



Whitepaper Social Media

The Perfect Post – So posten Sie auf Social Media

Soziale Netzwerke sind omnipräsent, ihre Bedeutung steigt Jahr für Jahr und die Relevanz für das Marketing ist oft unterschätzt. Viele Unternehmen haben mittlerweile eigene Facebook-Seiten, Instagram-Accounts und einen Twitter-Kanal – um nur wenige Beispiele zu nennen.

Eine der Besonderheiten von Social Media ist die unkomplizierte, interaktive Möglichkeit, Inhalte zu teilen und somit deren Reichweite zu erhöhen. Außerdem vermittelt ein Kontakt über sozialen Netzwerke dem Nutzer eine persönlichere Kundenerfahrung als eine Servicehotline. Aus diesen Gründen bemühen sich viele Unternehmen um eine aktive Präsenz in den Netzwerken.

Aber was macht denn überhaupt einen guten Post in Social Media aus? Sind die Inhalte egal und es geht nur um die Frequenz, oder ist es anders herum? Damit Sie ihren Auftritt in den sozialen Medien optimieren können und somit mehr potentielle Kunden ansprechen, haben wir für Sie eine Zusammenfassung mit den 6 wichtigsten Regeln für das Schreiben von Beiträgen in Social Media erstellt.

1 Ein aufmerksamkeitsstarkes Bild verwenden

Medien wie Facebook kommen kaum noch ohne ein Bild aus – manche andere wie Pinterest oder Instagram leben sogar hauptsächlich nur von der Bildsprache. Grafiken und Fotos erhöhen die Aufmerksamkeit der Nutzer und erhalten durchschnittlich immer mehr Interaktionen (Likes, Shares, Kommentare) als reine Textbeiträge. Das liegt unter anderem daran, dass Bilder eine eigene Botschaft in sich tragen und diese sofort ohne lesen zu müssen ersichtlich ist. Theoretisch kommen sie auch fast gänzlich ohne Text aus.

Die Fotos sollten den gängigen Regeln der Gestaltung entsprechen und thematisch zu Ihrem Post passen. Verwenden Sie qualitativ hochwertige Bilder, denken Sie aber auch an die mobile Darstellung – denn die meisten Nutzer besuchen die sozialen Netzwerke heutzutage auf ihren Smartphones.

„Eine der Besonderheiten von Social Media ist die unkomplizierte, interaktive Möglichkeit, Inhalte zu teilen und somit deren Reichweite zu erhöhen.“

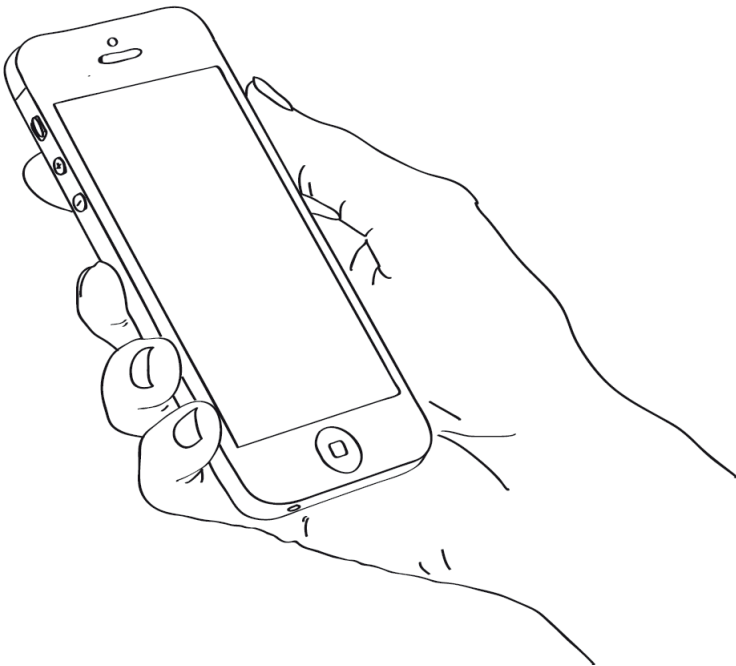
2 Eine Handlungsaufforderung mit einfließen lassen

Wenn sich Internetnutzer direkt angesprochen fühlen oder einen persönlichen Mehrwert aus Ihren Posts ziehen, werden Interaktionen wahrscheinlicher. Solche „Call to actions“ können beispielsweise Gewinnspiele sein, bei welchen der Nutzer einen Beitrag liken und kommentieren muss, oder auch nur ein vielversprechender Titel zu einer weiterführenden Webseite (zum Beispiel „Mit diesen zehn Tipps schreibst du den perfekten Social Media Beitrag“). Verwenden Sie Handlungsaufforderungen so oft sie können, und bieten Sie durch interessante Headlines den Lesern einen individuellen Nutzen.

