

SOCIAL MEDIA-STRATEGIE AUF EINEN BLICK

Partner

- Marktforschung
- Reichweitenpartner / Medienpartner
- Influencer mit Expertise, Vertrauen und Reichweite in meinem Themensegment und meiner Zielgruppe
- Marktteilnehmer, die sich mir unterordnen wollen

Partner, die mit mir zusammenarbeiten, meine Zielgruppe erreichen wollen, und meine Ziele und Botschaft nicht verwässern.

Aufgaben & Aktivitäten

Recherche der Zielgruppen und Themenfelder

Produktion

- Rohmaterial
- Adaption auf Plattform

Distribution

- Owned (Eigene Kanäle)
- Earned (Fremde Kanäle)
- Paid (Werbung)

Analyse

- Resonanz im Umfeld
- Einsatz von Google Analytics oder kanaleigene Insights

Ressourcen

- Geld
- Personal
- Infrastruktur

Botschaft

- Was soll beim Nutzer hängen bleiben?
- Wer ist der Star der Geschichte?
- Was ist der Clou der Botschaft?
- Welchen Mehrwert gibt es für den Nutzer?

Ziel

- Markenbekanntheit
- Neukunden-Akquise
- Kundenbindung, Interaktion mit Kunden, Image-Gewinn
- Verbesserung Gästeservice
- Verbesserung Bewertungen
- Neue Daten/Insights

Zielgruppe

Menschen, die

- ein Bedürfnis haben, das ich befriedigen kann,
- einen Lifestyle haben, in dem ich mich positionieren möchte.

Personen, die mit dem Inhalt interagieren, ihn teilen, weil eines der folgenden Kriterien zutrifft:

- Reflektiert meinen Standpunkt.
- Ich bin, was ich teile.
- Ich kann mich selbst oder jemanden, den ich kenne, damit identifizieren.

Kanal

- Nutzer sucht aktiv nach Inhalt
- Inhalt muss Nutzer erst auf sich aufmerksam machen
- Format & Darstellungsmöglichkeiten des Kanals
- Nutzungsverhalten (Wie/Wann/Womit wird der Inhalt konsumiert? In welchem Kontext?)
- Plattform-Features (Welche Werbemöglichkeiten bietet der Kanal?)

Kosten & Aufwand

Ertrag & Wirkung

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung