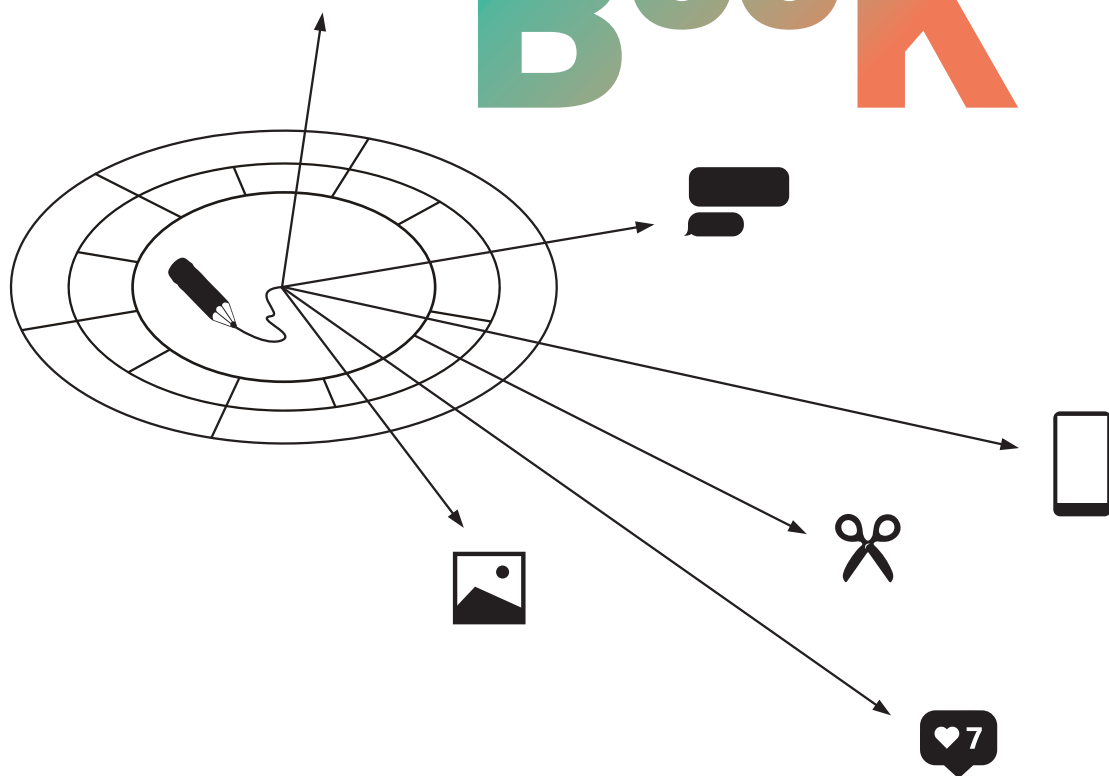


O'REILLY®

SOCI@L M€DIA WO®K

Miriam Schlaich

BOOK



Social Media Workbook

Miriam Schlaich

O'REILLY®

Miriam Schlaich

Lektorat: Ariane Hesse

Fachliche Unterstützung: Corina Pahrman

Korrektur: Sibylle Feldmann, www.richtiger-text.de

Satz: Miriam Schlaich, www.miriamschlaich.com

Herstellung: Stefanie Weidner

Umschlaggestaltung: Michael Oréal, www.oreal.de

Druck und Bindung: mediaprint solutions GmbH, 33100 Paderborn

ISBN:

Print 978-3-96009-186-8

PDF 978-3-96010-653-1

1. Auflage 2022

Copyright © 2022 dpunkt.verlag GmbH

Wieblinger Weg 17

69123 Heidelberg

Dieses Buch erscheint in Kooperation mit O'Reilly Media, Inc. unter dem Imprint »O'REILLY«. O'REILLY ist ein Markenzeichen und eine eingetragene Marke von O'Reilly Media, Inc. und wird mit Einwilligung des Eigentümers verwendet.

