

Follow me!

Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram, TikTok und Co.

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DAS VORWORT

Über dieses Buch

Dass es ein Werk wie »Follow me!« in der nunmehr vorliegenden 7. Ausgabe gibt und die Nachfrage nach einem Einsteiger- und Nachschlagewerk zu Social Media Marketing ungebrochen ist, zeigt, dass Social Media schon lange nicht mehr Trend oder Hype sind. 2011 kam die erste Ausgabe von »Follow me!« auf den Markt, und was damals noch als »neues Marketing in den Kinderschuhen« galt, ist heute eine etablierte und nicht mehr wegzudenkende Disziplin, die sich im Marketingmix eines jeden Unternehmens in irgendeiner Weise wiederfindet.

Social Media sind nach wie vor hochdynamisch, auch wenn sich die Plattformlandschaft in den letzten Jahren weitgehend gefestigt hat: Die Großen bleiben und werden noch stärker. Der Meta-Konzern ist mit seinen Plattformen Facebook, Instagram und WhatsApp nach wie vor der unangefochtene Platzhirsch. Dennoch wird dieser immer mehr von TikTok angegriffen und vor sich hergetrieben. LinkedIn hat XING mittlerweile weit überholt und ist in der heutigen B2B- und Recruiting-Welt nicht mehr wegzudenken. YouTube, Blogs und Podcasts gehören ebenso dazu und sind ein Teil des großen Ganzen, genauso wie Influencer, Blogger sowie Content Creator.

Social Media sind auch einen Schritt weit zurückgekehrt zu ihren Ursprüngen. Zumindest was die Authentizität und »Rawness« betrifft. Hochglanz und überproduzierte Videos können schon an manch einer Stelle angebracht sein, sind aber nicht das, was in der Community in der Regel gut ankommt. Ecken und Kanten zeigen – als Person wie auch als Unternehmen. Sich selbst mal auf die Schippe nehmen und Spaß haben, stehen vor allem auf TikTok und mittlerweile auch Instagram immer mehr im Vordergrund. Es darf und soll »menscheln«.

Gleichzeitig hat sich in den sozialen Netzwerken auch etwas Ernüchterung breitgemacht, was die Verrohung der Tonalität untereinander und die steigende Problematik von Fake-Inhalten anbelangt. Diese durchaus ernstzunehmenden Themen sollen aber nicht davon ablenken oder gar jemanden daran hindern, Social Media für unternehmerische Zwecke gezielt und messbar erfolgreich zu nutzen.

Kreativität und Trends sind ein wichtiger Bestandteil im Social Media Marketing, und dennoch sollte nicht vergessen werden, dass Social Media nicht nur zum Selbstzweck betrieben werden, sondern auch unternehmerische Ziele erfüllen müssen. Von Likes alleine kann man sich nichts kaufen. Aber wer dem Motto »From Likes to Leads« treu bleibt, wird schlussendlich qualifizierte Kontakte, Kunden oder Bewerber gewinnen, und das sollte das eigentliche Ziel sein, das wir alle mit Social Media verfolgen.

Ganz gleich, für welche Strategien und welche Kanäle du dich entscheidest, habe dennoch immer im Hinterkopf, dass Social Media auf Dialog basiert. Ein gutes Miteinander mit einzelnen Usern bzw. der gesamten Community ist ein unschätzbar wertvolles Gut und hat auch wirtschaftliche Auswirkungen, die weittragend sein können.

Das Ziel unseres Buches war und ist es seit der 1. Ausgabe, Social Media Marketing in all seinen Facetten zu beleuchten und aufzeigen, wie du Social Media zielgerichtet und erfolgreich für deine Unternehmensziele einsetzen kannst. »Follow me!« hat sich längst als Social Media Marketing Standardwerk im deutschsprachigen Raum etabliert und ist in einer oder mehreren der sechs bisher erschienenen Ausgaben in so gut wie jeder Bibliothek von Universitäten, Fachhochschulen und Marketingabteilungen im deutschsprachigen Raum zu finden.

In dieser neuen und komplett überarbeiteten Auflage hat sich ein neues, erweitertes Autorenteam zusammengefunden, das auf die Arbeit von Anne Grabs, Karim-Patrick Bannour und Elisabeth Vogl aufbaut und das Werk strukturell und inhaltlich weiterentwickelt hat. Manche Kapitel wurden notwendigerweise ausgebaut oder radikal gekürzt (dass sich Twitter/X mehr oder weniger selbst abschafft oder Influencer mehr Tragweite bekommen haben in den letzten Jahren, sind nur zwei Beispiele).

Ein besonderes Augenmerk wurde in dieser 7. Auflage auf künstliche Intelligenz (KI) in den verschiedensten Bereichen und Facetten gelegt, um der Leserschaft zu zeigen, wie breit die Anwendungen und auch der praktische Nutzen sein können. Noch sind wir weit davon entfernt, dass KI einen Menschen komplett ersetzen kann, auch im Social Media Marketing ist es noch nicht so weit. Aber sie kann uns schon heute auf vielseitige Weise unter die Arme greifen, uns Routinearbeiten abnehmen und beispielsweise bei der Content-Erstellung, dem Community Management oder dem Reporting unterstützen.

