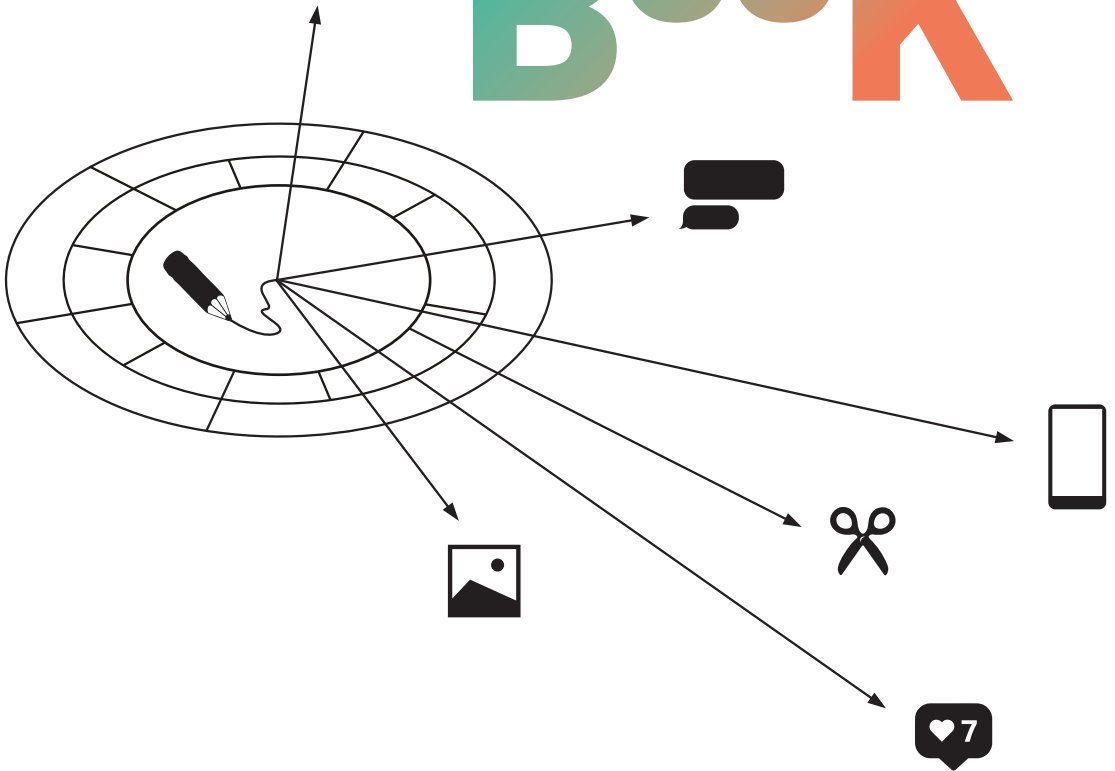


O'REILLY®

SOCI@L M€DIA WOO®K

Miriam Schlaich

BOOK



Papier
plus⁺
PDF.

Zu diesem Buch – sowie zu vielen weiteren O'Reilly-Büchern – können Sie auch das entsprechende E-Book im PDF-Format herunterladen. Werden Sie dazu einfach Mitglied bei oreilly.plus⁺:

www.oreilly.plus

Social Media Workbook

Miriam Schlaich

O'REILLY®

Miriam Schlaich

Lektorat: Ariane Hesse
Fachliche Unterstützung: Corina Pahrman
Korrektorat: Sibylle Feldmann, www.richtiger-text.de
Satz: Miriam Schlaich, www.miriamschlaich.com
Herstellung: Stefanie Weidner
Umschlaggestaltung: Michael Oréal, www.oreal.de
Druck und Bindung: mediaprint solutions GmbH, 33100 Paderborn

ISBN:

Print 978-3-96009-186-8

PDF 978-3-96010-653-1

1. Auflage 2022

Copyright © 2022 dpunkt.verlag GmbH

Wieblinger Weg 17

69123 Heidelberg

Dieses Buch erscheint in Kooperation mit O'Reilly Media, Inc. unter dem Imprint »O'REILLY«. O'REILLY ist ein Markenzeichen und eine eingetragene Marke von O'Reilly Media, Inc. und wird mit Einwilligung des Eigentümers verwendet.

Hinweis:

Dieses Buch wurde auf PEFC-zertifiziertem Papier aus nachhaltiger Waldwirtschaft gedruckt. Der Umwelt zuliebe verzichten wir zusätzlich auf die Einschweißfolie.



Schreiben Sie uns:

Falls Sie Anregungen, Wünsche und Kommentare haben, lassen Sie es uns wissen: kommentar@oreilly.de.

