Feed (dauerhaft auffindbare Posts für Follower*innen und alle anderen - je nach Einstellung)
2. Stories (24 Stunden aktive Inhalte, die dann verschwinden)
3. Gruppen
4. Events



FACEBOOK

POSTS IM FEED

1. Purer Text
2. Text vor Hintergrund
3. Bild
4. Bild plus Text
5. Video
6. Links

BESONDERS WICHTIGE POSTS KÖNNEN OBEN IM FEED ANGEHEFTET WERDEN



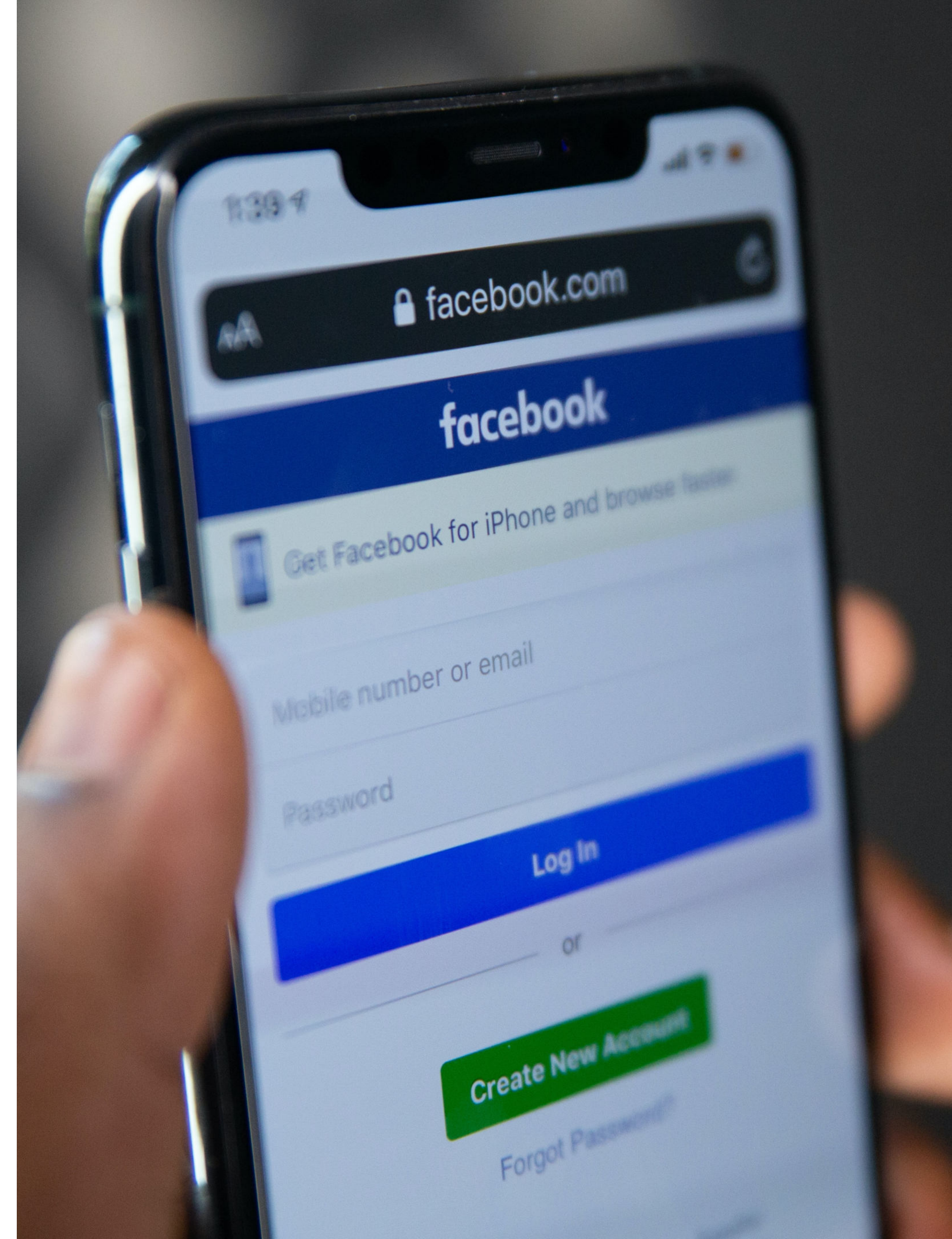
FACEBOOK

POSTS IM FEED

Einheitliches Design:

→ Canva

Posts im Feed können vorgeplant werden:
Creator Studio



FACEBOOK

STORIES

1. Purer Text
2. Text vor Hintergrund
3. Bild
4. Bild plus Text
5. Video



FACEBOOK

INHALTE STORIES

Neuigkeiten

Zeitlich gebundene Infos

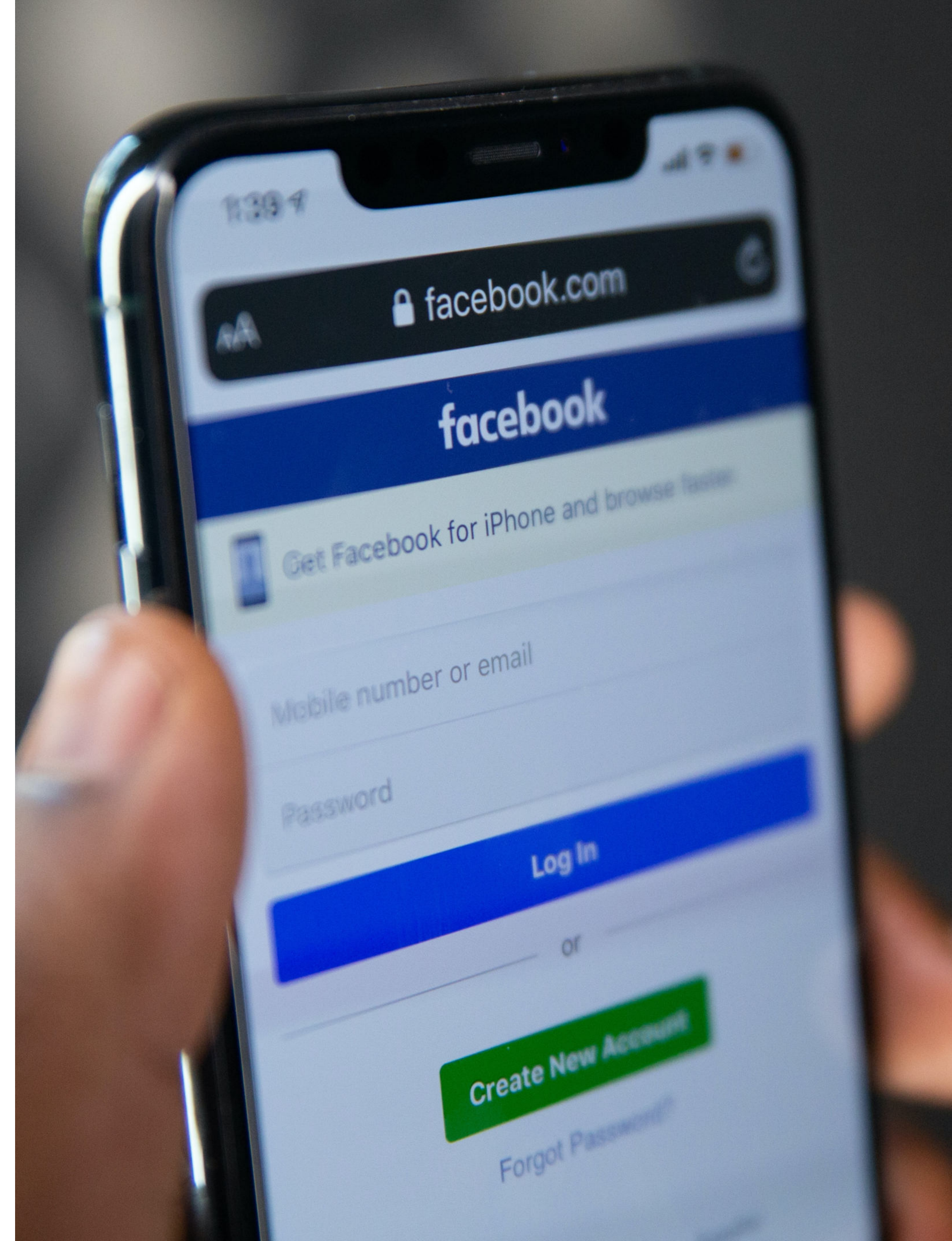
Sonderangebote, spezielle Aktionen

Kurze Impulse („Hallo, Frühling!“)

