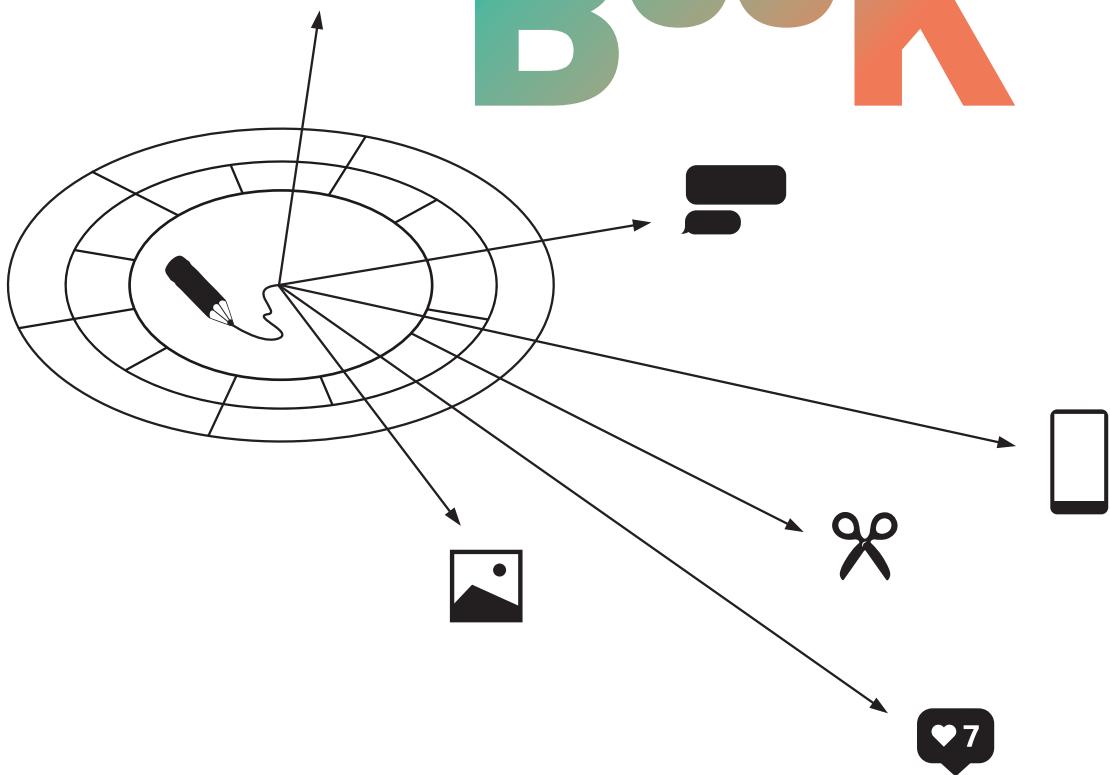


O'REILLY®

# SOCIAL MEDIA WORK

Miriam Schlaich

# BOOK



---

# **Social Media Workbook**

**Miriam Schlaich**

**O'REILLY®**

Miriam Schlaich

Lektorat: Ariane Hesse

Fachliche Unterstützung: Corina Pahrmann

Korrektorat: Sibylle Feldmann, [www.richtiger-text.de](http://www.richtiger-text.de)

Satz: Miriam Schlaich, [www.miriamschlaich.com](http://www.miriamschlaich.com)

Herstellung: Stefanie Weidner

Umschlaggestaltung: Michael Oréal, [www.oreal.de](http://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](mailto:kommentar@oreilly.de).

