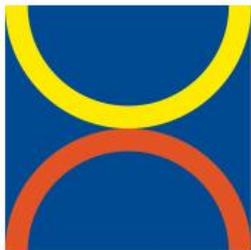




Gastgeberin



Stiftung

**Erwachsenenbildung**

Liechtenstein



**21. Juni 2022**



# Die Social Media Strategie

<<< [Der sieben Schritte-Plan](#) >>>

# Drei Fakten



## Fakt #1

Social Media und Content Marketing werden nicht mehr verschwinden.



## Fakt #2

Wer keine Social Media-Kanäle nutzt, existiert nicht und lässt Geld auf dem Tisch liegen.



## Fakt #3

Echten Erfolg auf Social Media zu haben ist nicht einfach – aber es lohnt sich.



# Der sieben Schritte-Plan



## Überprüfen

Erfolge und Misserfolge

01

## Mission & Messaging

Hauptkomponenten einer  
soliden Strategie

03

## Recherchieren

Zielgruppe und Mitbewerber

02

## Gameplan

Metriken und Planung

04



# Der sieben Schritte-Plan



## Content

Inhalte erstellen und verteilen

05

## Audience

Publikum einbeziehen und  
Geld verdienen

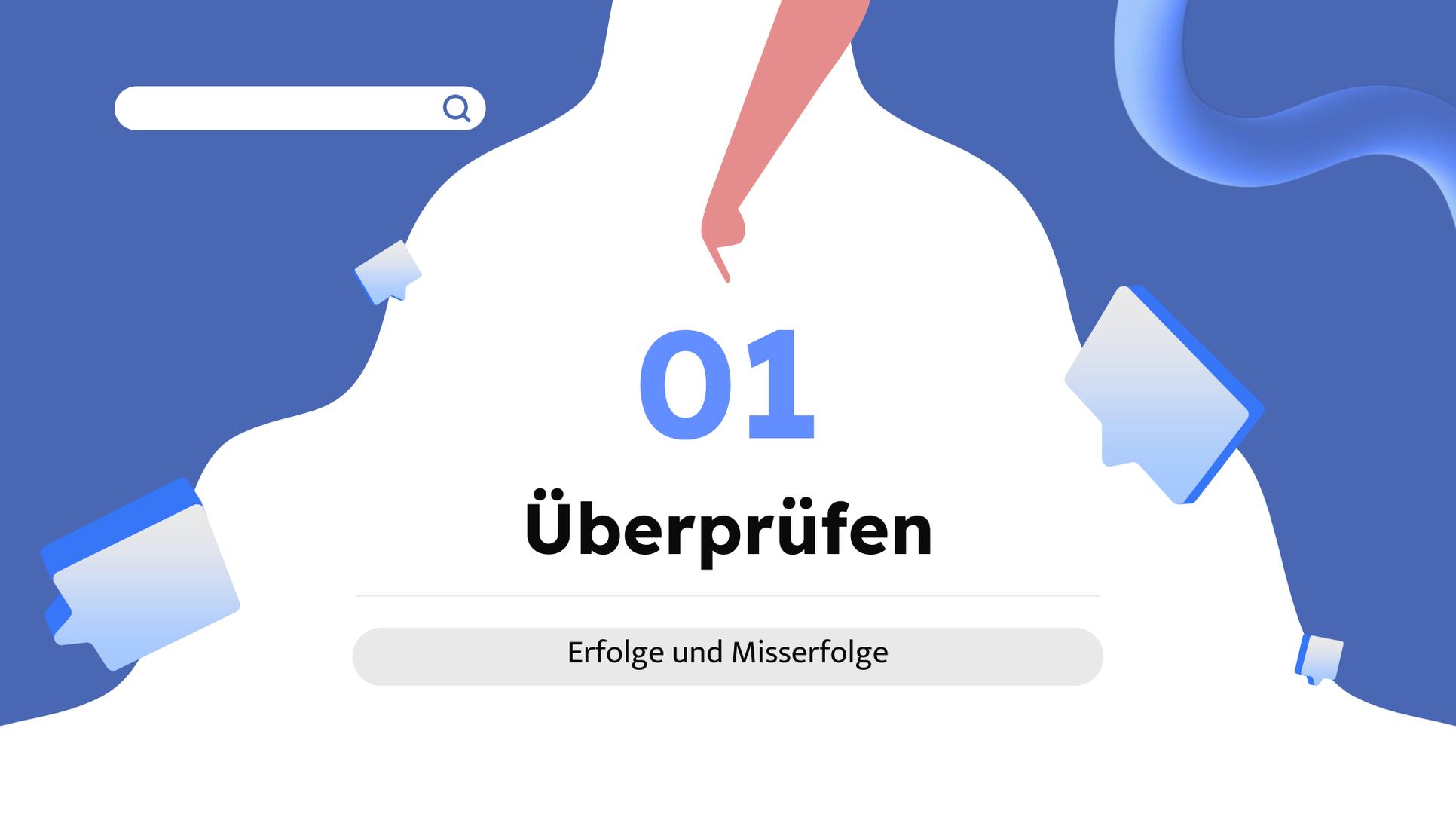
06

## Optimierung

Leistung und Daten

07





01

# Überprüfen

---

Erfolge und Misserfolge



“Gewinne passieren selten zufällig,  
aber Verluste sind nie beabsichtigt.”

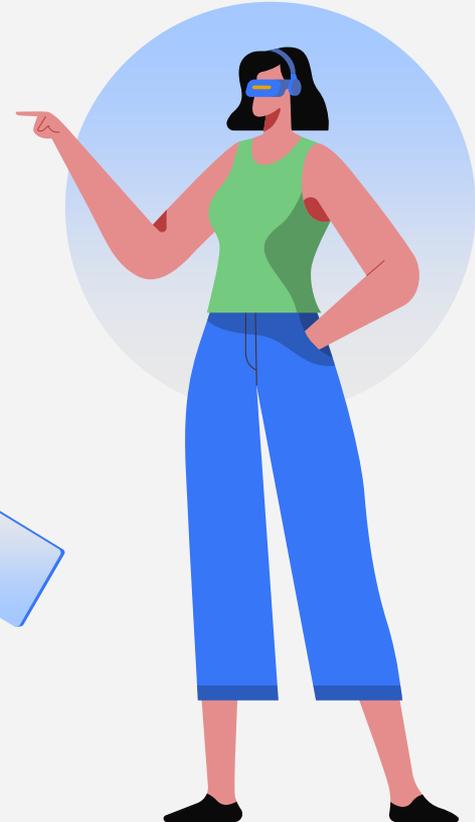
---

—Bernhard Eugster

# Starte mit



- Welche Plattform hat die meisten Kunden hervorgebracht?
- Welche Posts haben die meiste Aufmerksamkeit erhalten?
- Welche Posts haben am wenigsten Aufmerksamkeit erhalten?
- Welche Art von Inhalt scheint die grösste Wirkung zu erzielen?





02

# Recherchieren

---

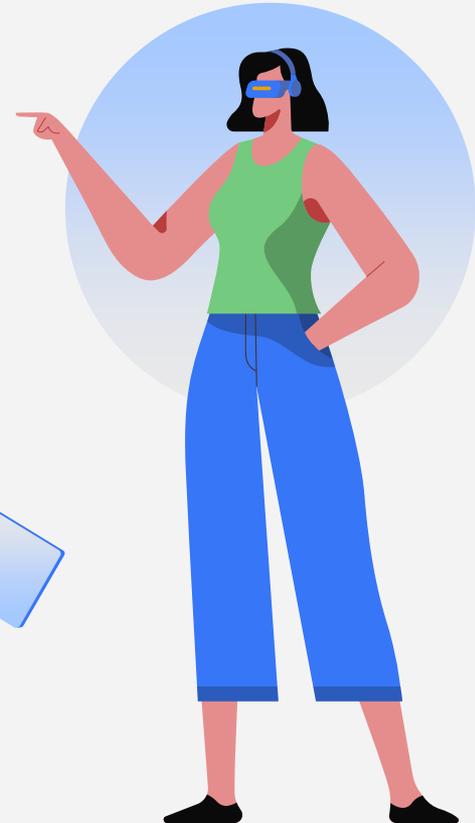
Zielgruppe und Mitbewerber



# Recherchen



- Liste erstellen von Unternehmen & Institutionen
- Social Media-Profile finden und Liste erstellen
- Durchblättern und beobachten
- Wichtig: Dokumentieren

