

nutrition-press

Fachzeitschrift für Mikronährstoffe

So klar wie dieser Himmel ist
unsere Gesundheit leider nicht

190 Millionen
Krankheiten und Risiko-
gruppen in Deutschland



ALARM!

Antwort: Prävention,
Prävention, Prävention ...

Mikronährstoffe

Vitalstoffe

Nahrungsergänzungsmittel

Hersteller und Vertriebe

Mit Nahrungsergänzungsmitteln
können Sie *gesund älter werden!*



#socialmediamarketing 2019

Tummeln auch Sie sich auf der digitalen Spielwiese "Social Media" und gewinnen Sie aus Fans und Followern echte Kunden. Let's play!

Sie können sich vor Aufträgen und Bestellungen kaum noch retten? Ihre Kapazitäten sind schon jetzt bis zum Ende des Jahres ausgeschöpft? Weitere Kunden und noch mehr Arbeit können Sie in der nächsten Zeit wirklich nicht gebrauchen? Dann lassen Sie bloß die Finger von Social Media Marketing!

Auf keinen Fall sollten Sie unter diesen Voraussetzungen eine Facebook-Fanpage, einen Youtube-Channel, einen Instagram- oder einen Twitter-Account einrichten. Mit den Werbe- und Marketingmöglichkeiten der Business-Plattformen Xing und LinkedIn, die Sie vielleicht schon für Ihre Personalsuche nutzen, sollten Sie sich ebenfalls nicht beschäftigen.

Auch Ihren geschäftlichen Eintrag bei Google My Business – zu sehen in der Google-Suche und in Google-Maps ("einfach so" für Sie von Google eingerichtet) – sollten Sie weiterhin unbeachtet lassen. Beantragen Sie keinesfalls die Inhaberschaft des GMB-Accounts. So bleiben positive Rezensionen Ihrer zufriedenen Kunden ohne positives Feedback. Und negative Bewertungen über Ihre Firma, Ihre Leistungen und Produkte weitgehend unbemerkt und unbeantwortet von Ihnen – und gut sichtbar für den Rest der Welt. Eine gute Vorgehensweise, um Ihre prall gefüllten Auftragsbücher zu entlasten.

Eine prima Sache, um potentielle (Neu-)Kunden von einer Kontaktaufnahme oder Bestellung in Ihrem Online-Shop abzuhalten, ist im Übrigen die offensichtlich-konsequente Nicht-Nutzung von Social Media Kanälen an sich.

Es zeigt ja, dass Sie beharrlich an nicht mehr zeitgemäßen Kommunikations-Methoden und Prozessen festhalten und sich von der Digitalisierung, die rings um Sie herum stattfindet, nicht beirren lassen. Denn:



© Alexander Limbach / Fotolia

46 % der Bevölkerung sind 2019 in Deutschland in Social Media aktiv

Laut Global Digital Yearbook (Digital 2019), das WeAreSocial zusammen mit Hootsuite im Januar 2019 veröffentlicht hat

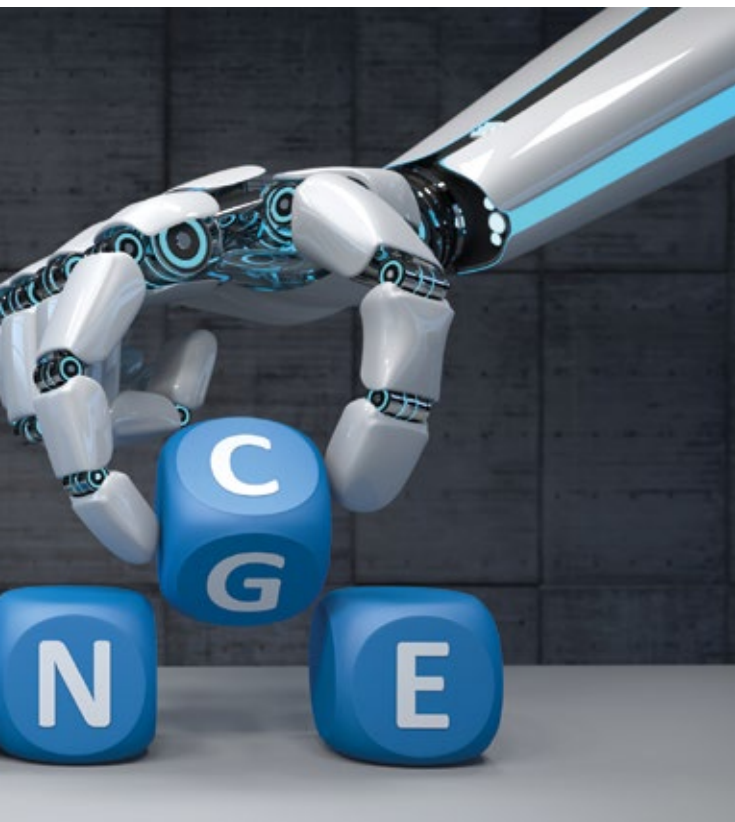
<https://wearesocial.com/de/blog/2019/01/digital-2019-deutschlands-digitales-verhalten>

sind in **Deutschland** tatsächlich 38 Millionen User in Social Media aktiv. Das entspricht satten **46 %** der Bevölkerung. Halten Sie sich fest: Diese User sind **pro Tag (!) eine ganze Stunde und 4 Minuten** in sozialen Netzwerken unterwegs. Unfassbar. Und real.

