



E-LEARNING

Niveau 3



Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

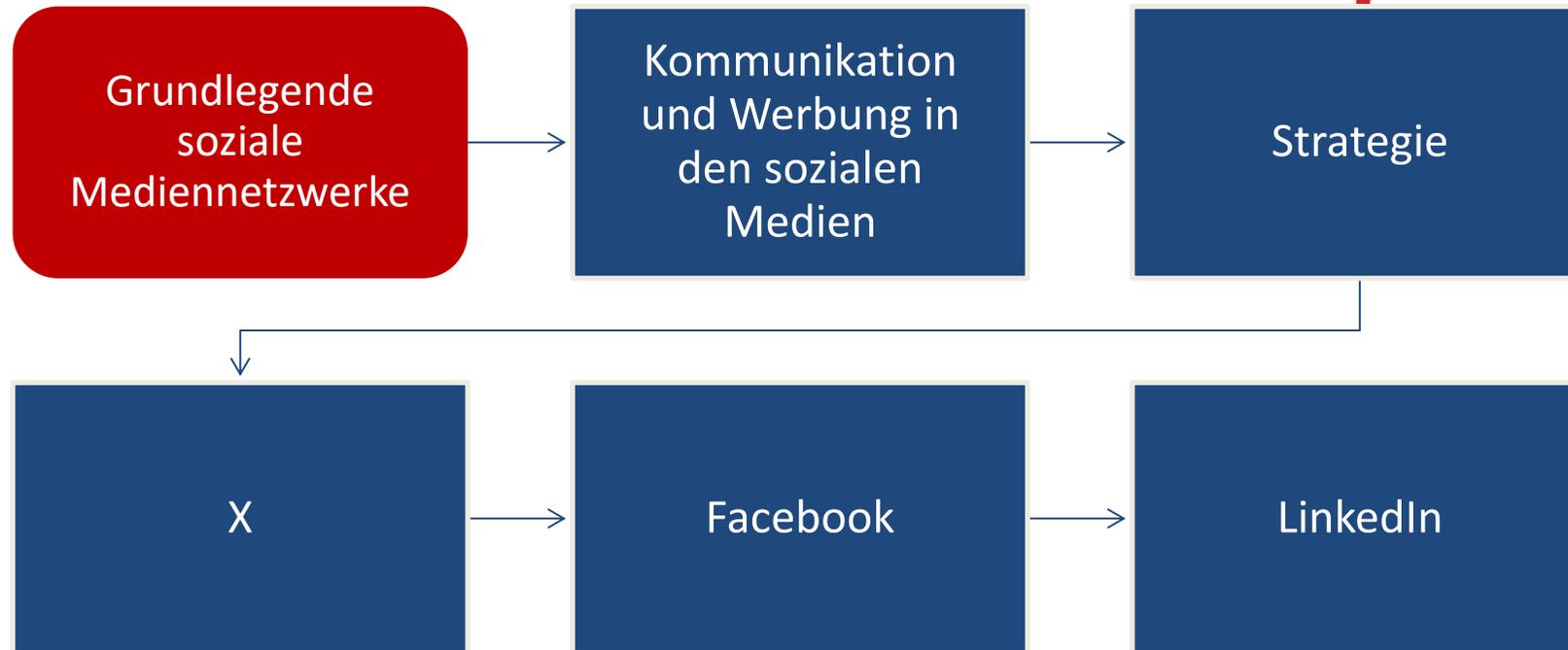
WA7: IKT-KENNTNISSE

3.18 Nutzung sozialer Medien zur Förderung der Organisation und ihrer Aktivitäten

LO3.56: Demonstration der Fähigkeit, soziale Medien zu nutzen, um die Organisation und ihre Aktivitäten zu fördern.

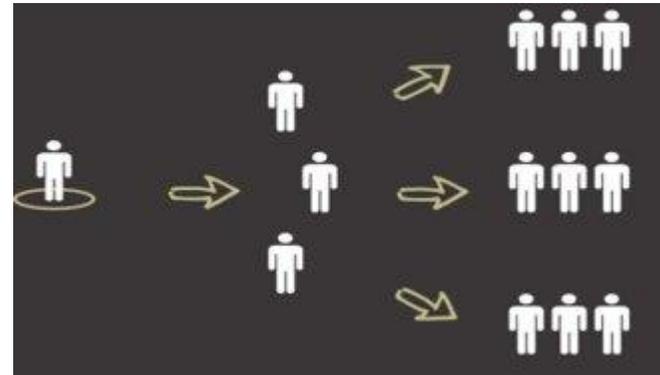


Roadmap

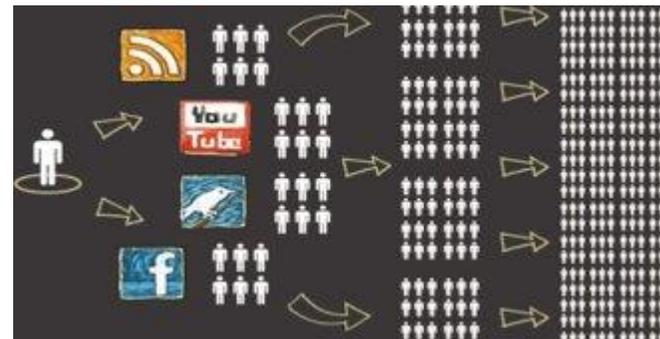


Was ist ein soziales Netzwerk und wie funktioniert es?

