

Let's go Social Media!

CHECKLISTE



Social Media ist viel mehr als
nur ein Marketing-Werkzeug

es ist Deine Bühne!

Mein Slogan lautet

Be  Social!
online & offline

Mein Ziel ist es, Dich & Dein Business in den Online-Medien ganz authentisch & professionell abzubilden - genauso wie Du das offline lebst.

Du baust Dir eine glaubwürdige Online-Sichtbarkeit auf, steigerst Deine Bekanntheit und findest über die Online-Medien nicht zuletzt Kunden, die genau zu Dir passen.

Zur Vorbereitung

Meine Kollegen und ich machen häufig ähnliche Erfahrungen:

Die meisten Unternehmer|innen kennen sich in ihrem Business hervorragend aus. Fragt man sie jedoch nach einer Marketing-Strategie, winken viele ab.

- „Wofür brauche ich eine Strategie, ging bislang auch ohne“
- „Das hab ich schon immer so gemacht“
- „Ich kenne meine Kunden in und auswendig“

Ich darf Dir versichern, dass es spätestens zum Start in den Online-Medien einen himmelweiten Unterschied macht, wie vorbereitet Du Deine Online-Präsenz startest.

Einfach drauf los posten kann jeder - wohl dem, der noch dazu weiß, was er tut!

Vorteile einer Marketing-Strategie

„Der einfachste Weg zu gutem Stil: Vorher überlegen, was man will.“

[Wolfgang Herrndorf]

- Mit einer Social Media Strategie richtest Du alle Maßnahmen und Inhalte auf Deine Zielgruppe, Dein Ziel und an Deinem roten Faden aus
- Du lernst Deine Zielgruppe besser kennen und schaffst es damit, mit Deinen Inhalten Interesse zu wecken.
- Hast Du einmal eine Strategie definiert, sparst Du Zeit und Geld bei allen nachfolgenden Entscheidungen hinsichtlich der einzelnen Marketingmaßnahmen.
- Du wirst Dir über Deine eigene DNA im Klaren. Reflektierst und definierst, was das Besondere an Deiner Dienstleistung ist, welche Punkte davon für die Bedürfnisse der Zielgruppe relevant sind und wie Du Dich vom Wettbewerb unterscheidest.
- Durch die klare Ausrichtung, bekommen Deine Maßnahmen einen roten Faden, wodurch Deine Marke bei Deiner Zielgruppe viel besser in Erinnerung bleibt.
- Du sparst Dir extrem viel Zeit und musst Dich nicht immer von Neuem fragen, welche Inhalte Du veröffentlichen solltest und was gut bei Deiner Zielgruppe ankommt. Das definierst Du jetzt selbst!

„First of all“ eine kleine Bitte:

Fang jetzt schon mal an, Dich in Leichtigkeit zu üben.

Erlaube Dir, intuitiv, spontan, emotional & unperfekt zu sein!

Diese Checkliste ist keine „Aufgabe“ und es gibt kein richtig oder falsch.

Außerdem ist es ganz normal, dass Du auf einige Fragen (noch) keine spontane Antwort hast ... dafür bin ich ja da ;-)

Deine Mission / Dein Warum!

Was sollen deine Kunden über dich denken?

- Damit die Inhalte, die Du über Deine Kanäle veröffentlichst, authentisch sind und zu Dir passen, definiere zunächst, was Dich/Dein Unternehmen ausmacht.
- Dies ist übrigens die zentrale Antwort auf die Frage „Was soll ich eigentlich posten?“
- Die Beantwortung der Fragen, gibt Dir Klarheit darüber, welche Besonderheiten Du bietest und was Du in Deinen Aktivitäten in den Vordergrund stellen möchtest bzw. solltest.

Tipp: Wenn Du diese Übung als mühsam empfindest, ist das normal. Nimm Dir Zeit!

Wofür stehst Du? Welche Werte vertrittst Du?

Welches Bild sollen Deine Kunden über Dich im Kopf haben, wenn Sie an Dich denken?

Warum hast Du ausgerechnet diese Tätigkeit ausgewählt? Was ist Dein Antrieb?

Was bietest Du an?

Welche Bedürfnisse werden mit Deinem Angebot abgedeckt?

Welche Ergebnisse darf Dein Kunde erwarten?

Was ist das Besondere an Deiner Leistung?

Was unterscheidet Dein Unternehmen von Deinen Mitbewerbern?