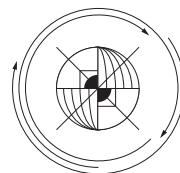
Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder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

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorbemerkung</b>	<b>8</b>
<hr/>	
<b>eins: Soziale Netzwerke</b>	<b>16</b>
<hr/>	
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
<hr/>	
<b>zwei: Deine Marke</b>	<b>58</b>
<hr/>	
Du	60
Selbsteinschätzung	62
Persönlichkeit	64
Alleinstellungsmerkmal	66
Zielgruppe	70
Persona	74
User Journey	76
Konkurrenzanalyse 1	78
Ziele	80

^  
^  
^**drei: Erscheinungsbild****84**

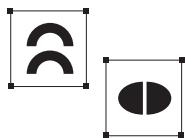
---

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

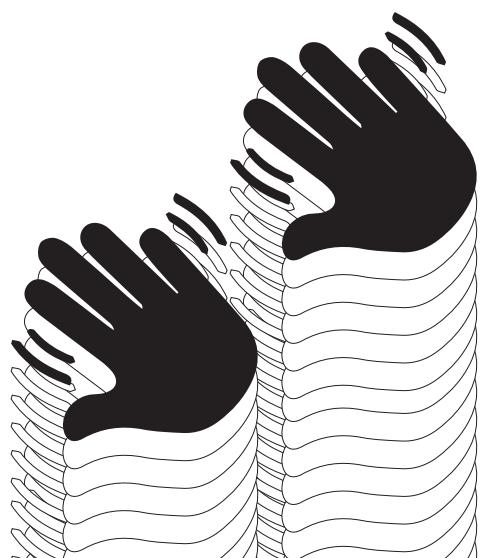
# Hallo!

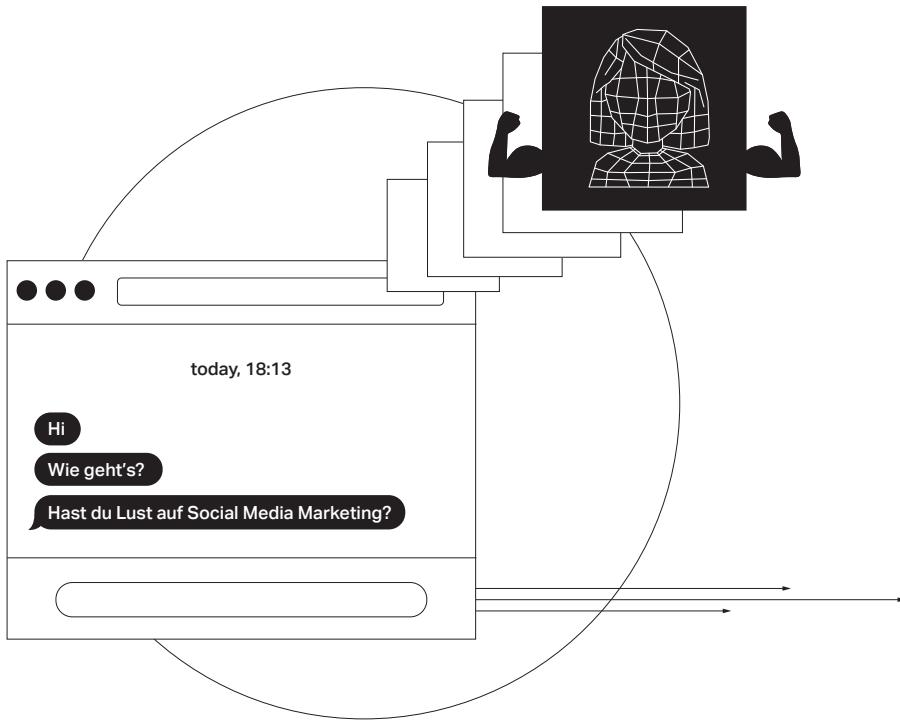
Mein Name ist Miriam, und ich bin fasziniert von Social Media und den Chancen, die sich hier für jeden Einzelnen bieten. Viele haben große Lust und ein enormes Interesse daran, sich mit Social Media auseinanderzusetzen. Sie haben aber auch gewisse Ängste oder befürchten, dass sie das Thema überfordern 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.

