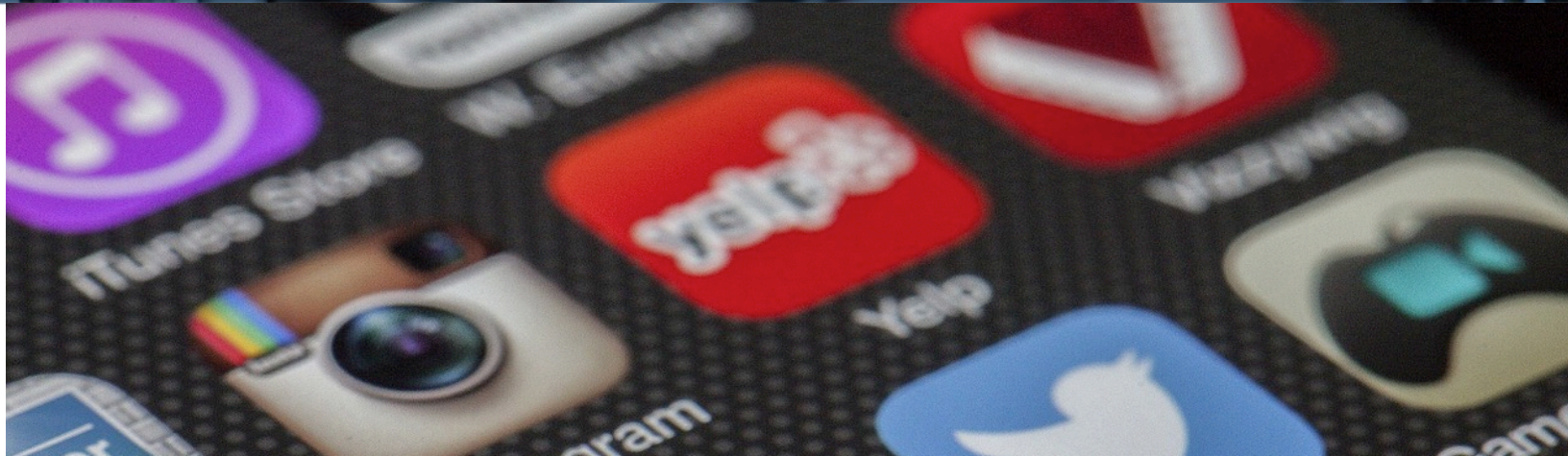
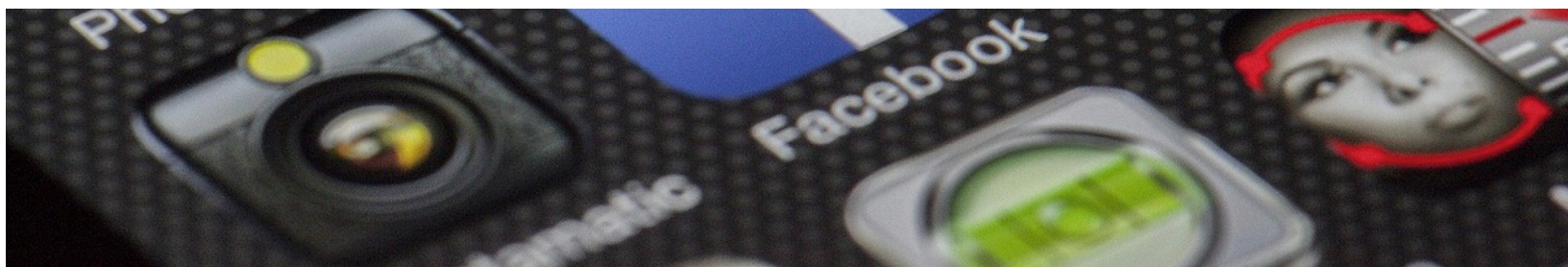




Facebook, Instagram & Co.

- was macht für wen Sinn?



Hamburg, 2017

FREIBEUTER | PR & SOCIAL MEDIA



01 | Vorstellung



Der Freibeuter

- **Christian Fischler**, PR & Social Media Manager
- 7 Jahre als „Freibeuter“ am Markt
- 16 Jahre PR-Erfahrung, 4 Jahre Journalist
- 5 Agenturen: Edelman, achtung!, Zucker, Faktor 3, Hill & Knowlton
- 4 Orte: HH, Berlin, Leipzig, London
- 2 Hobbies: Motorräder & Oldtimer
- Referenzen: Cremesso, Ergobaby, Lufthansa Cargo, Staples, Tchibo, JimDrive, SAB-Miller, etc.