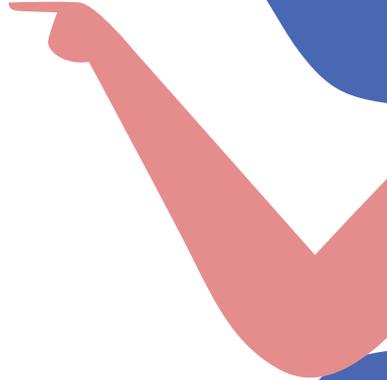




# 03

## Mission & Messaging

Hauptkomponenten einer soliden Strategie

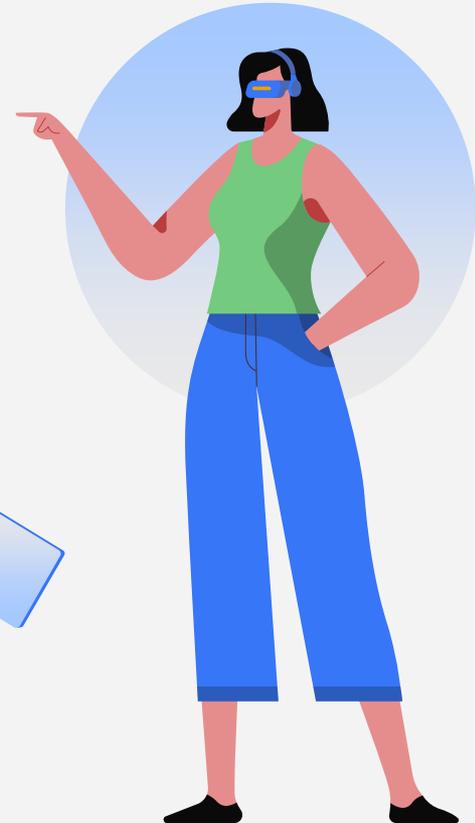


# Mission & Botschaft



Wie bestimmt man die Mission und Botschaft einer Marke?

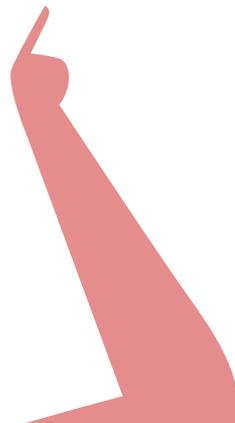
- Welchen Zweck hat deine Institution?
- Welche Persönlichkeit, Stil hat deine Institution?
- Welches sind die Kernwerte?
- Warum existiert deine Institution überhaupt?
- Welches ist das Alleinstellungsmerkmal?



# 04

## Gameplan

Metriken und Planung

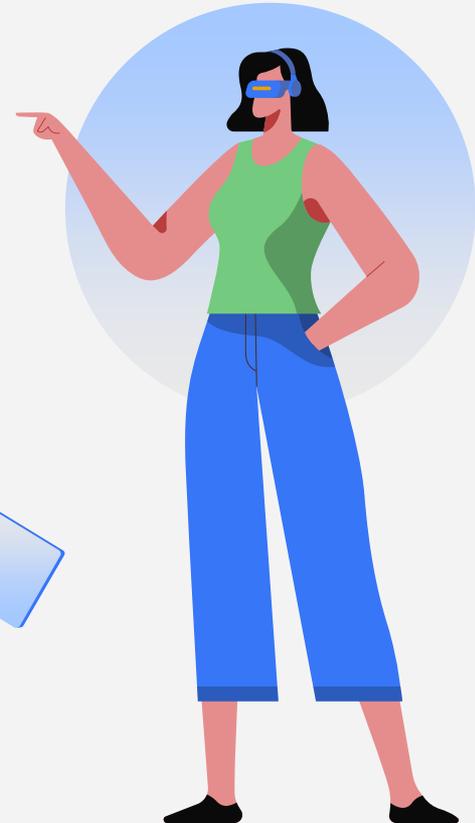


# Metriken



Mindestens diese beiden Kriterien müssen erfüllt werden:

- Bezug zu direkten und indirekten Verkäufen
- Indikator für die Entscheidungsfindung

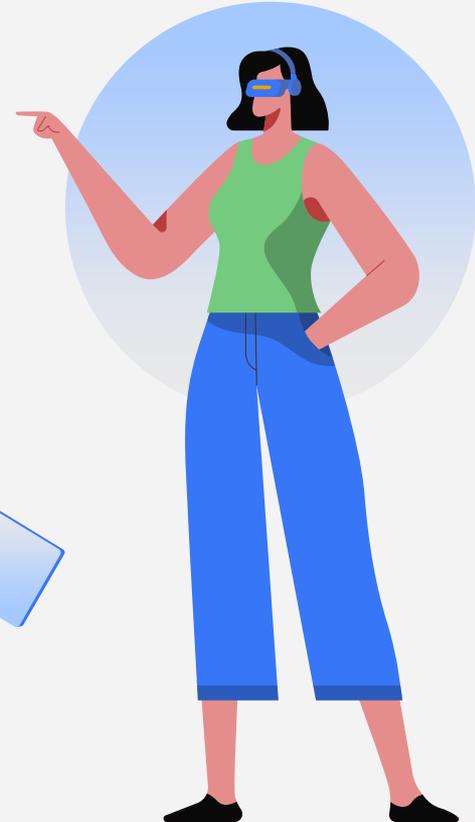


# Metriken



## Social Media

- Post-Reaktionen (Gefällt mir, Herzen usw.)
- Social Media-Shares
- Post-Reichweite (wieviele Ansichten)
- Videoaufrufe und/oder Zeit

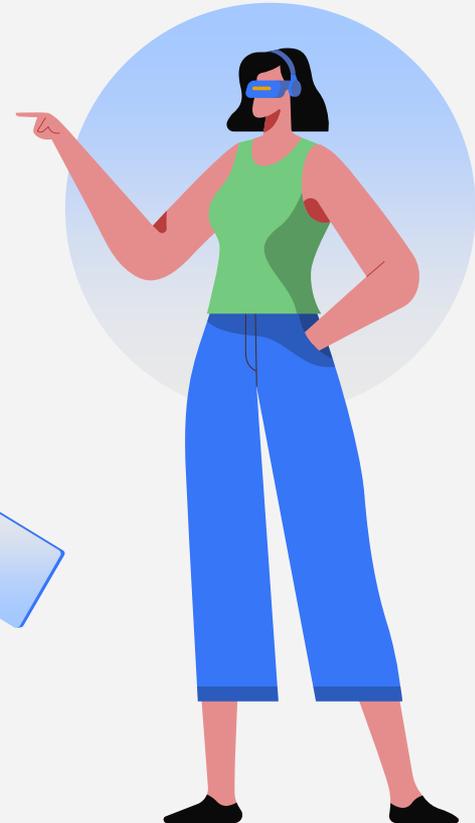


# Metriken



## Ergebnisse

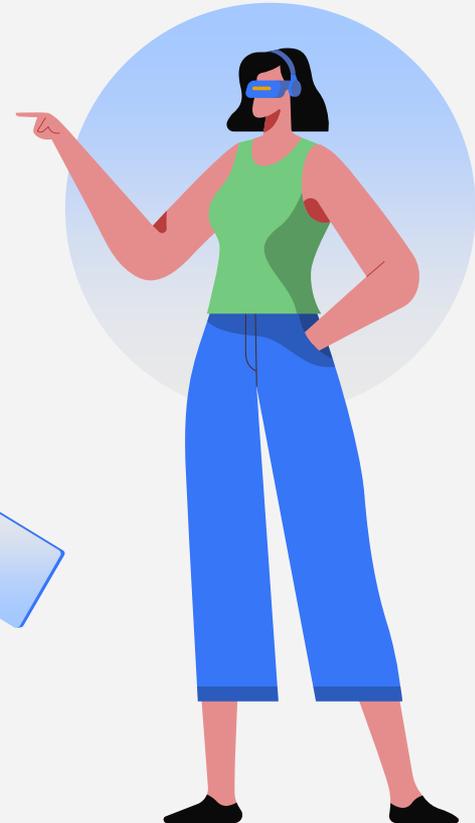
- Direktverkäufe aus Social Media
- Unterstützte Verkäufe durch Social Media
- Neue Newsletter-Opt-ins
- Gutscheincode-Einlösungen