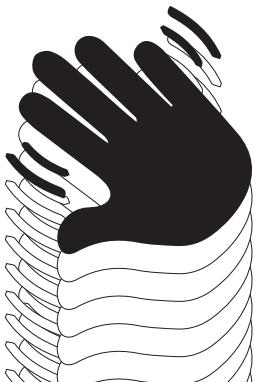
Es wird nie ein »fertig« geben, Self-Marketing soll eher Teil deines Alltags werden und dich durch routinierte Abläufe deinen Marketingzielen näherbringen.

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.**



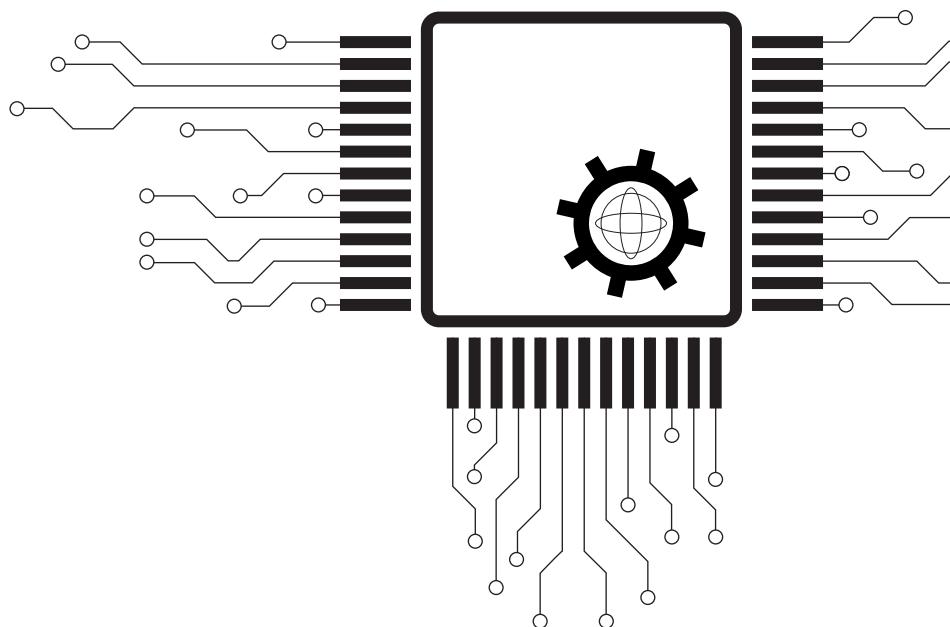
# Programmlogik

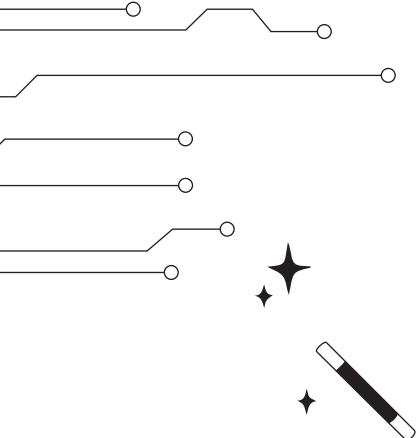
**Wenn drei verschiedene Menschen zur selben Zeit das gleiche Netzwerk aufrufen, sehen sie drei unterschiedliche Startseiten.** Die Plattformen generieren je nach deinem Nutzerverhalten und exakt nach deinen Vorlieben für dich zugeschnittenen Content.

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 Katego-

rien 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.

5



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?

---

---

---

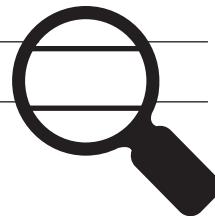
---



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

---

---



Welches positive Feedback bekommst du am häufigsten?



---

---

---



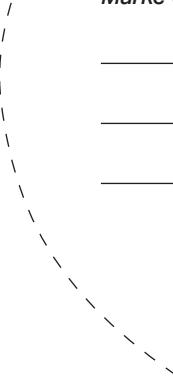
Was unterscheidet deine Marke von Mitbewerbern?

---

---

---

---



## Authentizität



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).