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autorin noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

5 4 3 2 1 0

Inhaltsverzeichnis

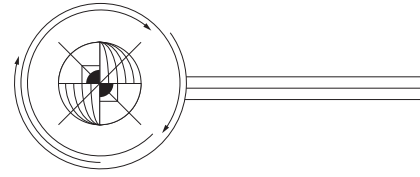
Vorbemerkung **8**

eins: Soziale Netzwerke **16**

Social Media Marketing _____	18
Facebook _____	24
Instagram _____	30
TikTok _____	34
Twitter _____	36
LinkedIn _____	38
Pinterest _____	40
YouTube _____	42
Spotify _____	46
Website _____	48
Plattformen im Vergleich _____	50
Programmlogik _____	54

zwei: Deine Marke **58**

Du _____	60
Selbsteinschätzung _____	62
Persönlichkeit _____	64
Alleinstellungsmerkmal _____	66
Zielgruppe _____	70
Persona _____	74
User Journey _____	76
Konkurrenzanalyse 1 _____	78
Ziele _____	80

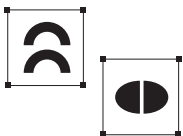


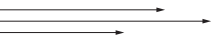
drei: Erscheinungsbild 84

Identität _____	86
Markenname _____	90
Logo _____	92
Farbe _____	96
Schrift _____	98
Moodboard _____	102

vier: Attraktive Posts 104

Text _____	106
Bild _____	112
Video _____	118
Sound _____	124
Konkurrenzanalyse 2 _____	126




fünf: Dein Onlineauftritt **128**

Verhalten _____	130
Authentizität _____	134
Recht _____	136
Ideen _____	140
Redaktionsplan _____	144
Profil anlegen _____	148
Posten _____	150