Vor Social Media...



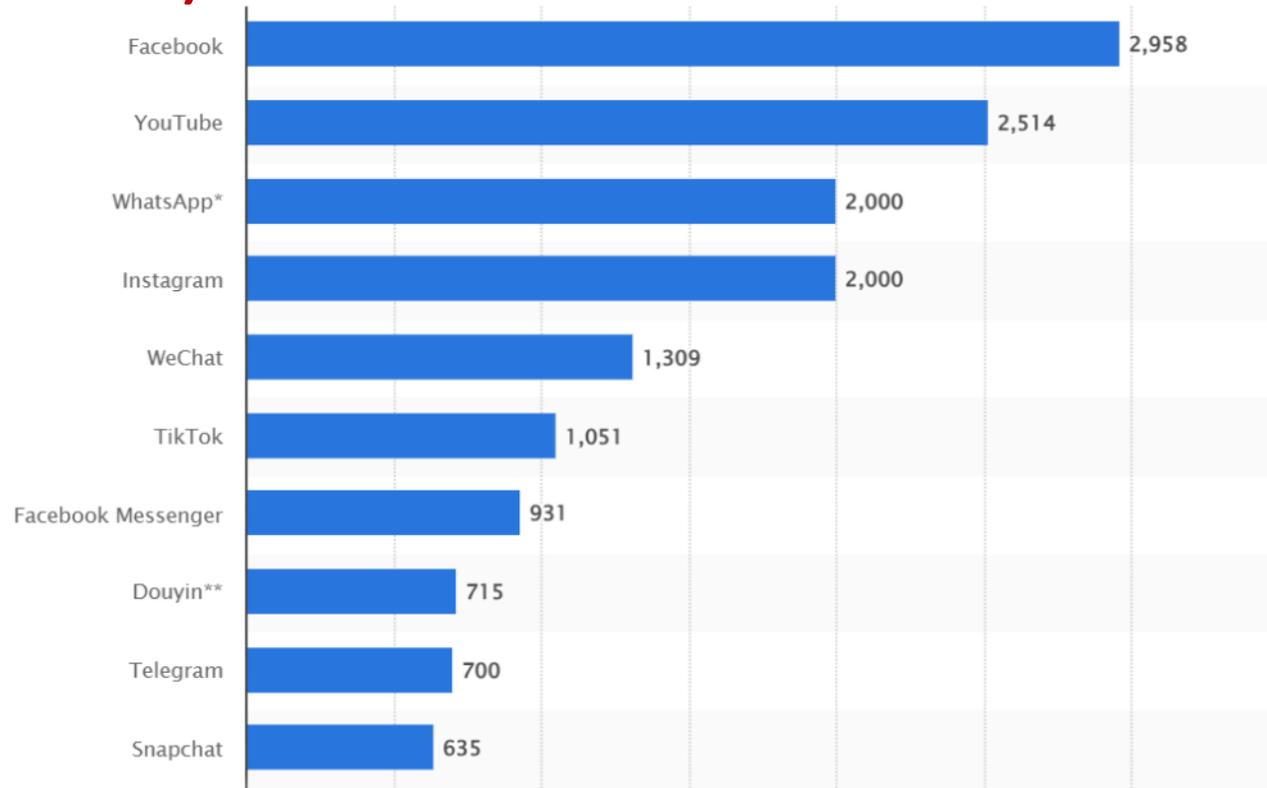
Nach Social Media



- Facebook
- YouTube
- Instagram
- X
- Pinterest
- Vimeo
- Reddit
- TikTok
- LinkedIn
- Snapchat



Die 10 beliebtesten sozialen Netzwerke weltweit, geordnet nach der Anzahl der monatlich aktiven Nutzer (in Milliarden)



Quelle: Statista; Stand der Informationen: Januar 2023

Social-Media-Marketing ist die Nutzung von Social-Media-Plattformen und Websites, um für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu werben.