02 | Social Media vorab



Was machen Social Media aus?

- **Schnelle** Kommunikation in Echtzeit
- **Hohe Reichweiten** = teilen, liken
- Exakte **Zielgruppenansprache** = wenig Streuverluste
- **Direkter Dialog** = Vertrauen, Interaktion, Feedback
- Hohe **Glaubwürdigkeit** = Sender
- **Support**-/Service für Kunden = direktes Feedback, Austausch
- **SEO** = mehr Treffer bei der google-Suche





Chancen

- **Kommunikation selbst gestalten**: keine Freigabe-prozesse, Kosten sparen
- Eigene **Themen**
- **Flexibel** und **planbar**
- **Direkter Kontakt** mit der Zielgruppe → Lerneffekte!
- **Vertrauen** aufbauen
- **Bekanntheit** auf- und ausbauen
- **Erfolge** messen → Lerneffekte!





Risiken

- Zeitfresser
- Keine Ruhe: 24/7 Tag und Nacht
- Shitstorms
- Nervige User/Fans → sog. „Trolle“
- Falsches Image nach außen
- Ständige Neuerungen





Wichtig!

- **Authentizität** - ehrlich, direkt, offen
- **Dialog** - bereit sein, auch Zuhören
- **Integration** - User wollen teilhaben, gestalten, kommentieren, bewerten
- **Kritikfähigkeit** - annehmen & reagieren
- **Schnelligkeit** - das Internet schläft nie
- **Transparenz** - wer sagt was zu wem mit welcher Absicht?
- **Fehler eingestehen** - nichts totschweigen, alles kommt raus, irgendwann!



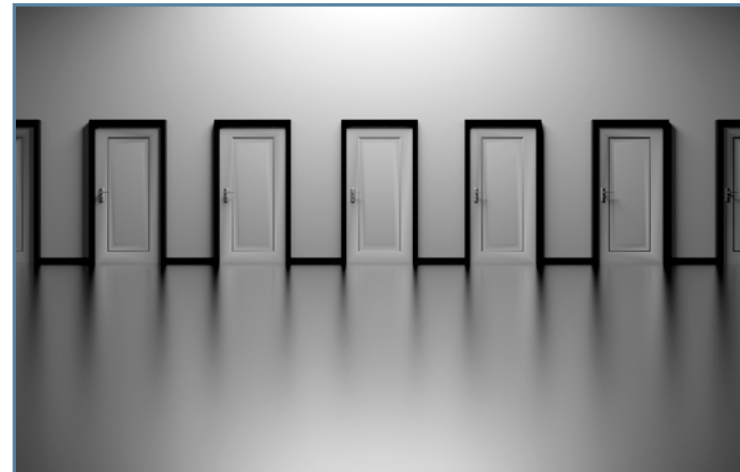


03 | Strategisch: Planung



Ziele definieren

- **Awareness**/Aufmerksamkeit schaffen
- **Bekanntheit** auf- und ausbaue, Word-of-Mouth (WoM), Weiterempfehlung
- Eigene **Community** (Owned Media)
- **Kommunikation**: Direkter Dialog, Aktive Einbeziehung, Multiplikatoren/Markenbotschafter aktivieren
- Veränderung der Wahrnehmung / **Image**
- **Neue Zielgruppe** erreichen
- **Kundendienst** / Service
- **Call to Action**: Aufruf sich in der realen Welt zu engagieren/kaufen





Content: Strategisch planen

Analyse

- ZG, Kanal, Wettbewerb

Zieldefinition

- Was, bis wann, wie, womit, wofür, mit wem...?

Strategie

- Planung

Kanalauswahl

- Check → Markenfit, Chancen, Hindernisse

Präsenzaufbau

- Posten, Analysieren, Korrigieren

Ehrlich hinschauen - vorab!

- Krisenpotential?

