

Social Media Marketing

für Selbstständige & Unternehmer



Grundlagen und hilfreiche Praxis-Tipps für Einsteiger

1.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Überall hört und liest man ihn, den Begriff „Social Media Marketing“. Aber was bedeutet er eigentlich?

Unter Social Media Marketing versteht man, vereinfacht gesagt, die

- Präsentation
- Kommunikation und
- Bewerbung des eigenen Unternehmens

über verschiedene soziale Netzwerke wie zum Beispiel:

Facebook, Instagram, Twitter, YouTube oder auch Whats App.



Social-Media-Marketing ist im Online-Marketing-Mix sehr wichtig geworden, denn es erhöht die Reichweite und Interaktion mit Interessenten und (potentiellen) Kunden.

1.

POTENTIALE AUSSCHÖPFEN

Mit Social-Media-Marketing können Sie:

- die Bekanntheit Ihres Start-ups steigern
- mehr User auf Ihre Website ziehen
- Ihre Kundenbeziehungen fördern

So können aus Ihren Fans Kunden werden. Zudem fungieren diese dann mitunter als Ihre „**Markenbotschafter**“. Sprich Kunden, die positive Beiträge, Kommentare oder Empfehlungen schreiben, machen kostenlose und bestenfalls reichweitenstarke Werbung für Ihr Unternehmen.



1.

POTENTIALE AUSSCHÖPFEN

Außerdem sind Social-Media-Kanäle ideal, um in den **direkten Kontakt mit Ihren Kunden** zu treten. Zu den Maßnahmen im Social-Media-Marketing sollte deshalb nicht nur das Verfassen von Beiträgen, sondern auch die direkte Kommunikation mit den Kunden gehören.

Hier gilt: **Schnelligkeit und Aktualität!** Auf eine Anfrage oder Feedback sollten Sie immer zeitnah reagieren.

Achtung: Dies deutet bereits auf die **regelmäßige und zum Teil zeitintensive Arbeit** hin, die mit der Pflege von Social-Media-Profilen verbunden ist. Wägen Sie daher gut ab, welche Kanäle Sie nutzen möchten – bevor Sie Accounts eröffnen, diese dann aber aus Zeit- und Ressourcenmangel brach liegen lassen müssen. Damit enttäuschen Sie Ihre Interessenten und Kunden unnötig.

2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN

Übersicht zu den wichtigsten Social Media Kanälen:



Facebook

- Plattform zur weltweiten Vernetzung und Interaktion von Privatpersonen und Firmen
- 2,3 Milliarden aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Fanseite, Messenger, Audio- und Video-Chats, Werbeanzeigen, Online-Shopping, Umfragen, Gewinnspiele, Gutscheincodes



Twitter

- Kurznachrichtendienst
- 326 Millionen aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Textbeiträge, Hashtags, Bild- und Videobeiträge



WhatsApp

- Instant-Messenger-Dienst für Smartphones
- 1,5 Milliarden Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Text-, Bild- und Video-Nachrichten, Gruppen-Chats, Push-Nachrichten

2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN



[Snapchat](#)

- Instant-Messenger-Dienst für Smartphones
- 187 Millionen aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Text-, Bild- und Video-Nachrichten, Unternehmens- und Produktpräsentation, Rabattaktionen, Werbeanzeigen



[Instagram](#)

- Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos
- 1 Milliarde aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Bildergalerie mit Untertexten, kurzlebige Bild- und Videobeiträge, Video- und Live-Chat, Produktinszenierung



[Pinterest](#)

- Online-Katalog zur Sammlung von Ideen zu allen Lebensbereichen
- 250 Millionen aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Unternehmens- und Produktpräsentation, Themen-Pinnwände

2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN



[YouTube](#)

- Video-Plattform
- 1,8 Milliarden aktive Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: YouTube-Channel, Image- und Produktvideos, Werbeanzeigen



[Slideshare](#)

- Plattform für Präsentationen, Infografiken, PDFs, Webinare
- 80 Millionen Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Unternehmenspräsentation, Teilen eigener Inhalte, Verschlagwortung



[Tumblr](#)