Hinweis:

Dieses Buch wurde auf PEFC-zertifiziertem Papier aus nachhaltiger Waldwirtschaft gedruckt. Der Umwelt zuliebe verzichten wir zusätzlich auf die Einschweißfolie.



Schreiben Sie uns:

Falls Sie Anregungen, Wünsche und Kommentare haben, lassen Sie es uns wissen:

kommentar@oreilly.de.

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autorin noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

5 4 3 2 1 0

Inhaltsverzeichnis

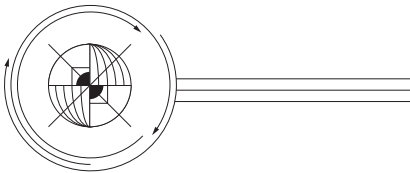
Vorbemerkung	8
---------------------	----------

eins: Soziale Netzwerke	16
--------------------------------	-----------

Social Media Marketing _____	18
Facebook _____	24
Instagram _____	30
TikTok _____	34
Twitter _____	36
LinkedIn _____	38
Pinterest _____	40
YouTube _____	42
Spotify _____	46
Website _____	48
Plattformen im Vergleich _____	50
Programmlogik _____	54

zwei: Deine Marke	58
--------------------------	-----------

Du _____	60
Selbsteinschätzung _____	62
Persönlichkeit _____	64
Alleinstellungsmerkmal _____	66
Zielgruppe _____	70
Persona _____	74
User Journey _____	76
Konkurrenzanalyse 1 _____	78
Ziele _____	80

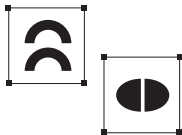


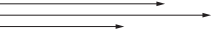
drei: Erscheinungsbild **84**

Identität	86
Markenname	90
Logo	92
Farbe	96
Schrift	98
Moodboard	102

vier: Attraktive Posts **104**

Text	106
Bild	112
Video	118
Sound	124
Konkurrenzanalyse 2	126





fünf: Dein Onlineauftritt 128

Verhalten _____	130
Authentizität _____	134
Recht _____	136
Ideen _____	140
Redaktionsplan _____	144
Profil anlegen _____	148
Posten _____	150

sechs: Dranbleiben 152

Analytics _____	154
Kosten _____	156
Aktiv sein _____	158

Index 162

Linkliste 165

Hallo!

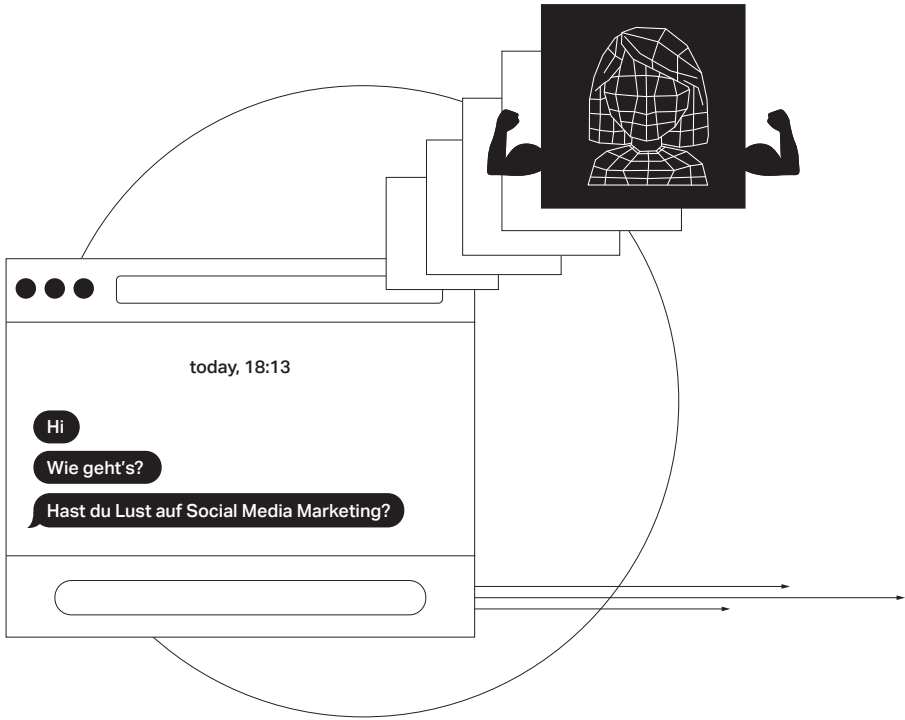
Mein Name ist Miriam, und ich bin fasziniert von Social Media und den Chancen, die sich hier für jeden Einzelnen bieten. Viele haben große Lust und ein enormes Interesse daran, sich mit Social Media auseinanderzusetzen. Sie haben aber auch gewisse Ängste oder befürchten, dass sie das Thema überfordern könnte. Mit diesem Buch möchte ich die komplexe Social-Media-Welt für dich und deine Marketingpläne etwas aufschlüsseln.

