



Superhelden mit Konzept

SO ERARBEITEST DU DIR EIN WIRKSAMES SOCIAL MEDIA KONZEPT

Get to know me

Jessica Diehl, 26 Jahre, aus Betzdorf

- ➔ **Selbständig mit mind&stories**
Kreativagentur für **Social Media Marketing**
- ➔ **Meine Themen:**
Authentisches Instagram Marketing & Kreativität
- ➔ **Content Creation & Design**



Get to know me

Lehramt - Bloggen - Beraten

- ➔ In Online-Welt gestartet mit klassischem Lifestyle Blog
- ➔ Background: Lehramtsstudium
- ➔ Das Lehren ist geblieben, die Inhalte haben sich verändert. ;-)





PRÄSENTATION DOWNLOADEN

WWW.MINDANDSTORIES.DE/SOMEMA

Was schlaue Menschen über
Social Media sagen.

**“We don’t have a choice on
whether we do social media,
the question is **how** we’ll do
it.”**

– ERIK QUALMAN

Was schlaue Menschen auch
über Social Media sagen.

**“Social Media ist nur ein
Buzzword, bis man eine
Strategie entwickelt.”**

- UNKNOWN

Das Problem

**Zu viele Netzwerke, zu viel
Content, zu viele TO DOs**

**→ zu wenig Zeit,
zu wenig Struktur!**



Eine Lösung muss her!

SOCIAL MEDIA STRATEGIE

Eine Lösung muss her!

**SOCIAL MEDIA
~~STRATEGIE~~**

KONZEPT

Die Säulen eines SoMe-Konzepts

Deine Basis

Ziele

Zielgruppe

**Content &
Branding**

Workflow

Die Säulen eines SoMe-Konzepts

Deine Basis

ANALYSE

Ziele

Zielgruppe

**Content &
Branding**

Workflow

ANALYSE

KANALAUSWAHL

mind & stories

Vorab: Analyse






Status Quo – Was ist schon da?

- Welche SoMe-Kanäle gibt es schon?
- Welche Materialien sind vorhanden?
- Mitbewerber Analyse



1. Ziele setzen

Allgemeine Kommunikationsziele

-  Aufmerksamkeit generieren und Bekanntheit steigern
-  Positives Image der Marke stärken (d.h. auch mit Kritik umgehen)
-  Vertrauen – Altkunden binden, Neukunden gewinnen
-  Erreichbarkeit und geringe Hemmschwelle schaffen
-  Kunden inspirieren und informieren

1. Ziele konkretisieren

spezifisch – messbar – realistisch

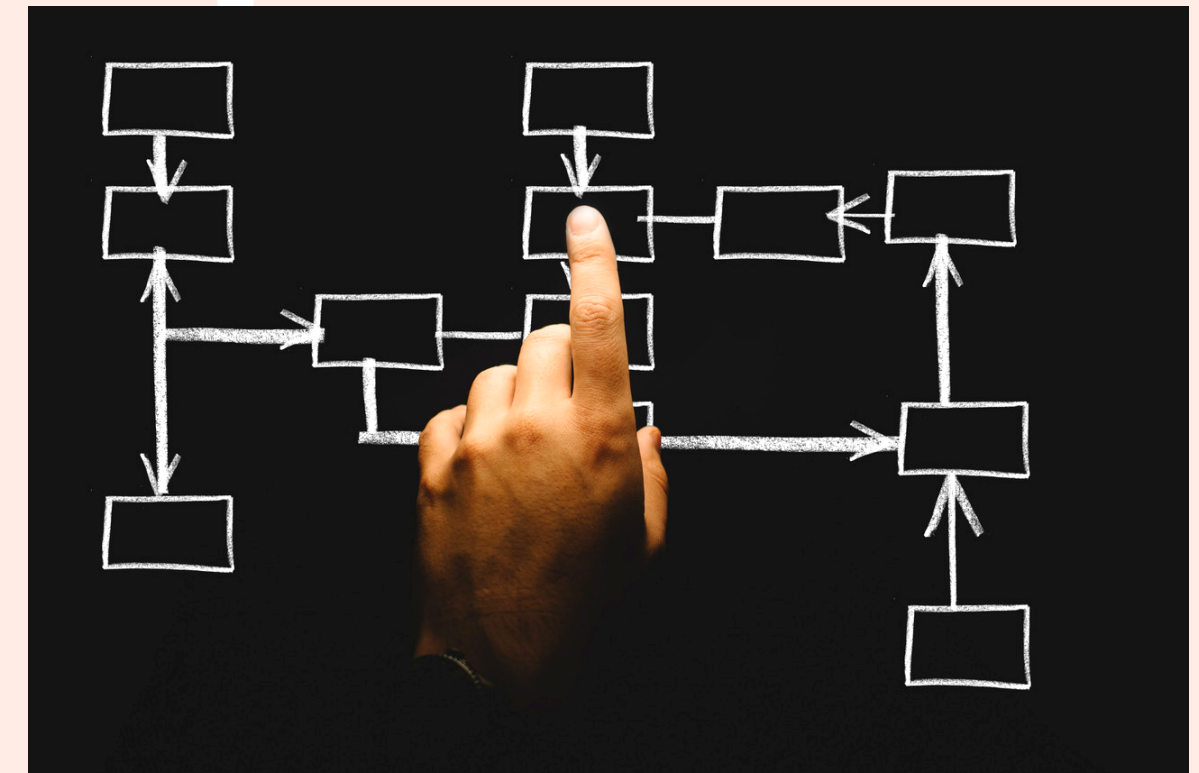
Beispiele:



IMAGE: Mehr 5-Sterne-Bewertungen auf FB erhalten und Durchschnittsbewertungen auf 4,5 erhöhen



INSPIRATION: Fans anregen, User-Generated-Content zu erstellen



Was schlaue Menschen über die
Zielgruppe sagen.

