

# Workshop Social Media

SPV, 24. Februar 2022

## Inhalt

1	Tipps & Tricks Social Media .....	2
1.1	Ansprache.....	2
1.2	Qualität der Beiträge .....	2
1.3	Verlinkungen mit @ .....	2
1.4	Wirkungsvolle Hashtags.....	2
1.5	Don'ts auf Social Media.....	3
2	Anleitung Facebook Creator Studio .....	3
2.1	Zugriff.....	3
2.2	Übersicht Facebook-Ansicht > Startseite.....	3
2.3	Facebook-Beitrag erstellen.....	4
2.4	Übersicht Instagram-Ansicht > Content-Sammlung .....	5
2.5	Instagram-Beitrag erstellen .....	6
3	Netzwerk .....	8
4	Themenkatalog.....	8
5	Stories .....	8
6	Repost-App .....	9
7	LinkedIn Posts planen .....	10

# **1 Tipps & Tricks Social Media**

## **1.1 Ansprache**

Auf Social Media eignet sich eine direkte Ansprache in der Du-Form. So werden die Personen direkt angesprochen.

Texte müssen kurz und knackig sein. Entweder man startet gleich mit der Hauptaussage oder beginnt mit einer ansprechenden Frage oder Feststellung.

## **1.2 Qualität der Beiträge**

Regelmässige Aktivität auf Social Media verhilft dem Konto zu mehr Aufmerksamkeit. Aktualität macht die Beiträge attraktiver. Achten Sie stets auf gutes Bildmaterial über dessen Bildrechte Sie verfügen. Es kommt immer gut an, wenn nicht nur Objekte, sondern auch Personen auf den Fotos gezeigt werden. Wir empfehlen ein bis zwei Mal pro Woche einen Beitrag zu veröffentlichen.

Variieren Sie dabei zwischen: Beiträgen aus Aktualität, Beiträgen mit redaktionellem Hintergrund und Veranstaltungen. Auch Links zur Webseite oder Videos können Sie ab und zu teilen.

Die besten Beiträge bringen nichts, wenn sie nicht gefunden werden. Das verhindern Sie durch: Markieren von Personen/Institutionen, Angaben von Orten oder Verwendung von Hashtags. Die Beiträge erscheinen so einer grösseren Zielgruppe und die Chance der Interaktion steigt erheblich.

## **1.3 Verlinkungen mit @**

Sobald Ihr Beitrag eine weitere Person oder Institution betrifft, können Sie diese mit einem @ markieren (damit das funktioniert, benötigen Sie den Namen des zu markierenden Instagram- oder Facebook-Accounts, z. B. @keramikeinzigartig). Das markierte Konto / die markierte Person wird über die Verlinkung benachrichtigt und kann somit auf den Beitrag reagieren und mit ihm interagieren. Wenn möglich sollte ebenfalls der Ort des Posts eingefügt werden.

## **1.4 Wirkungsvolle Hashtags**

Hashtags (#) agieren wie eine Schlagwortsuche oder eine Filter-Suchfunktion. Wenn Personen in Ihrer Umgebung beispielsweise nach einer Ausbildung suchen, werden Sie evtl. durch die Verwendung des Hashtags darauf aufmerksam.

Tipps, damit die Hashtags etwas bringen:

- Nur passende Hashtags verwenden. Instagram wertet die Bilder aus und wenn die Hashtags nicht passen, erhält das Bild weniger Aufmerksamkeit.
- Hashtags variieren. Auch hier spielt der Algorithmus eine wichtige Rolle. Wer immer die gleichen Hashtags verwendet, erhält weniger Reichweite.
- Keine Hashtags verwenden, die schon sehr oft gebraucht wurden (z. B. mehr als 100'000 Verwendungen). Denn diese bringen vor allem Konten mit vielen Followern Aufmerksamkeit.

## 1.5 Don'ts auf Social Media

Achtung: Keine Fotos stehlen. Jedes Foto (auch Handyfotos) ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht ohne Einverständnis für eigene Zwecke verwendet werden. Bilder zur kostenlosen Nutzung gibt es beispielsweise auf pixabay.com.