Evaluation

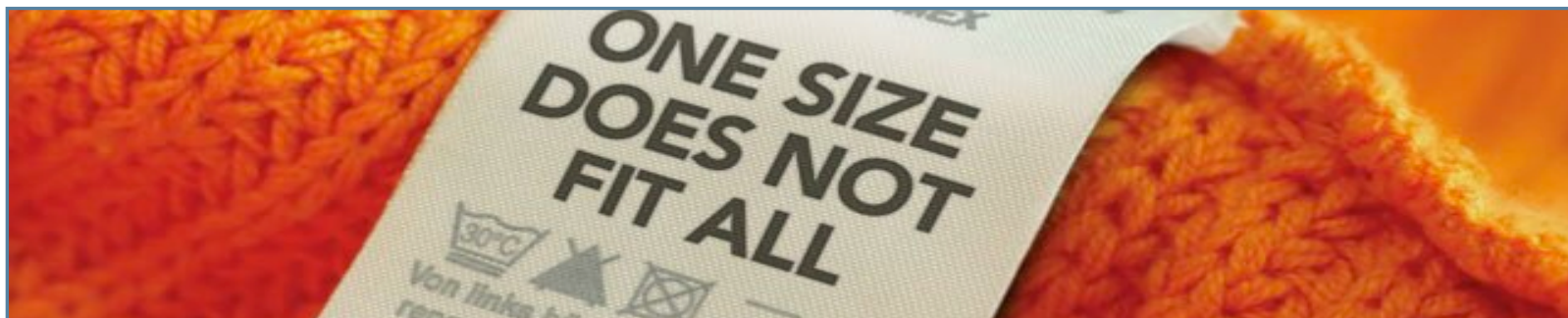
- Nur durch messen wird man besser!

Budget

- Auch kleine Budgets sind ein Muss

Rat annehmen!

- Keiner weiß alles!



04 | Die Plattformen



Kanal-Strategie: Was für wen?



Schnell & multifunktional.

Für alle!

- Handwerker
- Bio-Bäcker
- Yoga-Lehrer
- Restaurants
- StartUps

...



Visuell, schnell, schön.

Für Visuelles!

- Mode
- Fitness
- Beauty
- Wellness
- Food

...



Seriös & ernsthaft.

Für Business!

- Dienstleister
- Berater
- Handwerker
- IT-ler

...



Facebook – Die Universelle



10 Schritte zur Fanpage

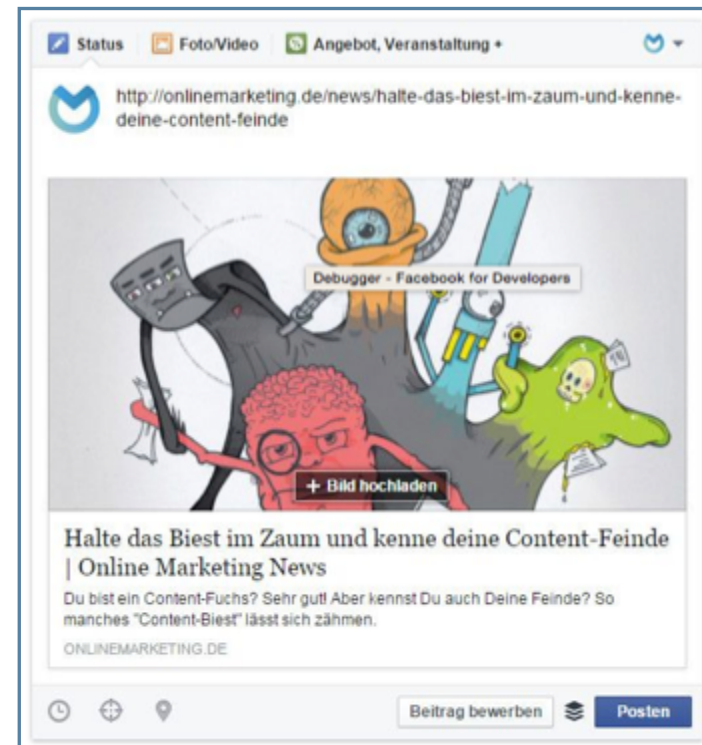
1. Anmelden (Account nötig)
2. Seite einrichten: Unternehmensart wählen
3. Seite gestalten: Profil- und Titel-Foto, Impressum, Beschreibung, ggf. Link zur Website
4. Einstellungen zu Datenschutz kontrollieren und ggf. anpassen
5. Seite veröffentlichen: Jetzt für alle sichtbar
6. Seite anderen vorschlagen: Freunde, Bekannte, Business-Partner → erste Reichweite
7. Beiträge veröffentlichen
8. Interaktion: andere Beiträge liken, Seiten favorisieren
9. Werbung schalten: mit mini-Budgets von 5 Euro ist viel machbar
10. Evaluation: Statistiken anschauen, lernen!





