

**Herzlich Willkommen
beim
Hamburger
Gründer:innentag 2024**



In 5 Schritten zum professionellen Social Media Account

13.09.2024

Ann-Christin Hagen

Agenda

- ❖ Vorstellung
- ❖ Einleitung Social Media
- ❖ 1. Seite
- ❖ 2. Strategie
- ❖ 3. Text
- ❖ 4. Bilder
- ❖ 5. Netzwerken – teilen, liken, kommentieren
- ❖ Fragen



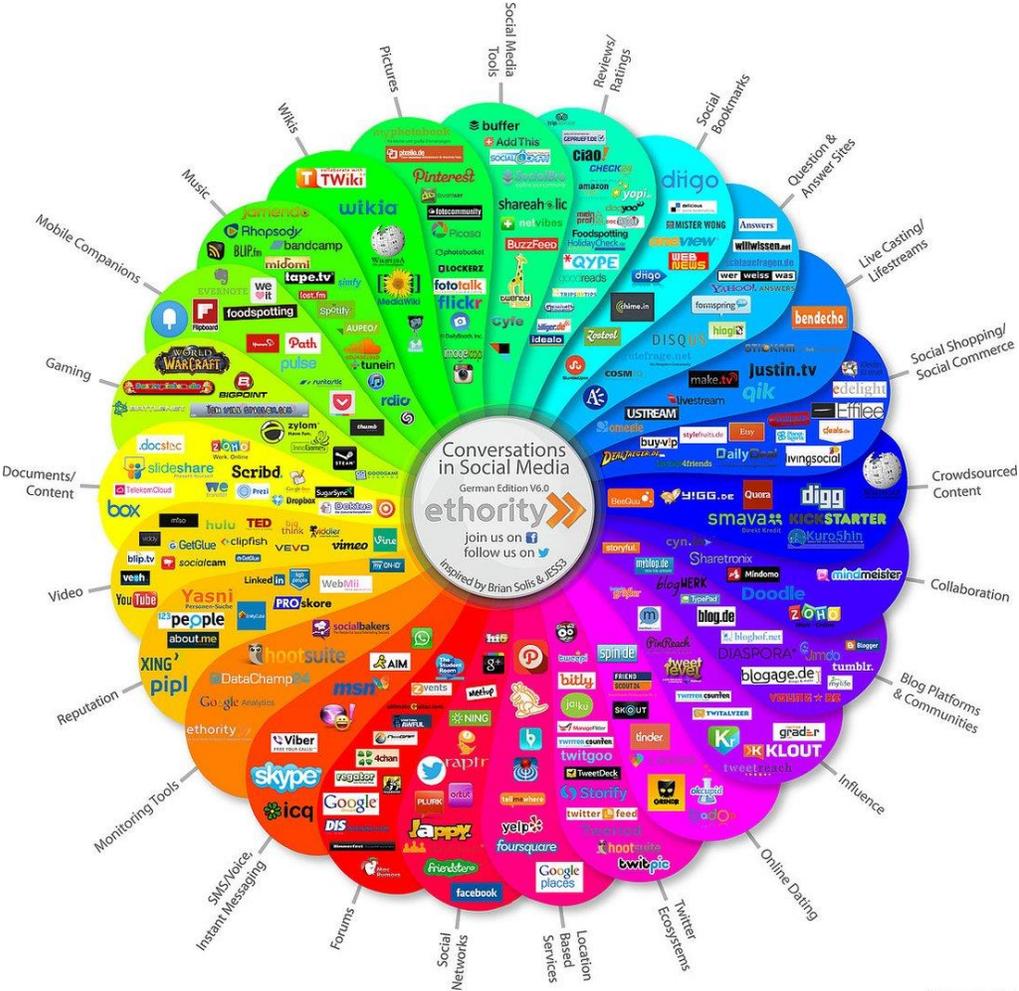
Vorstellung

- ❖ Ann-Christin Hagen
- ❖ Selbstständig seit 09/2018
- ❖ Kaltenkirchen, nahe Hamburg

- ❖ Firma: dat stützwerk
 - ❖ **Onlinemarketing Agentur**
 - ❖ Newsletter, Blog, Website, Beratung
 - ❖ Social Media Management und Ads
 - ❖ **Social Media Academy**
 - ❖ Mentoring-Programm
 - ❖ Inhouse-Schulungen für Firmen
 - ❖ Inkl. Team
 - ❖ Referenzen: Haspa, HWK, hei...