Dieses Buch gibt dir praktische Hilfestellungen, wenn du selbstständig bist, ein Kleinunternehmen führst oder eine Idee, ein Produkt oder eine Dienstleistung via Social Media vermarkten und deine Bekanntheit steigern willst. Dabei gehe ich davon aus, dass hinter deiner Idee eine Leidenschaft steht sowie Fleiß und die Motivation, deine Ideen auch zu verwirklichen. Denn um deine Marketingkampagne erfolgreich umzusetzen, wirst du viel Energie aufbringen und kontinuierlich aktiv sein müssen.

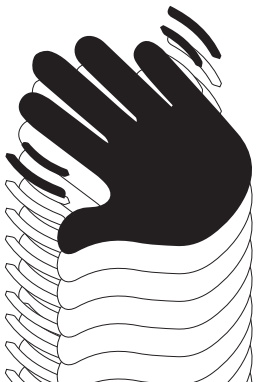
Es wird nie ein »fertig« geben, Self-Marketing soll eher Teil deines Alltags werden und dich durch routinierte Abläufe deinen Marketingzielen näherbringen.

Ich möchte dich auf diesem Weg begleiten, **geeignete Fragen stellen, dir Denkanstöße geben und dir Methoden zeigen**, mit deren Hilfe du dir eine erfolgreiche Marketingstrategie aufbauen kannst. Um Interessierte und Follower:innen für dich und dein Produkt oder deine Dienstleistung zu gewinnen und an dich zu binden, musst du medial eine Beziehung zu ihnen aufbauen. Und das benötigt – wie im echten Leben – Zeit.





Übung macht den Meister – oder die Meisterin. Ich kann mir vorstellen, dass du fachfremd bist und mit Marketing und Social Media bis jetzt wenig zu tun hattest. Aber lass dich davon nicht abschrecken. Irgendwann muss man ja anfangen, und **von jetzt an wirst du dich stetig verbessern.**