Social Media sind ein lernintensiver Bereich, der viel Erfahrung und auch Leidenschaft erfordert. Mit dieser Überarbeitung möchten wir dir Wege und Tipps aufzeigen, wie du auf den etablierten Plattformen die organische Reichweite steigerst und mit einer entsprechenden strategischen Herangehensweise das Beste aus den vorhandenen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten herausholen kannst – genauso aber auch, welche Möglichkeiten neue Content-Formate, wie beispielsweise Stories, bieten.

Wir haben uns in dieser Auflage bewusst vom »Sie« verabschiedet und gehen gemeinsam per »du« den Weg weiter.

Aufbau des Buches

Kapitel 1, »Social Media: Pflicht oder Kür?«, zeigt dir, wie Social Media Marketing heute eine feste Konstante im Marketingmix ist, wie es unsere Medienlandschaft beeinflusst, was es für die Markenbekanntheit bringt und welchen Return on Investment (ROI) du mit Social Media erreichen kannst.

Kapitel 2, »Der Masterplan für Social Media: Strategie und Konzept«, zeigt dir den Weg zu einer Social-Media-Strategie und welche Rahmenbedingungen dafür notwendig sind. Du erfährst außerdem, wie wichtig eine passende Customer Journey ist.

Kapitel 3, »Social Media in der Praxis«, zeigt dir, wie du deine Social-Media-Kanäle richtig aufsetzt, wie eine smarte Content-Planung aussehen kann und wie verschieden die Bereiche eines Social Media Managers sein können.

Kapitel 4, »Community Management: Social Media sind keine Einbahnstraße«, zeigt dir, wie wichtig die Community ist, wie man sie aufbaut und pflegt. Auch die Themen Shitstorm und Reputationsmanagement fallen in diesen Teil des Buches.

In **Kapitel 5, »Von Planung bis Analyse: Die besten Tools für deinen Workflow«**, teilen wir die Tools mit dir, die wir tagtäglich im Einsatz haben und die das Leben eines jeden Social-Media-Verantwortlichen vereinfachen. Von einer gelungenen Recherche bis hin zu Content Creation, von der Planung bis hin zur Auswertung.

Kapitel 6, »Wie Facebook heute Beziehungen stärkt«, zeigt dir die Welt der Standard-Social-Media-Plattform schlechthin. Hier lernst du, wie du deine Nutzer auf Facebook erreichst, was es für erfolgreiche Werbeanzeigen braucht und wie du die Zahlen in den Analytics richtig deute.

Kapitel 7, »Instagram als Bühne für visuelle Geschichten«, erklärt dir, wieso die Plattform so relevant im Consumer-Bereich ist, wie du Erfolg messen kannst und welche Tools besonders hilfreich sind.

Kapitel 8, »Warum Messenger Marketing verbindet«, zeigt dir, warum Messenger die Marketing-Tools der Zukunft sind und wie die Trendplattformen Facebook Messenger und WhatsApp funktionieren. In diesem Kapitel erklären wir, was es mit Chatbots und KI auf sich hat und wie diese die Kommunikation bereits jetzt revolutionieren.

In **Kapitel 9, »YouTube als Heimat für Longform-Content«**, erfährst du, wie du mit der Plattform deine Zielgruppe erreichst und was du damit infolge bewegen kannst. Außerdem geben wir dir einen Einblick in die verschiedenen Werbemöglichkeiten auf der Videoplattform.

In **Kapitel 10, »So gelingt erfolgreiches Marketing mit TikTok«**, lernst du, wie du auf der Kurz-Video-Plattform mit authentischem Content punkten und nicht nur Markenbekanntheit aufbauen kannst.

In **Kapitel 11, »Boards, Pins und Ideen: Erfolgreiches Marketing auf Pinterest«**, lernst du, wie du die visuelle Suchmaschine für deine Zwecke und eine breite Zielgruppe nutzen kannst. Zudem erfährst du, wie du mit den Trendvorhersagen der Plattform einen Blick in die Zukunft werfen kannst.

Kapitel 12, »X im Marketingmix nutzen«, zeigt dir, was aus Twitter geworden ist, in welchen Branchen die Plattform noch aktuell ist und wie Werbung auf X funktionieren kann.

In **Kapitel 13, »LinkedIn und XING als Netzwerke für Profis«**, werden die zwei wichtigsten B2B-Netzwerke vorgestellt, mit denen du im beruflichen Alltag vertraut sein solltest.

Kapitel 14, »Up & Trending: Weitere Plattformen«, zeigen dir weitere Plattformen, die es neben den großen Plattformen noch gibt, und welche Zielgruppen du dort antreffen kannst.

In **Kapitel 15, »So bist du mit Podcasts erfolgreich«**, zeigt dir, wie Podcasts ticken und wie du sie maximal für dich und dein Unternehmen nutzen kannst.

Kapitel 16, »Authentisches Storytelling mit (Corporate) Blogs«, erklärt dir, wie du einen aussagekräftigen Text für einen Blogartikel recherchierst und erstellst, sodass er auch auf Google gefunden wird.

