

Social Media für KMU

Allgemeine Beschreibung

Durch die fortschreitende Digitalisierung und die völlig neue Zielgruppe der **Digital Natives** ist ein Social-Media-Auftritt für kleine und mittlere Unternehmen heutzutage nicht mehr wegzudenken. Die **Möglichkeiten der sozialen Netzwerke sind unbegrenzt**. Jedes Unternehmen, ganz gleich mit welchem Budget, kann mit einem gut geplanten und gepflegten Social-Media-Auftritt das Beste aus diesen Möglichkeiten herausholen.

Social-Media-Marketing ist als **Unterkategorie des Online-Marketings** zu sehen, daher sollten Sie über ein grundlegendes Wissen über Online-Marketing verfügen, bevor Sie ihren Social-Media-Auftritt planen.

Standards

Unter den sozialen Netzwerken gibt es einige **Standard-Plattformen**, auf welchen Sie Ihr Unternehmen darstellen können. Dazu gehören u.a. Facebook, Instagram, Xing, LinkedIn, YouTube, Snapchat, Pinterest und Twitter.

- ▶ Jeweils mehrere Millionen deutsche Nutzer jeden Monat
- ▶ Sehr **unterschiedliche Zielgruppen**, daher genaue Recherche notwendig

Warum Social-Media-Marketing?

Social-Media-Marketing kann einem Unternehmen konkrete Wettbewerbsvorteile verschaffen. Dies ist unter anderem in den folgenden Bereichen möglich:

- ▶ Kommunikation mit Bestandskunden, Neukundenaquise
- ▶ Netzwerkaufbau für Mitarbeiter
- ▶ Anwerben neuer Mitarbeiter
- ▶ Vermarktung von Produkten

Freie Software

Es gibt einige **kostenfreie Tools**, welche als Unterstützung Ihrer Social-Media-Aktivitäten dienen können. Für die unterschiedlichen Bereiche des Social-Media-Marketings finden Sie hier passende Tools:

- ▶ **Planung und Monitoring:**
 - Buffer »**
 - Hootsuite »**
- ▶ **Hashtag-Suche:**
 - RiteTag »**
 - Likeometer »**
- ▶ **Content-Gestaltung/Erstellung:**
 - Easil »**
 - Canva »**
 - Artboard Studio »**

Checkliste für einen erfolgreichen Social-Media-Start

Statt wahllos auf mehreren Plattformen ein Unternehmensprofil einzurichten, sollten Sie sich folgende Fragen stellen, um den bestmöglichen Start in die Sozialen Netzwerke zu haben:

- ▶ **Was möchte ich mit meinem Social-Media-Auftritt erreichen?**
Fokussieren Sie sich auf wenige, klar definierte Ziele für Ihr Social-Media-Marketing, von welchen später Ihre Online-Darstellung und -Kommunikation abhängen. Dazu gehören zum Beispiel die Weitergabe von Information, Neukundenakquise, Erreichen neuer potenzieller Mitarbeiter oder der Online-Verkauf Ihrer Produkte.
- ▶ **Wer und wo ist meine Zielgruppe?**
Eine genaue Zielgruppendefinition ist wichtig, da sich je nach Zielgruppe unterschiedliche Plattformen für Sie anbieten.
- ▶ **Auf welcher Plattform möchte und kann ich aktiv sein?**
Sobald klar ist, welche Plattformen zu Ihrer Zielgruppe passen, müssen Sie entscheiden, welche davon Sie tatsächlich nutzen wollen. Bedenken Sie, dass die sinnvolle Führung eines Social-Media-Kanals nur mit regelmäßigem, qualitativ hochwertigem Content sinnvoll ist, dessen Erstellung arbeitszeit- und kostenintensiv sein kann. Definieren Sie daher ein genaues Budget für Ihren Social-Media-Auftritt.
- ▶ **Woher kommt mein Content?**
Beim Content unterscheidet man zwischen paid (bezahlter), owned (eigenerstellter) oder earned (der Nutzer liefert die Inhalte) Content. Planen Sie genau, welche Inhalte Sie verbreiten möchten und wie diese erstellt werden.
- ▶ **Kenne ich die Regeln und Konventionen der Plattform?**
Bevor Sie Ihre ersten Posts vorbereiten: Informieren Sie sich, in welchem Stil auf der ausgewählten Plattform gepostet wird. Werden Hashtags benutzt? Wie viele Zeichen darf ein Beitrag haben? Ist bezahlte Werbung verpöht oder akzeptiert? Reagieren die Nutzer eher auf Bild- oder Textbeiträge? Werden die Beiträge im Hochkant- oder Querformat gepostet?
Generell gilt: Interagieren Sie mit Ihren Followern, seien Sie nahbar und lassen Sie keine Pöbeleien zu.

