

Social Media: Chancen und Trends



www.clemensmayer.at



www.instagram.com/clemensmayer.at



www.facebook.com/clemensmayer.at



www.linkedin.com/in/clemensmayer

Die wichtigsten Plattformen für Unternehmen

Facebook

- Mit Weltweit über 2 Milliarden Nutzern das größte soziale Netzwerk
- In Österreich: 3.8 Millionen monatlich aktive Nutzer, 3 Millionen täglich aktiv
2.7 Millionen Nutzer täglich über das Smartphone aktiv

Instagram

- Weltweit über 1 Milliarde Nutzer
- In Österreich: 2 Millionen monatlich aktive Nutzer
- Fast ausschließlich App basiert

YouTube

- In Österreich: 4.5 Millionen Nutzer
- Zweitgrößte Suchmaschine nach Google
- Durch Videoproduktion, Schnitt, etc. mit höheren Kosten verbunden

Weitere Plattformen

Twitter

- In Österreich: ca. 150.000 monatlich aktive Nutzer
- Kurznachrichtendienst
- Besonders unter Journalisten und Politikern beliebt

Snapchat

- Besonderheit: Beiträge (sog. Snaps) bleiben nur einige Sekunden sichtbar
- Vor allem bei Jugendlichen beliebt
- Im Unternehmenskontext weitgehend irrelevant

Beispiel für eine Ausnahme: Bäcker in der Nähe einer Schule möchte Jugendliche auf sein Geschäft aufmerksam machen.

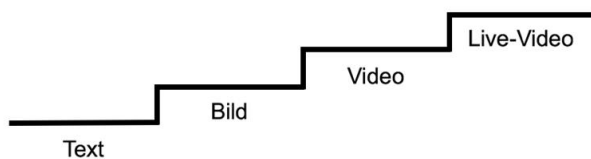
Wie finde ich die richtige Plattform?

1. Auf welcher Plattform ist meine Zielgruppe unterwegs?
2. Welche finanziellen/personellen Ressourcen stehen mir zur Verfügung?
Auf wie vielen Plattformen kann ich regelmäßig aktiv sein?

→ In den meisten Fällen wird Facebook und/oder Instagram relevant sein

3 Mythen im Social Media Marketing

1. Wie oft soll ich posten?
 - Hängt von der individuellen Zielgruppe und den zeitlichen Ressourcen ab
 - Mindestens 1x pro Woche
2. Um welche Uhrzeit soll ich posten?
 - Kommt drauf an, wann die Zielgruppe am besten erreichbar ist
 - Weitere Informationen unter „Insights“
3. Was soll ich posten?
 - Beiträge mit Mehrwert: informativ, unterhaltend, etc.
 - Mischung aus allgemein gültigen Beiträgen und aktuellem Bezug
 - Beiträge mit Interaktionspotenzial



Tipp: Beobachte dich selbst beim Scrollen durch den Facebook Newsfeed (Desktop und Mobil) sowie auf Instagram. Welche Beiträge erregen deine Aufmerksamkeit?

Strategien zum Aufbau der Community auf Facebook und Instagram

- Freunde aufmerksam machen
- Interaktion
 - Durch das regelmäßige Liken und Kommentieren von relevanten Beiträgen andere User auf sich aufmerksam machen
- Gewinnspiele

Wichtig: Spezifische, unternehmensrelevante Preise verlosen.
- Cross-Marketing: Bestehende Ressourcen nützen

Beispiel: Social Media Kanal in Newsletter einbinden.
- Cross-Promotion: Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen

Beispiel: Kooperation zwischen Bio-Restaurant und Bauernhof.
- Guerilla Marketing/Virales Marketing
 - Social Media dient bei kreativen und unkonventionellen Ideen als Multiplikator
 - Aktuelle Ereignisse und Trends für sich nutzen

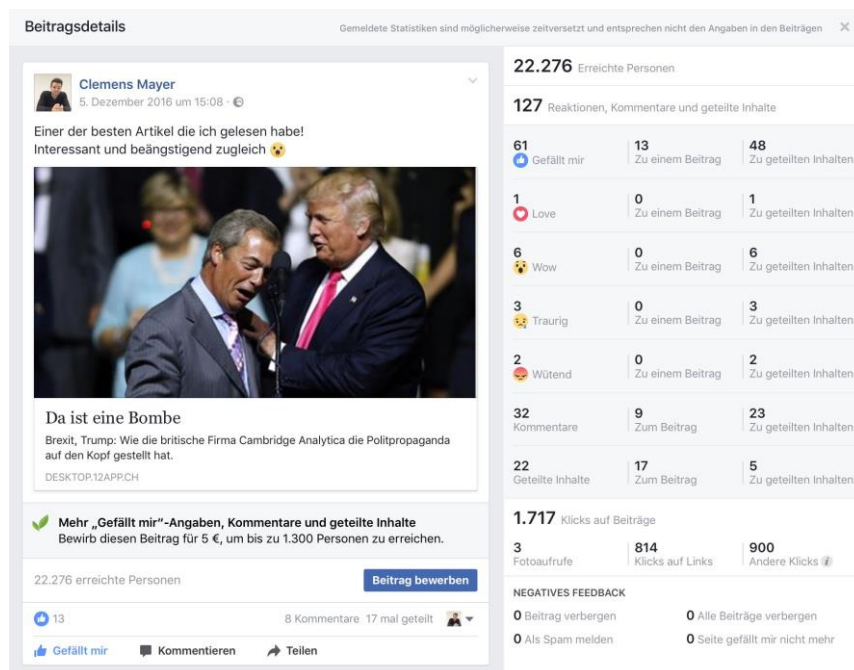
Beispiel: Bei der Eröffnung eines McShark Shops wurde ein Mitarbeiter trotz des eine Woche zuvor in Kraft getretenen Verhüllungsverbots in ein Hai-Kostüm gesteckt. Durch das Medienecho und den geschickten Einsatz von Social Media wurde mit dieser unkonventionellen Aktion 50 Mio. Reichweite erzielt - bei 150€ Strafe.
- Influencer Marketing
 - Passt der Influencer und seine Zielgruppe zu meinem Unternehmen?
 - Positiver Image- und Bekanntheitstransfer durch langfristige Kooperationen
 - Oftmals sind Micro-Influencer (ca. 5.000 - 10.000 Follower) sinnvoll, da sie günstiger sind und eine besser definierte Zielgruppe haben bzw. authentischer wirken