sechs: Dranbleiben **152**

Analytics _____	154
Kosten _____	156
Aktiv sein _____	158


Index **162**

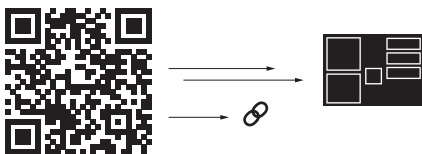
Linkliste **165**

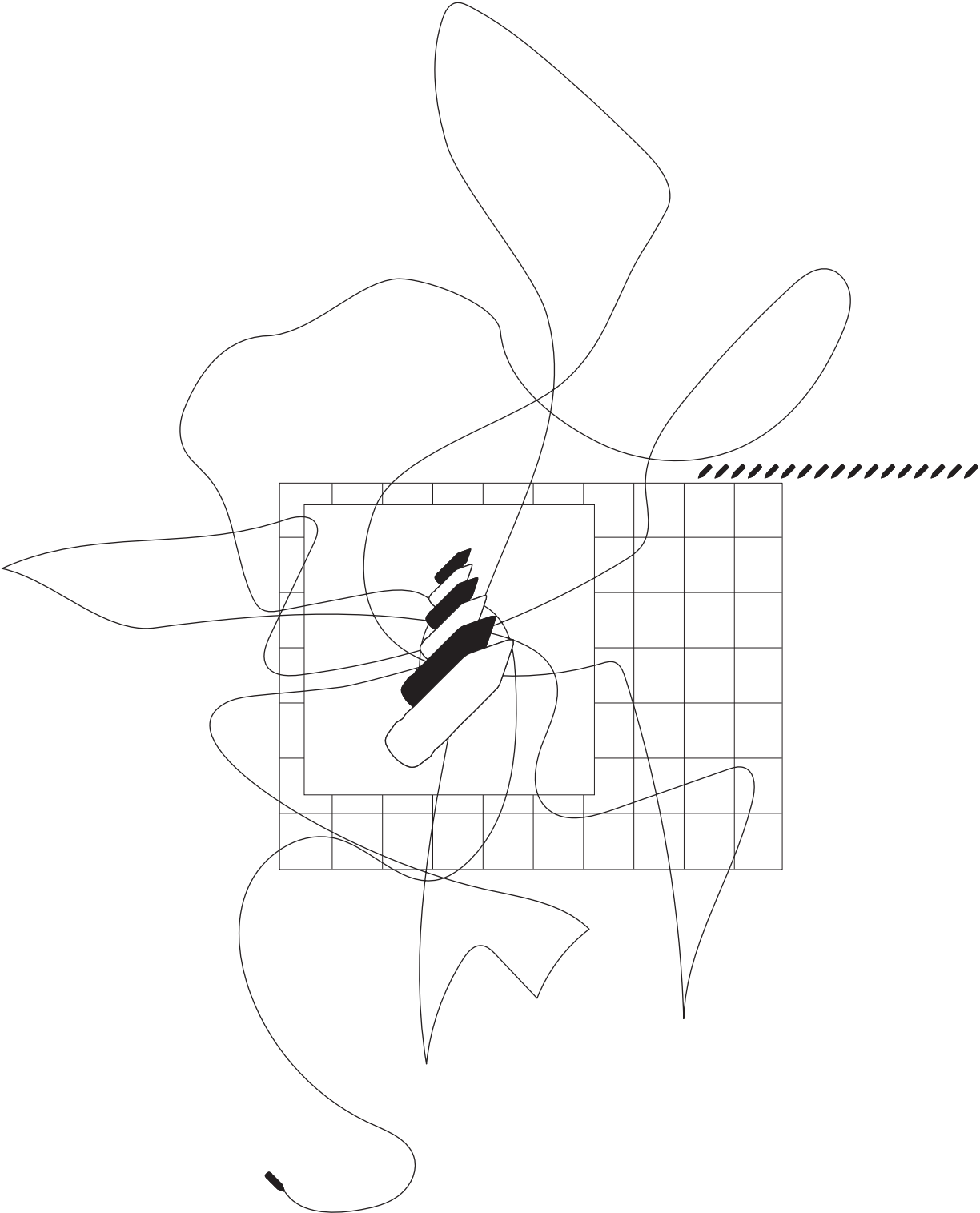
Vorbemerkung

Das hier ist dein Arbeitsbuch! Es ist dazu gedacht, um darin zu schreiben, etwas zu skizzieren, zu malen und um Ideen auszuarbeiten.

Zum Buch findest du auf www.socialmediaworkbook.de acht DIN-A4-Arbeitsblätter zum Herunterladen und Ausdrucken. Diese **Worksheets**, mit diesem Symbol gekennzeichnet , gehören zu bestimmten **Übungen** und sollen dir helfen, deine wichtigsten Ergebnisse festzuhalten und immer präsent zu haben. Das Material ist auch unter <https://oreilly.de/produkt/social-media-workbook/> unter der Rubrik *Zusatzmaterial* zu finden.

Außerdem verweise ich immer wieder auf hilfreiche **Links**, die dir Inspiration sowie weitere Informationen und Anregungen geben sollen. Sie sind in der Form  **20.1** gekennzeichnet und gesammelt ab Seite 165 am Ende des Buchs zu finden. Um dir das Abtippen der Links zu ersparen, findest du unter dieser Adresse die gesamte Sammlung: www.socialmediaworkbook.de. Du kannst die Website auch über den QR-Code unten aufrufen.





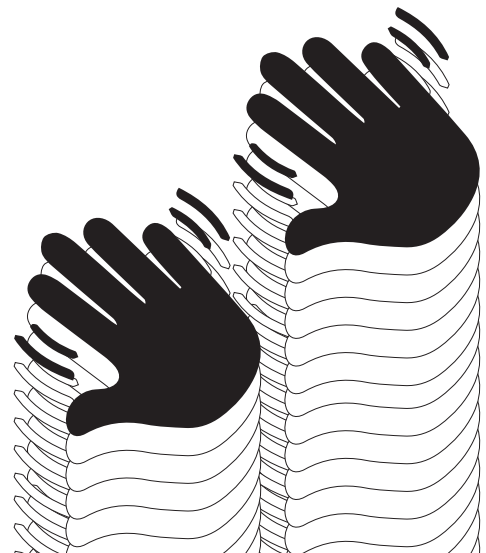
Hallo!

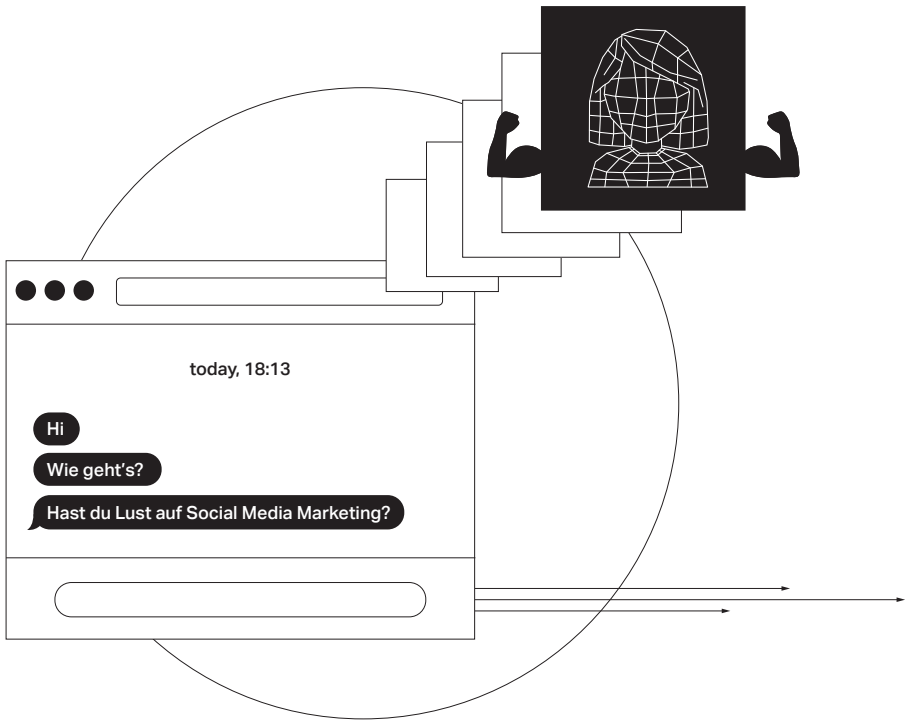
Mein Name ist Miriam, und ich bin fasziniert von Social Media und den Chancen, die sich hier für jeden Einzelnen bieten. Viele haben große Lust und ein enormes Interesse daran, sich mit Social Media auseinanderzusetzen. Sie haben aber auch gewisse Ängste oder befürchten, dass sie das Thema überfordern könnte. Mit diesem Buch möchte ich die komplexe Social-Media-Welt für dich und deine Marketingpläne etwas aufschlüsseln.

