

your marketing strategy

MODUL 7

Deine Marketing Strategie (Sichtbarkeit und Umsetzung)

Warum solltest du mit einem Marketingplan arbeiten und was ist das überhaupt?

Erfolgreiche Unternehmen arbeiten mit solchen Plänen. Dort wird notiert, welche Ziele erreicht werden sollen und was es dazu braucht.

Somit hast du eine Anleitung, welche Steps notwendig sind, um dein Business erfolgreich zu führen. Du kannst deinen Plan auch jederzeit sehr gut optimieren sollten deine Maßnahmen nicht so funktionieren wie du es dir vorgestellt hast.

Also eine super Möglichkeit immer schnell zu reagieren, wenn etwas mal nicht so läuft wie es soll.

MEIN SOLL-ZUSTAND

Bitte ausfüllen:

Was möchtest du mit deinem Business erreichen?

Welche Ziele habe ich?

Wie werde ich mich fühlen und wie wird es mir gehen, wenn ich dieses Ziel erreicht habe?

MEIN IST-ZUSTAND

Bitte ausfüllen:

Wie sieht meine aktuelle Situation aus?

Warum ist sie so, wie sie ist?

Welche Schwächen kann ich ablegen?

Welche Stärken kann ich ausbauen?

Wer ist mein Mitbewerber?

Was macht der Mitbewerber gut in seinem Job?

Was wiederum nicht so gut?

Welche Chance habe ich?

Welches Risiko trage ich in meinem Business?

Wie geht's weiter/ Was ist zu tun, wenn ich meine Ziele erreicht habe?

Wie komme ich zu meinen Wunschkunden?

Wie kann ich mein Angebot weiter ausbauen?

Was ist zu tun, damit ich meine Position nachhaltig festigen kann?

Was macht mich besser als mein Mitbewerber?

DER WEG ZUM ZIEL

Bitte ausfüllen:

Wie sieht mein Plan für die Zielerreichung aus?

Was benötige ich, um mein Ziel zu erreichen?

Wie kann ich mein Angebot lukrativer darstellen?

Bitte ausfüllen:

Wie komme ich zu mehr Kunden?

Wie überzeuge ich meine Interessenten?

Wie binde ich Kunden an mich?

DEIN REDAKTIONSPLAN

Dein persönlicher Redaktionsplan

Vielleicht bist auf einigen Social Media Kanälen schon unterwegs. Wie du dir denken kannst, bedarf es auch hier Planung um an sein Ziel, sprich neue Kunden zu gewinnen, zu kommen.

Wenn du mit einem Redaktionsplan arbeitest, wird es keine Momente mehr geben, wo du nicht weißt was du posten sollst, oder du vergisst es sogar weil dir die Struktur fehlt. Einen guten Social Media Auftritt zu haben, hat nur Vorteile für dein Business. Du wirst sichtbar, Menschen werden auf die aufmerksam und du kannst ganz flexibel von Zuhause aus arbeiten.

Wie klingt das?

Warum ein Redaktionsplan für Social Media

Es gibt sehr viele gute Gründe, warum ein Redaktionsplan ein zentrales Element für dich bei Social Media Marketing sein soll:

- Du behältst den Überblick: Mit einem Redaktionsplan behältst du auch bei vielen Kanälen den Überblick.
Du erkennst schnell, wo noch Optimierungsbedarf ist, ob einzelne Bestandteile zusammenpassen, ob dein Content Marketing auf Social Media abwechslungsreich ist und wo das Risiko von Lücken besteht.
- Du bist produktiver: Wenn du deine Kommunikationsstrategie über viele Kanäle hinweg an einem zentralen Ort planst, steigt die Produktivität.
- Dein Content wird immer besser: Du wirst sehen: Durch die regelmäßige Planung und Erstellung von geplantem Content wird das Marketing (fast) von allein immer besser.
- Es gibt weniger Fehlerquellen: Ein Redaktionsplan hilft gegen Vergesslichkeit, Kommunikationslücken und viele andere Dinge, die Social Media Marketing zum Straucheln bringen.
- Alle Beteiligten sind entspannter: Gute Planung beugt Stress vor und gibt allen Beteiligten ein gutes Gefühl. Letzten Endes spart sie auch eine Menge Zeit, zum Beispiel in der Kommunikation. Denn mit einem guten Plan weißt du sofort, wer gerade woran arbeitet.

Was sollte dein Redaktionsplan beinhalten:

Grundsätzlich solltest du vor allem auf folgende Elemente achten:

- Thema des Posts
- Autor bzw. Verantwortlicher (bei Zitaten)
- Geplantes Datum
- Kanäle, auf denen der Beitrag erscheinen soll
- Aktueller Status (geplant, in Freigabe usw.)
- Format (Text, Bild, Video, Karussell,...)
- Anhänge (z.B. Bild- oder Videodateien)
- Zusätzlich kannst du zum Beispiel die Zielgruppe nennen, an die sich der Post richtet.