Es stimmt: Soziale Netzwerke werden überwiegend von jungen Leuten bis 59 Jahren oder so genutzt

Das Gerücht hält sich hartnäckig. Und es stimmt: Soziale Netzwerke werden tatsächlich überwiegend von jungen Leuten genutzt. Laut der Erhebung "**Bevölkerung-Zahl der Einwohner in Deutschland nach Altersgruppen am 31. Dezember 2017 (in Millionen)**"

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/>



von statista Das Statistik-Portal, stehen für folgende Altersgruppen folgende Zahlen fest:

- **15- bis 24-Jährige** [jung]: **8,68 %**
- 25- bis 39-Jährige [einigermaßen jung]:
15,75 % = insgesamt **24,43 %**
- 40- bis **59-Jährige** [immer noch ziemlich jung*]:
24,1 % = insgesamt **48,53 %**

* Sollten Sie anderer Meinung sein, behalten Sie diese jetzt besser für sich ;-).

Gut, ich bin kein Statistik-Experte oder Mathematiker. Wahrscheinlich lehne ich mich jetzt weit aus dem Fenster. Aber ich schlussfolgere, dass 46 % der Social Media nutzenden Bevölkerung in Deutschland überraschenderweise nicht zwischen 15 und 24 Jahre und auch nicht zwischen 15 und 39 Jahre alt sind. Korrigieren Sie mich!

Naja, ein bisschen Social Media kann ja vielleicht nicht schaden

Das ist ein Anfang. Gerade dann, wenn es richtig gut läuft, sollten Sie mit Social Media Marketing in und für die Zukunft investieren. Denn sobald es schlechter läuft, muss gespart werden: natürlich am Marketing-Budget.

Steigern Sie Ihre Bekanntheit, gewinnen Sie an Einfluss und Prestige dort, wo sich Ihre (potentiellen) Kunden aufhalten

Zur richtigen Zeit, mit der optimalen Dosis und der passenden Ansprache sollen Ihre Fans in Facebook und Youtube, Ihre Follower auf Instagram und Twitter, Ihre Kontakte in Xing und LinkedIn und Ihre Besucher von Google My Business zu der Einsicht gelangen, dass IHR Unternehmen, IHRE Produkte, IHRE Dienstleistungen das Optimum sind. Sie haben und Sie sind genau das, was der User sucht. DAS ist das Ziel von Social Media Marketing.

Überzeugt? Überzeugt! Aber ... Sie haben ein bisschen Angst ... vor der DSGVO, vor einem Shitstorm, vor der Übernahme durch die Maschinen, vor dem Weltuntergang ...

In der Tat ist es schon so, dass vor allem die Gefahr von Urheberrechts-, Wettbewerbsrechts-, Persönlichkeitsrechts- und Datenschutz-Verstößen in sozialen Netzwerken besonders hoch ist. Allein schon deshalb, weil eine datenschutzkonforme Nutzung von Facebook und Co. laut Ansicht vieler Rechtsexperten – ich war, bin und werde nie einer davon sein – in Deutschland und Europa gar nicht möglich zu sein scheint.

Rechtliche Risiken können jedoch unter Zuhilfenahme von Rechtsexperten (mit den damit verbundenen Zusatzkosten) so minimiert werden, dass sie dem durchschnittlich eingegangenen Risiko der in Social Media vertretenen Unternehmen, Institutionen, Behörden und Parteien entsprechen. Es ist Ihre unternehmerische Entscheidung, bei der es darum geht, Vor- und Nachteile sowie Chancen und Risiken gegeneinander abzuwägen.

Einen sogenannten Shitstorm [= schnell und massiv auftretende, teilweise beleidigende Kritik in sozialen Netzwerken, die immer größere Kreise zieht] kann man nicht verhindern, oft aber voraussehen. In jedem Fall ist es von Vorteil, einen "Erste-Hilfe-Plan" und "Experten auf Abruf" in petto zu haben.

Ständige automatisierte Beobachtung (Monitoring) und schnelle Reaktionen rund um die Uhr, an allen Tagen des Jahres, sind obligatorisch.

Aus Angst vor einem Shitstorm auf Social Media Marketing zu verzichten, ist aus meiner Sicht genauso zielführend, wie aus Angst vor einem Verkehrsunfall aufs Autofahren zu verzichten. Ein Unternehmer, der keinerlei Risiken eingehen will, ist für mich ein Widerspruch in sich. Für Sie auch? Dann lesen Sie weiter!

Also gut. Aber was soll ich posten?