Dieses Buch gibt dir praktische Hilfestellungen, wenn du selbstständig bist, ein Kleinunternehmen führst oder eine Idee, ein Produkt oder eine Dienstleistung via Social Media vermarkten und deine Bekanntheit steigern willst. Dabei gehe ich davon aus, dass hinter deiner Idee eine Leidenschaft steht sowie Fleiß und die Motivation, deine Ideen auch zu verwirklichen. Denn um deine Marketingkampagne erfolgreich umzusetzen, wirst du viel Energie aufbringen und kontinuierlich aktiv sein müssen.

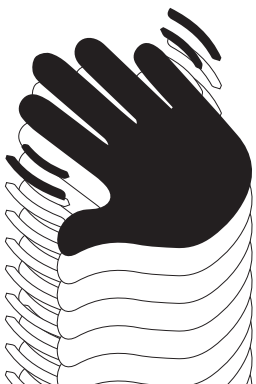
Es wird nie ein »fertig« geben, Self-Marketing soll eher Teil deines Alltags werden und dich durch routinierte Abläufe deinen Marketingzielen näherbringen.

Ich möchte dich auf diesem Weg begleiten, **geeignete Fragen stellen, dir Denkanstöße geben und dir Methoden zeigen**, mit deren Hilfe du dir eine erfolgreiche Marketingstrategie aufbauen kannst. Um Interessierte und Follower:innen für dich und dein Produkt oder deine Dienstleistung zu gewinnen und an dich zu binden, musst du medial eine Beziehung zu ihnen aufbauen. Und das benötigt – wie im echten Leben – Zeit.



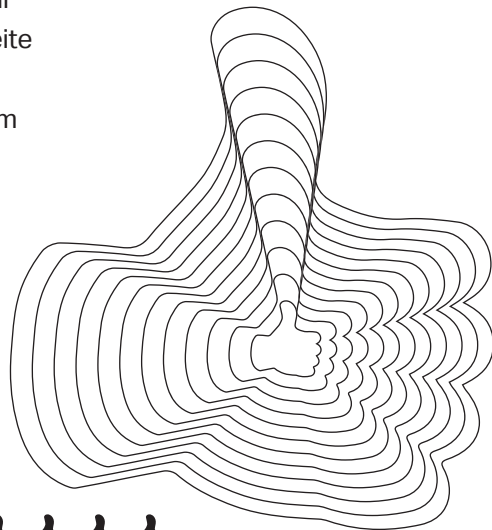


Übung macht den Meister – oder die Meisterin. Ich kann mir vorstellen, dass du fachfremd bist und mit Marketing und Social Media bis jetzt wenig zu tun hattest. Aber lass dich davon nicht abschrecken. Irgendwann muss man ja anfangen, und **von jetzt an wirst du dich stetig verbessern.**

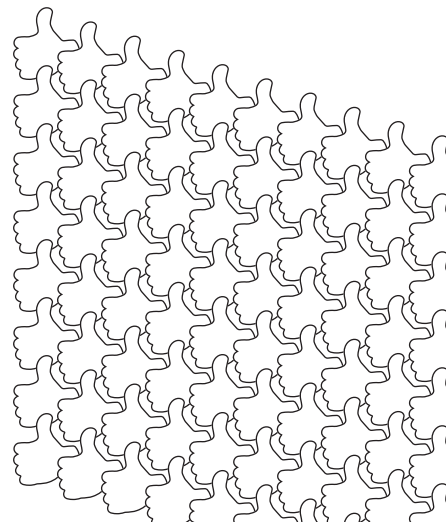


Neben den Erläuterungen in den einzelnen Kapiteln enthält das **Workbook praktische Übungen**, die dir bei der Entwicklung deiner Social-Media-Strategie helfen. Dafür benötigst du einige Materialien wie Stift und Papier, einen Drucker, eine Schere, einen Klebestift und die zum Download bereitgestellten **Worksheets** 📄📄.

Auch große Firmen wie zum Beispiel Nike oder Mercedes-Benz haben die Chancen, die Social Media Marketing bietet, erkannt und nutzen soziale Netzwerke sehr erfolgreich seit mehr als zehn Jahren. Auf der nächsten Seite führe ich zehn Gründe auf, die dafür sprechen, dass du dein Marketing um einen Social-Media-Auftritt ergänzt.