Einheitliches Design

→ Canva

Stories können vorgeplant werden: Creator Studio



FACEBOOK

#

#nichtsorelevant

#störtaberauchnicht

#kannmanmachen

#kannmanaberauchlassen



FACEBOOK

COMMUNITY MANAGEMENT

Das Management einer Interessengruppe auf einem bestimmten Sozialen Netzwerk

Sowohl auf einem Profil, als auch in einer Gruppe

Wichtig ist hier:

- Interaktion
- Persönlichkeit und Authentizität
- Antworten, Antworten, Antworten!



INHALTE

BESONDERS BELIEBTE / ERFOLGREICHE INHALTE SIND AUF FACEBOOK ZUM BEISPIEL:

- Empfehlungen
- Geschichten
- Die Gesichter hinter dem Account / dem Geschäft
- Lieblingsprodukte
- Reposts eurer Kunden

WEITERE TIPPS ZU INHALTEN AUF FB

- Markiert eure Lieferanten
- Nutzt ein einheitliches Design oder andere Elemente, die immer wieder kehren (Z.B.: Anrede)
- Posting-Reihen → Denim-Dienstag
- Verlinkt, wenn möglich, nur auf eure eigenen Seiten
- Nicht zu viel Verkaufsfokus setzen → nicht jeder Post sollte einen Link zum Online-Shop beinhalten

WEITERE TIPPS ZU FB

- Wenn die Accounts verbunden sind, könnt ihr den gleichen Content auf Instagram und FB teilen → nicht immer und nicht ständig (sonst ist da ja kein Mehrwert)
- 2 - 3 pro Woche posten, aber vor allem: REGELMÄSSIG posten!
- Emojis benutzen
- Bei mehreren Fotos: Immer das „stärkste“ Foto nach vorne.
- Fragen, Aufforderungen, Challenges ...

FACEBOOK

APP

Über 90% der Nutzenden schauen sich Facebook in der App an.

Checkt hier unbedingt, wie euer Post in der App aussieht.

- Wichtiger Text nach vorne & oben gestellt?
- Emojis genutzt?
- Ortsangabe gemacht?
- Fesseln die Bilder / Videos sofort die Aufmerksamkeit beim Scrollen?



FACEBOOK

APP

Die Bilder müssen dafür sorgen, dass eine Person stoppt und den Beitrag liest.

Die ersten paar Textzeilen müssen überzeugen.

Gerne etwas provokativ / unerwartet / besonders

The screenshot shows a mobile view of a Facebook post. At the top, the time is 14:02 and the status bar shows signal, Wi-Fi, and battery icons. The page name 'Juist.de' is displayed with a '9+' notification badge and a search icon. Below the page name are navigation tabs: 'Beiträge' (selected), 'Info', 'Videos', and 'Mehr'. The post itself is from 'Juist.de' and was posted by 'Julia Findeisen' on June 16th in 'Juist'. The text of the post reads: '♥ Juist ist langweilig und hat nichts zu bieten für Teenager und Jugendliche? Pfft, da sind wir aber anderer Meinu... Mehr anzeigen'. The main image shows a fire performer on a stage with red curtains, creating large, glowing circular patterns of fire. Below the main image are three smaller thumbnail images showing different fire performance techniques. At the bottom of the post, there are two buttons: 'Insights und Anzeigen ansehen' and 'Beitrag bewerben'. The bottom navigation bar of the app is visible, showing icons for home, notifications, create, activity, and profile.

STELLT FRAGEN.

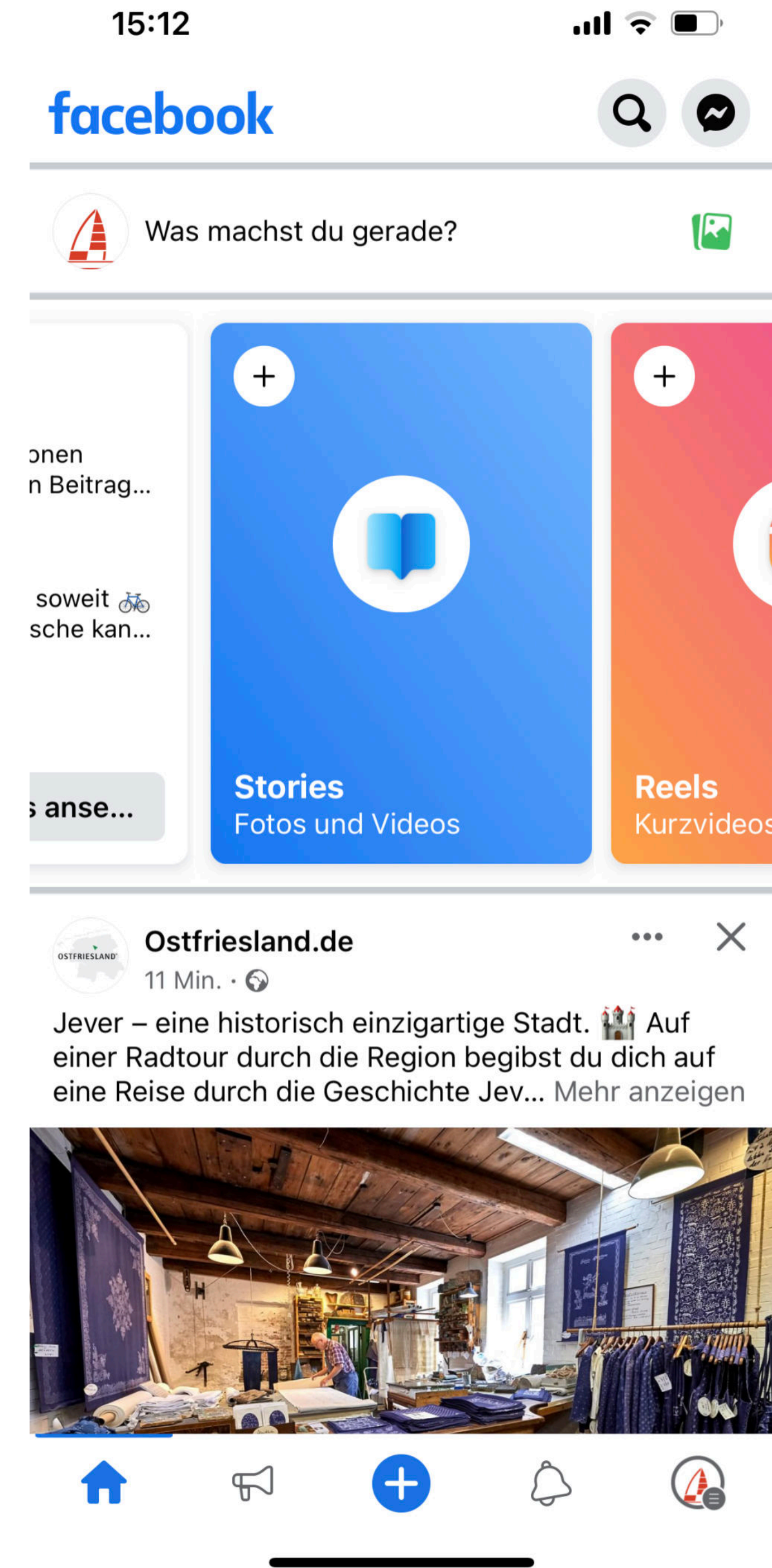
FORDERT ZUM REPOSTEN AUF.

