

Rachel Reunis

SOCIAL-MEDIA-SCHULE

snyGGGferalia.com

Erste Folge: Zehn Gründe, warum jedes Unternehmen Social-Media-Marketing braucht.

1. Es ist effizient: Ein Stand auf einem Turnier kostet schnell mal 10.000 Euro, Bilder für Facebook oder Instagram sind dagegen nahezu umsonst.
2. Es ist wie Bogenschießen: Sie können sich gezielt aussuchen, welche Zielgruppe Sie treffen. Ein Beispiel: Angenommen, Sie vertreiben hochwertige Sättel. Ob die Mütter und Töchter, die am Turnierstand vorbeischlendern, wirklich die ideale Zielgruppe sind, ist fraglich. Doch in den sozialen Netzwerken können Sie ganz genau bestimmen, wer Ihre Produkte sieht, indem Sie sich zum Beispiel Markenbotschafter aussuchen – Personen, die als Influencer in ihrem Bereich gelten – und deren Zielgruppe nutzen. Wenn Sie etwa die äußerst erfolgreiche Nachwuchs-Springreiterin mit Ihren Sätteln ausstatten, und die dann auf Facebook und Instagram von den Produkten erzählt, wobei die Sättel immer mal wieder zu sehen sind, dann können Sie ziemlich sicher sein, dass Sie die richtige Zielgruppe treffen. Was das kostet? Das können Sie beispielsweise auf der Website www.influencerdb.net/insights für alle möglichen Instagram-Accounts abschätzen.
3. Es tut der Marke gut: Gute Inhalte auf Social-Media-Plattformen geben Ihrer Marke ein Gesicht. Aber: Bitte nicht bloß billig ein paar Produktfotos reposten – das ist gefährlich, weil man sich so keinen eigenen ästhetischen Look aufbaut! Gute Werbung zeigt in eigener Ästhetik die Firmenphilosophie und erzählt reale Geschichten rund um Ihre Produkte. Und dafür haben Sie hier so viel Platz, wie Sie wünschen.
4. Sie haben keine Begrenzung: Man kann so oft mit den Kunden kommunizieren, wie man möchte. Traditionelle Werbung ist einmalig. Sie wird gesehen – Ende. Seine Online-Kanäle kann man hingegen so oft bespielen, wie man will.
5. Falls Ihr Unternehmen noch nicht auf Social-Media-Plattformen vertreten ist, sind Sie spät dran: Wer dort in spätestens fünf Jahren nicht seinen gesicherten Platz hat, wird es schwer haben. Also fangen Sie an. Sofort. Mit dem, was da ist, auch wenn Sie vielleicht denken, das reiche nicht. Das Vorhandene qualitativ zu verbessern, ist Schritt zwei. Wichtig ist das Anfangen.
6. Für den Anfang braucht man nur drei Dinge: die eigene Website – danach suchen die Menschen, die die Marke entdeckt haben und mehr wissen wollen –, dazu eine Facebook-Seite und dann noch einen Instagram-Account.
7. Ein Fachmann findet sich in der Regel leicht: Wenn Sie noch keine Strategie haben, überlassen Sie einem fähigen jungen Menschen in Ihrem Unternehmen zum Beispiel Ihren Instagram-Markenaccount. Derjenige sollte verstehen, dass Instagram ein Storytelling-Werkzeug ist. Wenn er dann auch noch



Privat

Storys, also kleine Videos, die sich nach 24 Stunden selbst löschen, auf Instagram machen kann – perfekt! Das ist schließlich die Zukunft. Die Leute möchten heute live dabei sein, sie wollen bewegte Bilder und Fotos sehen.

8. Es hat Potenzial: Jedes Bild, das auf den eigenen Kanälen geteilt wird, hat die Chance, viral zu werden – also von ganz vielen Menschen geteilt zu werden und eine enorm große Menge an möglichen Kunden zu erreichen.

9. Diese Art von Werbung ist messbar: Statistiken sind inklusive und leicht auszulesen. Man erfährt so, wie viele Menschen die eigenen Bilder sehen und was diese mögen – Infos, die man einfach bekommt, weil man Social Media nutzt. Man muss für diese hilfreichen Daten kein zusätzliches Geld in die Hand nehmen.

10. Die eigene Marke lässt sich über Social Media verändern: Wenn ich zum Beispiel eine sehr traditionsreiche Marke habe, die ich verjüngen möchte, geschieht dies über Social Media ganz gezielt. Es passiert einfach, indem ich dort bin, wo sich die junge Zielgruppe aufhält, und ich mir dort passende Kooperationspartner suche – etwa junge Menschen, die als Gesicht für meine Marke funktionieren könnten.

p

Rachel Reunis betreut Reitsport-Unternehmen, zum Beispiel Euro Star, und Profireiter bei ihrer Internetpräsenz www.thestylishquestrianconsulting.com. Außerdem betreibt sie einen erfolgreichen Instagram-Account rund ums Thema Reitmode www.instagram.com/the_stylish_questrian.

IMPRESSUM

23. Jahrgang

FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostraße 18, 86504 Merching
info@equitrends.de

www.forum-zeitschriften.de

Tel. 082 33/381-0, Fax 082 33/381-212

Geschäftsführung:
Rosina Jennissen

Chefredakteur:
Guido Krisam, DW -511
guido.krisam@forum-zeitschriften.de

Redaktion:
Kai Schwarz, stellv. Chefredakteur, DW -164
kai.schwarz@forum-zeitschriften.de

Kenneth Knabe, DW -516
kenneth.knabe@forum-zeitschriften.de

Jana Riemann, DW -362
jana.riemann@forum-zeitschriften.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Jeannette Aretz, Gesa Eckhardt,
Birgit Lück, Rachel Reunis, Birgit Walter

Anzeigenleitung:
Daniela Ospel-Lindner, DW -142
daniela.lindner@forum-zeitschriften.de

Anzeigen:
Melanie Hahn, DW -524
melanie.hahn@forum-zeitschriften.de

Burkhard Müller, Tel. 05436/9689800
burkhard.mueller@forum-zeitschriften.de

Anzeigenverwaltung:
Sabine Konhäuser, DW -515
sabine.konhaeuser@forum-zeitschriften.de

Leserservice:
Andrea Siegmann-Kowsky, DW -361
andrea.siegmann-kowsky@forum-zeitschriften.de

Erscheinungsweise:
zehnmals jährlich

Jahresbezugspreis inkl. Versand:
79,- Euro zzgl. 7 % MwSt.
Verkauf nur im Abonnement.

Anzeigenpreisliste Nr. 1/2017

Layout:
Engel & Wachs, Augsburg

Druck:
Kessler Druck + Medien, Bobingen

© Copyright **equitrends** 2017 by
FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Alle Rechte vorbehalten
ISSN 0948-6119

Gemäß Verordnung zur Durchführung des Gesetzes über die Presse vom 7.2.1950 in Verbindung mit § 8 des Bayer. Pressegesetzes wird mitgeteilt: Gesellschafter der FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH ist Ronald Herkert, Kissing.



Nachdruck, auch auszugsweise,
nur mit Nennung der Quelle gestattet.