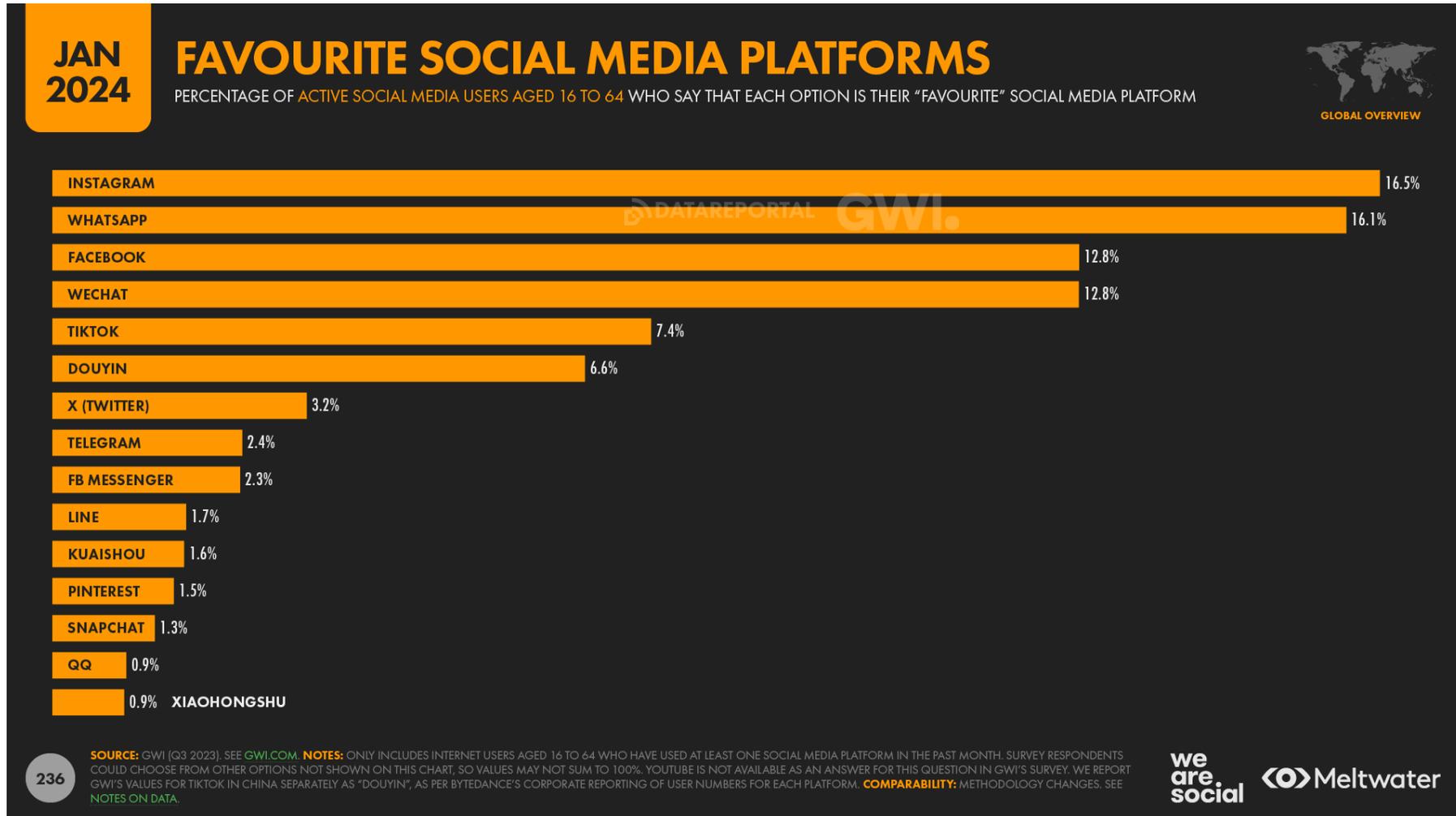


Was ist Social Media?



Global Social Media Prism by ethority | <http://www.facebook.com/SocialMediaPrism> | <https://www.twitter.com/SoMePrism> | <https://www.pinterest.com/someprism> | Contact us for updates: prism@ethority.net

Welche Plattform wird am meisten genutzt?



- ❖ **72,6 Mio.** Menschen (86,5 %) in Deutschland nutzen Social Media (2022)/ plus 10 % zum Vorjahr.
- ❖ Der durchschnittliche Nutzer verfügt über **fünf** verschiedene Social-Media-Accounts, die regelmäßig genutzt werden.
- ❖ Auch bedingt durch den vergangenen Lockdown greifen Verbraucher vermehrt auf die sozialen Medien zurück, wenn sie eine Frage zu einem oder an ein Unternehmen haben (schneller und bequemer). **64 %** gaben an, lieber eine Nachricht zu schreiben, als anzurufen.

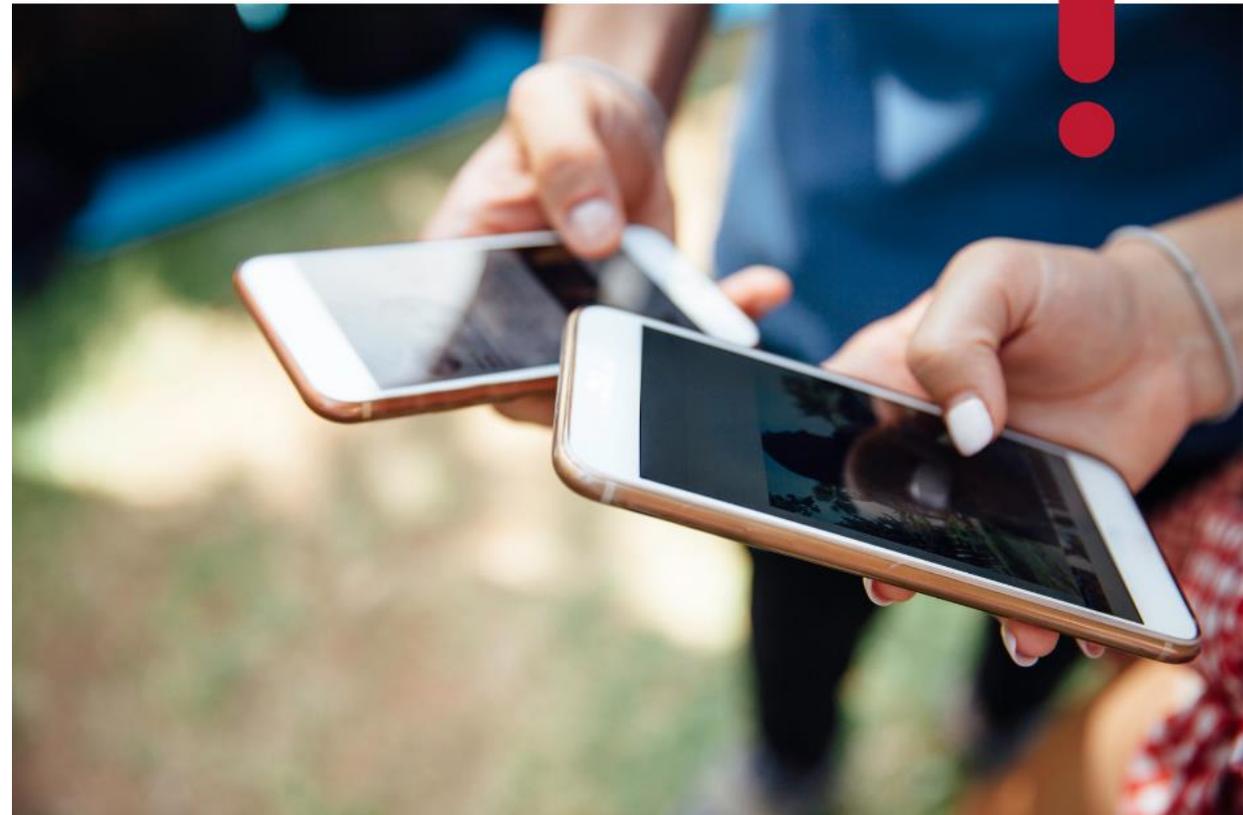
Quellen:

Digital2022 Report von wearesocial/hootsuite

Hootsuite: [Die 9 wichtigsten Social Media Trends für 2022 \(hootsuite.com\)](https://www.hootsuite.com/blog/social-media-trends-2022)

Aber das kostet doch nur Zeit und ändert sich ständig und ich weiß gar nicht, was ich da posten soll!

Und was, wenn mich jemand sieht?!



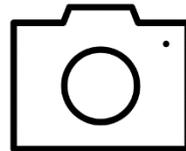
In nur 5 Schritten zum professionellen Social-Media-Account



1. Seite



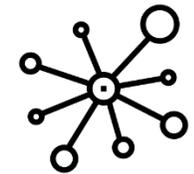
2. Strategie



3. Bilder



4. Text

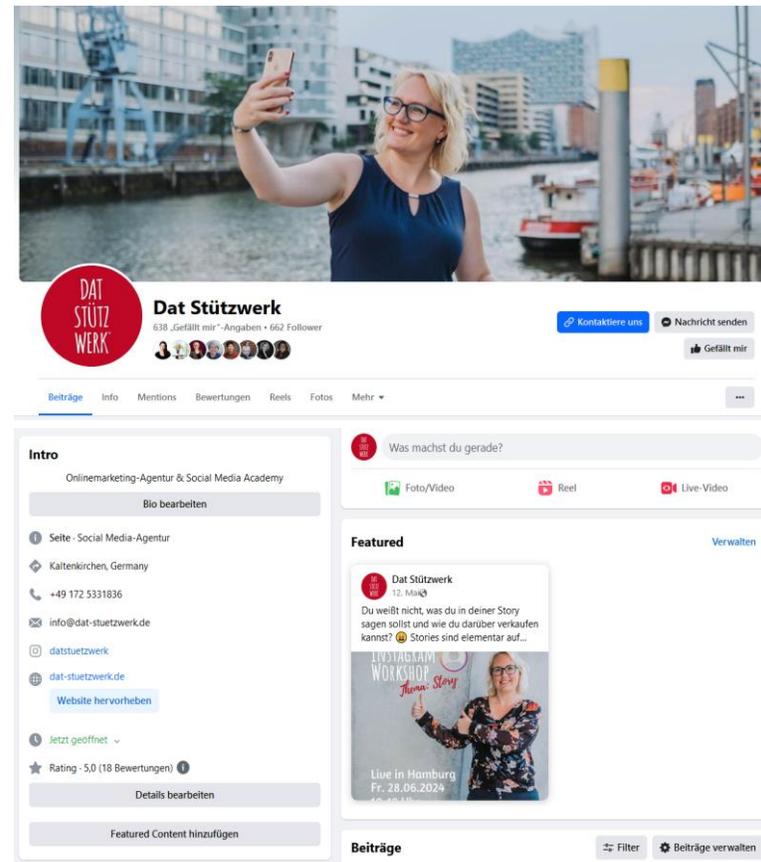


5. Netzwerken
 liken, teilen,
 kommentieren

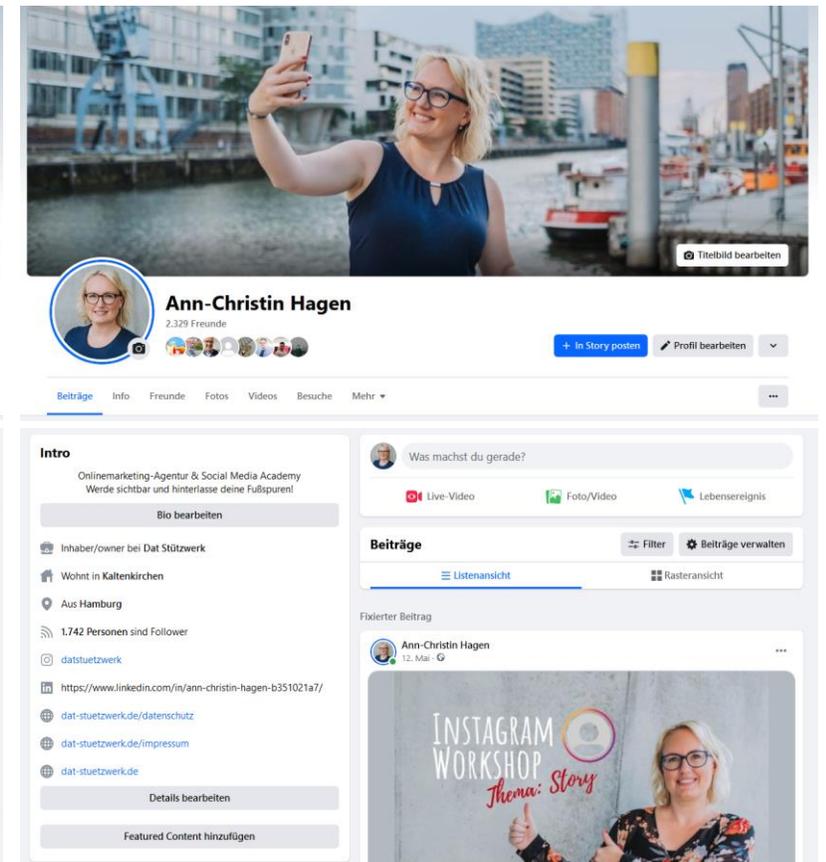
1. Seite - Facebook

- ❖ Kontaktbutton
- ❖ Infobereich/Steckbrief
- ❖ Insights
- ❖ Gefällt mir / Abonnieren vs. Freundschaftsanfrage
- ❖ Datenschutz/Impressum
- ❖ Bewertungen

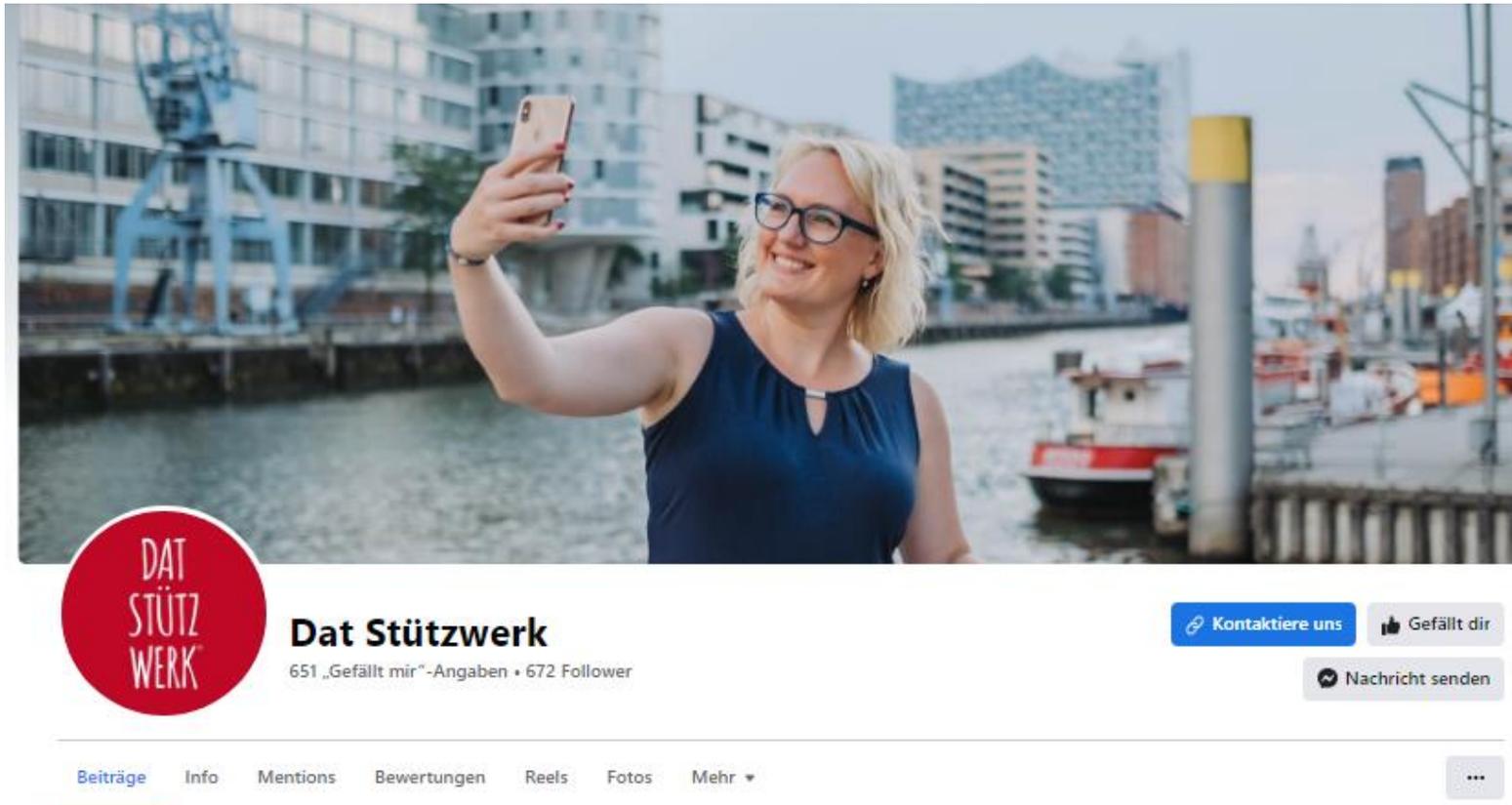
Seite



Profil



1. Seite - Facebook



Was gehört zu einer guten Seite?
Achtung: Ein privates Profil reicht nicht!

