

Social Media

news



Liebe Leserin, lieber Leser,


Social Media Marketing ist wie jede Marketing-Disziplin einem dynamischen Wandel unterlegen. Trends und Veränderungen gilt es dabei frühzeitig zu erkennen und ggf. zu adaptieren. Zwei besonders aktuelle Themen, auf die wir eingehen möchten, sind die mobile Nutzung von Social Media, die eine neue Intensität erreicht sowie das Storytelling. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.


Christian Pansch, Prokurist und Teamleiter Social Media

Neue Kunden & Projekte

Wir freuen uns über zahlreiche neue und spannende Social Media Projekte und das uns entgegengebrachte Vertrauen.

REMINGTON  Die Lifestyle-Marke Remington steht im Bereich Personal Care für perfektes Haarstyling. konstruktiv betreut ganzheitlich die Facebook-Aktivitäten samt Community- und Ads-Management.

HACHEZ  Hachez Chocolate: Die bekannte Bremer Traditionsmarke für hochwertige Schokolade und Pralinen etablieren und begleiten wir auf Facebook.

Santander  Für die Santander Universitäten, das weltweit größte Universitäten-Netzwerk gefördert durch die Santander Bank, betreuen wir den Facebook-Etat vollumfänglich und sorgen z.B. mit kreativen Facebook-Apps für Awareness und Fanaufbau.

Russell Hobbs  Backen, kochen, bügeln: Den Haushaltsgeräte-Anbieter Russell Hobbs unterstützen wir auf Facebook mit Consulting, Community Management und Mediaschaltung.

Facebook wird mobiler

Immer und überall dabei: Facebook wird von immer mehr Menschen über mobile Endgeräte verwendet. Weltweit sind 864 Mio. Nutzer täglich auf Facebook aktiv, das sind rund 64% aller registrierten Nutzer. 703 Mio. der täglich aktiven Nutzer greifen bereits ergänzend oder ausschließlich über mobile Endgeräte auf Facebook zu – im Vorjahr waren es weltweit gerade einmal 329 Mio.! In Deutschland sind von den 27 Mio. aktiven Nutzern 22 Mio. mobil auf Facebook unterwegs, 16% mehr als noch vor einem Jahr. Dies führt zu einer gesteigerten Nutzungintensität. Rund 81% der Nutzer sind weltweit täglich mobil auf Facebook aktiv. Die verstärkte mobile Nutzung bringt dabei neue Möglichkeiten, aber auch Anforderungen im Facebook-Marketing mit sich. Interessante und aktuelle Inhalte regen Fans zu regelmäßigen Interaktionen in

Form von Likes, Shares und Kommentaren an. Dies wird durch die intensivere Nutzung durch mobile Endgeräte noch verstärkt, was schnellere Reaktionen, Flexibilität und eine intensivere Betreuung der Page erfordert. Ein professionelles Community Management ist daher unumgänglich. Facebook bietet Unternehmen zudem die Möglichkeit, auch Anzeigen speziell auf mobile Endgeräte auszurichten: Diese erscheinen ausschließlich im Newsfeed des Nutzers und erfahren durch die größere und prominente Platzierung hohe Aufmerksamkeit. Regelmäßige Auswertungen geben zudem Aufschluss darüber, ob die Anzeige überwiegend mobil oder über den Desktop aufgerufen wurde, was eine direkte Erfolgsanalyse ermöglicht. So lassen sich Facebook-Anzeigen genau aussteuern, um Zielgruppen je nach Nutzungskontext anzusprechen.

Aktive und mobile Nutzung von Facebook



Quelle: facebook

Storytelling auf Facebook für Unternehmen

Relevanter Content, der den Leser wirklich interessiert, und häufiges Engagement sind die Basis einer erfolgreichen Facebook-Page sowie bei Aktivitäten in anderen Netzwerken. „Storytelling“ als Methode die eigenen Inhalte in Social Media zu verbreiten, kann genau hier ansetzen. Das grundlegende Prinzip dabei ist kein neues: Gute und spannende Geschichten lassen uns zuhören, binden uns ein und erhalten unsere Aufmerksamkeit. Im Facebook-Marketing wird Storytelling immer wichtiger: Redaktionelle Themen sollten inhaltlich und visuell so aufbereitet werden, dass sie den Fan direkt auf den ersten Blick ansprechen und fesseln. Offensichtliche Werbebotschaften gehen dabei zunehmend unter. Bei „gut erzählten Geschichten“ aber setzt sich der Nutzer intensiver, emotionaler und regelmäßiger mit den Botschaften der Marke auseinander, interagiert mit dem Unternehmen und teilt die Inhalte auch mit seinen Freunden – er wird aktiver Teil der Marke und spricht gerne darüber.