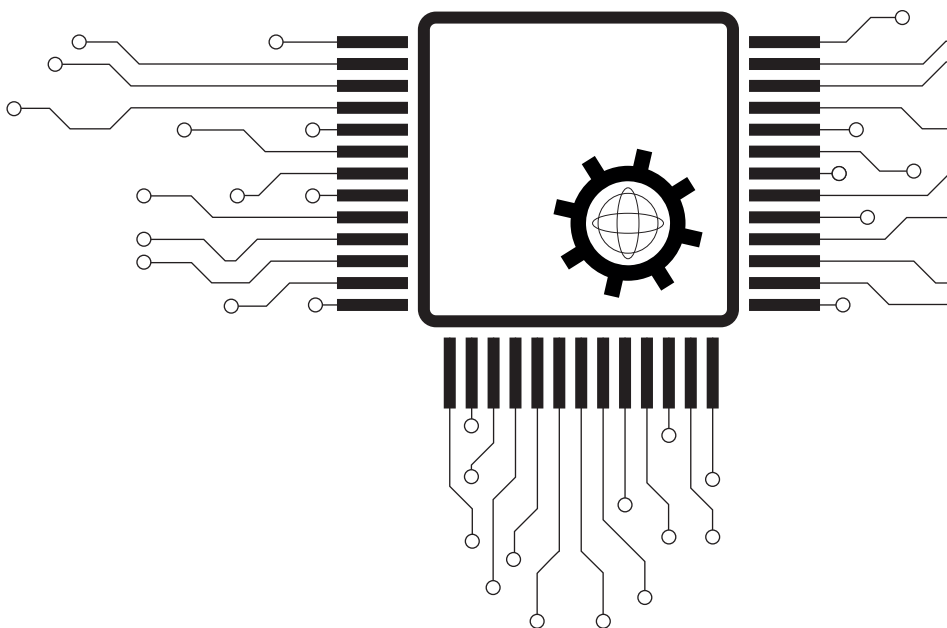
Programmlogik

Wenn drei verschiedene Menschen zur selben Zeit das gleiche Netzwerk aufrufen, sehen sie drei unterschiedliche Startseiten. Die Plattformen generieren je nach deinem Nutzerverhalten und exakt nach deinen Vorlieben für dich zugeschnittenen Content.

Jeder deiner Klicks wird gespeichert und ausgewertet, und wenn du ein Bild mit süßen Hunden likst, werden dir bald viele süße Hundebilder vorgeschlagen, weil der Algorithmus gelernt hat, dass du sie magst. Er sortiert quasi Inhalte vor. Natürlich füttern wir ihn aktiv mit jeder unserer Interaktionen.

Der Algorithmus ist so komplex, dass wir ihn nie in seiner Gesamtheit verstehen könnten, weil viele Informationen auch nicht mit der Öffentlichkeit geteilt werden. **Aber es gibt dennoch Möglichkeiten, ihn zu beeinflussen.**

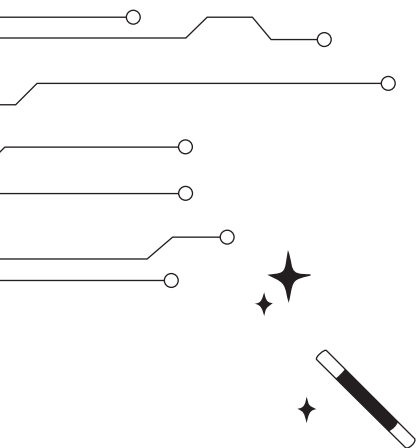
Der Algorithmus reagiert zum Beispiel auf Engagement. Je mehr Reaktionen es auf deinen Post gibt, desto eher wird er anderen vorgeschlagen. Die Idee dahinter ist, dass wahrscheinlich mehr Menschen einen Post kommentieren, wenn er für viele User:innen interessant ist. Das hat den Nachteil, dass man am Anfang etwas unter dem



Radar fliegt. Wenn man aber erst mal eine bestimmte Reichweite erreicht hat, läuft es deutlich besser.

Genauso wie das Engagement anderer eine Rolle spielt, kannst du auch mit deiner Nutzung den Algorithmus beeinflussen. **Wenn du regelmäßig postest und ein aktiver Teil der Community bist, gewinnen deine Posts an Reichweite.** Influencer:innen erzählen, dass sie, um mehr Reichweite für humanitäre oder informative Themen in Stories zu bekommen, zwischendurch absichtlich persönlich vor die Kamera treten und ihr Gesicht zeigen, um durch den Algorithmus besser ausgespielt zu werden.

Der Algorithmus unterstützt primär die Markenziele der jeweiligen Plattform, darum lohnt es sich, als »Early Adopter« neue Funktionen und Plattformen früh zu nutzen. Das Interesse der Plattform besteht dann darin, das neue Feature und damit auch deinen Content bevorzugt auszuspielen. Durch die Priorisierung wird der Post mit mehr Aufmerksamkeit und organischer Reichweite belohnt.



Alleinstellungsmerkmal

Um mit deinem Angebot herauszustechen, musst du dich vom Wettbewerb abheben. **Zeige deine Einzigartigkeit!** Deine *Unique Selling Proposition* (USP) kannst du sowohl mit einer besonderen Eigenschaft als auch mit deinem Charakter, einem besonderen Service oder mit einer eindeutigen Einstellung erreichen. Es gibt verschiedene Kate-

gorien von Kundenbedürfnissen, zu denen sich gute Alleinstellungsmerkmale finden lassen.