FACEBOOK

WIE ERSTELLE ICH EINEN POST?

Die App öffnen

Ganz oben auf „Was machst du gerade?“



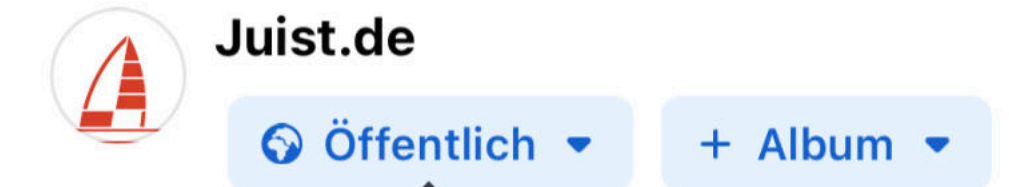
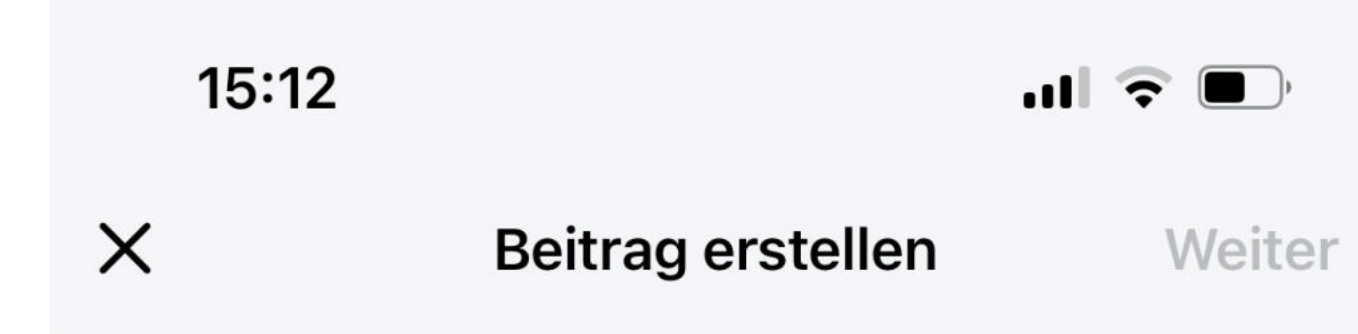
FACEBOOK

WIE ERSTELLE ICH EINEN POST?

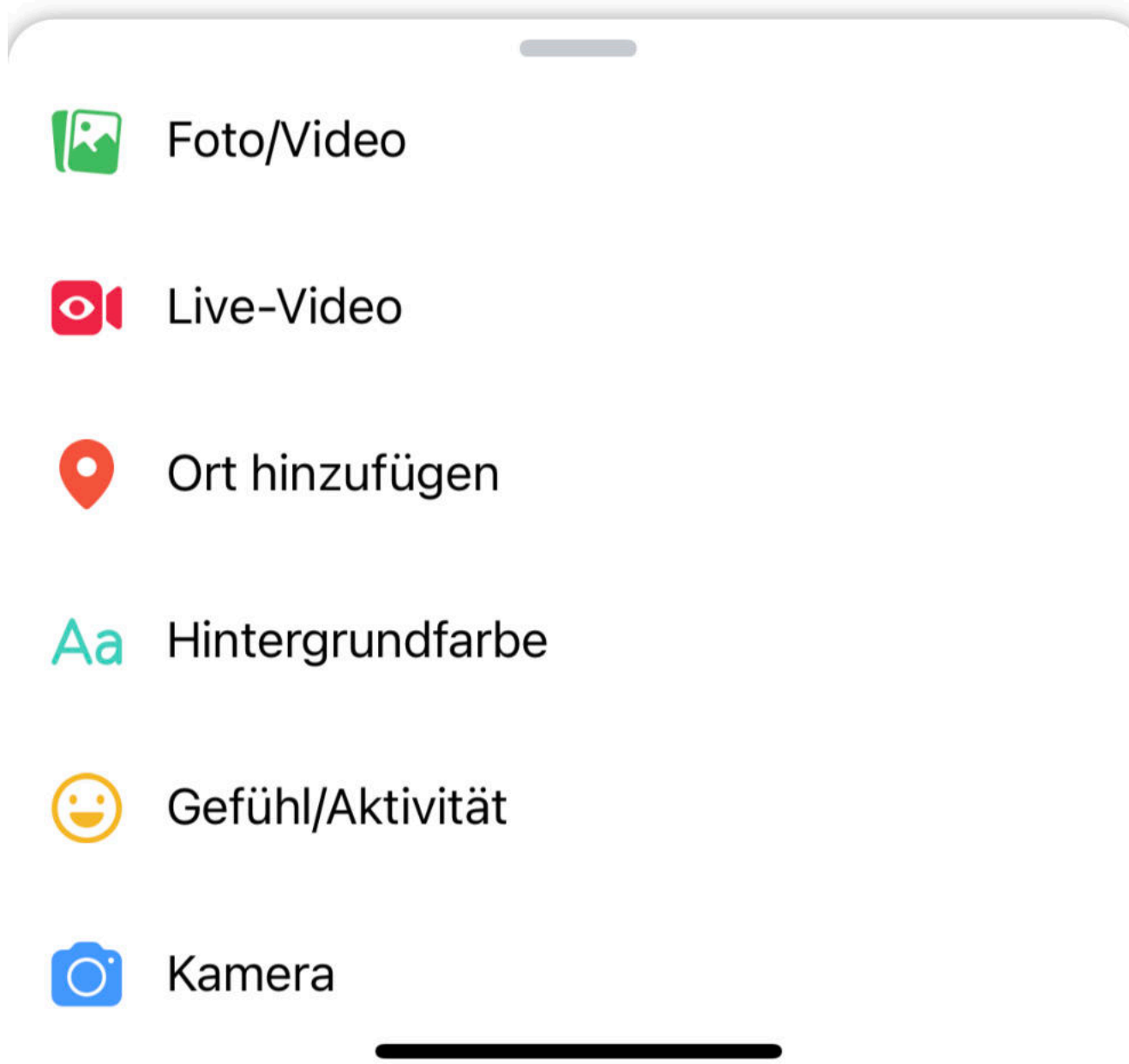
Inhalte auswählen und „weiter“

Entweder vorhandenes Material auswählen
oder aufnehmen

Und schon fertig :)



Deine Standardzielgruppe ist:
Öffentlich. Du kannst dies
durch Antippen oder in den
Einstellungen ändern.

