

Socialmedia Doktors Content Pillen

Packungsbeilage: Wirkstoffe

Worum geht es?

- Quellen für verschiedene Arten von guten Inhalten, die gut automatisiert veröffentlicht werden können:
 - aktuelle News
 - Evergreen Content
 - Cat Content
 - Conversion Content

Aktuelle News

- Großteil der Inhalte im Facebook-Newsfeed:
 - Links
 - Videos
 - Bilder von Facebook-Seiten
 - weniger von Privat-Profilen

→ Ziel von Facebook: perfekt personalisierte Zeitung für jedermann

Geschwindigkeit und Aktualität als effektive Wirkstoffe

- Neuigkeiten aus der Branche als Erster teilen sichert mehr Reaktion
- Freigabeprozesse im Unternehmen möglichst kurz halten

Lesezeichen-Werkzeuge

Lesezeichen-Werkzeuge sind generell empfehlenswert, um die recherchierten Inhalte zu verwalten

Delicious

<http://del.icio.us>

- + speichern und sortieren von Links
- + Gruppieren und Tags vergeben möglich
- + Lesezeichen-Skript im Browser
- + privates oder öffentliches Speichern
- nur für Links und ohne Vorschaubilder → simpel aber praktisch

Warum nicht Lesezeichen-Funktion des Browsers nutzen?

- Gefahr, bei Computer-Problemen alle zu verlieren
- professioneller Anspruch

Raindrop.io

<https://raindrop.io>

- + modernere, schickere Variante als del.icio.us
- + Links mit Vorschaubild oder als Liste darstellbar
- + Browser-Erweiterung
- + Apps für iPhone und Android
- + Desktop-App für MAC
- + Einstellung standardmäßig privat, aber Sammlungen zum Teilen möglich
- kein Kommentieren der Links im Team möglich
- keine Posting-Texte direkt beim Speichern möglich

Google+

<https://plus.google.com>

- + in persönlichem Google+ Profil Interessen-Sammlungen
- + hier Link-Ablage mit Kommentar-Funktion und Posting-Texten

→ wie Links aus dem Browser in die Sammlung kommen, später im Kurs unter Automatisierung

Evernote Webclipper

- + Links über Lesezeichen speichern und über Tags sortieren
- + kompletter Artikel samt Bilder wird gespeichert
- + Textausschnitte markieren und Screenshots aufnehmen
- + eigene Sortierung
- + online und offline verfügbar
- + Posting-Texte erstellen und diskutieren

→ Webclipper installieren: <https://evernote.com/webclipper>

→ Anleitung Webclipper einrichten und nutzen: <https://www.youtube.com/watch?v=hX-7tWvge3c>

Quellen und Tools für aktuelle Inhalte

alle vorgestellten Werkzeuge sind kostenfrei

Feedly

- <https://feedly.com>
- RSS-Feed Reader für Blogs/ Magazine
- effizienter Nachrichten-Strom
- kostenfrei
- direkte Quelle zu neuen Veröffentlichungen
- kein Umweg über Social Media oder Email
- übersichtlich
- zeitsparend

→ Anleitung im Screencast Video

Nuzzlel

- <http://nuzzlel.com>
- = Rezepte für beliebte aktuelle Inhalte
- mit Twitter verbinden
- häufig geteilte Links verfolgter Profile
- tägliche Übersicht als Email
- neue Quellen für Feedly finden
- kostenfrei

→ Anleitung im Screencast Video

Twitter Listen

- beruhigen den Twitter-Feed
- relevante Nutzer gruppieren
- ausgewählten Listen folgen
- kostenfreie Alternativen
 - Tweetdeck.com
 - Hootsuite.com
- auch wenn keine aktive Twitter-Nutzung, als Nachrichten-Quelle für aktuelle und gute Inhalte dennoch empfehlenswert

→ Anleitung im Screencast Video

Facebook Interessen-Listen

- www.facebook.com/bookmarks/interests
- ausgewählte Seiten gruppieren und ihnen folgen
- separater, werbefreier und chronologischer Newsfeed
- im Facebook-Menü links "Interessen"

→ Anleitung im Screencast Video

Xing Branchen-News

- www.xing.com/news/industry-news
- ausgewählte Branchen
- täglich das Wichtigste kompakt
- Web-Version, mobile App oder per Email
- im Xing Menü links "News"

→ Anleitung im Screencast Video

Evergreen Content

= zeitlose Inhalte, die auch nach mehreren Monaten oder im nächsten Jahr noch gut funktionieren

- nur die besten Inhalte auswählen
 - Schlüsselbegriffe aus der eigenen Branche
 - Magazine
 - mögliche Multiplikatoren oder Blogger für zukünftige Kooperationen
 - beste Social Media-Postings der Mitbewerber aus dem letzten Jahr
 - beste Inhalte der eigenen Seite

Werkzeuge und Dienste für Evergreen Content

Google

- www.google.de
- allgemeine Funktionsweise wohl bekannt
- Suche nach relevanten Schlüsselwörtern zu Deinem Thema
- Überblick zu veröffentlichten Inhalten

Buzzsumo

- www.buzzsumo.com
- Suchbegriff oder Adresse einer Webseite eingeben
- auch Suche nach:
 - Branchen-Magazine
 - Multiplikatoren oder Bloggern → insbesondere, um auf sich aufmerksam zu machen, da Quelle ja in den Posts angegeben werden kann
- zeigt Inhalte an, die sich in Social Media bereits als erfolgreich erwiesen haben
- geordnet nach verschiedenen Netzwerken
- Kostenlos-Version:
 - 5 Anfragen pro Tag
 - begrenzte Liste
- Premium-Version (2 Wochen kostenfrei testen)
 - Filtermöglichkeiten:
 - z.Bsp. nur Domains auf .de
 - nur Inhalte in deutscher Sprache