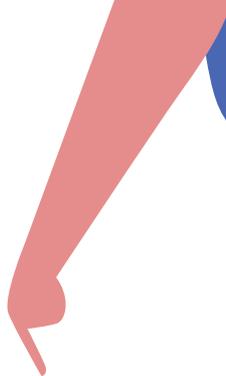


# Planung



- Welche sind deine spezifischen Ziele für jede Metrik?
- Welche Plattformen helfen Dir, diese Ziele zu erreichen?
- Wie oft solltest Du auf jeder Plattform posten?
- Wer ist für die Ergebnissicherung zuständig?





05

# Content

---

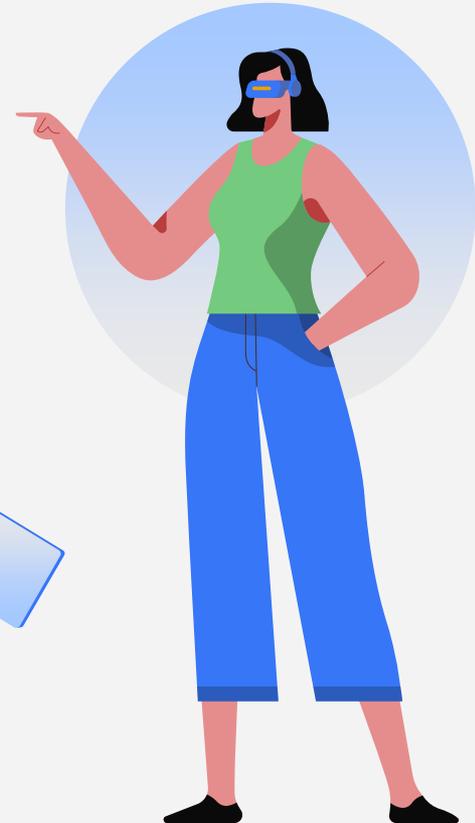
Inhalte erstellen und verteilen

# Die drei Ps



## Omni-Channel-Präsenz

- Plattform
- Profil
- Posts

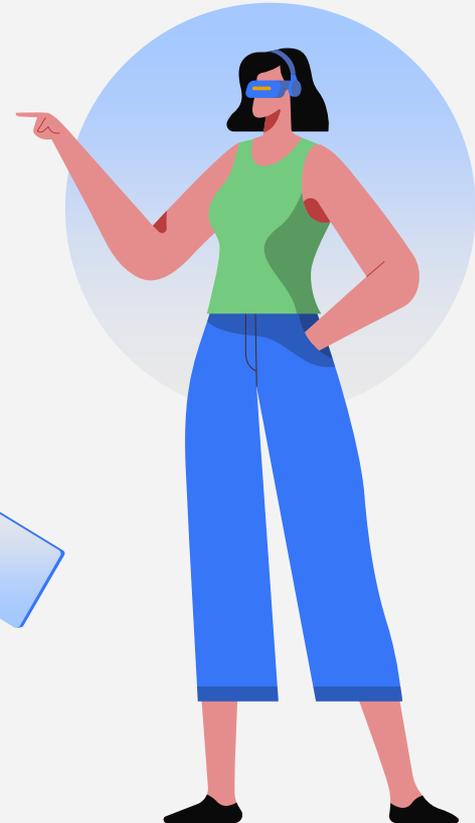


# Beispiel Instagram



## Profil

- Bild
- Biografie
- Weitere Informationen: externe Links, etc.