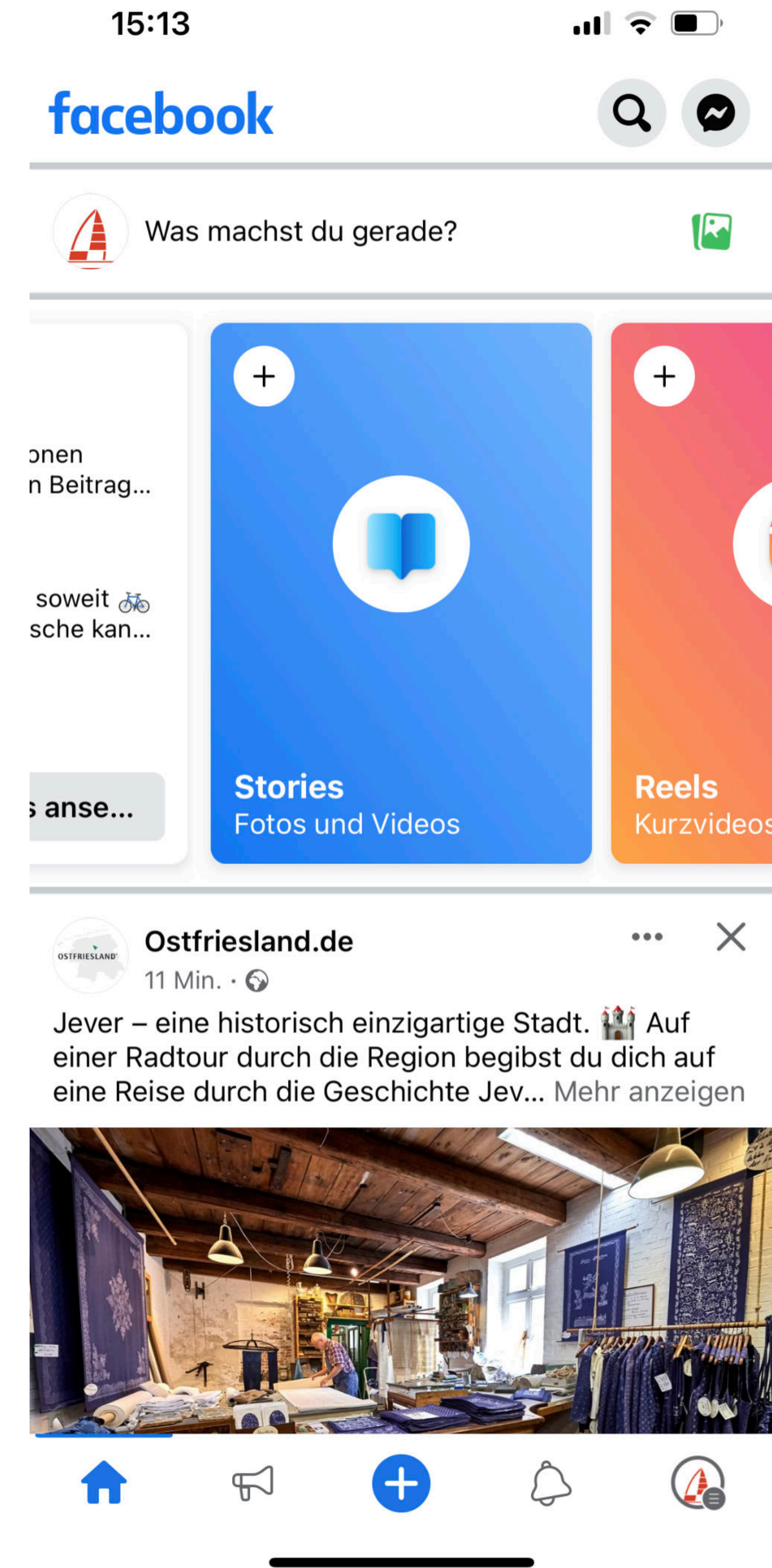


FACEBOOK

WIE ERSTELLE ICH EINE STORY?

Oben Stories erstellen

Entweder aus vorhandenem Material hochladen
oder erstellen



WAS IST INSTAGRAM?

INSPIRATIVER ZEITVERTREIB

10.200.000 Nutzende in Deutschland

Ca. 50% Männer, ca. 50% Frauen

Meist zwischen 25 und 45 Jahren alt (Juist.de:
bis zu 54 Jahre alt)

Die meisten Nutzenden nutzen Instagram
täglich



WAS IST INSTAGRAM?

„ORTE“ ZUM AUSTAUSCH

1. Posts im Feed (dauerhaft auffindbare Posts für Follower*innen und alle anderen - je nach Einstellung)
2. Stories (24 Stunden aktive Inhalte, die dann verschwinden)
3. Reels (eigener Tab zum Entdecken)



INSTAGRAM

INHALTE STORIES

Neuigkeiten

Zeitlich gebundene Infos

Sonderangebote, spezielle Aktionen

Kurze Impulse („Hallo, Frühling!“)

Einheitliches Design

→ Canva

Stories können vorgeplant werden: Creator Studio



INSTAGRAM

STORIES

Es können nur Stories in den eigenen Stories geteilt werden, wenn man markiert wurde (z.B. von Kunden)

Gerne auch andere Shops / Betriebe markieren in den eigenen Stories

Tipp: @soundso möglichst klein und dezent markieren, außer wenn die Markierung absolut relevant ist



INSTAGRAM

POSTS

Besonders relevante Posts können oben im eigenen Profil „befestigt“ werden

Inspirierendes, Persönliches

Geschichten

Gesichter des Geschäfts

Spannende oder lustige Anekdoten



INSTAGRAM

#

#unbedingt

#blossnichtvergessen

Tagsfinder

Faustregel: 5 - 10 relevante Hashtags pro Beitrag

Am besten: spezielle und allgemeine # mischen



INHALTE

BESONDERS BELIEBTE / ERFOLGREICHE INHALTE SIND AUF INSTA ZUM BEISPIEL:

- Empfehlungen
- Geschichten
- Die Gesichter hinter dem Account / dem Geschäft
- Lieblingsprodukte
- Reposts eurer Kunden

INHALTE

→ Qualität vor Quantität

Bei Instagram ist dieses polierte Aussehen des Posts wichtig

Faustregel: 3 - 4 Mal pro Woche

Gerne hochformatige Bilder nutzen → mehr Platz im Feed wird eingenommen

Melancholischer, „gefühlsduseliger“ Content funktioniert

INSTAGRAM

ALTE INHALTE PUSHEN

In eurem Profil unter dem jeweiligen Beitrag das Papierflieger-Symbol auswählen und den Beitrag in euren Stories raushauen

Nicht jeder Follower / jede Followerin sieht jeden einzelnen Beitrag von euch.



INSTAGRAM

WIE ERSTELLE ICH EINEN POST / EINE STORY?

