

Juni '22



# **Social Media Strategie**

## **Schritt für Schritt erstellen**

CLAUDIA AWE:SOME SOCIAL MEDIA



# Claudia Awe

---



- 35 Jahre alt, HH / Rügen
- mein Glaube: dass jede/r alles schaffen kann
- Ausbildung als Verkaufsfrauen
- seit 2006 im Marketing gearbeitet, bereits 15+ Jahre Praxiserfahrung im Marketing
- diverse Business Ideen verfolgt für passives Einkommen
- aus der Festanstellung heraus gekündigt
- Februar 2020 Gründung

A hand is shown holding a rectangular piece of white paper that has been torn from a larger sheet. The paper is held in the center of the frame against a white background with scattered black specks. The text on the paper is arranged in three lines. The first line is in a cursive script, the second and third lines are in a bold, white, sans-serif font on a black background.


*Komponenten einer*

**Social Media**

**Strategie**

A hand is shown holding a rectangular piece of white paper that has been torn from a larger sheet. The paper is held in the center of the frame. The text on the paper is arranged in three lines: the first line is in a cursive script, the second and third lines are in a bold, black, sans-serif font.

*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

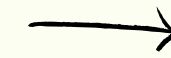
A rectangular, light-brown sticky note is positioned in the upper right quadrant of the image. It is held in place by a small, rectangular piece of translucent pink tape at its top right corner. The text on the note is in a black, monospaced, typewriter-style font, arranged in two lines.

Ziele definieren  
SMART





*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

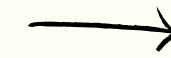


Ziele definieren  
SMART



Zielgruppe

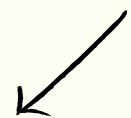
*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**



Ziele definieren  
SMART



Zielgruppe



Status Quo



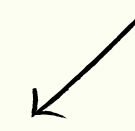
*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

Ziele definieren  
SMART

Zielgruppe

Status Quo

Recherche





*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

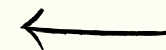
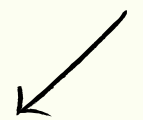
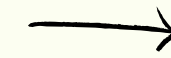
Ziele definieren  
SMART

Zielgruppe

Status Quo

Recherche

Kanäle & Content





*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

Ziele definieren  
SMART

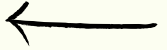
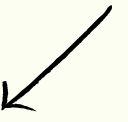
Zielgruppe

Status Quo

Recherche

Kanäle & Content

Strategien &  
Umsetzung





*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

Recycling &  
Workflow

Ziele definieren  
SMART

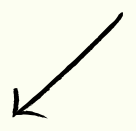
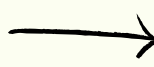
Strategien &  
Umsetzung

Zielgruppe

Kanäle & Content

Recherche

Status Quo





*Komponenten einer*  
**Social Media**  
**Strategie**

Recycling &  
Workflow

Insights &  
Controlling

Ziele definieren  
SMART

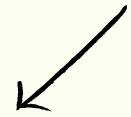
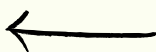
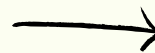
Strategien &  
Umsetzung

Zielgruppe

Kanäle & Content

Recherche

Status Quo





# Ziele definieren

---

## SMART

- Spezifisch
- Messbar
- Attraktiv
- Realistisch
- Terminiert



# Ziele definieren

---

## SMART

- Spezifisch
  - Messbar
  - Attraktiv
  - Realistisch
  - Terminiert
- 
- Kurzfristig, Mittelfristig, Langfristig

# Ziele definieren

---

## SMART

- Spezifisch
  - Messbar
  - Attraktiv
  - Realistisch
  - Terminiert
- 
- Kurzfristig, Mittelfristig, Langfristig

Was könnten das für Ziele im Bereich Social Media sein?