Social Media Ziele

Definiere das Ziel deiner Maßnahmen

- Frage Dich, welchen Beitrag Social Media für den Erfolg Deines Unternehmens leisten kann.
- Dies könnten sein: mehr Sichtbarkeit/Aufmerksamkeit/Bekanntheit, mehr Kontakte, mehr Kunden, mehr Empfehlungen, mehr Mitglieder, mehr Veranstaltungs-Gäste, Mitarbeiter/Mitgliederbindung, neue Mitarbeiter/Mitglieder, Pflege von Kooperationen etc.
- Definiere zwei, maximal drei Ziele:

Ziel 1

Ziel 2

Ziel 3

Deine Kernbotschaften

Was möchtest Du konsequent vermitteln?

- Da sich niemand an einen Social Media Post von gestern erinnern wird, ist es sehr wichtig, dass Du Deine Zielgruppe auf wenige Botschaften konditionierst.
- Das schaffst Du, indem sich Deine Inhalte kontinuierlich immer wieder auf die gleichen Kernbotschaften (2-3) beziehen.
- Diese Kernbotschaften orientieren sich an der Mission Deines Unternehmens und sind die Grundlage für Deinen späteren Redaktionsplan.

Tipp: Beantworte Dir immer wieder die Frage: Was sollen Deine Kunden über Dich im Kopf behalten?

Kernbotschaft 1

Kernbotschaft 2

Kernbotschaft 3

Hier einige Beispiele:

- Empathie, Herzlichkeit & Professionalität sollten auch im virtuellen Leben fest miteinander verknüpft sein. (Hedda Stroh ;)
- Im richtigen Moment mit passendem Rat zur Stelle zu sein, begleitet mich schon ein Leben lang. (Netzwerk-Profi)
- Als Sohn eines Försters hat der Naturschutz für mich schon immer eine ganz besondere Stellung (Hersteller natürlich abbaubares Verpackungsmaterial)
- Ein Möbelstück ist ein mit Herzblut bearbeitetes Stück Holz. (Schreiner)

Ist Dir an den Beispielen etwas aufgefallen?

Die Kernbotschaften sind eine Mischung aus Deiner Persönlichkeit und Deinem Angebot.

Deine Zielgruppe

Wen möchtest Du in erster Reihe erreichen?

- Wer sind Deine potenziellen Leser/Kunden und wofür interessieren sie sich?
- Auf welche Weise „solltest“ Du sie berühren, damit Sie Dir Beachtung schenken?
- Welche Probleme haben Deine Kunden, die Du lösen kannst?
- Dies ist sehr wichtig. Denn: Je besser Deine Inhalte und Dein Verhalten zu den Interessen und Bedürfnissen Deiner Zielgruppe passen, desto mehr Aufmerksamkeit werden sie Dir schenken.
- Orientiere Dich an einem typischen „Wunsch-Kunden“ oder einem Deiner bestehenden Kunden, von deren Sorte Du gerne noch viel mehr hättest.
- Nicht relevante Felder kannst Du frei lassen

Wie alt sind 75% Deiner Kunden (Netzwerkkollegen) im Durchschnitt?

Geschlecht

Region

Bildungsstand

Beziehungsstatus

Lebenssituation / aktuelle Herausforderungen

Wer sind Deine „Mitbewerber“?

Welche Themen interessieren Deine Zielgruppe geschäftlich?

Wofür interessiert sich Deine Zielgruppe privat / persönlich?

Deine Themen

Die Planung deiner Inhalte

BEISPIEL:

- Überlege, durch welche Inhalte Du Deine Kernbotschaften vermitteln kannst!
- Jedes Thema muss sich auf eines Deiner Ziele einzahlen
- Dieser Abschnitt wird Dir künftig einen Großteil des Zeitaufwands einsparen, da Du Dir nicht jedes mal aufs Neue Gedanken machen musst.
- Bei der Erstellung Deines Redaktionsplans brauchst Du Dich künftig nur an Deinen Themensäulen bedienen

Kernaussage 1

Kernaussage 2

Kernaussage 3

Mögliche Themen

Mögliche Themen

Mögliche Themen

Beispiel Kernbotschaft:

„Empathie, Herzlichkeit & Professionalität sollten auch im virtuellen Leben fest miteinander verknüpft sein. (Hedda Stroh ;)“

Hedda Stroh
Online-Mentoring mit ❤️ & Verstand. Persönlich-verständlich-praxisnah!
1 Monat • 🌐

🗨 **Wie schaffe ich es, mich als wertorientiertes Unternehmen authentisch online darzustellen?**

Das ist das Ziel der Zusammenarbeit mit Stefan Rudel und seinem Team. Stefan ist seit vielen Jahren erfolgreicher Unternehmer. Mit **consultingbroker GmbH** bringt er mit seinen Mitarbeiterinnen Lea und Edith die richtigen Experten mit Unternehmen zusammen und steht Ihnen für die weitere Entwicklung zur Seite. Gleichzeitig ist er Business Coach für Menschen in Verantwortung.