In der Mitte auf das Plus drücken

Auswählen, ob Story / Beitrag / Reel oder dergleichen

Auswählen, ob vorhandenes Material oder neu aufnehmen



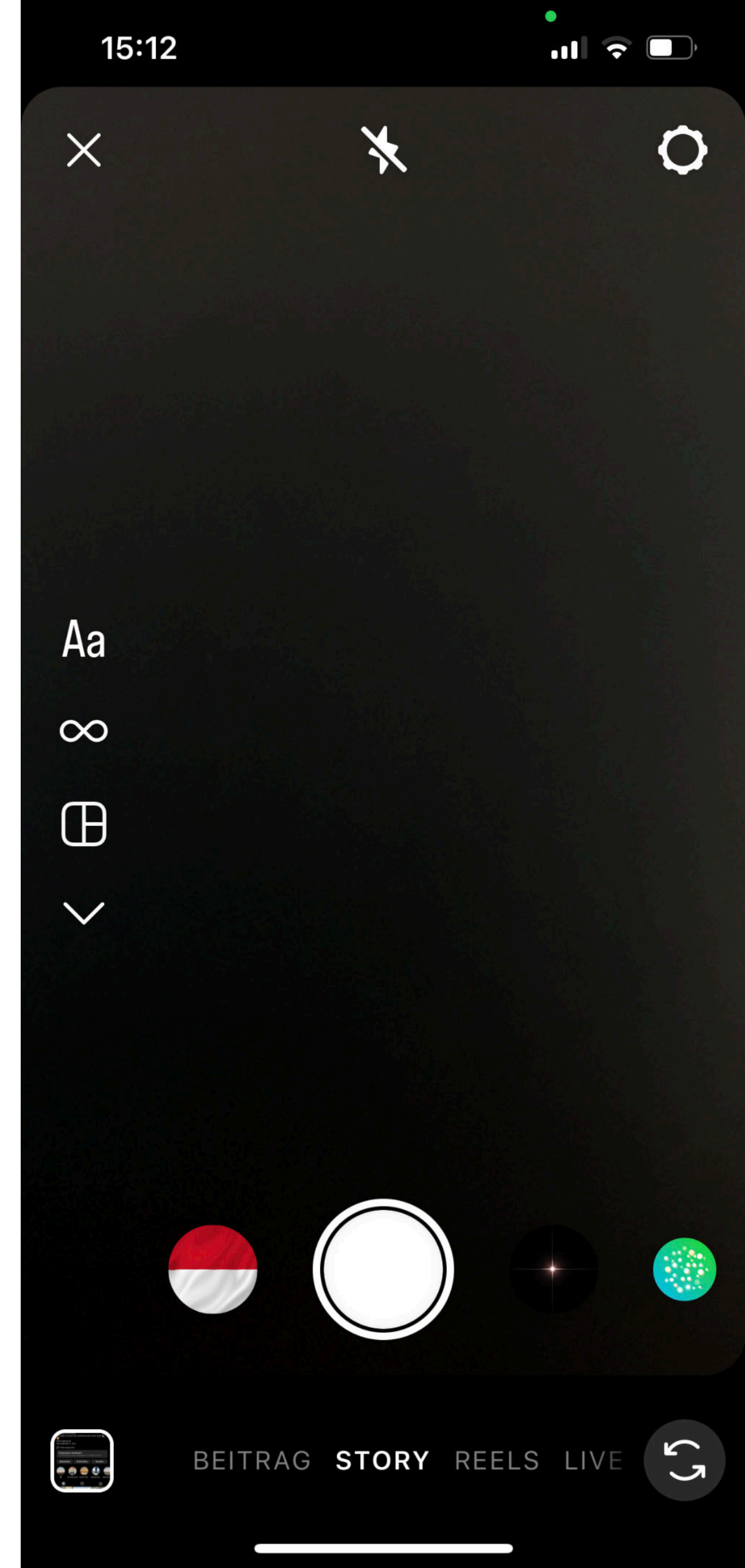
INSTAGRAM

WIE ERSTELLE ICH EINEN POST / EINE STORY?

In der Mitte auf das Plus drücken

Auswählen, ob Story / Beitrag / Reel oder dergleichen

Auswählen, ob vorhandenes Material oder neu aufnehmen



DER ALGORITHMUS

IMMER DIESER ALGORITHMUS!

Meta (Instagram und Facebook) hat im Hintergrund einen Algorithmus laufen, der entscheidet, welchem Nutzenden wann welcher Post angezeigt wird.

Der Algorithmus wird ständig verändert.

Mal ist es wichtig, viele Videos zu posten, ein anderes Mal viel Interaktion zu erhalten.

Postet nicht für den Algorithmus. Postet, was eure Follower*innen gerne sehen.

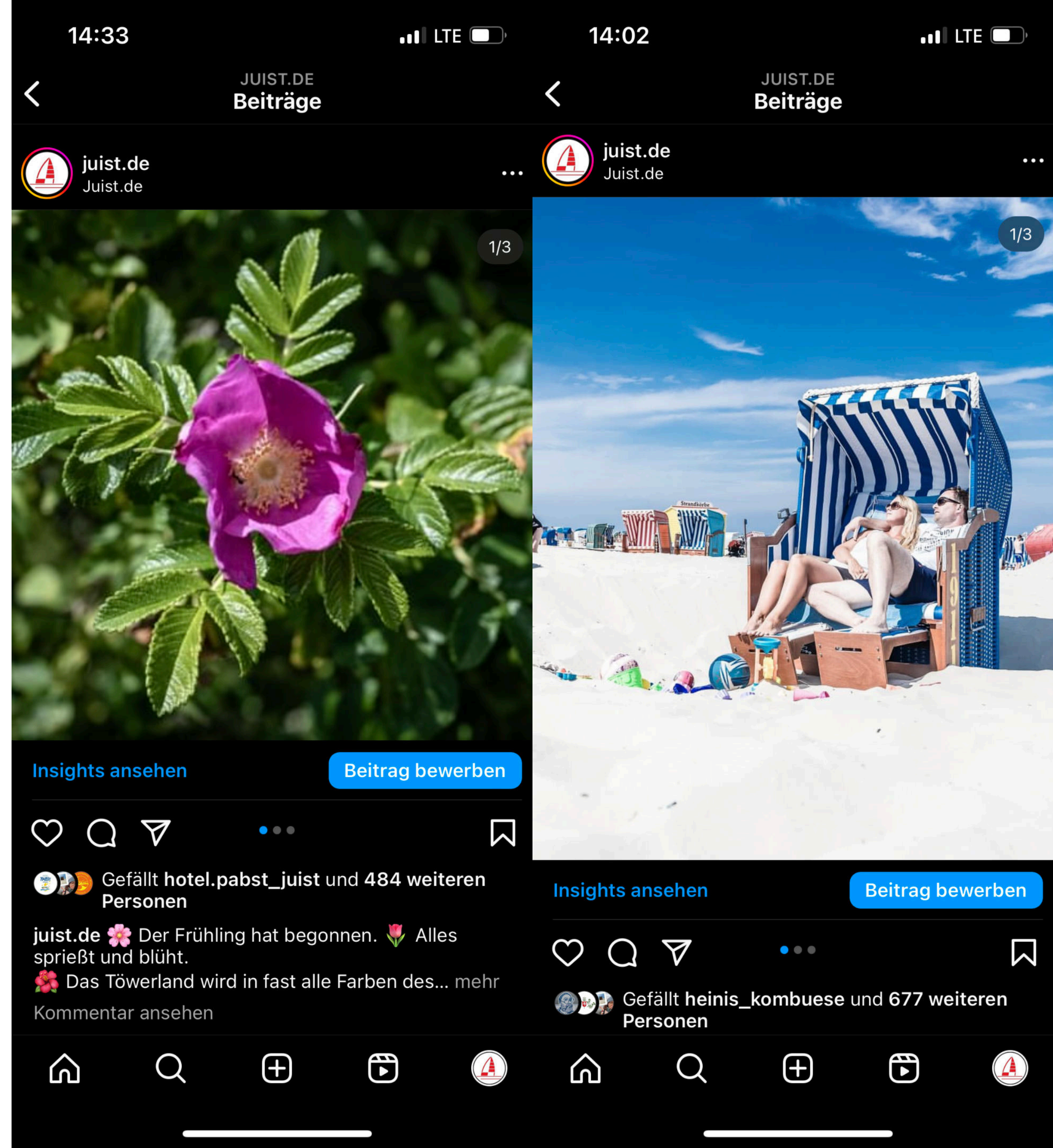


@JUIST.DE

Markiert uns gerne, wir reposten häufig und viel.

Wenn nicht gerade ganz klare verkaufsabsicht.

HOCHFORMAT IST EUER FREUND!