Vorsicht bei Fotos, wo Gesichter zu sehen sind: Grundsätzlich müssen Sie immer um das Einverständnis der Personen bitten.

## 2 Anleitung Facebook Creator Studio

### 2.1 Zugriff

Der Zugriff auf das Facebook Creator Studio erfolgt über den folgenden Link:

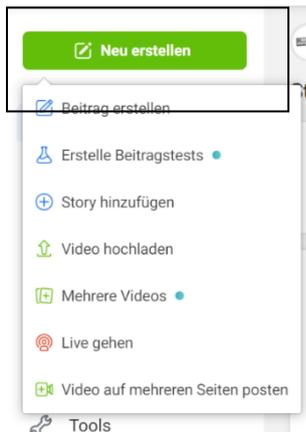
<https://business.facebook.com/creatorstudio/>. Damit das Creator Studio verwendet werden kann, muss man bei Facebook eingeloggt und bei der gewünschten Facebook-Seite als Administrator berechtigt sein.

### 2.2 Übersicht Facebook-Ansicht > Startseite

1. Facebook-Ansicht aktiviert; für Instagram auf das Symbol rechts klicken.
2. Ansicht der Statistiken für die ausgewählte Facebook-Seite
3. Ansicht noch nicht veröffentlichter Beiträge
4. Ansicht aller bereits veröffentlichter Beiträge