👉 Was mich begeistert ist, dass Stefan eines entschieden anders macht: Er ist nicht ausschließlich umsatz- und profitausgerichtet, sondern sein oberstes Ziel ist es, ein ehrbares, wertorientiertes Geschäft zu betreiben. Ein Geschäft, in dem sich sein Gegenüber verstanden und geschätzt fühlt und jeden auf seine Weise bereichert. Genauso gehen sie auch intern miteinander um. Ein starkes Dreier-Team, das dieselben Werte verfolgt, zusammenhält und mit bestem Beispiel für eine neue, **wertorientierte Firmenkultur** vorangeht.

Wenn alle Unternehmen diesen Weg einschlagen würden, würde das unsere Gesellschaft nachhaltig & grundlegend verändern. Was für eine schöne Vorstellung! 🙌

👉 Chapeau **Stefan Rudel**, **Edith Krullmann** und **Lea Wolf-Tanzariello**! Ich freue mich schon auf unseren nächsten Workshop.

Du möchtest Stefan und sein Team kennenlernen? ➔ www.consultingbroker.de
ODER www.rudel-coaching.de

#empfehlungvonherzen #kundenliebe #respekt #werthaltig #newwork
#unternehmendemeizeit #führungsqualitäten #empathischesmarketing
#onlineberatung #socialmediaberatung #besocialonlineoffline

👤 Sie und 31 weitere Personen
💬 10 Kommentare • 2 Shares

Last but not least ;-)

Ängste & Hemmungen überwinden

Soziale Netzwerke sind als Plattformen der „Selbstdarstellung“ bekannt. Nicht selten hat man das Gefühl, jeder nimmt sich sehr „wichtig“. Doch nicht jedem fällt es leicht, sich selbst in den Vordergrund zu stellen. Und dann auch noch online – für jeden sichtbar – für immer im Netz.

Wenn Du auch Bauchweh beim Gedanken der „Selbstdarstellung“ bekommst und Probleme damit hast, Dich online zu „entblößen“, dann ist es vielleicht genau jetzt an der Zeit, sich mit diesen Hemmungen zu beschäftigen.

Merke: Es geht nicht darum, Dich selbst von heute auf morgen zu verbiegen. Ganz im Gegenteil! Es geht in erster Reihe darum, die Ängste zu kanalisieren, Wege zu finden, sie zu umgehen .. Bis hin dazu, sie idealerweise zu überwinden.

Brauchst Du meine Hilfe?


Eine Zusammenarbeit mit mir wird Dir dazu verhelfen, Deine individuelle Strategie zu entwickeln, einen Fahrplan zu erstellen und last but not least wirst Du Dich der Welt der sozialen Medien unvoreingenommen & ohne Hemmungen öffnen.

ZIEL: Du nutzt die Medien mit Plan, selbstsicher, gerne & mit Leichtigkeit. Du baust Dir ein Marken-Image auf und generierst daraus Kontakte, Empfehlungen, Kooperationen & Kunden.

Die Themen aus dieser Checkliste legen dafür den Grundstein und werden Dich/uns über die ganze Zusammenarbeit hinweg begleiten und bilden daher sozusagen die Basis.

Selbstverständlich werden wir uns auch darum kümmern, Deinem Auftritt Struktur zu verleihen, ein wiederkehrendes Corporate Identity zu entwickeln, die relevanten Kanäle kennen- und anwenden lernen, Content-Ideen entwickeln, den Content entsprechend aufbereiten, sowie zu planen etc.

Ich wünsche Dir viel
Freude & Erfolg bei der
kleinen Reise in die
Selbstreflexion
und freue mich
auf unser nächstes
Gespräch!

A close-up photograph of a person's hand holding a smartphone. The phone's screen is black and displays a quote in white, sans-serif capital letters. The quote reads: "SOCIAL ist kein to-do, sondern ein TO-BE". The background is a blurred, light-colored wall.

"SOCIAL ist
kein to-do,
sondern ein
TO-BE"



—

HEDDA STROH

SOcial Media!

persönlich - verständlich - praxisnah

Hedda Stroh

Tel. 01705254303

kontakt@heddastroh.com