PROFILBESCHREIBUNG

Nutzt Emojis

Impressumspflicht für geschäftliche Konten: Das Impressum darf max. 2 Klicks aus dem Profil entfernt sein → z.B. durch Verweis auf die Website oder einen Link.Tree

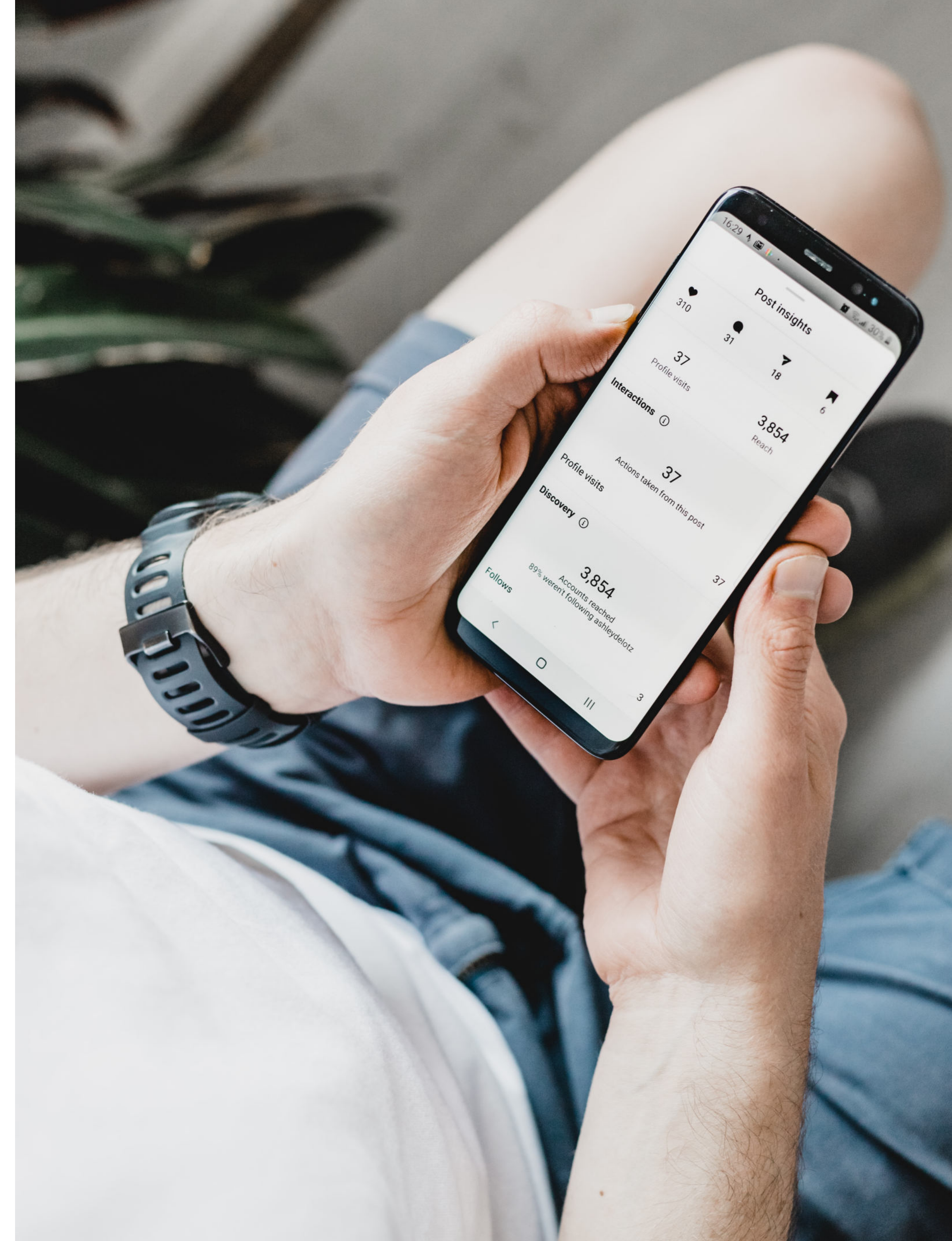
Pflichtangaben im Impressum nach Telemediengesetz §5: Vollständiger Name, Anschrift, Telefonnummer, Firmierung, E-Mail-Adresse, Steuernummer, Rechtsform (bei juristischen Personen)

COMMUNITY MANAGEMENT

Kommentare kommentieren oder darauf reagieren

Nachrichten, DMS und Kommentare möglichst bald beantworten

Dafür sorgen, dass die Leute wieder und wieder mit euch / eurem Kanal interagieren wollen



WANN POSTE ICH?

DAS CREATOR STUDIO ZEIGT EUCH DIE EMPFOHLENE POSTINGZEIT AN.

JEDOCH: WEDER INSTAGRAM NOCH FACEBOOK NUTZEN DERZEIT CHRONOLOGISCHE FEEDS, SODASS IHR NICHT ZWINGEND DANN DA ANGEZEIGT WERDET. SCHADET TROTZDEM NICHT.

WEITERE TIPPS

VERMEIDET TEXT AUF DEM BILD (IST ZUM BEISPIEL FÜR BLINDE SCHWIERIG)

ERSTELLT EUREN LADEN ALS STANDORT UND TAGGT IHN FLEISSIG

NUTZT DEN LADENNAMEN ALS NUTZERNAMEN

NUTZT EMOJIS

KEINE RECHTSCHREIBFEHLER UND LOCKERER UMGANGSTON

HALTET DURCH! → SOCIAL MEDIA IST EIN LANGWIERIGER, ORGANISCHER PROZESS

RECHTLICHES

DIE EINE ODER ANDERE SACHE GIBT'S ONLINE ZU BEACHTEN ...

- Urheberrecht von Fotos: Immer den Fotografen angeben (auch bei Produktfotos)
- Sicher ist es immer, wenn ihr eigene Fotos nutzt
- Bei Follower-Fotos die Person verlinken
- Feedback von Follower*innen nur nach deren Okay teilen
- Menschen dürfen nur mit Freigabe auf Fotos erkennbar sein



RECHTLICHES

UNBEZAHLTE WERBUNG? WERBUNG WEGEN MARKENNENNUNG?

Kennzeichnung als Werbung als
Unternehmensaccount, nur wenn ...

- gegen Bezahlung
- gegen andere Gegenleistung

Bei Influencer*innen ist das anders :)

Dennoch: „Unbezahlte Werbung“ oder „Unbezahlte
Werbung bei Markennennung“ schafft Transparenz.



WIE BEKOMME ICH MEHR FOLLOWER?

ORGANISCH

- Kommentiert besonders oft / freundlich / witzig / ausgefallen (aber natürlich höflich) bei anderen Accounts
 - Nutzt Cross-Promotion:
 - Social Media Handle auf Visitenkarten, Flyer, Plakate vor Ort, Website, Newsletter ...
 - Gegenleistung für ein Follow (z.B. eine Tüte Gummibärchen)
 - Im Profil andere Social Media-Handles erwähnen
- Liefere ich meinen Follower*innen den richtigen Mehrwert?



WIE BEKOMME ICH MEHR FOLLOWER?

PAID

Werbung auf Facebook und Instagram

„Follower und Likes kaufen“

Social Ads sind ziemlich teuer

Nur geringer Return on Investment

Nur bei kurzfristigen Kampagnen, die monetären Gewinn bringen



GEWINNSPIELE

GEWINNSPIELE AUF FACEBOOK UND INSTAGRAM

- Es muss immer genau festgelegt werden, was die Menschen tun müssen um teilzunehmen, wann die Deadline ist, wie der Gewinner / die Gewinnerin benachrichtigt wird
- Es muss immer gesagt werden, dass Meta (Facebook und Instagram) in keiner Verbindung zu diesem Gewinnspiel stehen
- AGBs müssen einsehbar sein

GEWINNSPIELE

GEWINNSPIELE AUF FACEBOOK UND INSTAGRAM

- Gewinnspiele sind eine super Sache, um Engagement und Likes zu erhöhen, aber:

Die Verbesserung der Reichweite ist meistens nur von kurzer Dauer

Follower*innen stellen „Ansprüche“

KENNZAHLEN

IN DER SOCIAL-MEDIA-WELT

Reichweite

Engagement

Follower*innen

→ Schwankungen sind ganz normal!

