



Stefan Wahle

SOCIAL MEDIA MARKETING



Eine Einführung für Selbstständige
mit kleinem Budget

Inhaltsverzeichnis

- 1. Vorwort**
- 2. Das Zentrum: Die eigene Internetseite**
- 3. Werbung in sozialen Netzwerken**
 - 3.1. Facebook**
 - 3.2. Pinterest**
 - 3.3. Instagram**
 - 3.4. Twitter**
 - 3.5. LinkedIn**
 - 3.6. Google+**
 - 3.7. YouTube**
 - 3.8. Tumblr**
 - 3.9. Xing**
 - 3.10. Flickr**
 - 3.11. Erstellung weiterer Seiten, Blogs und Pressemitteilungen im Internet**
 - 3.12. ORM**

Online Reputation Management

3.13. Die Strategie

3.14. Datenanalyse

4. Drucksachen als Werbemittel

4.1. Visitenkarten, Postkarten, Flyer, Plakate etc.

4.2. Bekleidung mit Werbeaufdruck

5. Erläuterung von Fachbegriffen

1. Vorwort

Dieses Buch ist für alle Selbständigen im weiteren Sinne, dies beinhaltet die Selbständigen im engeren Sinne (Freiberufler) sowie die Gewerbetreibenden, die ihre Produkte und Dienstleistungen günstig und zumeist in Eigenregie vermarkten wollen.

Insbesondere Unternehmensstarter mit kleinem Budget können hier viele Ideen finden, die sie selber umsetzen können.

Ich erkläre alle Möglichkeiten anhand eines praktischen Beispiels, nämlich dem Aufbau meines eigenen Unternehmens als Buchautor und Verleger. Dies dient nur der Veranschaulichung und selbstverständlich können diese praktischen Erfahrungen auf alle anderen Geschäftszweige mit ein paar individuellen Veränderungen übertragen werden.

Als ich mit dem Start meines Unternehmens im Jahre 1988 begann, waren die Möglichkeiten deutlich eingeschränkter als heute. Es gab z.B. damals noch kein Internet. Dies bedeutete, ich musste meine Produkte mit teuren Werbeanzeigen in Printmedien und in eigener Handarbeit mit der Produktion und Verteilung von Werbezetteln sowie dem (illegalen) Kleben von Werbeplakaten dem Kunden näherbringen. Dies war mit erheblichem Arbeitsaufwand und demgegenüber bescheidenen Erfolg verbunden.

Sie haben jedoch das Glück, in den Zeiten des Internets über nahezu unbegrenzte Möglichkeiten des Marketings und das weltweit verfügen zu können.

Und ich werde Ihnen zeigen, wie es geht!

Ihr

Stefan Wahle

Buchautor und Verleger

2. Das Zentrum: Die eigene Internetseite

Das Zentrum Ihrer gesamten Maßnahmen bildet die eigene Internetseite, mit der alles beginnt. Auf dieser stellen Sie Ihr Unternehmen, sich selber als Unternehmer und die von Ihnen Angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen dar.

Der Name der Internetseite sollte möglichst kurz sein und dennoch alle wichtigen Informationen enthalten. Er sollte leicht zu merken sein, ohne dass man sich diesen aufschreiben muss und die Schreibweise sollte eindeutig im Sinne von einfach sein. Wenn Sie schon beim Namen der Internetseite Ihrem potentiellen Kunden gegenüber Erklärungsbedarf haben, dann haben Sie einen Fehler gemacht.

Ich bin Autor von Lehrbüchern und Ratgebern im Sportbereich. Und so habe ich den Namen meiner Internetseite aus den Initialen meines Namens (Stefan Wahle = SW) und meinem Produkt (Sportbücher) gebildet:
www.sw-sportbuch.de

Dies ist leicht zu merken, beinhaltet eine klare Aussage über mein Produkt und zur Unterscheidung meine Initialen als Marke für meine Person.

Meinen eigenen Buch-Shop in Zusammenarbeit mit meiner Exfrau Tanja vermarkte ich unter der kurzen Domain:

www.buch.guru

Kürzer und prägnanter geht es kaum. Dies ist auch bestens geeignet für die weiteren Werbemaßnahmen, wie z.B. dem