- 1. Du vermittelst Emotionen und nicht nur deine Angebotspalette.**
- 2. Deine Marke bekommt ein persönliches Gesicht. 3. Es gelingt dir, deine Botschaften schnell zu verbreiten.**
- 4. Du erreichst viele Menschen.**
- 5. Social Media Marketing ergänzt deinen Werbeauftritt. 6. Du bleibst medial präsent. 7. Unmittelbarer Kundenkontakt ist möglich. 8. Du kannst Kontakte zu potenziellen Partner:innen knüpfen. 9. Das Engagement in Social-Media-Netzwerken ist überwiegend kostenfrei. 10. Andere Social-Media-Accounts inspirieren und spornen an.**

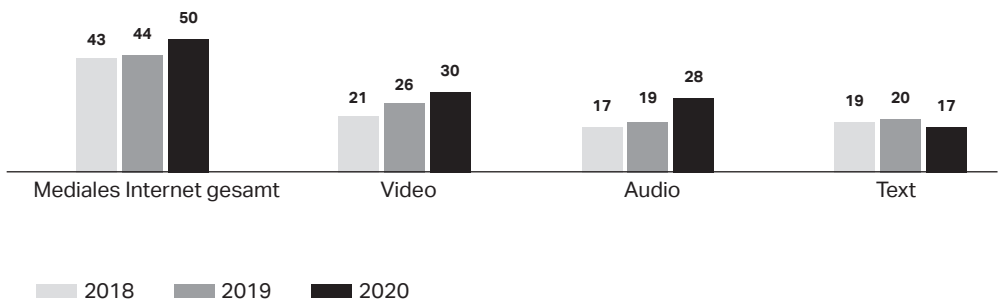


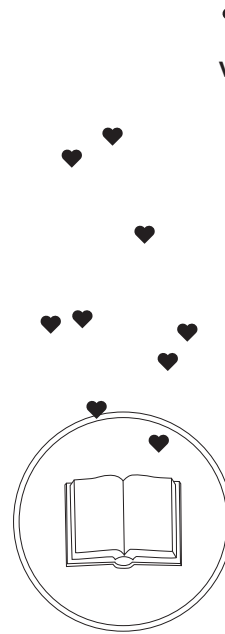
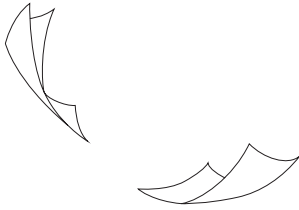
In Kapitel eins bekommst du einen Überblick über verschiedene Social-Media-Plattfformen und deren Logik. Abraham Lincoln sagte einst: »Wenn ich acht Stunden Zeit hätte, um einen Baum zu fällen, würde ich sechs Stunden die Axt schleifen.« Um selbstsicher online auftreten zu können, musst du deine Marke erst mal klar definieren. **In Kapitel zwei erarbeitest du deine Markenidentität** und lernst deine Zielgruppe sowie deine Konkurrenz besser kennen. **Kapitel drei behandelt das professionelle Erscheinungsbild deiner Marke** und sorgt so für die passende visuelle Wahrnehmung deines Onlineauftritts.

Du leitest bereits ein etabliertes Unternehmen mit klarer Vision und schickem Erscheinungsbild? Kein Problem, du kannst in den Kapiteln zwei und drei dein Auftreten überprüfen, und vielleicht stößt du ja doch noch auf Widersprüche oder ungeklärte Fragen. Es steht dir aber natürlich auch frei, diese Kapitel zu überspringen.

Wir konsumieren mehr Onlineinhalte als je zuvor. Nach der Onlinestudie von ARD und ZDF 2020 nutzen 72 % der gesamten deutschsprachigen Wohnbevölkerung das Internet täglich. Von den 14- bis 29-Jährigen sogar 97 %.

Nutzung mediales Internet, Tagesreichweite in % bezogen auf 14- bis 29-Jährige¹





In Kapitel vier erfährst du nicht nur, dass es kein Hexenwerk ist, Video-Content zu produzieren, sondern auch, wie du Bild und Text für dein Anliegen und deine Kanäle erstellen und einsetzen kannst.

Social Media Marketing ist ein Prozess. Es muss nicht jeder Post viral gehen, du darfst Fehler machen und dich entwickeln. Wichtig ist, dass du immer zuhörst, neugierig, authentisch und gleichzeitig flexibel bleibst, damit du neue Trends aufnehmen und Feedback umsetzen kannst. Bleibe immer im Austausch mit deinen Follower:innen. **Wie du dir die Arbeit durch ein strukturiertes Konzept erleichtern kannst, welche Verhaltensregeln online gelten und worauf du beim Posten immer achten solltest, lernst du in Kapitel fünf.**

Das Schwierigste an Social Media Marketing ist allerdings das Dran-

bleiben. **In Kapitel sechs gebe ich dir Tipps, wie du Arbeitsschritte optimierst und dir mithilfe von Tools die Arbeit so leicht wie möglich machst** – damit du deine diversen Social-Media-Aufgaben in deinen Alltag integrieren kannst, auch wenn die Zeit mal knapp ist.