Behaltet die Zahlen im Blick oder geht nach eurem Bauchgefühl: Es gibt kein Richtig oder Falsch.

14:57



Insights

Letzte 28 Tage

31. Mai–27. Juni 2023

Übersicht

Trends

Inhalt

Zielgruppe

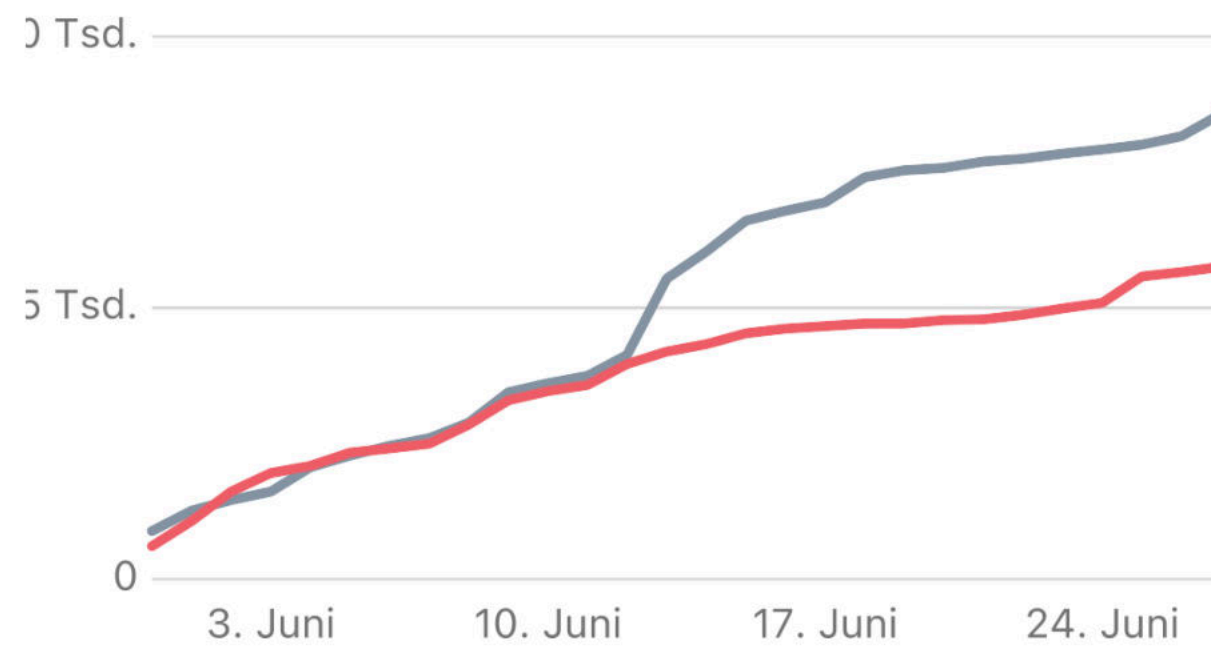
Reichweite

Facebook

Vergleiche deine kumulative Reichweite aus dem ausgewählten Zeitraum mit der aus dem vorigen Zeitraum.

Reichweite der Facebook-Seite

40,3 Tsd. ↓ 32 %



Für mehr Reichweite bewerben

So kannst du deine Reichweite vergrößern

14:58



Insights

Letzte 28 Tage

31. Mai–27. Juni 2023

Übersicht

Trends

Inhalt

Zielgruppe

Reichweite

Reichweite der Facebook-Seite

40,3 Tsd. ↓ 32 %

Reichweite auf Instagram

15,5 Tsd. ↓ 16 %

Seiten- und Profilaufrufe

Seitenaufrufe auf Facebook

3,9 Tsd. ↓ 5 %

Profilaufrufe auf Instagram

1,8 Tsd. ↓ 1 %

Neue „Gefällt mir“-Angaben und Follower

Neue „Gefällt mir“-Angaben für Facebook-Seiten

16 ↓ 5 %

14:58



Professional-Dashboard



Konto-Insights

Alle ansehen

16 Tsd. Konten erreicht während der letzten 30 Tage
5.315 davon sind bisher keine Follower

6 Tsd.

3 Tsd.

0

29. Mai

12. Juni

27. Juni

Follower

Nicht-Follower

Nächste Schritte



Nenne uns deine Ziele

So können wir dich besser mit den Zielgruppen verbinden, mit denen du deine Ziele erreichst.



WhatsApp Business hinzufügen

Ermögliche es Interessenten, dir von deinem Profil aus Nachrichten zu senden.

Deine Tools

Alle ansehen

Werbetools

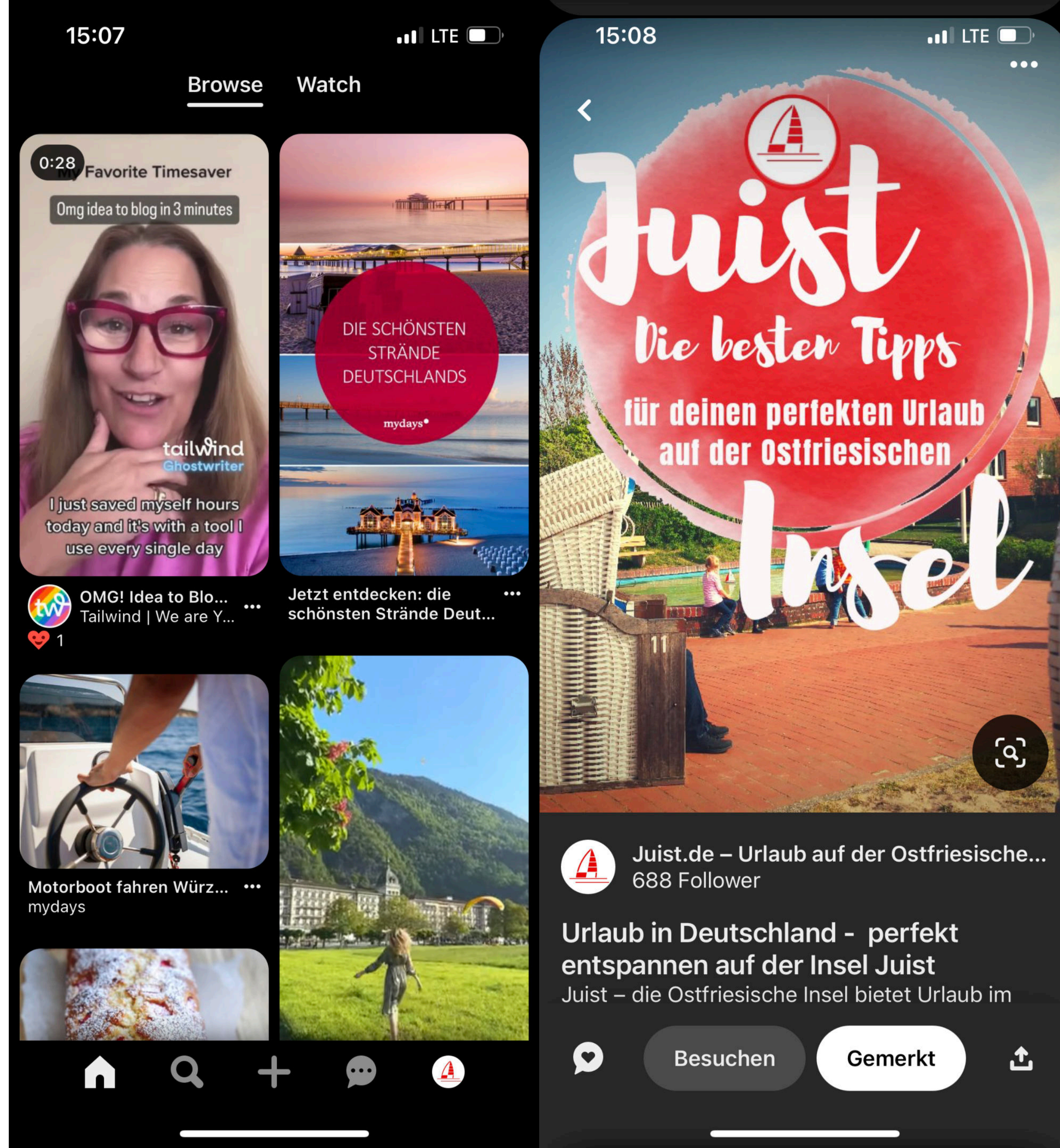


PINTEREST

EIN KLEINER EXKURS

Pinterest stellt verschiedene Pins mit Bild / Video vor, die zu den eigenen Interessen passen. Dann klickt man drauf und findet mehr Infos sowie einen Link.