- Die meisten dieser Social-Media-Plattformen verfügen über eigene, integrierte Datenanalyse-Tools, mit denen Unternehmen den Fortschritt, den Erfolg und das Engagement von Werbekampagnen verfolgen können.
- Unternehmen sprechen durch Social Media Marketing eine Reihe von Interessengruppen an
- Um soziale Medien effektiv zu nutzen, sollten Unternehmen lernen, Kunden und Internetnutzern zu erlauben, nutzergenerierte Inhalte zu veröffentlichen

1. **Legen Sie Ihre Ziele fest.**
2. **Bewerten Sie Ihre Ressourcen.**
3. **Kennen Sie Ihr Publikum.**
4. **Inhalte erstellen.**
5. **Integrieren Sie Ihre Marketingaktivitäten.**
6. **Erstellen Sie einen Zeitplan.**
7. **Halten Sie sich an die 80-20-Regel** (verbringen Sie 80 Prozent Ihrer Zeit mit Social-Media-Aktivitäten, die nicht der Eigenwerbung dienen, und 20 Prozent mit der Eigenwerbung).
8. **Setzen Sie auf Qualität, nicht auf Quantität.**
9. **Geben Sie die Kontrolle auf.**

- X ermöglicht es Unternehmen, ihre Produkte in kurzen Nachrichten, so genannten Tweets, zu bewerben, die auf 140 Zeichen begrenzt sind und in den Home-Timelines der Follower erscheinen.
- Tweets können Text, Hashtags, Fotos, Videos, animierte GIFs, Emojis oder Links zur Produktwebsite und anderen Profilen in sozialen Medien usw. enthalten.
- X wird auch von Unternehmen für den Kundenservice genutzt.



- Die Inhalte müssen so verlockend sein, dass die Besucher anhalten und sich durchklicken.
- Achten Sie beim Verfassen Ihrer Tweets darauf, dass die Leute Lust bekommen, sich durchzuklicken.
- Versuchen Sie, Zitate, Statistiken oder Fragen in Bezug auf den Link, den Sie Xn, zu verwenden, damit die Leute mehr lesen wollen.
- Binden Sie Fotos, Umfragen, Gifs oder sogar kurze Videos ein.
- Die Leute folgen Ihnen, weil sie mögen, was Sie zu sagen haben, aber oft auch, um ein Gespräch zu führen.
- Stellen und beantworten Sie Fragen, antworten Sie auf Erwähnungen und Direktnachrichten. X ist für die Steigerung des Verkehrsaufkommens ebenso nützlich wie für den Kundendienst.



- Facebook-Seiten sind ausführlicher.
- Sie ermöglichen es, ein Produkt mit Videos, Fotos und längeren Beschreibungen zu versehen und zu bewerten, da andere Follower die Produktseiten kommentieren können.
- Facebook kann einen Link zur X-Seite des Produkts herstellen und Erinnerungen an Veranstaltungen versenden.
- Ab Januar 2022 nutzen 90 % der Vermarkter von Unternehmen Facebook, um ihre Marke zu bewerben (Quelle: Statista).



- Beginnen Sie mit dem Aufbau Ihrer Fangemeinde.
- Machen Sie Ihre Seite bekannt und veröffentlichen Sie einen Link zu ihr, wo immer Sie können.
- Nutzen Sie Status-Updates oder Fotos, um Ihre Produkte, Angebote und Dienstleistungen mitzuteilen.
- Posten Sie Dinge, die Ihr Publikum dazu bringen, sich mit Ihren Beiträgen zu beschäftigen. Dinge, die sie anklicken, "mögen", kommentieren und teilen werden.
- Denken Sie daran, dass viele Facebook als persönliches Netzwerk nutzen, um mit ihren Freunden in Kontakt zu treten.
- Ihre Marke muss sich ganz natürlich in diese Atmosphäre einfügen, um das Interesse der Menschen an Ihren Beiträgen zu erhalten. Es darf also nicht nur um den Verkauf gehen.



- Professionelle Networking-Website, die es Unternehmen ermöglicht, professionelle Profile für sich selbst und ihr Unternehmen zu erstellen, um sich zu vernetzen und andere zu treffen.
- Mitglieder können ihre verschiedenen Aktivitäten in sozialen Netzwerken, wie X-Streams oder Blogbeiträge ihrer Produktseiten, auf ihrer LinkedIn-Profilseite bewerben.



- Speziell für Unternehmen und Fachleute entwickelt.
- Die Nutzer gehen hauptsächlich zu LinkedIn, um ihre Berufserfahrung und ihre beruflichen Gedanken darzustellen.



- Hat Ihr Unternehmen Seiten in den sozialen Medien? Welche?
- Sind sie wirksam und warum/warum nicht?



Steve's Food Facebook-Seite
e-EUPA_LO_83_M_001

Frage 1

Erklären Sie die Vorteile von Facebook gegenüber X.

Frage 2

Definieren Sie die Funktionen von Facebook, LinkedIn und X.

- Soziale Medien sind ein mächtiges Marketinginstrument.
- Strategie ist wichtig.
- Jede Plattform hat unterschiedliche Funktionen, und wir sollten sie je nach Zielgruppe und anderen Aspekten auswählen.



Gut gemacht!

Lerneinheit 3.18 ist abgeschlossen!



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