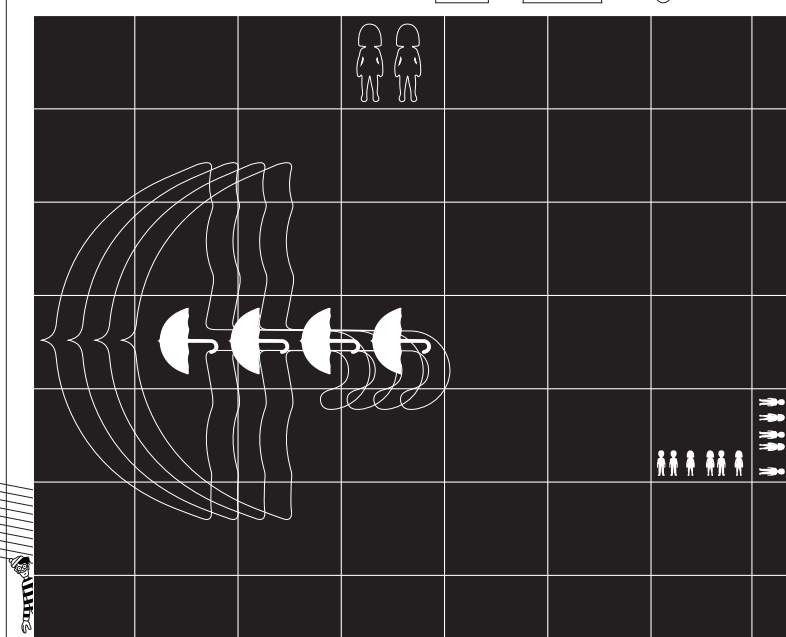
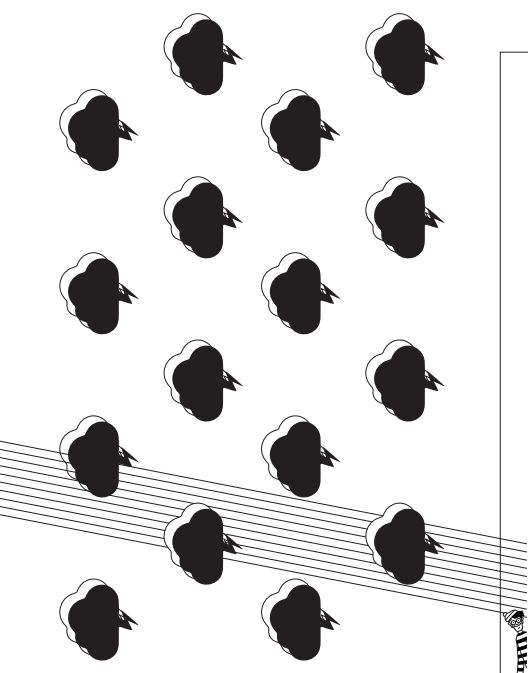
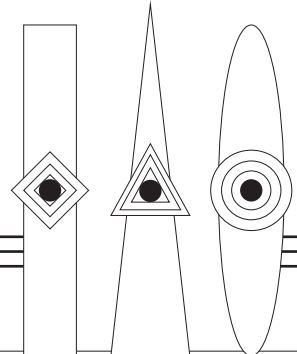
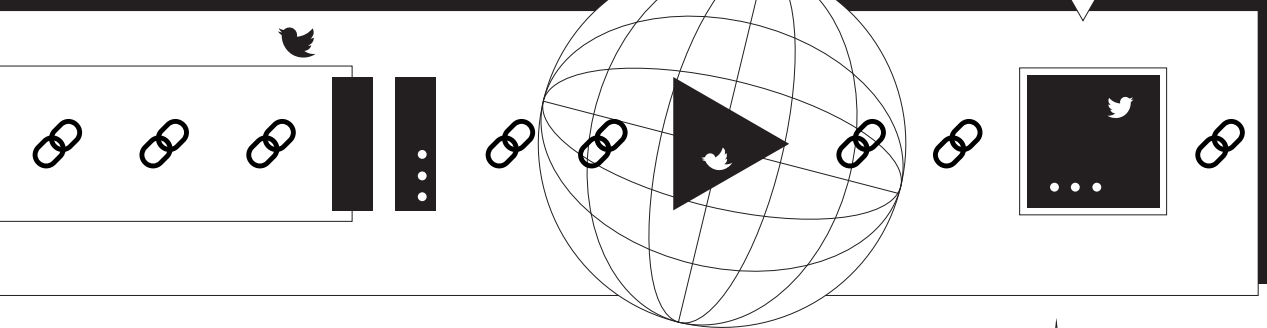
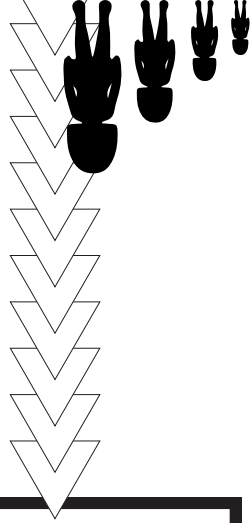
Ich möchte diesen Ratgeber nicht als technische Bedienungsanleitung schreiben, sondern eine Wissensgrundlage schaffen. Auf dieser kannst du aufbauen, deine eigenen Erfahrungen machen und dazulernen.