- Blogging-Plattform
- 449 Millionen Nutzer (Blogs)
- Möglichkeiten: Unternehmenspräsentation, Veröffentlichung diverser Content-Formate (Texte, Videos, Bilder, Chats), Reblogging

2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN



[Xing](#)

- Professionelles Business-Netzwerk, Netzwerk zur beruflichen Weiterentwicklung
- 15 Millionen Nutzer (DACH)
- Möglichkeiten: Unternehmenspräsentation, Arbeitgeberbewertung, Stellenanzeigen, Teilen von Neuigkeiten, Fachgruppen, Eventmarkt, Werbeanzeigen



[LinkedIn](#)

- Professionelles Business-Netzwerk, Netzwerk zur beruflichen Weiterentwicklung
- 500 Millionen Nutzer weltweit
- Möglichkeiten: Unternehmenspräsentation, Stellenanzeigen, Teilen von Fachbeiträgen und Neuigkeiten, Fachgruppen, Werbeanzeigen und Sponsored Content

2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN

Tipp: Wählen Sie Ihre Social-Media-Kanäle nicht zwingend nach der Nutzerzahl aus. Vielmehr sollten Sie abwägen, **welches Netzwerk bei Ihrer Zielgruppe am beliebtesten** ist und mit welchem Sie sie am besten ansprechen können. Auch ist relevant, ob Sie die erforderlichen Inhalte bzw. Formate bereitstellen können. Denn Sie müssen Ihre Beiträge an die Vorgaben der Anbieter anpassen und sollten die **Gestaltungsmöglichkeiten ausschöpfen**, damit Sie die Aufmerksamkeit der User erregen. In der Regel sind Bilder günstiger in der Beschaffung als Videos oder Podcasts.



2.

SOZIALE NETZWERKE AUSWÄHLEN

Aktuelle Botschaften

Wenn Sie aktuelle Botschaften verbreiten möchten, sind Facebook und Twitter die richtige Wahl.

Bilder

Haben Sie viele Bilder von Ihrem Produkt o.ä., eignen sich Instagram und Pinterest.

Videos & Präsentationen

Möchten Sie Ihr Angebot per Video oder Präsentation vorstellen, können Sie das neben YouTube auch via Slideshare oder Vimeo machen.

B2B

Sind Ihre Kunden selbst Gewerbetreibende, bieten sich Xing, LinkedIn und Twitter an.

3.

EIN EIGENES PROFIL ANLEGEN

Haben Sie sich dafür entschieden, ein Social-Media-Profil oder sogar mehrere zu erstellen, sind Sie meist nach wenigen Schritten damit fertig. Denn Sie benötigen lediglich Ihre **Unternehmensdaten** sowie ein **Impressum**. Zudem sollten Sie ein bis zwei **Profilbilder** hochladen. Empfehlenswert ist für kleine Bildformate Ihr **Unternehmenslogo** und für größere Bildformate Ihr **Produkt** oder Ihre **Dienstleistung** in Kombination mit Ihrem Logo. Starten Sie gleich nachdem Sie Ihren Social-Media-Account eröffnet haben damit, Beiträge zu erstellen und dafür zu werben, Ihr Fan zu werden.

facebook

Registrieren

Facebook ist und bleibt kostenlos.

Vorname ! Nachname

Handynummer oder E-Mail-Adresse

Neues Passwort

Geburtstag

Tag ▼ Monat ▼ Jahr ▼ Wärüm muss ich meinen Geburtstag angeben?

Weiblich Männlich

Indem du auf „Registrieren“ klickst, erklärst du dich mit unseren Nutzungsbedingungen einverstanden und bestätigst, dass du unsere Datenschutzerklärung einschließlich unserer Cookie-Richtlinie gelesen hast. Eventuell erhältst du SMS-Benachrichtigungen von Facebook, die du jederzeit abbestellen kannst.

Registrieren

4.

ERFOLGSFAKTOREN

▪ Interessante Inhalte

Machen Sie sich konkrete Gedanken, welche Inhalte Sie über die sozialen Netzwerke verbreiten möchten und was Ihre Fangemeinde interessieren könnte. **Seien Sie kreativ** und überlegen Sie sich etwas Besonderes. Wenn Sie nur Meldungen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen verbreiten, wird sich kaum jemand dafür interessieren, geschweige denn es selbst teilen.