Tipps und Tricks

- ▶ **Cross-Social-Media-Marketing**
Sie haben die Möglichkeit, einige Ihrer Social-Media-Accounts **miteinander zu verknüpfen**, zum Beispiel Facebook und Instagram. So können Sie erstellte Inhalte auf mehreren Plattformen teilen. Beachten Sie jedoch auch hier die Konventionen der Plattform und passen Sie Ihre Inhalte gegebenenfalls an.
- ▶ **Planungsoptionen für Postings**
Bei einigen Plattformen lassen sich Posts bereits **im Vorhinein planen**, entweder mithilfe von zusätzlichen Tools oder auf der Plattform direkt. Bereiten Sie zum Beispiel zu Beginn des Monats einige Posts vor, welche dann in regelmäßigen Abständen veröffentlicht werden. So sparen Sie sich Zeit und Stress.
- ▶ **Storys als Einblick in den Unternehmensalltag**
Nutzen Sie bei Instagram und Facebook sogenannte **Stories**, also für 24 Stunden sichtbare Postings, um Ihren Followern spontane Einblicke in den Unternehmensalltag zu liefern. Zeigen Sie zum Beispiel, wie es bei Ihnen im Büro aussieht, oder stellen Sie auf diesem Wege Ihre Mitarbeiter vor.
- ▶ **Interaktionsaufrufe- und Möglichkeiten**
Um eine hohe **Engagement Rate** zu erzielen, sollten Sie Ihren Followern regelmäßig die Möglichkeit zur Interaktion anbieten. Stellen Sie direkte Fragen, führen Sie Umfragen in ihren Storys durch, bieten Sie Gewinnspiele an oder rufen Sie Ihre Follower dazu auf, Bilder von Ihren Produkten/Dienstleistungen unter einem bestimmten Hashtag zu posten. So generieren Sie zusätzlich weitere Aufmerksamkeit.
- ▶ **Unternehmensprofil auf Instagram:**
Denken Sie daran, ihren Account bei Instagram auf ein **Unternehmensprofil** umzustellen (in den Einstellungen möglich), um interessante Einblicke (die sogenannten "Insights") in Ihre Instagramaktivitäten zu bekommen.

Monitoring von Social-Media-Aktivitäten

Wann bin ich erfolgreich?

Wenn Sie einen langfristigen Erfolg Ihrer Social-Media-Kanäle anstreben, müssen Sie jegliche Aktivitäten auf Ihren Kanälen akribisch überwachen. Daraus können Sie dann **Strategien** ableiten und **Maßnahmen** anpassen.

Durch Monitoring sehen Sie, was bei den Nutzern gut ankommt, an welchen Tagen und Uhrzeiten Sie die meisten Reaktionen auf Ihre Postings bekommen und welche Art von Content Sie in Zukunft eher nicht mehr veröffentlichen sollten.

Haben Sie den Mut, Ihre Strategie im Zweifelsfall anzupassen!



© Photo by Georgja de Lotz on Unsplash

Impressum

Herausgeber/Redaktion:

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards
Hannah Sophia Kuhlmann, Lena Köppen
Projektbüro Sankt Augustin
c/o Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT

Kontakt:

Hannah Sophia Kuhlmann
Tel: +49 2241 1436-79
E-Mail: kuhlmann@kompetenzzentrum-estandards.digital

www.kompetenzzentrum-estandards.digital

Über Mittelstand-Digital

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards gehört zu Mittelstand-Digital.

Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Regionale Kompetenzzentren helfen vor Ort dem kleinen Einzelhändler genauso wie dem größeren Produktionsbetrieb mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Netzwerken zum Erfahrungsaustausch und praktischen Beispielen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.mittelstand-digital.de