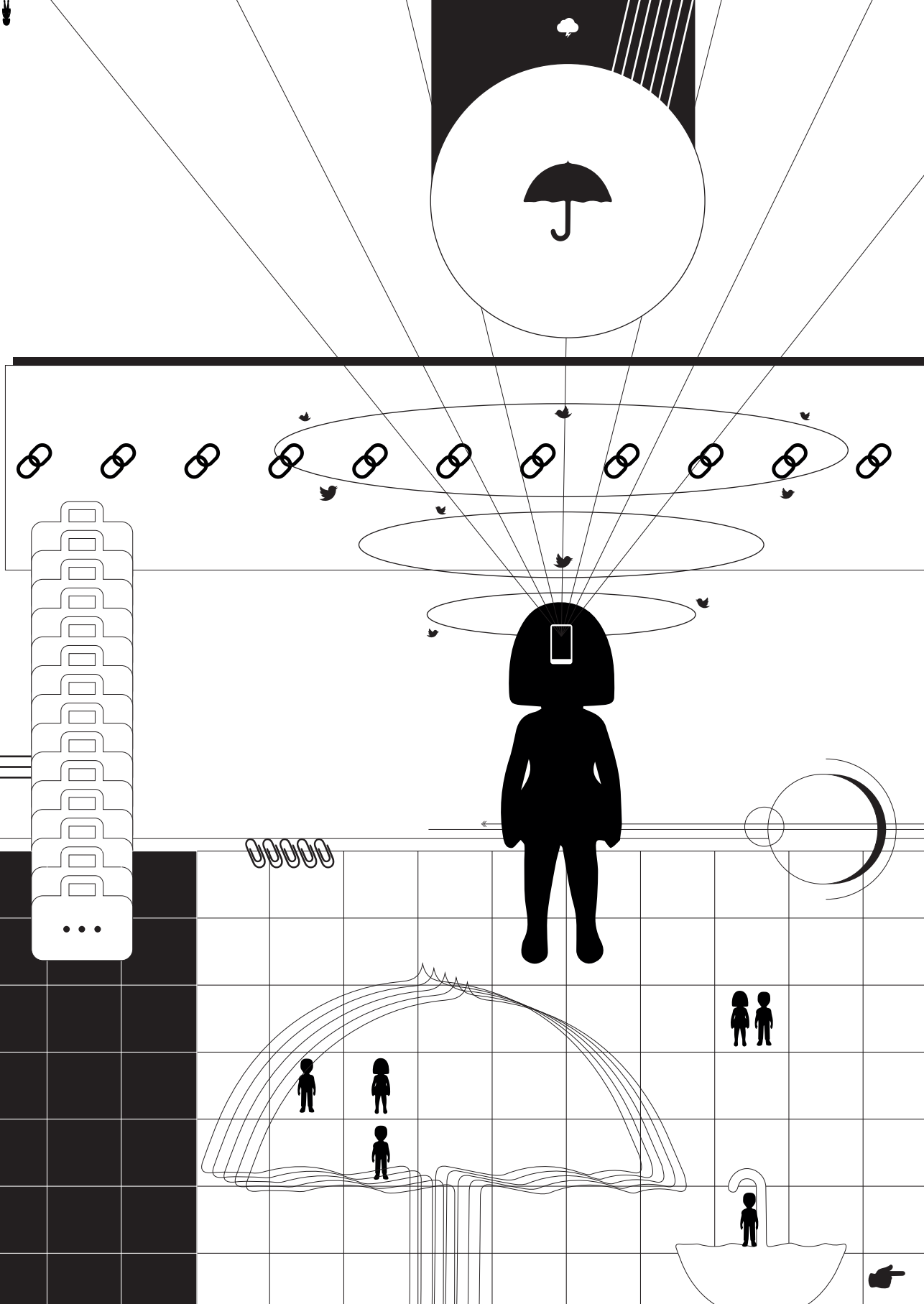
Viel Spaß!

PS: Wie du ja sicher bereits gemerkt hast, duze ich dich. Warum? Weil es im Social Web üblich ist und weil auch meine Fragen teilweise sehr persönlich sind.

eins: Soziale Netzwerke

Das geeignetste soziale Netzwerk für dich ist das, in dem deine Kund:innen aktiv sind.

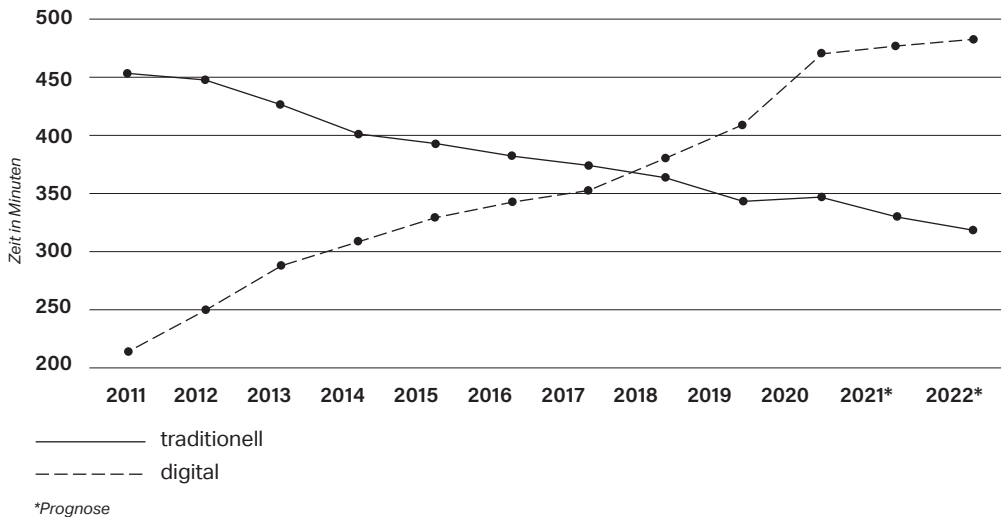


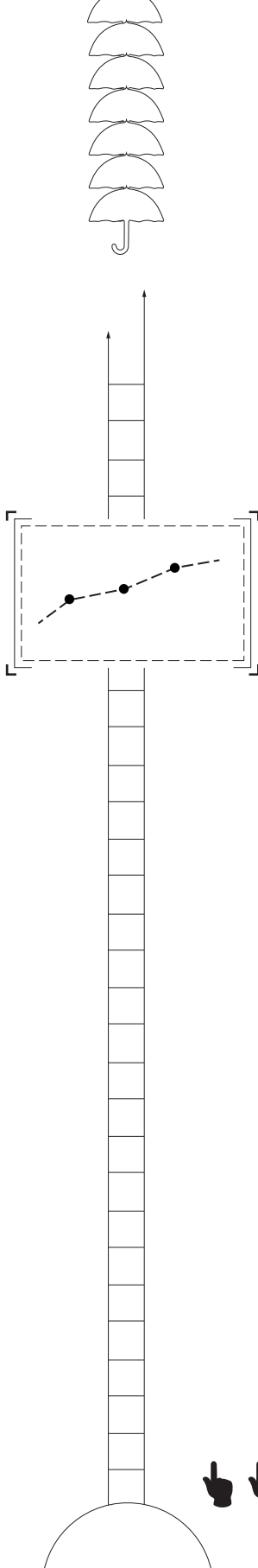


Social Media Marketing

Sobald du soziale Netzwerke nutzt, um für dich zu werben, betreibst du Social Media Marketing. Dazu gehört das Erstellen und Teilen von bestimmtem Content, der Austausch und die Kommunikation mit deinen Follower:innen. Mit sozialen Netzwerken sind Plattformen gemeint, über die du dich digital vernetzen und kommunizieren kannst.

Zeit in Minuten pro Tag, die in den USA mit digitalen bzw. traditionellen Medien verbracht werden²





Social Media Marketing ist wichtig, denn die Bedeutung klassischer Werbung nimmt immer mehr ab. Traditionelle Medien wie Flyer, Plakate, Radio- und TV-Werbung verlieren an Reichweite und Einfluss. Im Gegensatz dazu gewinnen digitale Medien immer mehr an Relevanz. Das Vertrauen in Rezensionen und Nutzerempfehlungen sowie einen authentischen Social-Media-Auftritt wächst.

Du kommunizierst mit Kundinnen und Kunden auf Augenhöhe. Auf Social-Media-Plattformen hast du eben nicht nur eine wachsende Reichweite, sondern lernst auch Wünsche, Bedürfnisse und Gedanken deiner Kund:innen viel besser kennen. Auf Social Media teilen sie gerne ihre Meinung und ihre Erfahrungen.

Weil die Kommunikation in Social Media persönlich ist, **erreichst du die Menschen in sozialen Netzwerken besonders mit emotionalem und authentischem Content** und kannst so mit ihnen eine Beziehung aufbauen. Deine Kommunikation sollte also einem lockeren Gespräch ähneln und nicht nach einer polierten Werbeanzeige aussehen.