Der optimale Post

- **Kurz:** zw. 40 und ca. 480 Zeichen sichtbar. Der Rest wird erst nach einem Klick auf „Mehr anzeigen“ sichtbar.
- Mit **Link** für Traffic und mehr Interaktion
- Video, 360°
- Außerhalb der **Hauptzeiten** (wenn alle posten)
- **Regelmäßig**/Kontinuität





Themen: Planung und Check

- Möglicher Tagesablauf Social Media Redaktion:
 - ✓ 10 Uhr: Check FB- Seite und IG → Regieren/Interagieren
 - ✓ 10:15 Uhr : Eigenes Posting und Reaktionen → zeitnah
 - ✓ 13:00 Uhr: Check FB- Seite und IG → Regieren/Interagieren
 - ✓ 16:00 Uhr: Zweites eigenes Posting und Reaktionen → zeitnah
 - ✓ 18:00 Uhr: Check FB- Seite und IG → Regieren/Interagieren
- Täglicher Aufwand: 1 Stunde (ca.)

Wichtig: Auch und gerade am Wochenende!



Gewinnspiel-Richtlinien

Verboten!!!

- Teile diesen Beitrag/Foto/Video
- Markiere dich, jmd. anderen auf Bild/ in Kommentaren
- Gewinnerbenachrichtigung via Facebook-Message → via Mail, Telefon, postalisch
- Automatische Teilnahme durch das Fanwerden.





Must have: Werbung!

Auswahlkriterien sehr genau ...

- **Interessen** (z.B. Fußball, Apple, etc.)
- **Kategorien** (z.B. frisch verheiratet, Geburtstag in den nächsten Tagen, Sportarten, Mobile-Gerät, Reisen, Personen die viele Fotos hochladen, Personen die Spiele spielen, etc.)
- **Verbindungen** (Personen die Fan/Nicht-Fan einer Facebook Seite sind, eine Applikation (nicht) nutzen)
- **Freunde** sind von Personen die Fan einer Seite sind, etc.)
- **Sprachen** Ausbildung (Schüler, Student, Hochschulabschluss)
- Arbeitsplätze

Vorgeschlagene Seite



FML - Flexibler mit Leasing

Gesponsert

IT Leasing für Ihr Business: Vom Smartphone bis zum Server



FML - Flexibler mit Leasing
Finanzberatung

1527 Personen gefällt das.





Instagram – Die Visuelle



Instagram: Das mobile Fotoalbum

- **App** für iPhone und Android (App Store, Google Play Store, Windows Phone Store)
- Mit dem **Smartphone** fotografieren und Videos erstellen, Kurztext dazu (Caption) & teilen
- Filter ermöglichen **Foto-Nachbearbeitung**
- Fotos werden per **#Hashtag** oder **geotags** kategorisiert und so auffindbar
- **Community** mit Follower <>Following Prinzip & Privat-Accounts
- **Kombination** mit anderen Diensten wie **Facebook** oder der eigenen Website möglich





Vorab: Planung

Das Wichtigste

- Können Sie Ihr Business mithilfe von Bildern darstellen?

Inhalte

- Über welche Themen möchten Sie „sprechen“

Ziele

- Welches Ziel im Hinblick auf Ihre Unternehmensziele? (Awareness, Insights, Image, ...)

Check

- Wie machen es Ihre Mitbewerber?