- Werbekampagne schalten
 - Idealerweise nicht auf „Beitrag Bewerben“, sondern im Werbeanzeigenmanager
- Grundsätzliche Unterscheidung zwischen:

1. Bekanntheitssteigerung, z.B. Reichweite
Abrechnung nach CPM (Cost-per-Mille) alias TKP (Tausend-Kontakt-Preis)
Gute Werte liegen hier bei 2-3€ pro tausend erreichter Kontakte
2. Spezifische Aktion, z.B. Besucher auf die Webseite bringen
Abrechnung nach CPC (Cost-per-Click), also Bezahlung pro Klick
Gute Werte liegen hier < 0.2€ pro Klick

Wichtig: Bei einer Kampagne vorab ein Ziel festlegen und die Werbeanzeige darauf optimieren, z.B. Reichweite oder Webseitenbesuche.

Berechnung der Interaktionsrate eines Beitrags auf Facebook



(Reaktionen auf Beiträge + Klicks auf Beiträge)

Erreichte Personen

x 100 = Interaktionsrate

→ Interaktionsrate in diesem Fall: 8,27%

Weitere Strategien speziell für Facebook

- Einstellungen der Facebook-Seite anpassen
 - Hier gibt es für Unternehmen einigen Anpassungs- und Optimierungsspielraum
- Relevante Facebook-Gruppen suchen und aktiv nutzen

Weitere Strategien speziell für Instagram

- Instagram Bio
 - Die Bio ist das Erste, was der Nutzer eines Instagram-Profiles sieht
 - Sie sollte kompakt und ausdrucksstark sein sowie einen Link beinhalten
- Instagram Stories
 - Fotos/Videos, die maximal 24h online bleiben
 - 60% der Instagram User schauen eher auf die Stories als auf das Instagram Profil
 - Follower mit Kreativität auf dem Laufenden halten und persönlichen Einblick geben

- Hashtags
 - Aktuell bis zu 30 Hashtags pro Beitrag möglich
 - Hashtaganalyse: Welche Hashtags machen Sinn?
 - Keine zu allgemeinen und zu spezifischen Hashtags verwenden

Beispiel: Der Hashtag „food“ ist sehr allgemein und macht daher wenig Sinn.

Die Chance unter „rezept“ oder „rezeptidee“ gefunden zu werden ist deutlich höher.

Der Hashtag „coolerezeptideen“ wäre wiederum zu spezifisch und nicht zielführend.

- Instagram Suche
 - Sowohl für mögliche Kooperationspartner als auch für Analyse der Konkurrenz

Top 6 Gratis Social Media Tools

1. Facebook-Like Check

Zeigt an, aus welchen Ländern sich die Likes einer Facebook-Seite zusammensetzen. Likes aus irrelevanten Ländern könnten auf gekaufte Follower hindeuten.

2. [Facebook Debugger](#)

Repariert Linkanhänge, die auf Facebook nicht richtig angezeigt werden.

3. [Socialblade.com](#)

Gibt Einblicke in Statistiken von Social Media Profilen (u.a. Instagram und YouTube) und zeigt etwa den Zuwachs von Followern an. Sprunghafte Anstiege könnten auf gekaufte Follower hindeuten.

4. [Linktree](#)

Das Tool ermöglicht, in der Bio des Instagram Profils mehrere Links anzugeben.

5. [StumbleUpon](#)

Die Suchmaschine empfiehlt einem aufgrund zuvor angegebener Interessen relevante Inhalte. Eignet sich gut, um neue Ideen zu sammeln.

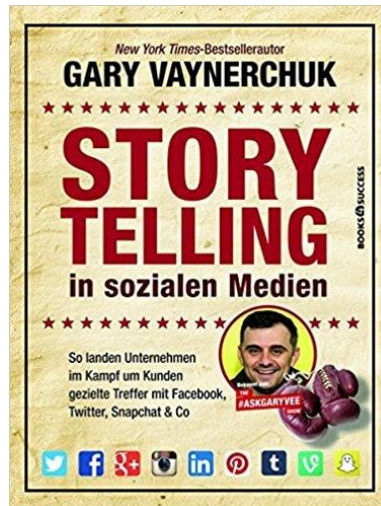
6. Abonnenten+ | Instagram Analyse

Unter diesen oder ähnlichen Namen finden sich im App Store bzw. im Google Play Store Apps, die detaillierte Einblicke in die Statistiken des Instagram Profils geben.

Buchempfehlungen



 Bei Amazon kaufen



 Bei Amazon kaufen

War dieses PDF hilfreich?

[Sag es weiter](#) oder [teile es mit deinen Freunden!](#)