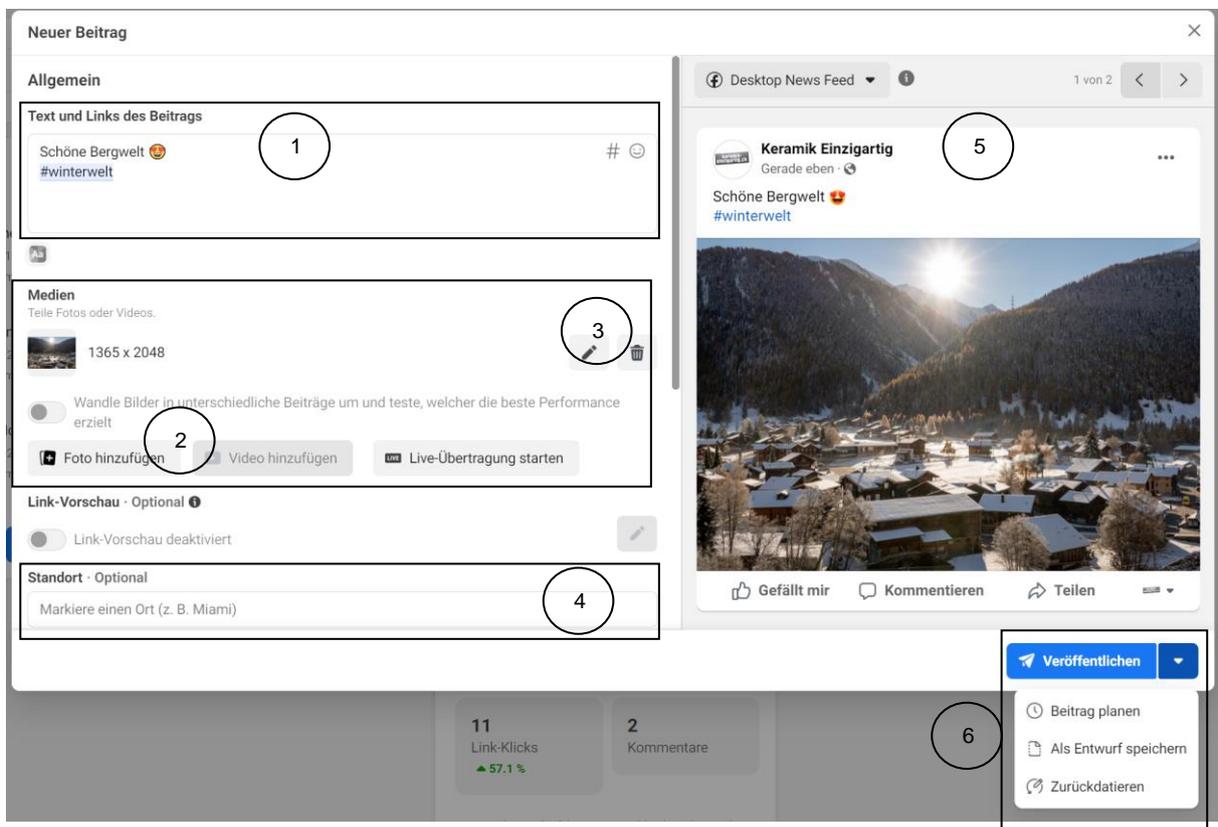
## 2.3 Facebook-Beitrag erstellen

Creator Studio



Um einen neuen Beitrag zu erstellen, auf den grünen Button klicken und «Beitrag erstellen» auswählen.

Danach öffnet sich die Eingabemaske, hier können Bild, Text und Hashtags wie gewohnt eingefügt werden (siehe unten).



1. Hier wird der Beitragstext inkl. Hashtags, Erwähnungen (@...) und Smileys eingegeben.
2. Bei dieser Option können Fotos oder Videos hochgeladen werden.
3. Soll das Bild noch bearbeitet werden (z. B. weil man die Größe anpassen möchte), erfolgt das via Stifte-Symbol.
4. Hier kann der Standort angegeben werden
5. Auf der rechten Seite erscheint stets die Vorschau des Beitrages

6. Ist der Beitrag bereit, gibt es drei Optionen:
  - a. Veröffentlichen → Beitrag wird sofort veröffentlicht
  - b. Beitrag planen → Es öffnet sich ein Fenster, in dem Datum und Zeit für die Veröffentlichung festgelegt werden können.
  - c. Als Entwurf speichern → Der Beitrag wird gespeichert, jedoch ohne Zeitplan (d. h. er wird nicht automatisch veröffentlicht).

Geplante Beiträge sind nun im Haupt-Menü unter «Noch nicht veröffentlicht» zu finden; veröffentlichte Beiträge unter «Veröffentlicht» (siehe erster Screenshot, Ziffern 3 und 4).

**Hinweis:** Die Kalenderansicht ist eine nützliche Option, wenn man sich rasch einen Überblick über die geplanten Beiträge verschaffen möchte. Auf diese kann sowohl unter dem Menüpunkt «Noch nicht veröffentlicht» wie auch «Veröffentlicht» oben rechts mit einem Klick auf Kalender zugegriffen werden. Für die gewohnte Ansicht wieder «Tabelle» anwählen.



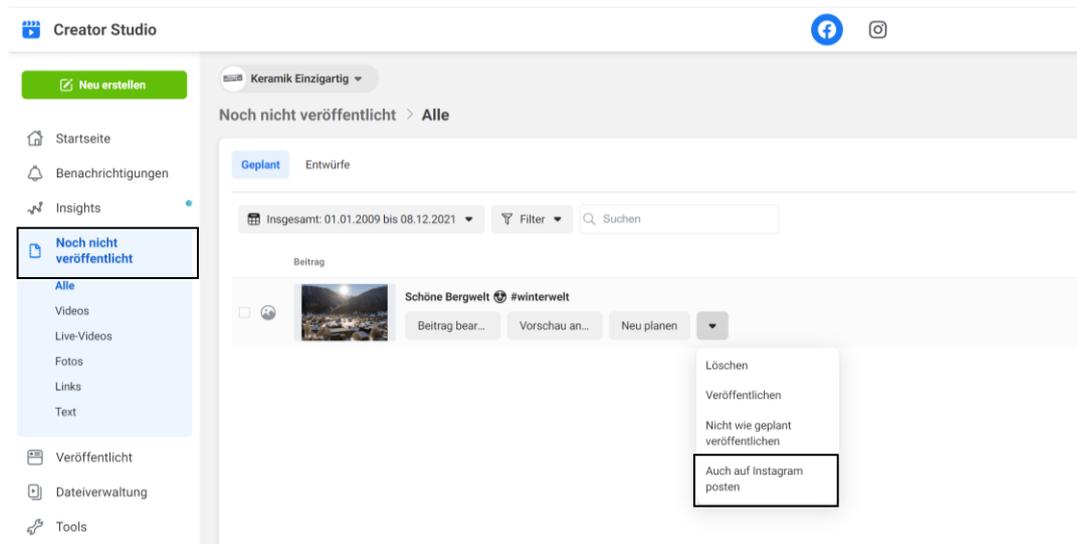
## 2.4 Übersicht Instagram-Ansicht > Content-Sammlung