Achtung: Verzichten Sie darauf, ausschließlich werbliche Beiträge zu veröffentlichen. Überlegen Sie sich lieber, welche Themen spannend sein könnten und einen Bezug zur Ihrer Branche haben. Gern dürfen Sie die Besucher Ihrer Social-Media-Kanäle **direkt ansprechen** und Persönlicheres von Ihrem Unternehmen erzählen. Außerdem sind Bilder und Videos unverzichtbare Begleiter Ihrer Beiträge. So können Sie beispielsweise Fotos von Ihren Räumlichkeiten oder Mitarbeitern bei der Arbeit zeigen.

4.

ERFOLGSFAKTOREN

▪ Interaktion

Sie können Beiträge von anderen Unternehmen oder Usern teilen – besser noch schreiben Sie kurze Teasertexte (zu Deutsch „Anreißer“) mit einer Verlinkung. Idealerweise finden Ihre Fans Ihren Beitrag so interessant, dass Sie darauf klicken und einen umfangreicheren Artikel auf Ihrer Website weiterlesen. Gelangen Fans erst auf Ihre Website, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass Sie sie dort auch von Ihren Produkten oder Dienstleistungen überzeugen können.

Rufen Sie Ihre Fans außerdem dazu auf, Ihren Beitrag zu kommentieren oder zu teilen, indem Sie zum Beispiel nach Ansichten, Erfahrungen, Tipps oder Verbesserungsvorschlägen fragen.

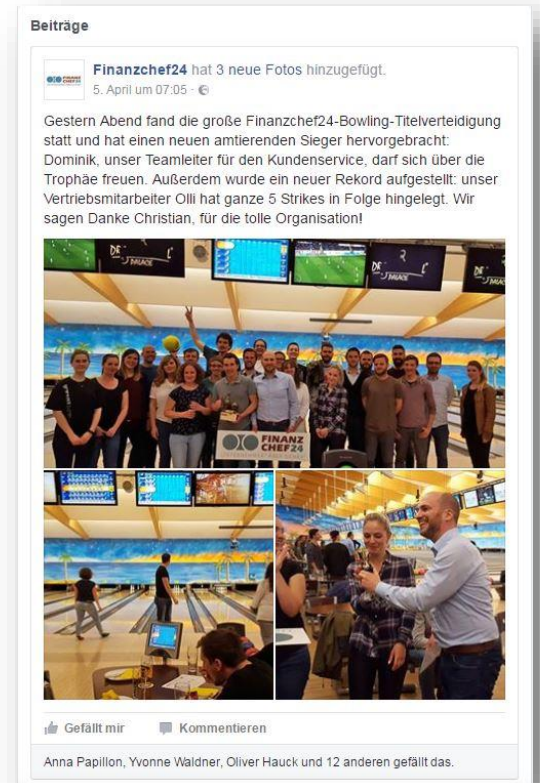
Wenn Sie Nachrichten oder Kommentare von Fans erhalten, antworten Sie zeitnah und regen Sie einen weiterführenden Dialog an.

4.

ERFOLGSFAKTOREN

Beliebte Themen in den sozialen Medien sind unter anderem:

- Gewinnspiele
- Umfragen und Infografiken
- Aktionen, bei denen Ihre Fans mitmachen können, z.B. einem Fotowettbewerb
- Bilder von frisch zubereitetem Essen
- Bilder oder Videos von Kindern oder Tieren
- Persönliche und humorvolle Beiträge
- Vorher-Nachher-Bilder (nach Verwendung Ihres Produktes z.B.)



4.