Warum Storytelling?

Auf Facebook treffen viele Inhalte auf eine natürlich begrenzte Nutzeraufmerksamkeit: Weltweit entstehen täglich rund 4,75 Mrd. Elemente. Das können z. B. Texte, Fotos, Videos oder geteilte Inhalte sein. Facebook filtert diese Massen an Inhalten nach diversen verborgenen Faktoren, um dem Nutzer nur die Informationen zukommen zu lassen, die für ihn gemäß Algorithmus potenziell interessant sind. Nicht jede vom Unternehmen veröffentlichte Meldung erreicht auch den Fan. Daher muss man sich als Unternehmen intensiv damit auseinandersetzen wie man aus der Masse herausstechen, den Fan binden und ihn zur Interaktion bewegen kann. Facebook-User möchten auf unterschiedlichste Art unterhalten werden – Storytelling ist dabei ein wichtiges Werkzeug.

Wie funktioniert Storytelling?

Zu jeder Marke, jedem Unternehmen oder Produkt gibt es potenziell interessante Themen: Verwandeln Sie Ihre Inhalte in emotionale und spannende Geschichten.

Gute redaktionelle Planung zum „richtigen“ Zeitpunkt der Veröffentlichung, kreative Ideen, starke Visualisierungen, eine zielgruppengerechte Tonalität und professionelles Community Management sind dabei wichtige Faktoren. Die Erzählstruktur sollte stets einfach, logisch, authentisch und für den Fan nachvollziehbar sein. Auf Facebook werden prägnante, kurzgefasste Postings, die die Botschaft auf den Punkt bringen, schneller und dadurch auch besser wahrgenommen – konzentrieren Sie sich also stets auf das Wesentliche. Klare, einfache Messages, die einem roten Faden folgen, prägen sich bei Ihren Fans besonders gut ein. Sie zeigen Zusammenhänge auf und bringen Ereignisse in eine verständliche Reihenfolge. Fragen Sie sich einmal selbst: Welche Updates sind in letzter Zeit in Erinnerung geblieben und warum? Storytelling funktioniert dabei oft über Spannung und Emotionen: interessante Themenreihen, individuelle Visualisierungen, Fortsetzungsgeschichten, offene Fragen – der kreativen Umsetzung sind kaum Grenzen gesetzt.



Mit Storytelling hohe Aufmerksamkeit erzeugen: Das „Wie“ ist entscheidend!

Storytelling made by konstruktiv

Interessante Geschichten, aufmerksamkeitsstark und authentisch verpackt: Mit Storytelling lassen sich Fans langfristig binden und begeistern. So auch für unseren Kunden evian: Als Partner des Omnivore Food Festivals in Montreal, einem Feinschmecker-Treffen der Extraklasse im letzten September, wurde z. B. über mehrere Tage mit Eindrücken und „Behind the scenes“-Material vom Event berichtet. Den Fans wurde so das Gefühl vermittelt ein Teil des Ereignisses zu sein. Über themenspezifische Hashtags erweiterten wir den Kreis der Empfänger und schafften zusätzlich Awareness.



Live young! Zu gutem Essen gehört auch immer ein gutes Wasser. Die Inszenierung überzeugt.



Für das traditionsreiche Unternehmen Bunting Tee aus Ostfriesland greifen wir kontinuierlich regionale und saisonale Themen auf, die wir über kreative Visuals mit der norddeutschen Gelassenheit in Einklang bringen. So können wir junge und ältere Zielgruppen über leicht verständliche, eingängige Themen

und einen starken Wiedererkennungswert an die Produktwelt binden. Mit tagesaktuellen Geschichten, die den Erwartungshorizont treffen, laden wir die Marke positiv auf.



Den Fans des Haushaltsgeräte-Anbieters Russell Hobbs präsentieren wir regelmäßig attraktive Produktneuheiten – immer mit Bezug auf die Vorzüge, welche die Geräte dem Anwender zu Haus bieten können. Funktionsumfang, technische Highlights und bspw. auch Award-Auszeichnungen runden die Stories ab. Durch die Ansprache der Fans über ganz konkrete Problemstellungen und Nutzungsszenarien wie den perfekten Kaffee am Morgen oder den guten Start in den Tag können wir so einen starken Fokus auf die Mehrwerte der Produktwelt legen – ohne Fans mit rein werblichen Botschaften zu belegen.