In **Kapitel 17, »Social Ads effektiv nutzen«**, erfährst du, warum Werbung auf Social Media mehr als nur Kampagnen sind, wie du die richtigen Kampagnenziele wählst, Kampagnen richtig aufsetzt und dann auch auswertest.

Kapitel 18, »Influencer und Blogger Relations«, zeigt dir, wie du die passenden Meinungsmacher auf Social Media auswählst, kreative Konzepte erstellst und diese dann auch in Kooperationen umsetzt.

Kapitel 19, »Wohin geht die Reise? Social Media – ein Ausblick«, gibt dir einen Blick in die Zukunft und die aktuellen Trends in Sachen Social Media Marketing.

Mit diesem Buch adressieren wir Social-Media-Einsteiger, Unternehmer, Marketingverantwortliche, Brandmanager, kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) und Selbstständige sowie alle, die sich generell für Social Media interessieren und einen breit gefächerten Überblick über die darin enthaltenen Möglichkeiten bekommen möchten. Wir haben versucht, jedes einzelne Kapitel mit möglichst vielen Beispielen erfolgreicher Social-Media-Strategien verschiedener Unternehmen aus dem deutschsprachigen und internationalen Umfeld zu veranschaulichen.

Wir haben dabei schwerpunktmäßig den Markt aus deutscher, österreichischer und schweizerischer Perspektive betrachtet.

Das Autorentrio der 1. bis 6. Auflage Anne Grabs, Elisabeth Vogl und Karim-Patrick Bannour hat sich mit dieser neuen, 7. Auflage Unterstützung geholt. Olivia Ulbing-Sommeregger, Viktoria Urbanek und Markus Edelberg sind wie das Ursprungstrio seit vielen Jahren privat und beruflich in Social Media aktiv und verfügen über umfangreiche praktische Erfahrung im Social Media Marketing. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Backgrounds haben sie in Bezug auf Social Media Marketing unterschiedliche Perspektiven und Erfahrungswerte und sind somit die perfekte Ergänzung. Diese verschiedenen Perspektiven haben sich beim Schreiben des Buches sehr bezahlt gemacht.

Danksagungen

Besonderer Dank gilt zunächst allen Lesern und Unterstützern seit der Erstauflage sowie dem Rheinwerk Verlag, insbesondere Stephan Mattescheck und Britta Behrens, die »Follow me!« in seiner Erstauflage zu einem Bestseller gemacht haben. Das wäre ohne die zahlreichen Leser und Rezensenten und die Bemühungen des Verlags nicht möglich gewesen. Allen Rezensenten, die auf Amazon und in ihren Blogs durchwegs positiv berichtet haben, sei an dieser Stelle besonders gedankt. Aber auch für konstruktive Verbesserungsvorschläge waren wir dankbar, und wir schätzen die zahlreichen Rückmeldungen sowie Tipps in Bezug auf die Neuauflage, die wir im Laufe des Jahres erhalten haben. Der Erfolg von »Follow me!« und das enorm positive Feedback haben uns beim Schreiben der 7. Auflage immer wieder motiviert. Eine Neuauflage ist kein komplett neues Buch, aber es hat uns dennoch kreative Schreibkräfte abverlangt, die wir ohne die Unterstützung unserer Familie, unserer Freunde und unseres virtuellen Netzwerkes nicht hätten mobilisieren können, und dafür möchten wir uns ebenfalls bedanken.

Außerdem möchten wir uns beim Podcast-Experten Daniel Friesenecker bedanken, der uns mit seinem umfangreichen Fachwissen in Kapitel 15, »So bist du mit Podcasts erfolgreich«, unterstützt hat. Daniel ist einer der Podcast-Pioniere und hat bereits früh erkannt, welches Potenzial darin steckt. Mehr dazu findest du unter <https://theangryteddy.com>.

Ebenso möchten wir der Community-Management- und Shitstorm-Expertin Eva Drnek danken, die uns mit ihren Tipps und Ratschlägen Einblicke in verschiedene Branchen und Vorgehensweisen gewährt hat. Mehr über Eva und ihre Agentur findest du unter www.big-foot.at.

Ein weiterer Dank gilt dem High-Performance-Marketing-Experten Daniel Gruber, der seine Tipps und Empfehlungen für TikTok mit uns geteilt hat. Mehr zu ihm und seiner Agentur www.gruber-dme.com.

Danke sagen möchten wir auch bei Annika Ziehen vom Blog *www.midnightblue-elephant.com* und Angelika Ardelt, die die Agentur Text & Aktion *https://text-aktion.com* leitet. Die beiden haben uns wertvolle Einblicke in die Welt der Influencer und Blogger gewährt und uns mit ihrer Erfahrung und ihrer Kreativität gezeigt, wie vielseitig diese Themen sind.

Und nun wünschen wir dir viel Spaß beim Lesen!

Salzburg, Enns, Thurgau,

**Olivia Ulbing-Sommeregger, Viktoria Urbanek, Markus Edelberg und
Karim-Patrick Bannour**