**"Wenn ich Hundefutter
verkaufen will, muß ich erst
einmal die **Rolle des Hundes**
übernehmen; denn nur der
Hund allein weiß ganz genau,
was Hunde wollen."**

– ERNEST DICHTER



2. Zielgruppe

Stelle die Zielgruppe in den Mittelpunkt.
Nicht dich.

Warum?

- Wünsche und Bedürfnisse der Fans verstehen
- Touch-Points herausfinden: Wo kommen potenzielle Kunden mit dem Unternehmen in Berührung?

Entwickle eine Persona, um die Zielgruppe zu verstehen.

- Erfundene Personen, die mit ihrer Biographie stellvertretend für eine spezifische Zielgruppe stehen

3. Content & Branding

Was soll ich denn eigentlich posten?

- Contentkategorien entwickeln
- kreativ mit den eigenen Themen & Inhalten werden

BRANDED CONTENT

- Farben
- Schriften
- Bildsprache
- Jingle
- Emojis, Ansprache, Gliederung der Postings
- Sprache
- Personal Branding



Branding bedeutet **nicht**, das Firmenlogo einfach überall zu platzieren.

FINDE DEINE SECHS FOKUSTHEMEN

Dein "Content-Schrank" für zukünftige Beiträge im Social Web



FINDE DEINE SECHS CONTENTKATEGORIEN

BEISPIEL: Möbelhaus

BEHIND-THE-SCENES

KUNDEN-
STORIES

PRODUKTE

VERANSTALTUNGEN
/ANKÜNDIGUNGEN

EINRICHTUNGSTRENDS

INTERIOR-
INSPIRATION

FINDE DEINE SECHS CONTENTKATEGORIEN

BEISPIEL: Möbelhaus

BEHIND-THE-SCENES



KUNDEN-STORIES



ANGEBOTE



VERANSTALTUNGEN
/ANKÜNDIGUNGEN



EINRICHTUNGSTRENDS



INTERIOR-
INSPIRATION



Was schlaue Menschen über
Content Creation sagen.

**Wenn etwas leicht zu lesen ist,
dann war es schwer zu
schreiben.**

– ENRIQUE JARDIEL PONCELA

3. Workflow & Prozesse

Prozesse kennen und zur Routine werden lassen

- Verantwortlichkeiten festlegen
- Redaktionsplanung (Timings & Frequenzen)
- Tools
- Content Produktion
- Schnittstellen zu Freelancern & Agenturen



Puh, jetzt mal ein paar konkrete Tipps :-)

MEINE TAKE-AWAY LEARNINGS

TAKE-AWAY-LEARNINGS

Stelle ein **Blog ins Zentrum
deiner Social Media
Aktivitäten.**

#KingOfContent

TAKE-AWAY-LEARNINGS



**Wähle maximal 2
Fokuskanäle.**

#FocusIsKey

TAKE-AWAY-LEARNINGS

**Sei nicht zu zahlenfixiert.
Direkte Interaktion mit
Menschen ist die Währung für
deine Arbeit.**

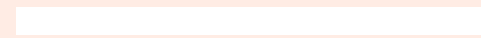
#MenschenFolgenMenschen

TAKE-AWAY-LEARNINGS

Erschaffe "**snackable**" Content.

#keineZeit

TAKE-AWAY-LEARNINGS



Better **done than perfect.**

#KommlnsHandeln

TAKE-AWAY-LEARNINGS

So ne Strategie ist immer dynamisch. Es gilt das Gesetz:

**ausprobieren - analysieren
-optimieren**

#keine5JahresPlanung

TAKE-AWAY-LEARNINGS

Bewährte **Methode für bessere Postings: Stelle dir diese 3 Fragen!**

- ✓ **Welchen Mehrwert liefert mein Beitrag?**
- ✓ **Wie kreativ und visuell ansprechend ist er verpackt?**
- ✓ **Wozu fordert mein Beitrag auf?
(Stichwort **CALL TO ACTION**)**

#bessereBeiträge

TAKE-AWAY-LEARNINGS

**Pinterest ist kein soziales
Netzwerk, sondern eine
Suchmaschine für Bild- und
Videoinhalte.**

#krasseTrafficMaschine



Jolimanoli

725,9Tsd. Betrachter pro Monat

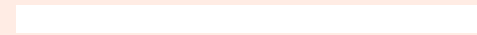
Westerwald

www.jolimanoli.com

Impressum

Jolimanoli - Kreativer Blog für Frauen über Weiblichkeit, Inspiration & persönliche Entwicklung.

Noch Fragen?



Diskussion

Was meint ihr?

**Authentischer
Communityaufbau**
vs.
**Fokus auf
Reichweitenvergrößerung**



JESSICA DIEHL

www.mindandstories.de

@mindandstories