Fanpage Karma

- <http://www.fanpagekarma.com> (Gutschein-Code für 4 Wochen kostenfreies Testen: <http://www.fanpagekarma.com/coupon?c=Socialmedia-Doktor&share=4clnJA>)
- analysiert beste Inhalte von ausgewählten Facebook-Seiten (100+ Fans) und anderen Social Media Netzwerken
→ Anleitung im Screencast Video

Cat Content

= unterhaltsame Inhalte, die der Marke aber sonst keinen weiteren Nutzen stiften

“Man soll nie vergessen, dass die Gesellschaft lieber unterhalten als unterrichtet sein will.”

Adolph Freiherr von Knigge

- Social Media als Unterhaltungsprogramm, oft nebenher
- sinkende Aufmerksamkeitsspanne
- leicht verdauliche Inhalte nötig
- unterhaltsame Beiträge bekommen tatsächlich mehr Interaktion

→ Ziel ist es, pädagogisch wertvollen Cat Content zu entwickeln

Zitate

- Zitate-Grafiken, also Bilder mit darüber gelegten Textinhalten, sind im Newsfeed bekannt
- + durch schlaue Sprüche aus der Branche oder der Geschichte erscheint das Unternehmen ebenfalls schlau
- + Image des Autors überträgt sich
- + unterstreicht Werte und Persönlichkeit
- neben Zitaten auch
 - kurz gefasste Fakten, die skurril, lustig oder kurios sind
 - Studieninhalte
- + einfache Erstellung der Grafiken- ohne Photoshop oder Grafik-Programme
→ dazu mehr später im Kurs-Teil “Aufbereitung”

Zitate-Grafiken

- Quelle www.zitate.de o.ä.
- Google Suche: “Keyword + Zitat”
- Google Suche: “Keyword + Studie”
- relevante Sprüche, Fakten etc. sammeln
- 1 x pro Woche

Themen-Tage

- www.kleiner-kalender.de
- unternehmensrelevante Feier- und Thementage, Geburtstage, Meilensteine
- lokale Feier- und Thementage
- saisonale Feier- und Thementage (Weihnachten, Valentinstag, Sommeranfang etc.)
- nicht zu häufig (1x pro Monat)

Witzige Inhalte

- + Humor als Königsweg im Social Media Marketing
- + gut automatisierbar
- Inhalte schwierig zu finden, da Geschmäcker ja verschieden sind
- soll nicht nur branchenintern, sondern auch für Zielgruppe witzig sein
- Beispiel-Quellen:
 - www.der-postillon.com
 - www.ruthe.de

LEGO

- Unternehmen mit Hilfe von Spielzeug im Marketing unterstützen
- + klein, günstig und flexibel einsetzbar
- + visuelles Storytelling
- + Persönlichkeit/ Depersonalisierung
- + beliebte Abwechslung im Newsfeed
- + wohldosiert einsetzen (max 1x pro Woche)
- + LEGO nicht als Marke schaden

Throwback Thursday

- Fotos aus der Vergangenheit Deines Unternehmens/ Person
- Donnerstags posten und mit Hashtag #TBT oder #tbt markieren

Conversion Content

- diese Inhalte werden im Unternehmen selbst entwickelt
- nicht im Internet zu finden
- durch bisherige Unterhaltung und Information wird Eigenwerbung stärker akzeptiert

Conversion im Online Marketing

= Umwandlung des Status' einer Zielperson in einen neuen Status

Fan → Lead → Interessent → Kunde

- mit Tracking Tools messbar
- Optimierung nach Auswertung möglich
- Facebook & Co sind keine direkten Verkaufsplattformen
- Werbung, die nicht nach Werbung aussieht, funktioniert am besten
- Empfehlung: 1-2 von 10 Postings
- Kreativität und Weitsicht ist gefragt:
 - z.B. Kombination von Themen-Tagen und Angeboten
 - langfristig planen
- weniger Interaktion für diese Beiträge auf Facebook normal
- Menschen sind es nicht gewohnt, auf Social Media direkt zu kaufen

Email

- per Email jedoch sind sie es gewohnt, Angebote zu erhalten und darauf zu reagieren
- Du kannst damit wesentlich effektiver verkaufen als in Social Media
- Social Media nutzen, um auf Vorteile des Newsletters aufmerksam zu machen
 - z.B. mit Geschenk gegen Email Adresse
- auf diesen sogenannten Lead-Magneten in Social Media hinweisen

Webinar

- wertvolles Vertrauen und Email Adressen sammeln
- Bedürfnisse der Zielgruppe erfassen
- Leistungen verkaufen
- lange im Voraus geplant

Cross Promotion

- wenn in mehreren sozialen Netzwerken aktiv
- Hinweis auf unterschiedliche Präsenzen
- idealerweise erklären, worin der konkrete Nutzen liegt, auf anderem Kanal zu folgen

→ letztlich Facebook auch zur Kundenakquise nutzbar

Voraussetzungen dafür werden in der Video-Serie "10-Punkte Check-Up" ausführlich dargelegt:

<http://socialmedia-doktor.de/checkup>