Influencer Marketing: Mit Bloggern authentisch kommunizieren und Gespräche auslösen



Blogs sind neben den traditionellen etablierten Medien in der Web-Landschaft nicht mehr wegzudenken. Professionelle Blogger sind gut vernetzt, strahlen Glaubwürdigkeit aus und haben in ihrer Zielgruppe mitunter eine sehr hohe Reichweite aufgebaut, die sich über konventionelle Marketingmaßnahmen nicht erreichen lässt. Daher können diese Influencer einen wichtigen Bestandteil in

der eigenen Kommunikationsstrategie ausmachen. Um Blogger auf authentischem Wege für die eigene Marke oder ein Produkt zu gewinnen, bedarf es einer klaren Strategie. Anonyme Massenansprachen, strenge Vorgaben oder offensive Werbeanschreiben versprechen dabei wenig Erfolg. Die erste Ansprache kann bereits die Richtung vorgeben – denn mit wem sie zusammenarbeiten, suchen sich die Blogger natürlich selbst aus. Nach individueller Kontaktaufnahme sollte in der weiteren Abstimmung die Idee überzeugend erklärt werden, um einen Meinungsmacher als Botschafter für sich zu gewinnen: Dies kann durch kreative Aufhänger, den richtigen persönlichen Ton und ein fortlaufend offenes Ohr gelingen.

So werden langfristige und nachhaltige Beziehungen aufgebaut, die bei der Kommunikation eigener Botschaften im Web sehr hilfreich sein können, um z. B. ein (neues) Produkt bekannter zu machen oder eine Dienstleistung zu positionieren. Wir bieten von der Idee und Konzeption bis zur Umsetzung, Betreuung und Nachbereitung alle Leistungen aus einer Hand: Durch zahlreiche Kampagnen verfügen wir über weitreichende Erfahrungen und mehrjähriges Know-how im Umgang mit Bloggern. Kunden wie z. B. Harley-Davidson, L'Oréal Paris, Cyberport, Bongrain Deutschland, Volvic oder HEINZ Ketchup vertrauten uns bereits die Konzeption und Abwicklung ihrer Blogger Kampagnen an.

Überzeugende Inszenierung für HEINZ Ketchup

In mehreren Kampagnen konnten wir durch individuelle Strategien, geschickte Kommunikation und ansprechende Inszenierung ausgewählter HEINZ-Produkte z. B. bereits vor offiziellem Produktlaunch über das Influencer Marketing für hohe Aufmerksamkeit in der Zielgruppe sorgen. Ein voller Erfolg: Veröffentlichungen bei über 90% der angesprochenen Kontakte und unzählige Resonanzen darüber hinaus bei Twitter, Instagram, Facebook & Co. sprechen eine klare Sprache.



Mehr Aufmerksamkeit für HEINZ: limitierte Produkte in individueller Aufmachung für ausgewählte Blogger!

Kampagnen mit Blogger-Aktivierung für Volvic

Für die Marke Volvic von Danone Waters setzen wir regelmäßig Aktionen mit Blogger-Involvement auf Twitter oder Facebook um – so bspw. bei der Produktneueinführungen zu „Volvic leichtperlig“, um Awareness für neue Produkte zu schaffen. Bei einer durchgeführten Testkampagne auf Facebook bewarben sich in kürzester Zeit unzählige Blogger, um in den Genuss eines exklusiven Testpakets zu kommen und im Anschluss darüber zu berichten.



Wer ein Produkt testet, bildet sich eine Meinung – und berichtet darüber in seinen eigenen Social Media Kanälen.

Kontakt:



Ihr persönlicher Ansprechpartner in Bremen:

Christian Pansch
0421 27 867-26
cp@konstruktiv.de



Ihr persönlicher Ansprechpartner in Berlin:

Mathias Urbaniak
030 200569-11
mu@konstruktiv.de

„Interessiert? Unsere Teams in Bremen und Berlin unterstützen auch Sie gerne gezielt bei Ihren Social Media Aktivitäten: Mit individuellen, zielgruppenspezifischen Maßnahmen und langjähriger Erfahrung in der Betreuung und Beratung von Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen bieten wir auch Ihnen passgenaue Lösungen in allen Bereichen des Social Media Marketings. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!“