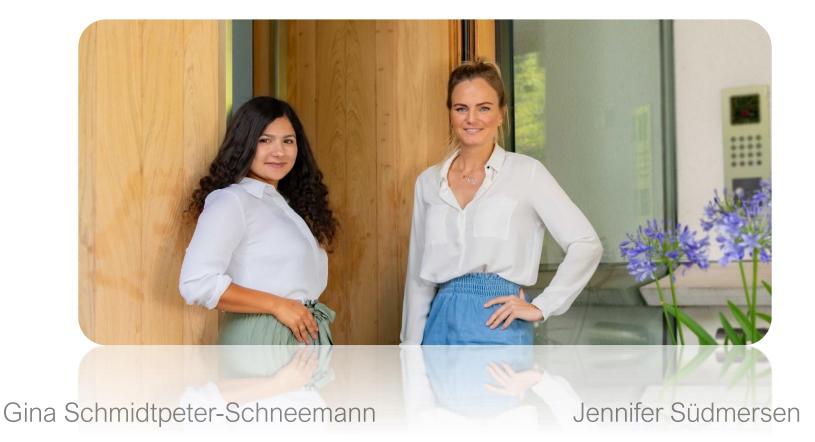


Gründerforum 2022

Effizientes
Digitalmarketing Social
Media



# Wir sind Samaja Marketing!





# SOCIAL MEDIA: ZAHLEN UND FAKTEN



- 53% der Menschen weltweit nutzen Social Media
- 78 Mio. registrierte Konten in Deutschland
- Whatsapp, Youtube und Facebook sind die meistgenutzten (DE)
- Altersgruppe: 16-44 (zunehmend >44)
- 79% der deutschen Großunternehmen nutzen Social Media
- 61% der KMU nutzen Social Media



### SOCIAL MEDIA MARKETING



# Welche Bereiche gibt es?



# **Content Marketing**

- Erstellung von Bild, Text und Video
- Unternehmenskultur, Cl und Werte vermitteln
- Sachverhalte, Personen, Produkte und Dienstleistungen darstellen
- Imagepflege und Prestige



Foto von Lisa von Pexels



# Community Management

- Interaktion mit Community (Liken, Kommentieren)
- Kundensupport (über DMs)
- Meinungsbilder einholen (Umfragen)
- Wichtig für Bonding und Glaubwürdigkeit: Unbedingt immer antworten, negatives nicht löschen!

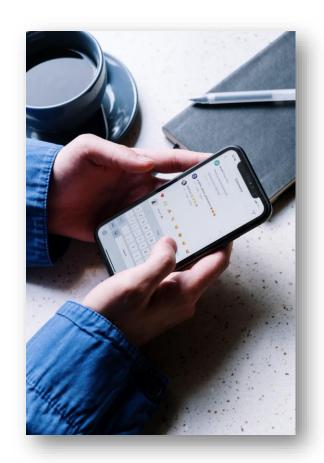


Foto von cottonbro von Pexels



#### Social Ads



- → Gegenpart zu organischem Wachstum
- Möglichkeiten:
  - Bewerbung einzelner Posts
     →Ziele: Reichweite / Likes / Engagement etc. steigern
  - Unabhängige Werbeanzeigen schalten
  - → Ziele: Verlinkung zur Website / Shop steigern Traffic & Conversion Rate, Reichweite, Anrufe etc.
  - Vorteile:

Flexibel Budgetgestaltung, Quantifizierbarkeit, Zielgruppenorientiert



# Influencermarketing



Foto von **Anna Tarazevich** von **Pexels** 

- Influencer fungieren als Werbeträger/Testimonials
- Platzieren Produkte, Dienstleistungen oder Marken in ihrem Content
- Explizit oder implizit (native Ad)
- Abrechnung nach Reichweite (CPM = Cost per Mille)
- CPM zwischen 10 € und 60 €





#### Die Auswahl der richtigen Plattform

Wie entscheide ich, welche Plattformen relevant sind?



#### Welche Ziele habe ich?



Foto von fauxels von Pexels

#### Strategie entwickeln:

- Ziele definieren (Wen/Was will ich vermarkten? Wie will ich selbst auftreten? Welchen Mehrwert biete ich meinen Followern?)
- 2. Zielgruppe definieren (Wen will ich erreichen? Alter, Geschlecht, Interessen, Region, User Journey, Personae)
- 3. Benchmarking (Was macht die Konkurrenz?)

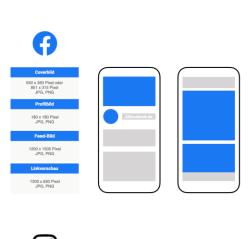
→ Konkurrenz ist kein Maßstab! Immer besser sein, als die Konkurrenz!



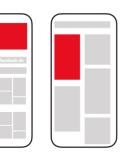
### DER RICHTIGE CONTENT



#### **Content Formate**

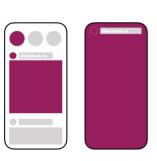




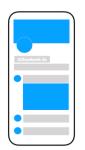




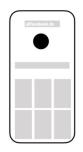








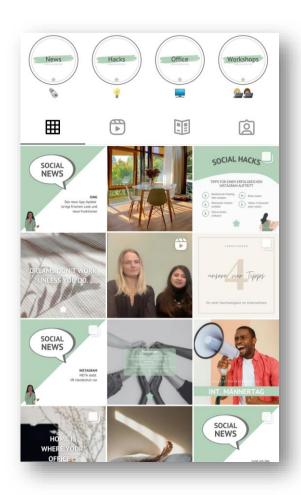








# CD, Branding, Markenaufbau



- CD sollte in der CI verankert sein und sich überall stringend durchziehen -> Wiedererkennungswert
- CD sollte sich auch bei Social Media wiederfinden
- CD beinhaltet:
  - Brandingfarben
  - Schriftart / -größe
  - Grafiken aus einer Familie
  - Grundaufbau des Designs



#### **TOOLS & WORKFLOWS**



# Wie ist ein Workflow aufgebaut?

→ Contentplan → Content/Ideen verwalten → Content Produktion → Content vorausplanen/einplanen → Content online? → Überprüfen!



# Contentplanung, Produktion und Verwaltung

#### Vorbereitung:

- Plan in Excel erstellen
- Inkl. Kanal, Datum, Bild, Text, Hashtags
- Alternativ Contentplanung und Kampagnenplanung über Trello
- Vorausplanen mit Creator Studio

#### Produktion:

- Canva
- Photoshop
- Photopea
- Storyart
- Feedpreview

#### Bilddatenbanken:

- Pexels, Pixabay, Unsplash (kostenlos)
- Shutterstock, Istock (kostenpflichtig)



## **EURE FRAGEN**



#### **Unser Portfolio**

Beratung, Strategie und Konzeption

**Content Produktion** 

Kanalbetreuung

Schulungen und Seminare

Influencer Marketing

Social Ads



# Kontaktiert uns gerne!

www.samaja-marketing.de

info@samaja-marketing.de







# & Folgt uns auf Social Media!



Samaja\_marketing



Samajamarketing



Samajamarketing



samajamarketing



## Quellen

- https://wearesocial.com/digital-2021
- https://www.destatis.de/DE/Home/\_inhalt.html
- https://www.statista.com/
- https://blog.hubspot.de/
- Fotos von <u>fauxels</u> von <u>Pexels</u>



#### Vielen Dank