1. Logo (rund)
2. Name
3. Titelbild
 - a. Formate beachten
 - b. Professionelles Businessfoto
 - c. Thematisch passendes Motiv
 - d. Mobile Ansicht
4. Infobereich

1. Seite – Facebook

Info

Kontaktinformationen und allgemeine Infos

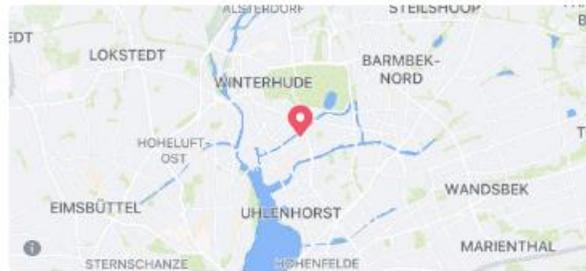
Infos zu Datenschutz und Rechtlichem

Seitentransparenz

Kategorie

Dienstleister

Kontaktinfos



Kaltenkirchen, Germany, 24568
Adresse

+49 172 5331836
Handy

info@dat-stuetzwerk.de
E-Mail

Websites und Social Links

<http://www.dat-stuetzwerk.de/>
Website

Allgemeines

★ Rating · 5,0 (12 Bewertungen)

🕒 Schließt bald
Öffnungszeiten

Infobereich

1. Kontaktdaten
2. Impressum
3. Datenschutz

Du hast noch keine Website?
Über externe Dienstleister wie z. B. die
IT-Recht-Kanzlei kannst du trotzdem
Impressum & Datenschutz erstellen und
hosten lassen!

Info

Kontaktinformationen und
allgemeine Infos

[Infos zu Datenschutz und
Rechtlichem](#)

Seitentransparenz

Infos zu Datenschutz und Rechtlichem

 <https://www.dat-stuetzwerk.de/datenschutz>
Datenschutzrichtlinie

 <https://www.dat-stuetzwerk.de/impressum/>
Impressum

1. Seite - Instagram

Was gehört zu einer guten Unternehmens-Seite?

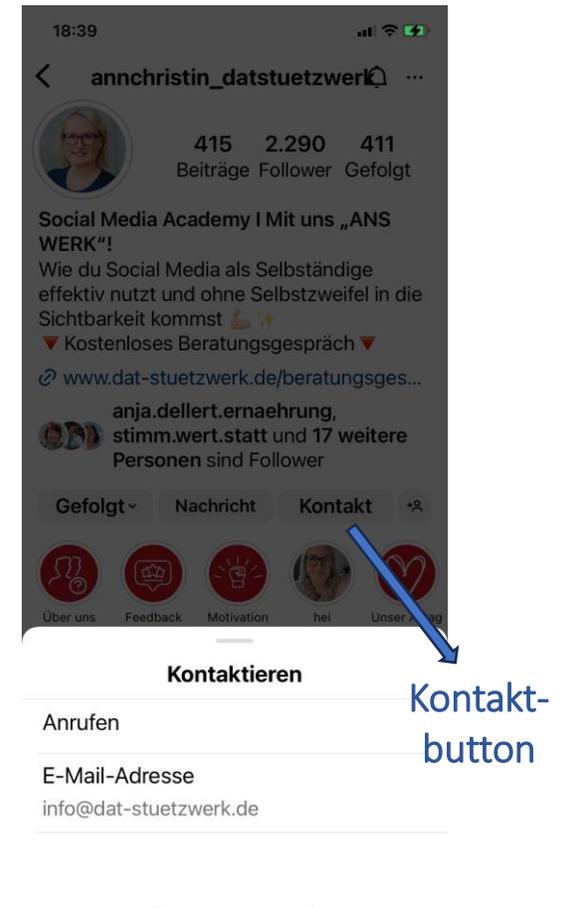
PC-Ansicht



The image shows a PC view of an Instagram profile for 'datstuetzwerk'. Annotations with blue arrows point to various elements:

- Benutzername**: Points to the username 'datstuetzwerk'.
- Profilname (SEO)**: Points to the profile name 'Social Media Academy | Ann-Christin'.
- Bild**: Points to the profile picture of a woman with glasses.
- Links bzw. Linkliste (2 Klicks)**: Points to the bio text, which includes a link: 'www.dat-stuetzwerk.de/beratungsgespraech + 4'. Below this, a list of links is provided:
 - Datenschutz
 - Impressum
- Text in Bio**: Points to the bio text: 'Unternehmer/in Wie du Social Media als Selbständige effektiv nutzt & ohne Selbstzweifel in die Sichtbarkeit kommst 🙌🌟'. Below this, a list of links is provided:
 - Kostenloses Beratungsgespräch inkl. IG-Check

Mobile Ansicht



The image shows a mobile view of the same Instagram profile. Annotations with blue arrows point to specific elements:

- Kontakt-button**: Points to the 'Kontakt' button in the bottom navigation bar.

The mobile view shows the profile name, bio, and a list of links at the bottom: 'Über uns', 'Feedback', 'Motivation', 'hei', and 'Unser...'. The 'Kontakt' button is highlighted with a blue arrow.

2. Strategie – Zielgruppe

Für wen postest du?

- ❖ Kenne deine **Zielgruppe**, und zwar möglichst genau!
 - ❖ Persona: Soziografisch anstatt demografisch
- ❖ **Gründe** für eine Persona
 - ❖ Zielgruppe besser verstehen (Herausforderungen, Ziele, Bedürfnisse)
 - ❖ Content mit Mehrwert schaffen
 - ❖ Kunden besser abholen
- ❖ Ggf. auch mehrere



- ❖ **Tipp:** Ausdrucken und aufhängen

Persona-Profil: Name / Typ

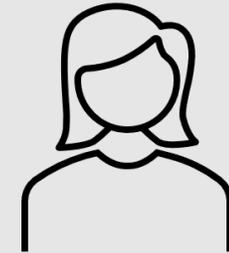
Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie)

- Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in dieser Kundengruppe aus?
- Welchen Beruf übt er oder sie aus?
- Wie sind die familiären Verhältnisse?
- Was ist ihm oder ihr im Leben wichtig?

Demographie:

- Alter
- Geschlecht
- Wohnort
- Wohnverhältnis

Bild: Vorname, Nachname



Identifikatoren:

- Was macht die Persona aus (z. B.: Hobbys, Interessen)?
- Wie ist ihr Auftreten?
- Welches sind ihre bevorzugten Kommunikationskanäle?
- Wie ist das Informationsverhalten (On-/Offline & welche Kanäle)?
- Wie ist das Einkaufsverhalten (On-/Offline)?
- Wer übt Einfluss auf sie oder ihn aus (Freunde, Arbeitskollegen, Vorbilder etc.)?

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Was möchte diese Persona mit dem Kauf erreichen?
- Welche Probleme will er oder sie lösen?
- Welchen Nutzen will er oder sie erzielen?
- Und welche Gefühle könnten dies alles begleiten?
- Welche Ängste könnte er oder sie haben?
- Und was könnte ihn oder sie ganz besonders begeistern?

Herausforderungen:

- Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl auf?
- Womit hat sie zu kämpfen?
- Was fällt ihr schwer?

Ideale Lösung:

- Wie können wir der Persona helfen, die Herausforderung zu meistern?
- Wie können wir ihre oder seine Erwartungen übertreffen?
- Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?
- Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht?

Häufige Einwände:

- Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen?
- Welche Gegenargumente können aufkommen?
- Was könnte ihn oder sie stören oder verunsichern?

2. Strategie – Contentplanung: Was soll ich posten?

- ❖ Aus Sicht der Zielgruppe denken (Persona!):
 - ❖ Bedürfnisse
 - ❖ Interessen
 - ❖ Probleme
 - ❖ Vorbehalte

- ❖ Erzähle nicht einfach, was du anbietest oder poste Blumensträuße, sondern setze es aus Sicht der Zielgruppe in einen **Kontext**, zum Beispiel:
 - ❖ Gehe auf ihre Schmerzpunkte ein.
 - ❖ Zeige Ergebnisse auf, die durch dein Angebot erreicht werden.

- ❖ Mix aus **Mehrwert, Werbung und Persönlichkeit**



2. Strategie – Planung: Wann soll ich was posten?

- ❖ Plane im Voraus (Redaktionsplan)
 - ❖ Blocke dir eine feste Zeit für deine Social-Media-Aktivität
 - ❖ Plane deine Posts vor
 - ❖ ggf. Tools zum Planen nutzen

- ❖ An den Mix denken: Mehrwert, Persönliches & Werbung.

Tipp:

Jeden dritten Mittwoch im Monat treffen wir uns zu einem **virtuellen Co-Working**. Anmeldung über unsere Website <https://www.dat-stuetzwerk.de/veranstaltungen>