- Preis. **Qualität** 🔗 **66.1** Zeitersparnis.
- Neuartigkeit** 🔗 **66.2** Einfachheit (der Benutzung oder des Prozesses).
- Nachhaltigkeit** 🔗 **66.3** Exklusivität. Besondere Ausstattungsmerkmale.



Um deine Einzigartigkeit auf Papier zu bringen, beantworte die folgenden Fragen:



Worin liegt deine besondere Stärke?



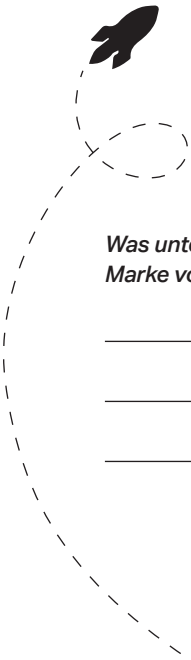
Welches Problem löst oder welches Bedürfnis befriedigt dein Angebot?



Wenn jemand dein Angebot in Anspruch nimmt, wie fühlt er sich dann?



Welches positive Feedback bekommst du am häufigsten?



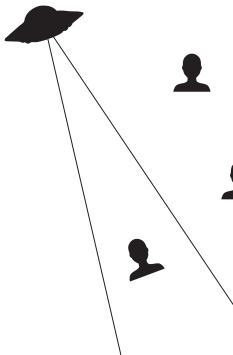
Was unterscheidet deine Marke von Mitbewerbern?



Authentizität



Suche je drei Accounts, die du als authentisch oder als nicht authentisch empfindest. Begründe deine Wahl.



Das magische Wort **Authentizität** hört man im Social-Media-Universum überall. **Du musst echt sein! Du darfst dich nicht verstellen! Wer authentisch ist, wird Erfolg haben.** Aber was bedeutet das überhaupt? Dass ich auch die schmutzige Ecke in meiner Werkstatt zeigen soll? Dass ich meinen Alltag mit der ganzen Welt teilen muss? Oder dass ich mich online über den Strafzettel aufrege, der gestern an der Windschutzscheibe klebte?



Der Duden beschreibt **authentisch** mit »echt; den Tatsachen entsprechend und daher glaubwürdig«. Für mich bedeutet es, dass du zu deinen Follower:innen ehrlich sein solltest. Natürlich kannst du dir aussuchen, was du veröffentlichen willst, und es ist für dein Angebot nicht nötig, dein Privatleben offenzulegen. Denke bei jedem Post darüber nach, ob du es in allem, was es bedeuten kann, vertrittst und ob es dich zu dem Ziel bringt, das du definiert hast. **Behandle deine Zielgruppe respektvoll, bleib du selbst, finde deine Sprache und vor**

allem: sei konsequent. Achte darauf, dass du dir nicht versehentlich widersprichst. Du stehst für Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Produkte? Dann verpacke sie nicht in Plastikfolien! Du möchtest Meinungen deiner Kund:innen erfragen? Dann begegne auch kritischen Kommentaren offen und zugewandt.

Ein authentischer Auftritt wird vor allem mit wachsendem Team immer schwieriger. Aber solange du weißt, wer du bist und was du kannst, wird es dir nicht schwerfallen, glaubwürdig zu sein.





Hey, ich heiße Miriam Schlaich und ich liebe Kommunikation! Seit ich denken kann, interessiere ich mich für die vielfältigen Formen zwischenmenschlicher Interaktion. Ich habe mich deshalb für eine Ausbildung zur Mediengestalterin und ein Studium zur Kommunikationsgestalterin entschieden. Aktuell bin ich in einem Car-sharing-Unternehmen für Grafik und Social Media verantwortlich.

Ich lebe in Berlin und wenn ich nicht online bin, schreibe ich Bücher über Social Media. Nein Spaß, in meiner Freizeit gehe ich gerne auf Konzerte – HipHop – und rede stundenlang mit meinen Freund:innen (wer hätte das gedacht).