1. Instagram-Ansicht aktiviert; für Instagram auf das Symbol rechts klicken.
2. Übersicht aller Beiträge (nicht getrennt wie bei Facebook).
3. Kalender-Ansicht aller veröffentlichter und geplanter Beiträge
4. Ansicht der Statistiken für das ausgewählte Instagram-Konto
5. Der Beitragsstatus gibt Auskunft darüber, ob ein Beitrag veröffentlicht, geplant oder als Entwurf gespeichert ist.

## 2.5 Instagram-Beitrag erstellen

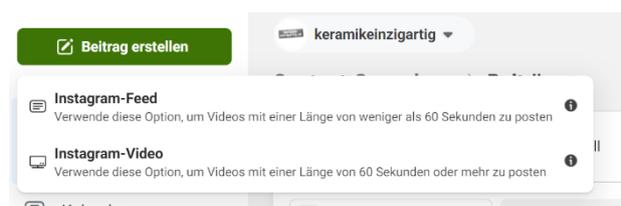
Instagram-Beiträge können entweder von Facebook automatisch kopiert oder neu erstellt werden.

### Option kopieren



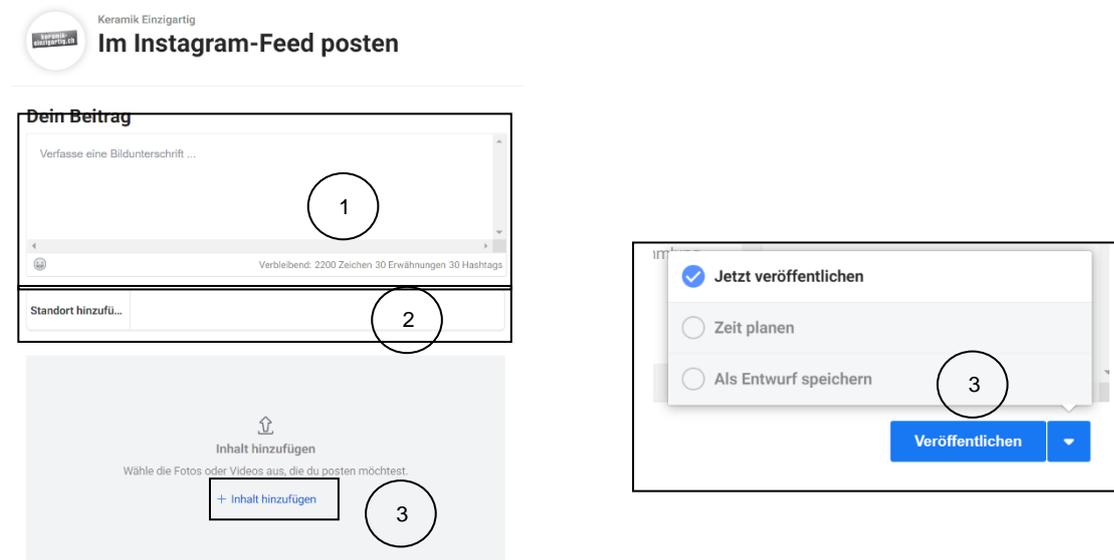
Im Menü «Noch nicht veröffentlicht» der Facebook-Ansicht den gewünschten Beitrag auswählen und «Auch auf Instagram posten» anklicken. Damit der Zeitplan festgelegt werden kann, muss oben auf die Instagram-Ansicht gewechselt werden. Der Beitrag ploppt automatisch auf und der Text kann nochmals angepasst werden.

