

31. März 2020

# **Hands-On-E-Commerce – Thema Social Media – Teil 1**

Mit Experten und Expertinnen der Hochschule Offenburg

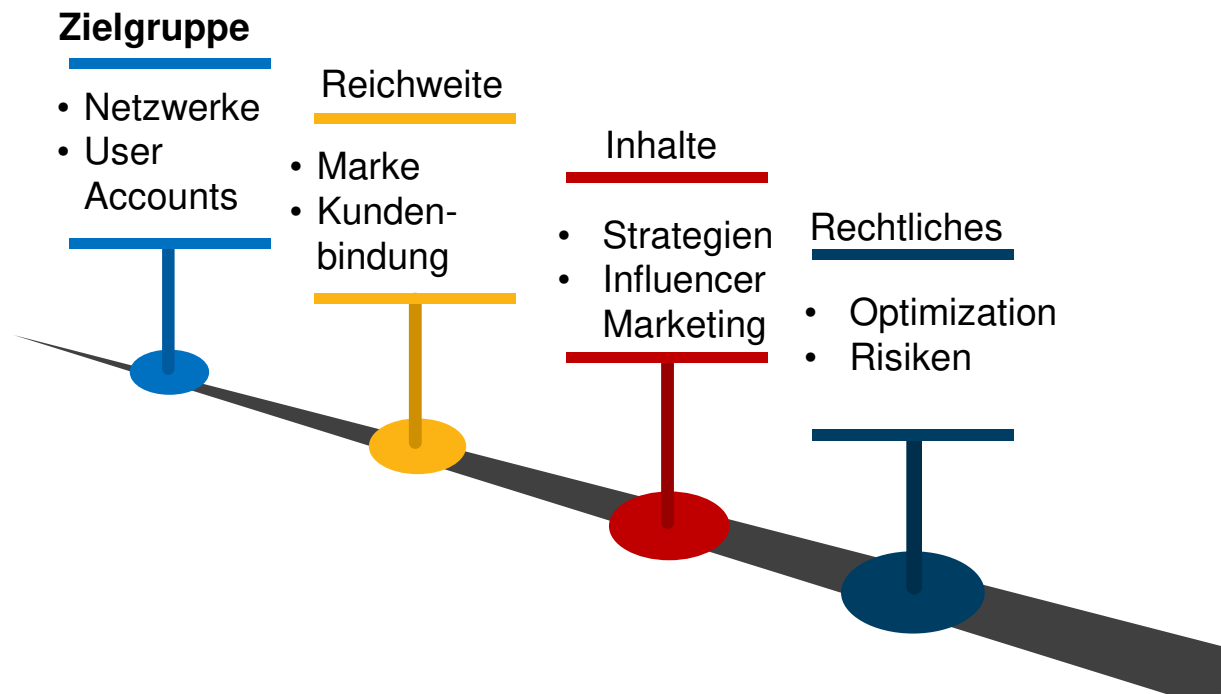
# Themenüberblick

---

- Webseite: Aufbau, Struktur, Inhalte, Rechtliches
- Marktplätze: Attraktivität, Konditionen, Inhaltsaufbereitung
- Online-Shop: Systeme, Aufbau, Umfang
- Online-Marketing: Anbieter, Budget, Marketinginhalte
- **Social Media: Zielgruppe, Reichweite, Rechtliches**



# Social Media



# Was ist Social Media?

---

- Beschreibt Webseiten und Apps, über die Nutzer und Nutzerinnen Inhalte ...
  - Kreieren
  - Teilen
  - Vernetzen
- Zentrales Thema: Interaktivität
- Many-to-many-Kommunikation
- Wichtigste Netzwerke:
  - Facebook
  - Twitter
  - Instagram
  - Snapchat

# Social Media - Charakteristika

---

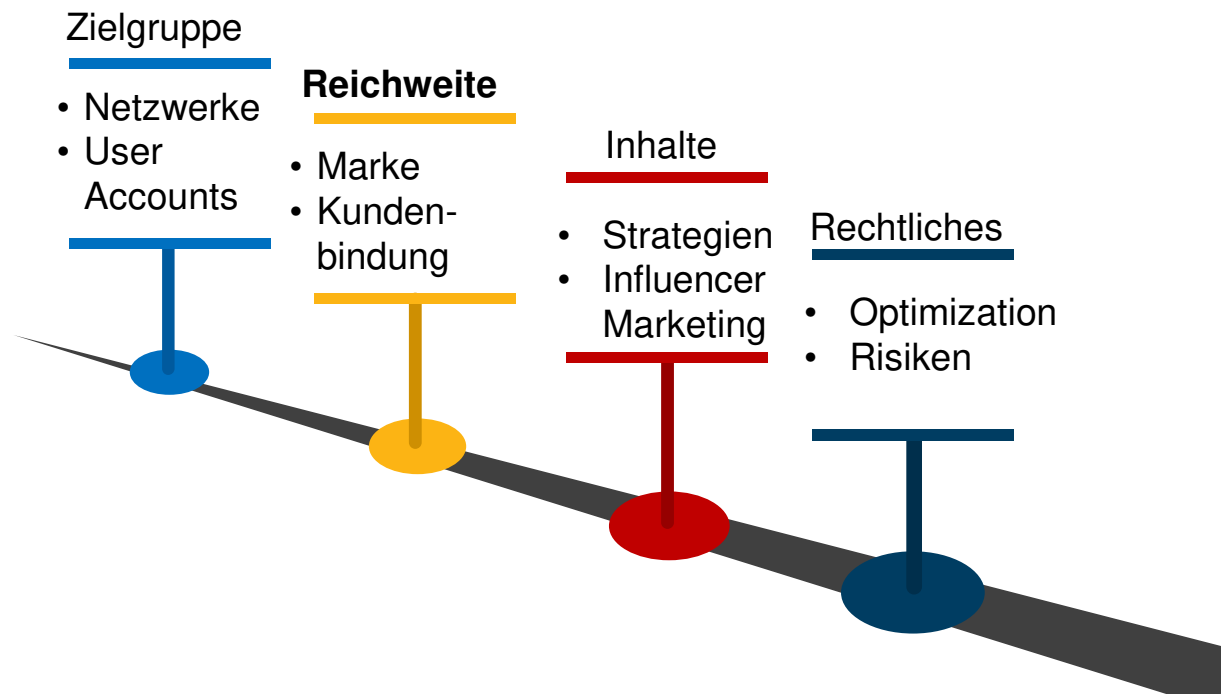
- Social = Vernetzen mit Anderen
- Media = Kommunikationsinstrument Internet
- Social Media = webbasiertes Kommunikationstool, das Nutzer und Nutzerinnen in die Lage versetzt...
  - Miteinander zu interagieren
  - Informationen zu teilen
  - Inhalte zu konsumieren
  - Einen Account zu personalisieren (Individualisierung und Branding)
  - Inhalte zu referenzieren
  - Social Media dezentral zu verwenden (Webseiten-Schnittstelle)

# Social Media - User Accounts

---

- Individualisierung durch eigenes Profil:
  - Profilbild
  - Biographie
  - Website Link
- Kontakte: Follower, Abonnenten und Abonnentinnen
- Gruppen je nach Interesse (bspw. Verkaufsgruppen)
- Hashtags für Kennzeichnung und Kategorisierung von Posts

# Social Media



# Was ist Social Media Marketing?

---

- Wichtiger Kanal im Online-Marketing-Mix
- Aktivitäten in den sozialen Medien, die Unternehmensziele verfolgen
- Ziele:
  - Markenbildung
  - Kundenbindung
  - Verkauf von Produkten und Dienstleistungen



# Social Media Marketing – Markenbildung

---

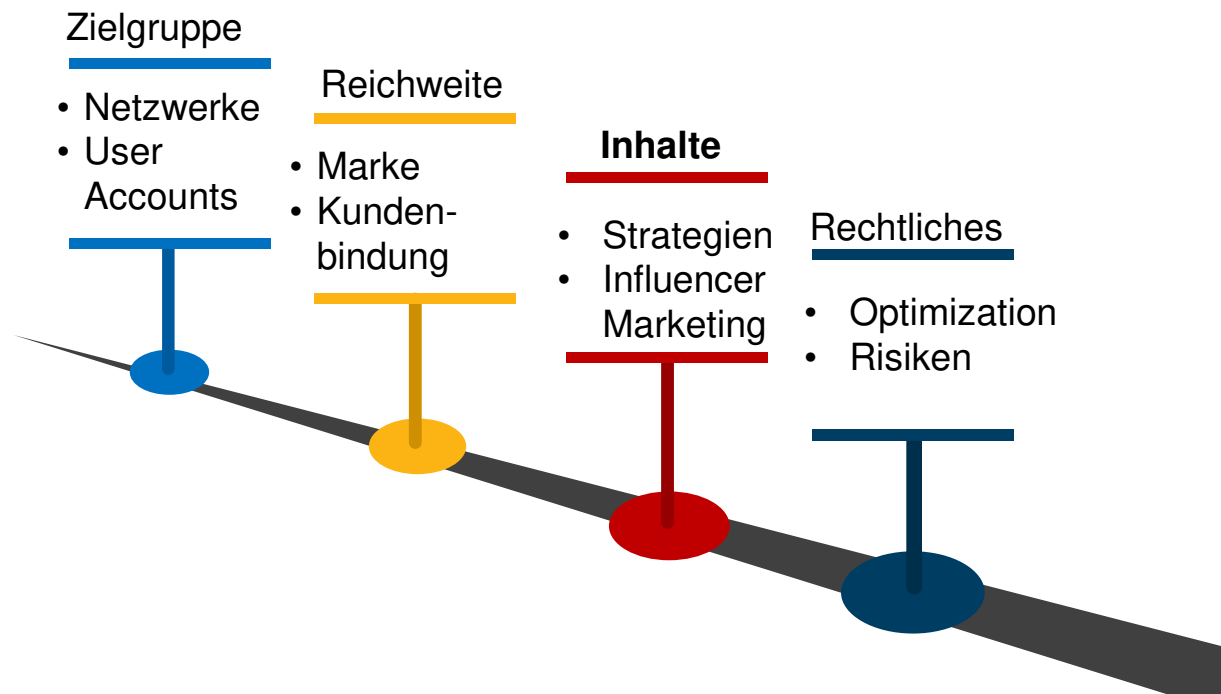
- Wofür soll die Marke oder das Unternehmen stehen?
- Bei welchen Themen hat das Unternehmen ein Alleinstellungsmerkmal?
- Wie soll über Social Media kommuniziert werden?

# Social Media Marketing - Kundenbindung

---

- Möglichkeit Kunden und Kundinnen anzusprechen und mit ihnen zu kommunizieren
- Voraussetzung „guter Content“:
  - Content sollte herausstechen
  - Content sollte dazu animieren zu kommunizieren, zu diskutieren und die eigene Webseite oder den Webshop zu besuchen
  - Content sollte für die Zielgruppe zutreffend sein
- Kommunikation nutzen um Probleme oder Fragen von Kunden und Kundinnen zu klären

# Social Media



# Social Media Marketing - Strategien

---

- Aufbau einer eigenen Gemeinschaft von Interessenten und Interessentinnen beispielsweise durch einen Blog oder Forum
- Expertentum
- Sammeln von Informationen und Wissen
- Kundenkontakt
- Aktuelle Nachrichten
- Aufbau eines guten Online-Rufs (Reputation)
- Veranstaltungen in den sozialen Netzen
- Virales Marketing
- Influencer-Marketing
- Social-Media-Monitoring (Sentiment und Kampagnenanalyse)
- Optimierung von Inhalten (Social-Media-Optimization)

## Was ist ein Influencer?

- Social Media User mit hoher Reichweite in Netzwerken
- Großen Einfluss auf die Meinung und die Konsumgewohnheiten der Menschen
- Lassen andere Leute an ihrem Leben teilhaben und integrieren Marketing für Unternehmen
- Berichten über neue Trends, Technologien und Produkte

## Was ist Influencer Marketing?

- „Hallo, Ihr Lieben, ich habe Euch heute wieder ein ganz tolles Produkt mitgebracht“
- Werbung für spezifisches Produkt durch Assoziation mit einer Personenmarke (Influencer)
- Influencer sind wörtlich übersetzt „Beeinflussende“
- Je mehr Follower bzw. Abonnenten desto mehr Reichweite

## Influencer Marketing in der Praxis:

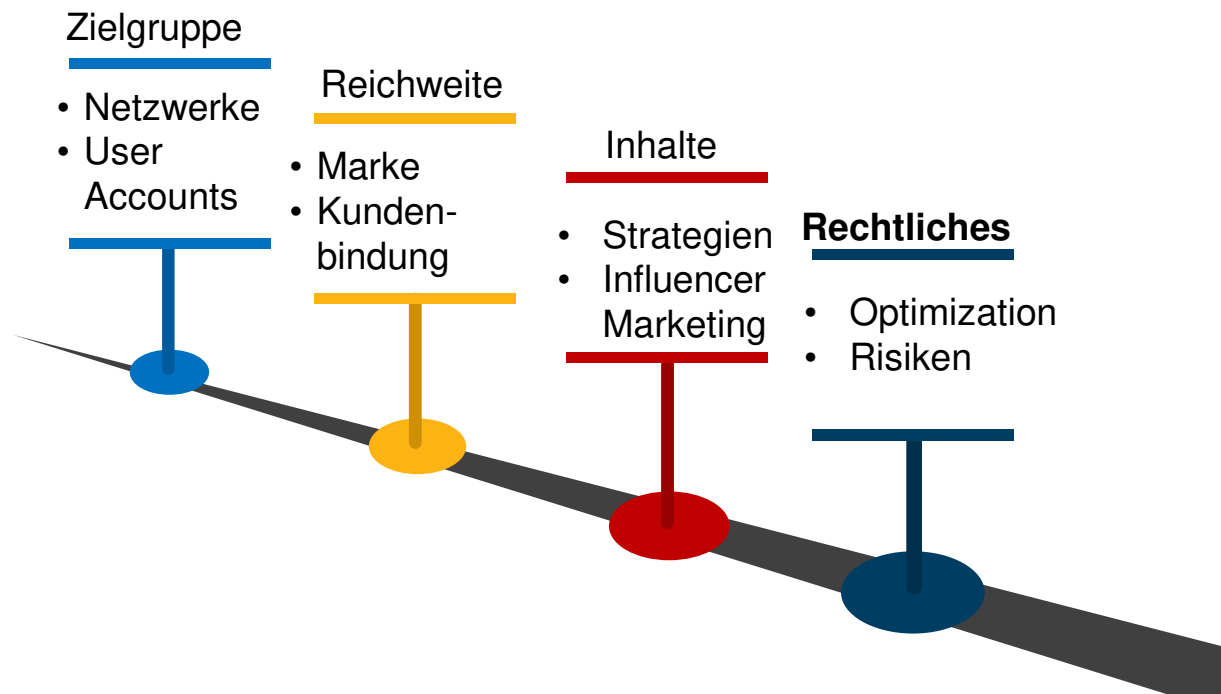
- Direktes Platzieren
- Indirektes Sponsoring
- Ausgestaltung des Contents wird in der Regel Influencern überlassen
- Eine gute Kooperation zwischen Unternehmen und Influencer kann langfristige Erfolge erwirtschaften

# Social Media Monitoring

---

- Finden und Tracken von Online-Diskussionen
- Tracking nach Stichwörter, Sätze und Ereignisse rund um Marken und das Business
- Konversationen zuzuhören, hilft...
  - Trends zu erkennen
  - Auf negative Äußerungen zu reagieren
  - Kritik und Verbesserungsvorschläge zu analysieren... und dadurch Krisen zu vermeiden und sich Vorteile zu verschaffen
- Nutzen von Social Media Monitoring Tools

# Social Media





# Social Media Optimization

---

„Optimierung von Webseiten, damit diese in Social Media Kanälen leichter gefunden werden“

**oder / und**

„Optimierung der Darstellung von Inhalten in Social Media Feeds“

## **Fünf Regeln der Social Media Optimization:**

1. Erschaffen begeisternder Inhalte
2. Erleichtern des Teilens der Inhalte
3. Belohnen der User
4. Aktives Teilen der Inhalte
5. Zum Mash-up ermutigen

# Social Media Marketing - Risiken

---

- Negatives Feedback
  - Muss man Aufmerksamkeit schenken
  - Achtung Shitstorm!
- Mangelndes Know-how
  - Kenntnisse in Social Media (Marketing)
  - Erfahrungen mit jeweiligen Kanälen
- Ressourcenknappheit
  - Personalmangel ernstnehmen
  - Berater oder Agentur?
- Krisen
  - Kontrolle über Kanäle verlieren (Shitstorm)
  - Krisensituationen planen

## Vielen Dank für Ihr Interesse!

---

- Hat Ihnen das Thema gefallen?
- Sehen Sie sich die weiteren Teile der Workshopreihe an!
- Wagen Sie nun den ersten Schritt in die Digitalisierung Ihres Leistungsangebots!
- Viel Spaß!