



Social Media Strategie Vorlage

Social Media Ziele und KPIs

Damit deine Social-Media-Strategie erfolgreich ist, musst du herausfinden, wie „Erfolg“ aussieht.

In diesem Abschnitt definierst du die wichtigsten Leistungsindikatoren, auf die du dich konzentrieren und die du optimieren möchtest.

Ich empfehle die Verwendung von S.M.A.R.T. Ziele (spezifisch, messbar, erreichbar (achievable), relevant und zeitgebunden (time-bounded)). Sie machen es einfach zu erkennen, ob du auf dem richtigen Weg bist.

Ziel	Social Media KPI	Details / Zeit
Impressionen vergrößern auf der Webseite	Impressionen aus Social Media	50% Steigerung bis 01.06.2021

Soziale Netzwerke

Es gibt über ein Dutzend soziale Netzwerke mit mehr als 100 Millionen aktiven Benutzern. Sofern man kein großes Team hat, wird man einfach nicht alle effektiv nutzen können.

In diesem Abschnitt solltest du wählen, welche Netzwerke priorisiert werden sollen (und welche ignoriert werden). Hier zeigen wir dir wie.

Finde heraus woher die Impressionen kommen

Gehen Sie in Google Analytics zu Erfassung → Alle Zugriffe → Kanäle und klicken Sie dann in der Berichtstabelle unter dem Diagramm auf den Link „Soziale“

Kanalgruppierung. Das zeigt Ihnen, welche sozialen Netzwerke bereits den Verkehr auf Ihre Website treiben.

Halte die Ergebnisse hier fest:

[illegible]

Welche sozialen Netzwerke sorgen für Engagement

Soziale Medien sind für mehr gut, als nur den Traffic direkt auf Ihre Website zu leiten.

Wenn Sie bereits eine aktive Präsenz in sozialen Medien haben, füllen Sie die folgende Tabelle aus. Insbesondere möchten Sie abschätzen, wie viel Engagement Sie von Ihrem Publikum und potenziellen Kunden erhalten.

Soziales Netzwerk	Anzahl der Abonnenten	Engagement Level
Facebook	23.749	Hoch

Wettbewerb

Liste deine Konkurrenz aus sozialen Medien auf.

Schaue in die Fußzeile der Homepages deiner Konkurrenten. In der Regel gibt es Links zu den sozialen Netzwerken, auf denen sie am aktivsten sind. Und du kannst dich durchklicken, um zu sehen, wie viel Engagement sie auf sich nehmen.

Netzwerke die deine Konkurrenten nutzen:

Zusätzliche Soziale Netzwerke

Liste jetzt zusätzliche soziale Netzwerke auf, in denen du deine Kunden deiner Meinung nach aufhalten.

Zu den wichtigsten Optionen zählen Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, Reddit, Snapchat, Pinterest, Quora und TikTok.

Theoretisch hat jedes Unternehmen potenzieller Kunden in jedem sozialen Netzwerk. Das bedeutet aber nicht, dass die Menschen bereit sind, sich bei allen mit deiner Marke auseinanderzusetzen.

Eine gute Möglichkeit, um zu überprüfen, ob ein bestimmtes soziales Netzwerk gut zu deiner Marke passt, ist die Verwendung der Suchfunktion. Suche einfach nach relevanten Branchen-Keywörtern. Und dein Markenname und die Markennamen einiger Mitbewerber. Je mehr Diskussionen oder Engagement rund um diese Themen, desto besser.

Zusätzliche Soziale Netzwerke:

Finale Liste der wichtigsten Sozialen Netzwerke

Jetzt wolltest du entscheiden, welches Soziale Netzwerk du aktiv nutzen möchtest.

[illegible]

Hinweis: Es ist auch eine gute Idee, deinen Markennamen in den wichtigsten Netzwerken zu beanspruchen, die du NICHT verwendest (falls du sie später verwenden möchtest, um den Namen zu sichern).

Engagement Plan

Ein Engagement-Plan ist einer der wichtigsten Bestandteile einer Social-Media-Strategie. Sie skizziert, wie du mithilfe von sozialen Medien dein Zielpublikum erreichen und darauf reagieren kannst.

Was soll ich wann wo teilen?

Verwende die Tabelle unten, um zu planen, welche Arten von Inhalten du teilen, wann du sie teilen und auf welchen Netzwerken du sie teilen magst.

Zum Beispiel möchtest du vielleicht teilen:

- *Eigenen Inhalte vor Ort und außerhalb der Website (Blog-Beiträge, Podcast-Episoden usw.)*
- *Ursprünglicher, nativer sozialer Inhalt*
- *Inhalte anderer Personen (Ihre Erwähnungen in der Presse, Inhalte von Vordenkern, Branchennachrichten, erneutes Teilen des Kundenlobes usw.)*

Was	Wann	Wo

Reaktionen

Während Social Media ein großartiger Vertriebskanal für Inhalte ist, kann es auch für den Kundenservice, die Kundenbindung und sogar den Verkauf wichtig sein.

Der Schlüssel hier ist, schnell zu reagieren.

Worauf werden wir hören, und wie werden wir reagieren?

Netzwerke	Keywords, hashtags und Usernamen	Wann listen	Wie antworten

Tipp: Neben deinem eigenen Marken-Keywords, deinem Benutzernamen und deiner Domain kannst du auch auf branchenübliche Begriffe und Begriffe von Wettbewerbern achten, um mehr Möglichkeiten zu finden Menschen zu motivieren.

Promotion

Mit einer Promotion können Sie Ihre Reichweite schnell verbessern.

Es gibt bezahlte und unbezahlte Promotionsarten, unter anderem:

- Bezahlte Boosts
- Retargeting
- Kontoübernahme
- Shout-for-shout

Und noch mehr:

Promotion	Wann	Details

Tools

Es gibt eine Vielzahl von Tools, mit denen du deine Social-Media-Aktivitäten verwalten und optimieren können, darunter Hootsuite, Buffer und Buzzsumo.

In diesem Abschnitt können Sie planen, welche Sie verwenden möchten.

Tool	Ziel	Kosten

Ich hoffe, diese Vorlage für eine Social-Media-Strategie hat Ihnen gefallen. Und denken Sie daran, dass Sie [hier](#) mehr als 20 weitere Marketing Vorlagen finden können.

Iman Koma Khabazi

Gründer, BEK Service GmbH

Westendstr. 2A

87439 Kempten (Allgäu)

Website: www.bekservice.de

Email: info@bekservice.de

Tel.: (+49) 831 93065616