Man erstellt Pinnwände zu Reiseinfos / Innenarchitektur ...

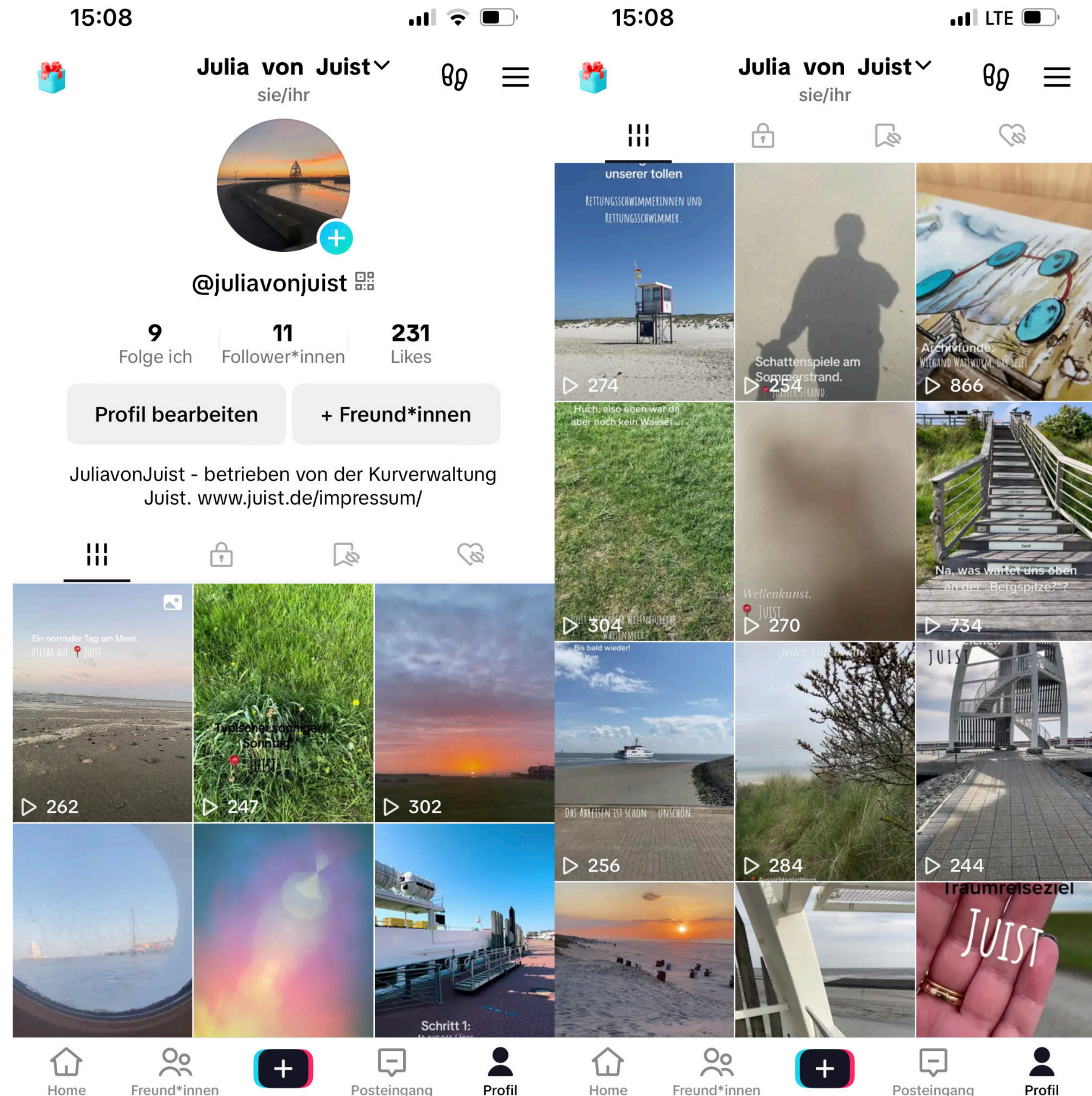


TIKTOK

EIN KLEINER EXKURS

Algorithmus empfiehlt immer mehr passende Videos zu denjenigen Videos, die man eben geschaut hat.

Virale Sounds, Challenges, Dances ...



PLANUNG

PLANUNG - SOCIAL MEDIA

ÜBER DAS CREATOR STUDIO UND DIE BUSINESS SUITE KÖNNT IHR EURE POSTS VORAUSPLANEN UND SO ZEIT SPAREN.

Z.B. IM WINTER ODER EINMAL PRO WOCHE ODER, ODER, ODER.

WICHTIG IST NUR, DASS REGELMÄßIG GEPOSTET WIRD.

FAHRRADVERMIETER KÖNNTEN Z.B. IHRE LIEBLINGSSTRECKEN AUF DER INSEL BESCHREIBEN,
EINZELHÄNDLER IHRE LIEBSTE MARKE BEWERBEN MIT EINEM KURZEN VIDEO.

REDAKTIONSPLAN - BEISPIEL

| Datum | Facebook Post | Facebook Story | Instagram Post | Instagram Story |
|------------|--------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---|
| Di, 01.02. | Post Denim-Dienstag | Cross-Primo Denim Dienstag | | |
| Mi, 02.02. | | | Sonnenaufgangs- schnappschuss | |
| Do, 03.02. | Besonderes Angebot XY | | | Repost Sonnenaufgangs- post von gestern |
| Fr, 04.02. | | | Besonderes Angebot XY | |

UND WOZU DAS GANZE?

Social Media ist zeitaufwendig.

Dafür aber kostenfreie Werbung.

In Zukunft mit jüngeren Generationen wird ein guter Auftritt in den Sozialen Medien zunehmend wichtiger.

Die Angaben müssen immer stimmen, z.B. Kontaktdaten oder Öffnungszeiten.

NÄCHSTE SCHRITTE

CHECKT, ...

- OB EUER IMPRESSUM VORHANDEN IST (MAX. 3 KLICKS ENTFERNT)
- OB IM PROFIL ERSICHTLICH IST, DASS ES SICH UM EIN BUSINESS-PROFIL HANDELT
- WIE VIEL ZEIT / AUFWAND / NERVEN IHR IN SOCIAL MEDIA STECKEN WOLLT
- OB IHR GENUG INHALTE FÜR DIE NÄCHSTE ZEIT HABT

SOCIAL MEDIA WORKSHOP

JULIA FINDEISEN

ONLINE MARKETING - KURVERWALTUNG JUIST

E-MAIL: ONLINEMARKETING@JUIST.DE

TEL.: 04935 808 855