ERFOLGSFAKTOREN

▪ Social Media Buttons und Icons



In den Tools, die Sie für Ihre Website-Pflege oder die Erstellung Ihres Newsletters verwenden, ist oftmals die Funktion enthalten, Social-Media-Buttons einbauen zu können. Falls dies nicht der Fall ist, können Sie – in der Regel kostenlos – von verschiedenen Anbietern die charakteristischen Icons der Social-Media-Kanäle herunterladen. Auch wie Sie die Buttons über einen HTML-Code einbinden können, finden Sie im Internet verständlich erklärt, z.B. bei Facebook unter: <https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-button>

Stellen Sie sicher, dass die Social-Media-Buttons, die Sie verwenden, datenschutzkonform sind. Mitunter werden über die von den sozialen Netzwerken zur Verfügung gestellten Buttons persönliche Daten übertragen. Dies ist im Rahmen des Datenschutzes nicht zulässig. **Sie tragen die Verantwortung für eine konforme Lösung:** <https://www.heise.de/ct/artikel/Shariff-Social-Media-Buttons-mit-Datenschutz-2467514.html>

4.

ERFOLGSFAKTOREN

▪ Die richtige Zeit für Postings

Ob Privatperson oder Unternehmer – für viele Menschen sind die sozialen Netzwerke ständige Begleiter und sie nutzen sie aktiv, sobald Zeit dafür ist. Die User schauen sich die Neuigkeiten an Werktagen vermehrt kurz nach dem Aufstehen, in der Mittagspause oder spätabends an. Und gerade am Wochenende und an Feiertagen tummeln sich die User verstärkt in den sozialen Netzwerken.

An diesem **Nutzerverhalten** sollten Sie sich orientieren, wenn Sie überlegen, an welchem Tag und zu welcher Uhrzeit Sie Ihre Beiträge veröffentlichen. Testen Sie dabei unterschiedliche Zeitpunkte aus und vergleichen Sie die **Reichweite und Resonanz**: In der Regel stellen soziale Netzwerke **kostenlose Statistiken** für das eigene Unternehmensprofil bereit, wie viele User den Beitrag gesehen und wie sie interagiert haben.

Nutzen und analysieren Sie diese Daten, um Ihr Social-Media-Marketing stetig zu verbessern.

5.

LOKALE ZIELGRUPPEN

Auch im Social-Media-Marketing ist es möglich, dass Sie Personen speziell aus dem lokalen Umfeld Ihres Unternehmens ansprechen: Hängen Sie Ihrem Firmennamen den Betriebsort an, zum Beispiel in Form von „_Berlin“. **Heben Sie auch in Ihrem Profil den Unternehmensstandort hervor und richten Sie Ihre Beiträge auf eine lokale Zielgruppe aus.**

Zudem gibt es in den meisten sozialen Netzwerken Gruppen, in denen sich User mit bestimmten Interessen zusammenfinden. Darunter sind auch viele Gruppen, die sich auf bestimmte Städte oder Regionen konzentrieren. **Suchen Sie deshalb Gruppen aus Ihrer Region, werden Sie Mitglied und veröffentlichen Sie darin interessante oder nützliche Beiträge.**

6.

VERMEIDEN SIE DIESE DREI FEHLER

▪ Impressum

Als Unternehmer und Freiberufler sind Sie verpflichtet, in allen Ihren Social-Media-Accounts ein Impressum zu hinterlegen – andernfalls droht Ihnen eine Abmahnung. Sie können entweder die Daten direkt in Ihr Profil einfügen oder auf das Impressum Ihrer Website verlinken.

▪ Urheber- und Markenrechtsverletzung

Vermeiden Sie Urheberrechtsverletzungen aufgrund der Nutzung fremder Inhalte, denn das kann sehr teuer für Sie werden. Sie müssen entweder selbst der Urheber der Bilder, Videos und sonstigen medialen Inhalte sein, die Sie in Ihren sozialen Netzwerken veröffentlichen. Oder Sie verfügen über eine schriftliche Erlaubnis des Urhebers. Bedenken Sie zudem, dass Sie das Einverständnis von den Personen einholen müssen, die auf Ihren eigenen Fotos abgebildet sind. Hier geht es darum, Persönlichkeitsrechte zu wahren.

6.