Redaktionsplan Social Media / Dezember 2023

Instagram / Facebook

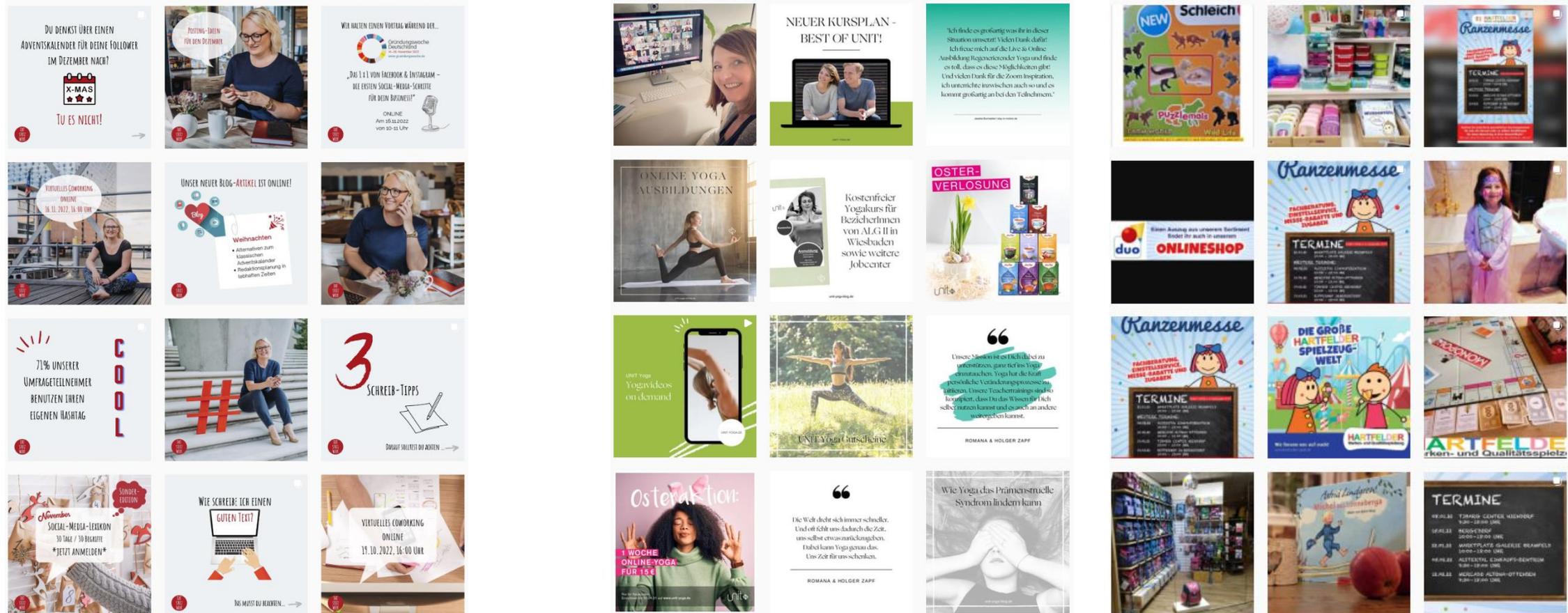
1. Mehrwert
2. Persönliches
3. Werbung



Datum	Tag	Posting	Bild/Bemerkung
01.12.2023	Fr	1 Facebook Xx 2 Instagram xxx	
02.12.2023	Sa		
03.12.2023	So		(1. Advent)
04.12.2023	Mo		
05.12.2023	Di		
06.12.2023	Mi		(Nikolaus)
07.12.2023	Do		
08.12.2023	Fr		
09.12.2023	Sa		
10.12.2023	So		(2. Advent)

3. Bilder – Bildsprache/Bildstrategie

Bilder wirken auf deine Zielgruppe



3. Bilder – Bildsprache / Bildstrategie

CI:

- „Eigene“ Farben
- Schriften (max 2)
- Andere Farben eher als Signalfarbe, sparsam einsetzen
- Gestaltungselemente: einheitlicher Stil
- Vorlage nicht 1:1 kopieren

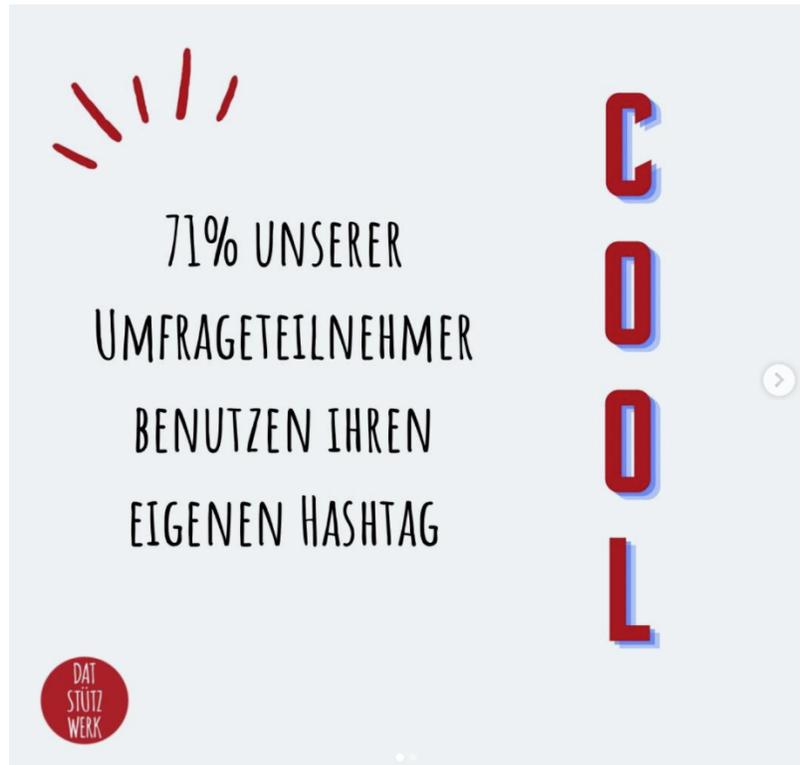
Check Gesamteindruck:

- Sieht es harmonisch aus?
- Ansprechend?
- Stimmen die Formate?
- Sorgfältig angelegt?



Tool-Tipp: Canva

4. Text – Was macht einen guten Post aus?



1. Gute Lesbarkeit
2. Rechtschreibung
3. Das Wichtigste zuerst (Einstieg/Relevanz)
4. Nicht unangemessen (politisch/sexuell/etc)
5. Authentisch
6. Call to Action
7. Hashtags
8. ggf. passendes Bild
9. ggf. Content Recycling

4. Text – Was ist ein Hashtag?

- ❖ Das Doppelkreuz-Symbol auf deiner Tastatur, auch „Rautezeichen“ genannt, wird für Hashtags genutzt ([#beispiel](#)).
- ❖ Auf Instagram kannst du pro Beitrag 30 Hashtags verwenden.
- ❖ Man kann Hashtags suchen und auch folgen. Somit kannst du mehr Nutzer erreichen, die noch nicht deine Follower sind, aber bereits dem Hashtag folgen.