Veröffentlichungszeiten optimieren

Das Timing entscheidet mit über den Erfolg oder Misserfolg von Social Media Marketing. Dabei unterscheiden sich die idealen Zeiten für die Veröffentlichung je nach Netzwerk, aber auch abhängig von der Zielgruppe und ein paar anderen Faktoren, die sich nur schwer berechnen lassen.

Als Richtwerte können folgende Zeitfenster dienen:

Facebook:

9 – 15 Uhr (unabhängig vom Tag)

Twitter:

werktags zwischen 12 und 15 Uhr sowie gegen 17 Uhr

Instagram:

Frühmorgens 7 bis 8 Uhr sowie 17 Uhr

LinkedIn:

Dienstag, Mittwoch und Donnerstag zwischen 7 und 8 Uhr,
um 12 Uhr und zwischen 17 und 18 Uhr

Bei diesen Angaben gibt es keine Gewähr von meiner Seite, jedoch funktioniert es bis jetzt bei mir wunderbar.

Beiträge wiederholen

Oldies but Goodies. Manche erfolgreichen Beiträge lassen sich wiederholen, zum Beispiel, wenn es einen äußeren Anlass gibt. Blogartikel beispielsweise, die bei deiner Zielgruppe gut angekommen sind, kannst du ein zweites oder vielleicht sogar drittes Mal posten, um noch mehr Nutzer darauf aufmerksam zu machen. Vorausgesetzt natürlich, sie sind inhaltlich noch aktuell.

Wenn du ein Thema "pushen" möchtest, lässt sich das sogar im Voraus planen. Aber lass zwischendurch etwas Zeit verstreichen und wiederhole dich nicht zu oft. Sonst wirkt es so, als würde dein Account nur aus Recycling bestehen.

Spontan bleiben

Wir haben es schon angesprochen: Nicht alles lässt sich planen. Letzten Endes ist dein Social Media Redaktionsplan eine Vorlage, von der dein Team abweichen kann, wenn etwas Besonderes passiert ist.

Manchmal sollte es das sogar, dann zum Beispiel wenn ein Ereignis eintritt, das deine Zielgruppe stark beschäftigt. Ignorierst du dieses Ereignis, kann der Eindruck entstehen, dass sich dein Team nicht für eure Follower interessiert und nur business as usual macht. Ein gutes Beispiel dafür ist die Corona-Krise, die vor keinem Redaktionsplan Halt gemacht hat.

Notfallreserven für spontane Lücken anlegen

Auch wenn du deinen Redaktionsplan gründlich geplant hast, entstehen spontane Lücken. Ein Grund dafür kann sein, dass sich ein Beitrag nicht wie geplant realisieren lässt. Dann ist es leichter, entspannt zu bleiben, wenn du vorgesorgt hast. Am einfachsten geht das mit einem Pool an "Notfall"-Themen bzw. -Posts. Mit vorgefertigten Posts hast du Material, um Lücken so zu stopfen, dass es keiner merkt.

Hier ein Beispiel wie dein Redaktionsplan aussehen kann:

Was? Beitragsthema / Inhalt	Medien? Bilder? Video? Links?	Wann? Datum / Zeit	Wo? In welchem Netzwerk?	Wer? Wer erstellt und gibt frei?

BEISPIEL

SOCIAL MEDIA Strategien

Wie du nun auf Social Media in die Sichtbarkeit gehst hängt ganz von dein Ist Zustand ab. Es ist immer wichtig, dass du authentisch rüber kommst, darum hier ein paar Ideen wie du starten kannst.

1. Produkt und Dienstleistung

Hier dreht sich alles um dein Produkt oder deine Dienstleistung. Den Redaktionsplan den du ausarbeiten wirst, befüllst du mit deinem Produkt oder deiner Dienstleistung, in Form von Posts, Storys, Videos, Lives, Rebels usw...

Achte bitte auch darauf, dass du den Menschen zeigst wie du arbeitest, also lass die Facetten fallen. So baust du Vertrauen auf, was essenziell im Verkauf ist. Zeige wie du Aufträge für Kunden fertigstellst, wie du Präsentationen vorbereitest oder wie du an dir selber arbeitest. zB. Fortbildungen in deiner Nische. So nehmen dich deinen Follower auch als Experte war.