Nichts ist so unerträglich wie das Mittelmaß, denn es ist laaaaaangweilig. Welche Eindrücke bleiben am längsten im Gedächtnis? Die besonders tollen und die besonders unschönen Dinge. Im Social Media Marketing kümmern wir uns natürlich um die tollen Dinge: DIE posten Sie!

Die kleine Social-Media-Fibel:

Charakteristika erfolgversprechender Postings und Tweets von A bis P

- * aktuell
- * bisschen frech
- * cool
- * direkt, schnell auf den Punkt
- * echt und wahr
- * Fotos von Ihnen, nicht gekauft
- * guter Slogan
- * Hashtags
- * in der Sprache Ihrer Kunden
- * just in time: zur richtigen Zeit
- * klare Handlungsaufforderung
- * Links zur Website, Shop
- * mit Emojis
- * nicht nerven (gutes Intervall)
- * ohne direkte Werbung
- * persönlich

Nehmen Sie sich "**Die kleine Social-Media-Fibel**" zu Hilfe und zu Herzen. Sie werden erleben, dass Ihre Posts – auch in B2B – gut ankommen. Übung macht den Meister! Und es macht Spaß!

Damit das ganze zeitlich und ressourcenmäßig nicht aus dem Ruder läuft, brauchen Sie neben kompetenten und flexiblen Mitarbeitern bzw. Agenturen vor allem gutes, technisch-digitales Handwerkszeug in Form von Software, Cloud-Lösungen, diversen Tools, schnellen Rechnern und guten Netzwerken.

Informieren und überzeugen statt überreden: So läuft das zwischen Ihnen und Ihren Fans und Followern

Mit Posts, Tweets, Stories, Videos usw. in den sozialen Netzwerken sollen weniger trockene Fakten und mehr Emotionen vermittelt werden. Weniger bedeutet nicht "keine". Es geht darum, das eigene Image zielgruppen-gerecht auf- und auszubauen: positiv und ganz natürlich, natürlich.

Marktschreierisch Produkte und Dienstleistungen anzupreisen, ist hierfür genau der falsche Weg. Es würde bedeuten, dass Sie, wie der berühmte Elefant im Porzellanladen, alles platt trampeln, was Sie so mühsam aufgebaut haben.

Deshalb machen Sie **Content-Marketing**: Sie informieren, beraten und unterhalten Ihre Fans und Follower auf deren Niveau. Dadurch wird die Bekanntheit Ihrer Marke, Ihrer Produkte und Dienstleistungen, aber auch Ihrer Per-

son, die als Mensch hinter allem und gleichzeitig im Vordergrund steht, positiv gesteigert.

Sie schaffen Vertrauen und bauen eine Art persönliche Beziehung ("Freundschaft") auf. So werden Sie selbst zum Botschafter Ihrer eigenen Marke, zum Experten auf Ihrem Fachgebiet. Sie sind Ihr eigener einflussreicher Influencer. Jeder Influencer möchte einflussreich sein, aber nicht jeder ist es. Sie schon!

Denn Sie gehen klug, strategisch und mit Feingefühl vor: eben SMART.

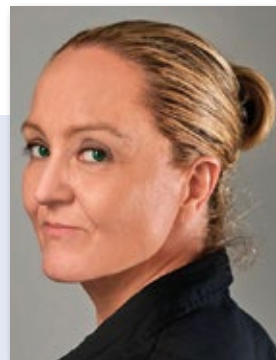
Sie wissen bereits einiges über Ihre (potentiellen) Kunden. Denn Sie haben erstklassige Analysetools auf Ihrer Website und im Shop installiert. Damit können Sie auf aussagefähige Statistiken zurück greifen und richtig gute Strategien entwickeln. Die brauchen Sie, um Ihre ausgeklügelten Redaktionspläne zu erstellen. Mit Themen (Content), die für Ihre Zielgruppe attraktiv, amüsant und wirklich interessant sind.

Clever, wie Sie sind, nutzen Sie natürlich auch in Social Media gute Analysetools für noch bessere Statistiken: Denn die gewonnen Zahlen kombinieren Sie ganz pfiffig mit denen aus Ihrer Website und dem Online-Shop. Und mit Ihren Umsatzzahlen, mit Ihren sonstigen Werbeaktionen, mit Wetterdaten und, und, und.

Die Erkenntnisse, die Sie hieraus gewinnen, nutzen Sie, um den Erfolg Ihrer Social Media Maßnahmen zu messen, zu prüfen, ggf. anzupassen und somit noch erfolgreicher zu machen. Faszinierend. Finden Sie nicht?

Stürzen Sie sich ins digitale Abenteuer und werden Sie ein Social Media-Hero!

An Social Media führt kein Weg vorbei für Unternehmen, die erfolgreich bleiben oder werden wollen. Je früher Sie loslegen, desto besser. Auf geht's! «



Autorin

Sonja Ruster

Online Marketing
Managerin (IHK)
Zertifikat der IHK Köln
Fachbeirätin NEM e.V.
www.sonjaruster.de

© gauls DIE FOTOGRAFEN