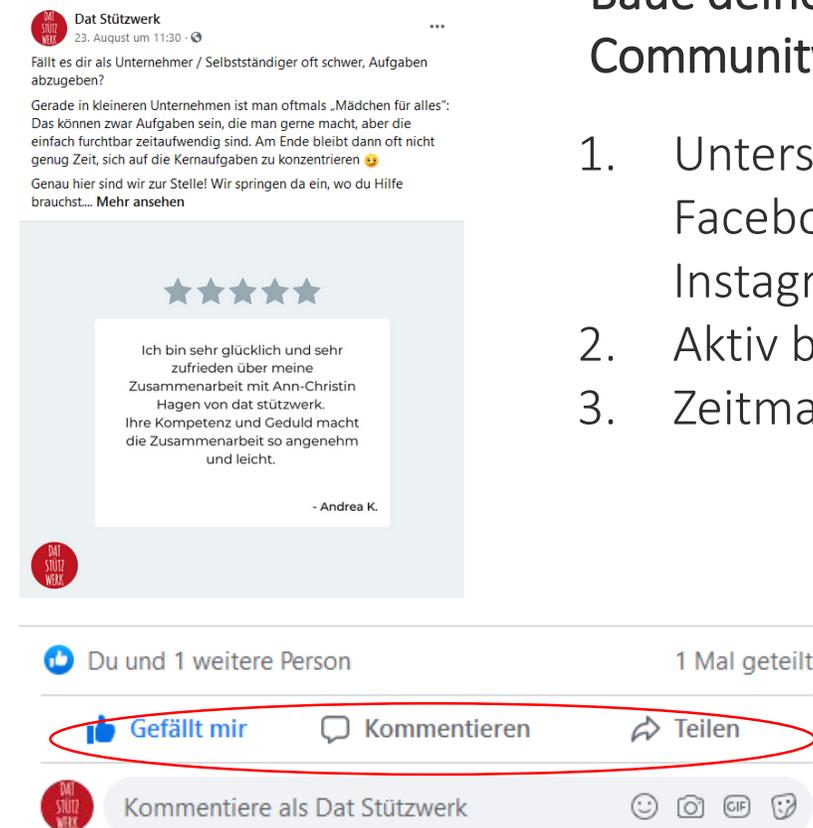


5. Netzwerk – teilen, liken, kommentieren

Instagram



Facebook



Baue deine Community auf!

1. Unterschiede Facebook / Instagram
2. Aktiv bei anderen!
3. Zeitmanagement

5. Netzwerken – teilen, liken, kommentieren



Sei aktiv bei anderen!

Antworte!

5. Netzwerken – Tipps

Antworte zeitnah auf Kommentare

Funktionen der jeweiligen Kanäle nutzen!

Manches tun wir für den Algorithmus!

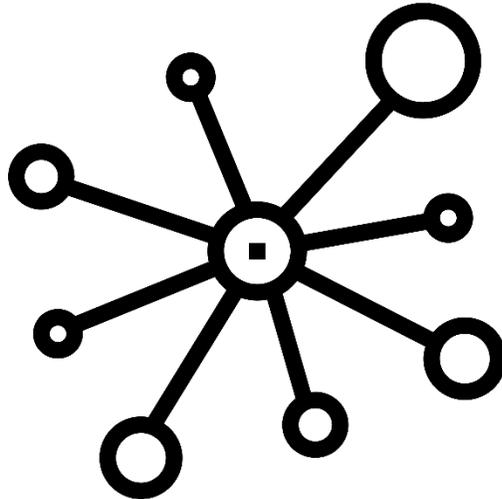
Zu viel Aufwand, zu wenig Spaß? Hol dir Unterstützung!

Bei der Konkurrenz schauen (kommentarfreudig)

Gib der Sache Zeit: mind. sechs Monate

Begrüße neue Follower: kurzer Willkommensgruß!

Finde nicht (nur) Kunden, sondern Multiplikatoren: privat → privat → Business oder unter Freunden!



5. Netzwerken – Unsere Empfehlung

Basic – Dein Fundament!!!

- ❖ 1 Post pro Woche
- ❖ ggf. Stories nutzen
- ❖ Blocke dir eine feste Zeit für deine Planung
- ❖ Etabliere deine Routine



Fortgeschrittene

- ❖ 3+ Posts pro Woche
- ❖ Täglich kommentieren, liken usw.
- ❖ Videos: Stories täglich, Reels,...
- ❖ Schalte Anzeigen (Ads)
- ❖ Baue deine Follower auf!



Wichtig!

Lieber weniger, aber regelmäßig posten, als alle paar Wochen ganz viel

– denke an den Algorithmus.

In nur 5 Schritten zum professionellen Social-Media-Account



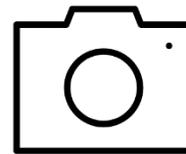
1. Seite

Was gehört zu einer guten Seite?



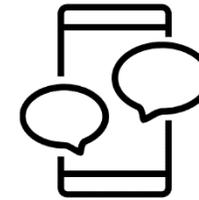
2. Strategie

Zielgruppe
Pillars/Content
Redaktionsplan



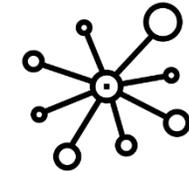
3. Bilder

Bildsprache



4. Text

Texte bei Social Media
Hashtags



5. Netzwerken liken, teilen, kommentieren

Funktionen
Tipps/Empfehlung

Kontakt & Infos

Für mehr Infos und regelmäßige News zu Social Media folgt uns gerne auf Instagram!

<https://www.instagram.com/datstuetzwerk>



KONTAKT

Ann-Christin Hagen
info@dat-stuetzwerk.de

Heute:
Kostenloser
IG-Check an
unserem
Stand



Tipp



Fragen ?



Ihre & eure Meinung ist uns wichtig!

Wir freuen uns [hier](#) über Feed
Back.

Oder direkt auf der Webseite
www.gruendertag.hamburg .