2. Produkt/Dienstleistung in Kombination mit deinem Lifestyle

Zeig deinen Follower, was du dir ermöglicht hast, durch dein Produkt oder deine Dienstleistung. Es geht hier nicht ums prahlen mit deinem Hab und Gut, ganz im Gegenteil, erstelle einen Willhaben Effekt.

z.B. Zeige deinen Follower, dass du freie Zeiteinteilung lebst, dass du dir tolle Urlaube und exklusive Fortbildungen leisten kann. Dass du vital und fit bleiben möchtest, weil das auch Einfluss auf deinen Erfolg im Business hat. Zeig deine Emotionen, zeig WER du bist. :-)
Arbeite mit guter Qualität bei den Bildern, Videos usw.. Es müssen bei deinem Follower positive Gefühle entstehen. Auch DU (Der Follower) kannst das alles schaffen, werde Teil meiner Community und lass uns die Umsetzung gehen.

BEISPIEL

3. Referenzen/Testimonials

Beziehe deine derzeitigen Kunden mit ein. Lass deine Follower in die Welt deines Kunden eintauchen, somit kann sich dein Follower vorstellen, was auf ihn wartet, wenn er dein Produkt endlich kauft.

Lass deine Kunden für dich sprechen, in Form von kurzen Videos. Bitte sie darum, dass sie ein paar Worte zu deinem Produkt sagen, und erzählen, wie es ihnen geholfen hat. Das schafft eine tolle Glaubwürdigkeit und dein Follower kann sich davon überzeugen, dass dein Produkt funktioniert.

4. Vergiss nicht auf deinen Mitbewerber

Diese Strategie ist sehr wichtig und musst du unbedingt mit einbauen. Von deinem Mitbewerber kannst du viel lernen. Positive wie auch nicht so gute Dinge.

Finde heraus, wer ungefähr das gleiche Angebot hat wie du. Schau dir seine Posts und seinen Content an. Übernimm Dinge, die zu dir passen und lerne aus den Fehlern deiner Mitbewerber. Bitte achte immer darauf, dass DU authentisch bleibst. Ein Abziehbild von deinem Mitbewerber werden, wird auf die Dauer nicht funktionieren, denn dein Follower wird spüren ob deine Contents ECHT oder nur kopiert sind.

Beobachte welche Kommunikationsstrategien angenommen werden. Und setze die in deinem Redaktionsplan ein.

5. Gib GOODIES!

Auch diesen Punkt baust du mit ein.

Was meine ich damit?

Da du schon einige Erfahrung in deiner Nische hast, oder gar schon viel, fordere ich dich dazu auf, deinem Follower kleine Einblicke zu gewähren. Unterstütze deinen Follower mit Mehrwert, gib ihm immer wieder Tipps. Teile kostenlos wertvolle Inhalte, so zeigst du deinem Follower, dass du großzügig bist und deine Expertise gerne teilst.

Sharing is caring.. ;_)

Du kannst so auch gut zeigen, was du kannst und deine Zielgruppe unterstützen. So werden mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit, Follower zu Kunden.

MEINE STRATEGIE

Wie oft sollte ich posten?

Am Anfang ist es wichtig, dass du regelmäßig postest.

Bitte enttäusche hier deine Follower nicht. Die Beständigkeit ist wichtig, wenn du dir ein umsatzstarkes Business aufbauen willst.

Poste 1-2 mal am Tag. Nicht öfter. Deine Stories sollten immer gefüllt sein, mit den verschiedenen Strategien, die ich dir vorhin vorgestellt habe, das ist auch gut für dein Reichweite.

Was soll ich posten? Themen?

Du hast dich nun positioniert und weißt genau, was du verkaufen möchtest und in die Welt hinaustragen willst. Und genau das wird gepostet. Vermische deine Inhalte nicht mit anderen Dingen, die ganz gar nicht zu dir passen, speziell am Anfang.

Gerne kannst du deinen Follower immer wieder mal überraschen um so wieder seine Aufmerksamkeit zu bekommen, jedoch verfolgst du strikt deine Strategie.

Nutze bitte alles Tools - Storys, Posts, Reals, Videos, Lives.. Die Abwechslung ist der Schlüssel zum Erfolg.

Gestaltung deines Feeds:

Das optische ist hier auch ein wichtiger Punkt. Bitte such dir ein Farbschema, das zu dir passt und nutze dies auf deinem Feed. So erstellst du einen Wiedererkennungswert.

Wie bleibe ich dran, und setze meine Strategie um?

Arbeite mit deinem Redaktionsplan, so weißt du genau, was, wann und in welcher Form gepostet wird. Es erfordert etwas Übung, bis es in die Routine übergeht. :-)

Stelle bitte deinen Account auf ein Unternehmerkonto um, denn so kannst du die Instagram Insights nutzen und weißt genau, was auf deinem Feed los ist. (Reichweite)

MEIN TIPP ZUM SCHLUSS

Wenn du herausgefunden hat, welcher Content am besten angenommen wird, dann beziehe deine Follower mit ein. Fordere sie auf, deinen Content zu teilen, mache Abstimmungen und baue so eine persönliche Beziehung auf.

Ich wünsche dir nun viel Erfolg und Spass bei der Umsetzung! :-)