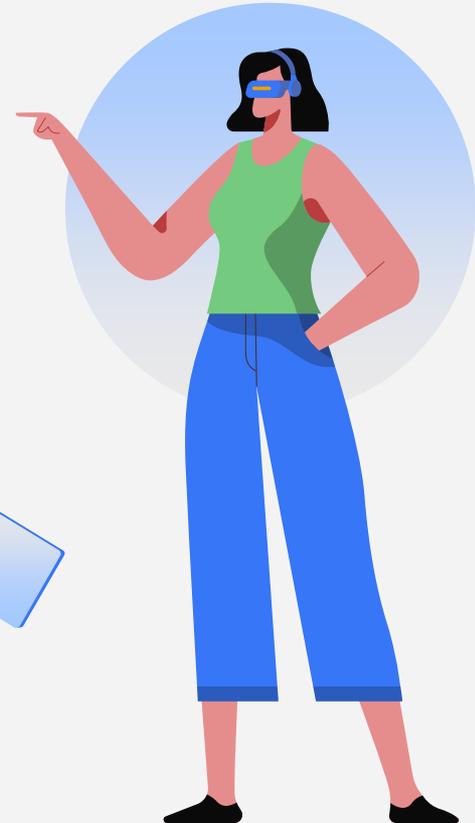


# Beispiel Instagram



## Stories

- Schnell zu erstellendes, teilbares Format
- Fotos / Videos
- 24h sichtbar
- 15 Sekunden-Beschränkung

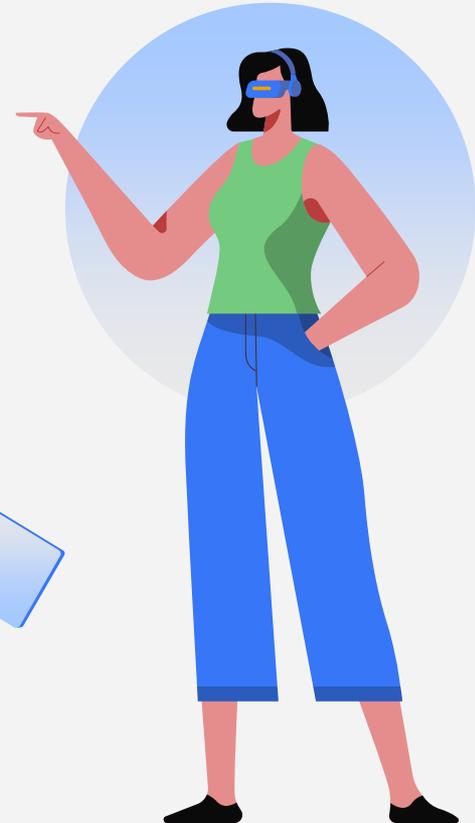


# Beispiel Instagram



## Reels

- Clips mit Musik
- 90 Sekunden-Beschränkung

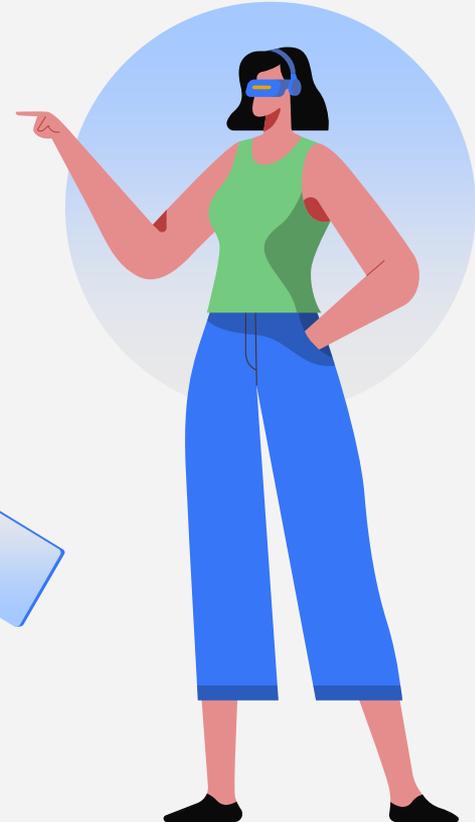


# Beispiel Instagram



## IGTV

- Video
- Vollbildmodus, vertical
- 60 Minuten-Beschränkung

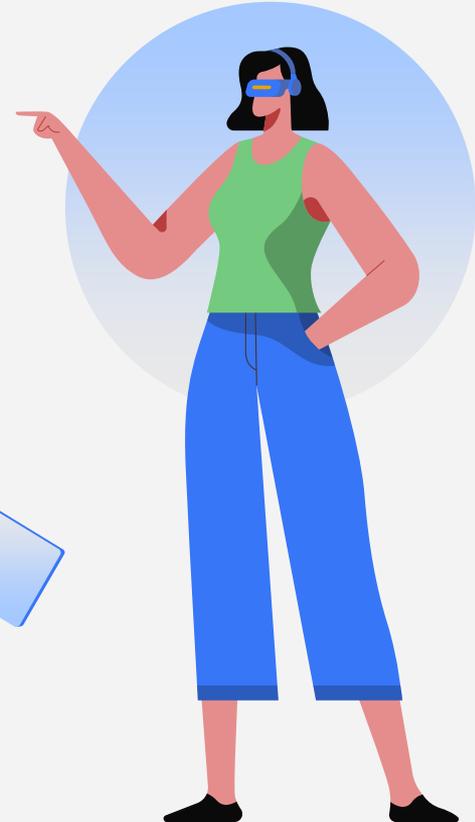


# Beispiel Instagram



## Posteingang

- direkte Verbindung zu Followern
- Nachrichten
- Video-Chat



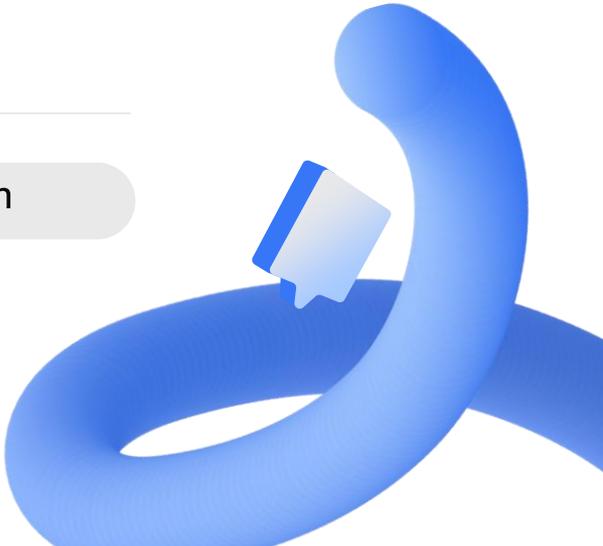


06

# Audience

---

Publikum einbeziehen und Geld verdienen

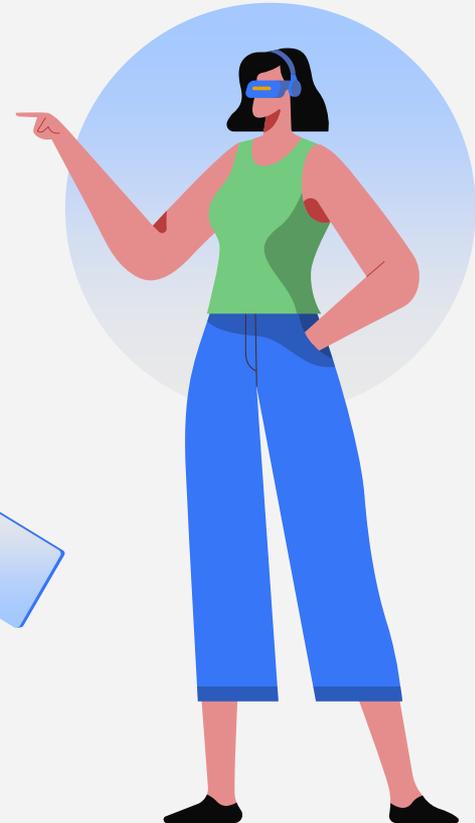


# Publikum



Verkäufererschreck vermeiden

- Wie kannst Du ihnen helfen?
- Was kannst Du tun, damit sie sich besonders fühlen?
- Warum wollen sie zurückkommen?





# 07

## Optimierung

Leistung und Daten



# Fazit



## Schritte 1-4



Diese Schritte werden von den meisten Unternehmen übersprungen.

---

## Schritte 5-7



Tägliche Arbeit.

---



# Danke!



Fragen?



**Bernhard Eugster**

+41 71 511 52 62

Schweizerische Gesellschaft  
für Öffentliches Ansehen