VERMEIDEN SIE DIESE DREI FEHLER

▪ Unlauterer Wettbewerb

Darüber hinaus ist unlauterer Wettbewerb auch in den sozialen Netzwerken verboten. Sie dürfen keine negative Werbung betreiben, z.B. mittels negativer Aussagen über Ihre Konkurrenz Ihr eigenes Unternehmen positiv hervorheben. https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/BJNR141400004.html

Auch dürfen Sie in Social-Media-Netzwerken Gewinnspiele nicht so ausschreiben, dass Teilnehmer gewinnen können, wenn sie Ihr Produkt kaufen oder Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen. In den [Facebook-Richtlinien](#) ist es sogar untersagt, Gewinne in Gegenleistung für „Gefällt mir“-Angaben auszuschreiben.

7.

KOSTEN FÜR SOCIAL MEDIA

▪ Für das kleine Budget

Die Mitgliedschaft in Social-Media-Netzwerken ist umsonst. Die Kosten schlagen sich ausschließlich in der Zeit nieder, die Sie benötigen, um Ihre Profile zu pflegen. Unterschätzen Sie jedoch den zeitlichen Aufwand nicht. Eine professionelle Social-Media-Agentur zu engagieren, bedeutet hingegen in der Regel einen hohen finanziellen Aufwand.

▪ Für das größere Budget

Wenn Sie über finanzielle Mittel für Marketingmaßnahmen verfügen, können Sie in sozialen Netzwerken Werbeanzeigen schalten. Diese haben entweder einen ähnlichen Aufbau wie reguläre Beiträge, damit sie sich visuell gut in den Nachrichtenstrom einfügen, oder sie sind am Rand der Seite platziert und ähneln sich im Aufbau sehr stark den Display-Anzeigen.

7.

KOSTEN FÜR SOCIAL MEDIA

In der Regel sind Social Media Anzeigen optisch hervorgehoben und gekennzeichnet mit dem Titel „Anzeige“ oder „Sponsored Post“. Sie sollten in den Anzeigen kurz und prägnant den Wert Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung beschreiben, eine Handlungsaufforderung formulieren und auf Ihre Website verlinken.

Für Social Media Anzeigen sind vor allem Facebook, Twitter sowie die beruflichen Netzwerke LinkedIn und Xing empfehlenswert. Denn diese Portale bieten viele Werbemöglichkeiten und genaue Erfolgsanalysen.



8.

BEISPIELE FÜR GUTES SOCIAL MEDIA

Facebook

Kundennah: **Windeln.de** www.facebook.com/windeln.de/

Authentisch: **Peter Heinrichs** www.facebook.com/Peter-Heinrichs-160364117387561/

Snapchat

Clever: **Rewe** www.snapchat.com/add/rewekarriere

Verrückt: **Einhorn Berlin** www.snapchat.com/add/einhornberlin

Twitter

Persönlich: **lesen und lesen lassen** www.twitter.com/lesen_lassen

Kontrovers: **TrueFruits** www.twitter.com/truefruits?lang=de

Instagram

Ansprechend: **Just Spices** www.instagram.com/justspices/

Kreativ: **Leuchtturm 1917** www.instagram.com/leuchtturm1917/

YouTube

Lustig-schräg: **Edeka** www.youtube.com/user/edekaonline

Serviceorientiert: **eBikeStore** www.youtube.com/user/eBikeStore



Marketing in eigener Sache

Sie sind Existenzgründer und möchten weitere Infos zum Thema Gründung erhalten? Dann melden Sie sich für unsere **Gründertipps** an:

<https://www.finanzchef24.de/wissen/gruender/newsletter>

Oder besuchen Sie unseren **Gründerbereich**. Hier finden Sie viele nützliche Tipps, Tricks und kostenlose Tools:

<https://www.finanzchef24.de/wissen/gruender>





Impressum:

Finanzchef24 GmbH
Hohenlindener Straße 1
81677 München

www.finanzchef24.de

Telefon: 089 / 716 772 -700

Fax: 089 / 716 772 -800

Bildnachweis:

Seite 3: Fotolia.de | #116070199 | Urheber: vege

Seite 9: Fotolia.de | #129044600 | Urheber: pathdog

Seite 21: Fotolia.de | #112397257 | Urheber: Julie

Seite 23: Fotolia.de | #64149036 | Urheber: bounlow-pic