3 Auf ein Angebot oder einen Blogbeitrag verweisen

Das Einbetten von Links ist ebenfalls eine gute Möglichkeit, um reine Textbeiträge optisch etwas aufzupeppen. Bei Verlinkungen erstellen die meisten sozialen Netzwerke eine kleine Vorschau, die den Titel und ein Bild beinhaltet. Viele Webseiten nutzen diese Funktion, um in den Medien auf einen interessanten Beitrag aufmerksam zu machen.

Falls auf dem betreffenden Kanal nur eine begrenzte Zeichenanzahl vorherrscht oder der Link allgemein zu lang und kompliziert ist, können Sie auf URL Kürzel Services wie bit.ly zurückgreifen. Diese verkürzen Ihre Links um ein Vielfaches.



4 Passende Emojis verwenden

Obwohl Emojis kaum als vollwertige Bilder gezählt werden können, sind sie eindeutig grafische Elemente zur Textgestaltung. Sie vermitteln Emotionen, um die Texte besser in Szene zu setzen. Da sie eher eine jüngere Generation ansprechen, verzichten viele Unternehmen auf den Einsatz von Emojis. Wessen Zielgruppe jedoch im passenden Bereich liegt, der kann durch die kleinen Icons eine engere Bindung zu seinen Kunden schaffen. Es sollten nur nicht zu viele Emojis in einem Beitrag sein – das wirkt unprofessionell.

5 Zur richtigen Zeit posten

Je nach Zielgruppe macht es Sinn, zu unterschiedlichen Uhrzeiten zu posten. 08:00 Uhr morgens und 16:30 Uhr sind beispielsweise die Zeitpunkte, an denen statistisch gesehen die meisten Menschen zur Arbeit oder zurück nach Hause fahren und im Zug auf dem Smartphone surfen.

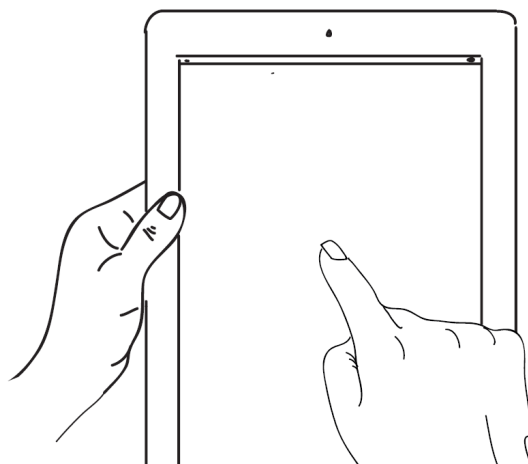
Wichtig ist, dass Sie Ihre Beiträge genau dann posten, wenn Ihre Zielgruppe online ist. Dadurch erhalten Sie insgesamt eine höhere Reichweite und es werden mehr Menschen mit Ihnen interagieren.

Etwa zwei Posts pro Woche sind eine gute Basis für eine regelmäßige, kontinuierliche Kommunikation mit den Nutzern. Wenn Sie zuviel posten, zum Beispiel mehr als zwei Posts täglich, dann kann es Ihren Abonnenten auch zu viel werden. Versuchen Sie, ein gesundes Maß der Beitragsfrequenz zu finden, das zu Ihrer Zielgruppe passt.

Zielgruppe, Kanal, Maßnahme

Insgesamt eignet sich natürlich nicht jedes soziale Netzwerk auch für jede Zielgruppe und pro Netzwerk gibt es verschiedene Schwerpunkte in den Maßnahmen: Bei Twitter fasst man sich kurz und Pinterest lebt von Bildern. Die vorgestellten Social Media Gestaltungsregeln sind allgemeingültig, jedoch pro Kanal etwas anders gewichtet.

Der wichtigste Tipp: Schreiben Sie Ihre Beiträge positiv, statt schlechte Nachrichten zu verkünden. Diese kommen in den sozialen Netzwerken meist besser an. Und grundsätzlich ist es das Wichtigste, mit genügend Material und hochwertigem Content eine dauerhafte, kontinuierliche Interaktion mit den Kunden und Interessenten zu pflegen. Schaffen Sie Präsenz und inhaltliche Relevanz, dann haben Sie die Hälfte der Strecke bereits geschafft.



Ein Whitepaper der Agentur Anmut

Interaktiv Inhalte teilen und so Ihre Reichweite erhöhen.

Gerne beraten wir Sie telefonisch unter ☎ 07 11 / 219 55 150
oder per E-Mail an ✉ info@agentur-anmut.de