# Ziele definieren

---

## Ziele

- Image pflegen
- Bekanntheit steigern
- Anfragen generieren
- Abverkauf steigern
- Informationsaustausch
- Support bieten
- Kundenbindung stärken
- Meinungen einholen
- Traffic für die eigene Unternehmenswebsite oder den eigenen Blog generieren
- Suchmaschinenoptimierung

# Ziele definieren

---

## Ziele

- Image pflegen
- Bekanntheit steigern
- Anfragen generieren
- Abverkauf steigern
- Informationsaustausch
- Support bieten
- Kundenbindung stärken
- Meinungen einholen
- Traffic für die eigene Unternehmenswebsite oder den eigenen Blog generieren
- Suchmaschinenoptimierung

Was könnten die Ziele für die Universität sein?

---



# Zielgruppe

Wer ist die Zielgruppe?

- demografisch,
- psychografisch,
- instagrafisch

# Zielgruppe

## Wer ist die Zielgruppe?

- demografisch,
  - psychografisch,
  - instagrafisch
- 
- Buyer Persona - mit wem möchten wir in den Dialog treten?
  - Welche Bedürfnisse hat die Zielgruppe?
  - Wie soll die Zielgruppe angesprochen werden?
  - Kennen wir das spezifische Nutzerverhalten der Zielgruppe?
  - Wo ist unsere Zielgruppe aktiv?
  - Wie nutzt unsere Zielgruppe Social Media?
  - Unsere Zielgruppe – Werbung & Influencer





Positionierung

Canva







Positionierung

Canva

- **Branding**
  - Farben
  - Gefühl
  - Logo
  - Tonalität
  - Emojis
  - Bilder
  - Symbole
  - Schrift
- **Stories**
- **Ziel**
- **Zielgruppe**
- **Vision/Mission**
- **USP**
- **Warum**
- **Brand Archetypen**
- **Angebot**
- **Nische**



# Status Quo

---

- Welche Kanäle gibt es? (10 Min.)
- Welche Inhalte gibt es schon?
- Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?
- Was könnte optimiert werden?
- Wo sind Chancen / Risiken?

# Recherche

---

- Content
- Hashtags
- Kanäle
- Influencer:innen
- Kooperationen
- Inspiration



# Benchmark

---

- welche Mitbewerber:innen
- welche Zielgruppe
- welche Vorbilder
- welche Strategien





# Kanäle

---

- welche Kanäle sind für meine ZG relevant?
- welche Formate gibt es?
- was macht die Kanäle einzigartig?
- Zu welchem Social Media Kanal passen unsere Inhalte?
- Welche Kanäle möchten / können wir bespielen?
- Vor-und Nachteile – Fazit

# Content

---

- Welchen Content gibt es bereits?
- Welche Content Pillars?
- Welcher Content ist relevant?
- Welche Formate?
- Wie schaffen wir es mit dem Content die Bedürfnisse der Zielgruppe zu befriedigen?
- Wie muss mein Content aussehen? (Styleguide)



# Umsetzung

---

- Strategien implementieren um die Ziele zu erreichen
- wiederkehrende Formate bestimmen
- Community & Social Media Guidelines
- Social Media Kalender / Redaktionsplanung
- Ressourcen prüfen
- Prozesse anschauen
- Workflows erstellen & optimieren
- Recycling v. Inhalten

# Was funktioniert...

---

- High Quality Content mit Wiedererkennungswert
- Storytelling mit Emotionen
- Engagement / Interaktivität
- Gute Benutzerfreundlichkeit (Blog)
- Community Management
- Regelmäßige Social Media Aktivitäten
- Aktuelle Themen (Bsp. Fußball WM, Sommer, Frauentag)
- Influencer Marketing
- Gewinnspiele
- Oft 1-2 deutsche Channels und weitere Channels international
- Vertical Video (9:16 Format)



# Controlling

---

- Insights auswerten
- KPIs abgleichen
- Prozesse optimieren
- neue Ziele stecken