### Option neu erstellen



Um einen neuen Beitrag zu erstellen, auf den grünen Button klicken und «Instagram-Feed» auswählen (in der Instagram-Ansicht).

Danach öffnet sich die Eingabemaske, wo Bild, Text und Hashtags wie gewohnt eingefügt werden können (siehe unten).



1. Hier wird der Beitragstext inkl. Hashtags, Erwähnungen (@...) und Smileys eingegeben.
2. Hier kann der Standort angegeben werden
3. Bei dieser Option können Fotos oder Videos hochgeladen werden. Wenn das Bild hochgeladen wurde, kann es ebenfalls noch zugeschnitten werden (📏).
4. Ist der Beitrag bereit, gibt es 3 Optionen
  - a. Veröffentlichen / Jetzt veröffentlichen → Beitrag wird sofort veröffentlicht
  - b. Zeit planen → Es öffnet sich ein Fenster, in dem Datum und Zeit für die Veröffentlichung festgelegt werden können.
  - c. Als Entwurf speichern → Der Beitrag wird gespeichert, jedoch ohne Zeitplan (d. h. er wird nicht automatisch veröffentlicht).

### **3 Netzwerk**

Wie bereits erwähnt, braucht es ein Netzwerk, um die eigene Bekanntheit und Reichweite zu steigern.

Am Anfang lohnt es sich, anderen Firmen zu folgen, die in der gleichen Branche tätig sind. So werden andere Personen auf das eigene Konto aufmerksam. Man kann zum Beispiel nach einem Hashtag suchen und sich dann ansehen, wer diesen bereits benutzt hat. Interessanten Konten kann man dann folgen.

Es lohnt sich, die Beiträge von Freunden und Partnern zu liken, kommentieren und zu teilen. So werden Sie auf deren Seite und in Ihrem Netzwerk sichtbar und signalisieren, dass auch Sie Interaktion auf Ihrer Seite begrüßen würden.

Sobald jemand mit Ihren Posts interagiert, reagieren Sie darauf (z. B. Bedanken Sie sich für den Kommentar oder liken Sie diesen).

Das Netzwerk sollte vor allem auf Instagram regelmässig gepflegt werden, darf aber auch auf Facebook nicht vernachlässigt werden.

### **4 Themenkatalog**

Es ist sehr empfehlenswert einen Redaktionsplan zu erstellen. So wird spannender und abwechslungsreicher Content auf den Social Media-Plattformen garantiert, ohne dass man sich kurzfristig Inhalte überlegen muss.

### **5 Stories**

Spontane Schnappschüsse oder kurze Videos (z. B. Szene eines Kurses) eignen sich für die Story. Stories sind sehr beliebt, da sie sich ganz oben in der App befinden. Viele Leute klicken sich zuerst durch die Stories, bevor sie in ihrem Feed runterscrollen. Eine Story kann nur 24 Stunden angesehen und löscht sich dann von selbst.

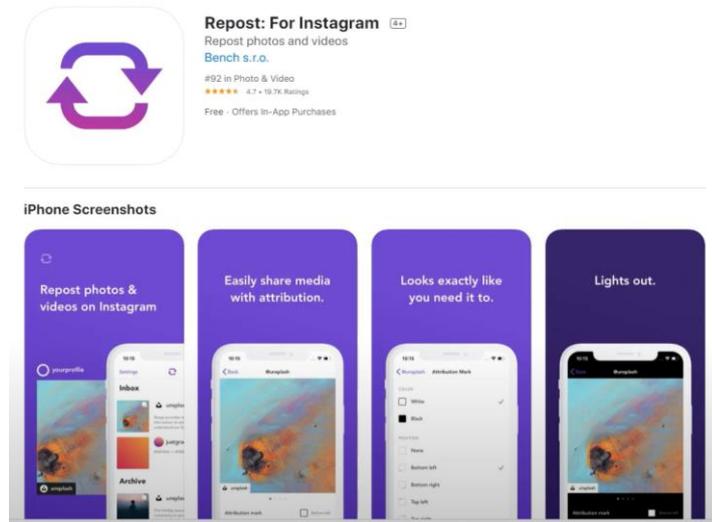
Auch Beiträge die «normal» im Feed gepostet werden, können in der Story nochmals geteilt werden, um mehr Aufmerksamkeit zu erreichen.