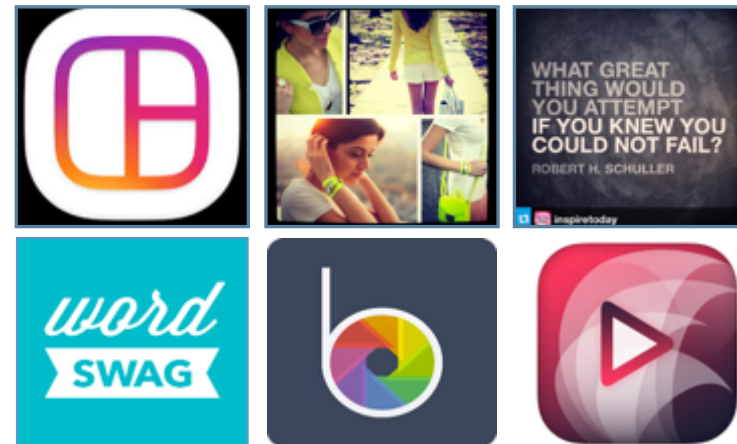
ÜBUNG: 10 Minuten

- Wie stellen Sie regelmäßige Contents sicher? (1-2/Tag)
- Welche Filter wollen Sie nutzen?
- Sollen mehrere Personen Zugriff auf das Profil haben?
- Parallel auf Facebook veröffentlichen?



Absolutes Muss: Kreativität

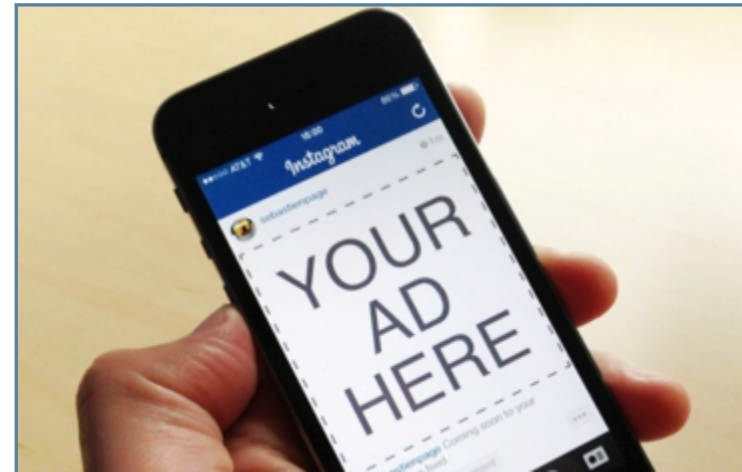
- **Achten Sie:** auf wirklich schöne Fotos → Je schöner, umso mehr Aufmerksamkeit
- **Auf keinen Fall:** langweiligen und generischen Stockfotos (auch wegen Urheberrecht)
- **Abwechslung:**
 - Collagen
 - Fotos mit **Sprüchen** oder Tipps
 - **Videos** oder **Slideshows**





Werbung: Call to Action

- **NUR Business Account:** bezahlte Anzeigen schalten.
- **Zielgruppe:** von Instagram automatisch bestimmen lassen oder selbst bestimmen
- **Laufzeit:** festlegen
- **Budget:** Definieren
- **Wichtig:** Nur bereits gepostete Beiträge für Anzeigen verwenden möglich.
- **Zielmöglichkeiten:** Reichweite, Websiteclicks, Conversions, App Installation, Local Awareness





Xing – Rein Geschäftlich



Positionierung: „vom Fach“

- XING = Business
- Digitale **Visitenkarte**
- **Networking**/Kontakte knüpfen (Adressbuch-Integration)
- **Empfehlungsmarketing**
- Beteiligung an themenspezifischen **Gruppen**
- Organisation von **Events**
- **Königsweg**: Gründung und Moderation einer XING-Gruppe





Image-/Reputationsmanagement

- **Auffindbarkeit:** Profil (Unternehmen oder Person) → „öffentlich“ eingestellt, erscheint in google Treffern.
- **Glaubwürdigkeit:** Alle im Netzwerk aktiven Mitarbeiter automatisch dem Profil zugeordnet werden.
- **Aktualität** ist wichtig: Hintergrundinfos, Logo und Kontaktdaten pflegen
- **Sichtbarkeit:** Regelmäßig Neuigkeiten posten.
- **Positionierung:** Experten-Inhalte stärken die Marke. Inhalte dem Umfeld entsprechen – fachlich, seriös
- **Werbung** möglich!