Stories können in den Instagram-Highlights «verewigt» werden.

Es empfiehlt sich, die Stories in der Instagram-App zu erstellen und diese dann gleichzeitig auch auf Facebook zu veröffentlichen. Dies deshalb, weil Stories auf Instagram öfters angesehen werden als auf Facebook.

## 6 Repost-App

Auf Facebook lassen sich Beiträge von Freunden mühelos auf der eigenen Seite teilen. Instagram lässt dies nur durch eine zusätzliche App zu.



Mit einem Klick können Beiträge von Freunden auf Facebook oder LinkedIn auf dem eigenen Profil geteilt werden, nur Instagram lässt diese Funktion nicht zu. Dies ist schade, denn Besucher posten oftmals Beiträge, die es wert sind, auf dem eigenen Instagram-Feed zu teilen. Mittels einer zusätzlichen App ist dies aber möglich. Wie das funktioniert, erklären wir hier.

Um auf Instagram Beiträge zu teilen, benötigt man eine zusätzliche App. Wir empfehlen die App «Repost». Mit wenigen Klicks können nun Instagram-Posts geteilt werden. So gehen Sie vor:

1. Laden Sie die App «Repost: For Instagram» im App Store herunter.
2. Gehen Sie auf Instagram und wählen den Beitrag aus, den Sie gerne auf Ihrem Feed oder in Ihrer Story teilen möchten.
3. Oder sind Sie auf der Suche nach einem Beitrag, indem Ihre Unternehmung erwähnt wurde oder der thematisch spannend für Sie sein könnte? Dann geben Sie im Suchfeld Ihr Unternehmen, Ihre Marke oder den Standort (je nach dem, für was Sie bekannt sind und gefunden werden wollen) ein.
4. Klicken Sie rechts über dem Bild auf die drei Punkte und wählen «Link kopieren» aus.
5. Wechseln Sie zu der App «Repost», hier erscheint der kopierte Beitrag automatisch. Klicken Sie diesen an.
6. Sie sehen nun, dass auf dem Foto unten links das Profil des Urhebers klein im Bild eingeblendet wird. Sie können unter «Attribution mark» Anpassungen vornehmen, sprich den Urheber weglassen oder die Position anzeigen.
7. Klicken Sie auf Repost, wählen Sie «In Instagram kopieren» aus und verfahren Sie so, wie Sie normalerweise einen Post machen würden. Sie können auf dem Bild oder in der Beschreibung den Urheber zusätzlich markieren. Dadurch erhält der Urheber eine Benachrichtigung, dass Sie seinen/ihren Beitrag benutzt haben

Hier geht es zu einem [Erklärvideo](#) auf YouTube.

## 7 LinkedIn Posts planen

Hootsuite bietet sich als Planungs-Tool für Social Media an. Posts können mit Bildern, Videos oder Links erstellt, resp. geplant werden und gleich auf mehreren Plattformen (sprich Facebook, Instagram, LinkedIn etc.) geteilt werden. Auch Verlinkungen mit @ funktionieren bei Business-Accounts auf LinkedIn.

Mit der Wochenübersicht gelingt der Überblick über alle Posts, die sehr unkompliziert umgeplant werden können. Zusätzlich gibt es ein Analysetool und die Möglichkeit bezahlte Werbeposts zu machen.

Kosten:

- 2 Accounts sind gratis
- Ab 2 Accounts 39€ pro Monat, inkl. Zugang zu weiteren Funktionen wie Analysen

Alternative zu Hootsuite: Later, Buffer etc.

F+W Communications, 24. Februar 2022