Inhalte: Mehrwert & Aufmerksamkeit

- **Staus-Updates**: nicht plumpe Werbung in eigener Sache; bieten Sie Mehrwert ohne übertriebenes Selbstmarketing.
- **Gruppenbeiträge**: Selektiv, wohl dosiert und professionell
- **Geburtstagsgrüße**: Jeder freut sich, perfekt um sich in Erinnerung zu rufen

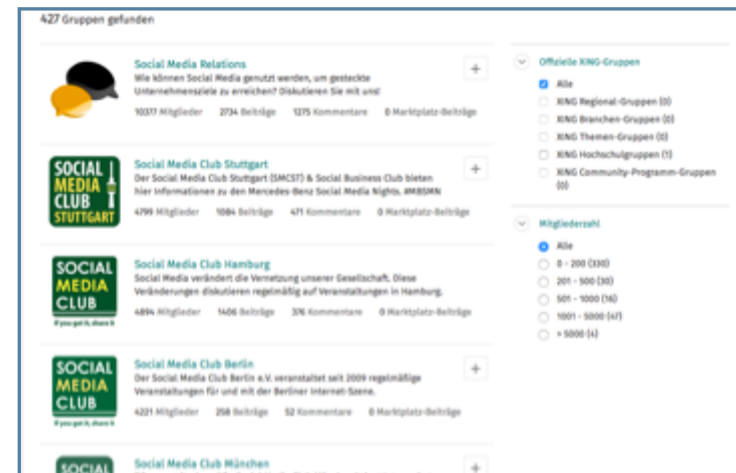
→ **Authentisch bleiben!**





Gruppen: Zwanglos

- **Engagement:** lernen Sie Menschen mit ähnlichen Interessen und Zielen kennen.
- **Branchen-Insights:** Verfolgen der Diskussionen erfahren Sie, worüber in der Branche diskutiert wird
- **Mehr Präsenz:** Sie selbst werden sichtbarer als durch die reine Präsenz mit Ihrem Profil
- **Positionierung:** Sie positionieren sich durch Ihre Beiträge als Experte





Linked in – International Business



Die globale Business Plattform

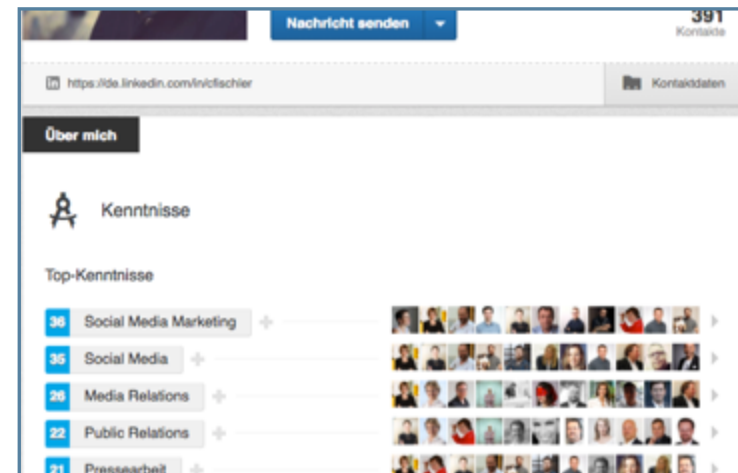
- LinkedIn ist das **weltweit größte soziale Netzwerk** für den Aufbau und Pflege von Berufs- und Geschäftskontakten
- Ersetzt **Visitenkarten** sammeln → Kontakte exportieren
- Als Link als **digitale Visitenkarte für E-Mail Abbinde**
- **SEO** Verbesserung → Google Suche
- **Kunden gewinnen** für Produkte und Dienstleistungen
- **Informationen** über Wettbewerber recherchieren
- **Geschäftspartner** entdecken
- **Personal** akquirieren
- **Reputation** erhöhen





LinkedIn = Mix aus Xing + Facebook

- **Mehr Möglichkeiten** für Unternehmen, sich zu präsentieren, als auf Xing
- **Bild-, Video und Dokumenten-integration** möglich
- Mehrere Admins möglich
- Profil muss mit Company Domain verknüpft sein
- **Analytics**: Reach, Engagement, Follower Demografie
- **Sponsored updates** sind eine Möglichkeit, bezahlte Reichweiten in der Zielgruppe zu erhöhen



Kontakt

© FREIBEUTER | PR & Social Media

Christian Fischler
Schanzenstraße 81
20357 Hamburg

T +49 (0)40 22 82 10 040

F +49 (0)40 22 82 10 049

M mail@freibeuter.de

www.freibeuter.de

