

Social Media Content-Erstellung

Die Möglichkeiten von Social Media:

Soziale Medien ermöglichen Ihnen individuelle **Werbung**. Die verschiedenen Plattformen bieten Ihnen vielfältige Möglichkeiten. In Texten, Bildern oder Videos richten Sie Ihren Content **individuell** auf Ihre Zielgruppe aus. Mit Emojis, Hashtags oder Handles steigern Sie Ihre **Reichweite**. So stellen Soziale Medien die ideale individuelle Werbepattform dar.

Die Plattform macht den Unterschied:

Ihr Prozess der Content-Erstellung hängt stark von der **Plattform** ab. Die verschiedenen Plattformen haben nicht nur verschiedene Regeln. Außerdem gibt es **Unterschiede** in:

- der **Ansprache**. Nicht nur Ihre Zielgruppe gibt den Ausschlag für die Ansprache. Die Plattform gibt Ihnen ebenfalls einen Rahmen vor. In einigen Plattformen ist das vertraute “Du” üblich. Andere verlangen nach mehr Förmlichkeit.
- dem **Zeichenumfang**. Informieren Sie sich über die Regeln der Plattform.
- dem **Format**. Stellen Sie Ihren Content in Text, Bild oder Video dar.
- der Nutzung von **Emojis**, Handles oder Hashtags.
- den **Nutzungszeiten**. Veröffentlichen Sie den Beitrag zu aktiven Zeiten der Zielgruppe.
- der **Beitragsanzahl**. Je nach Plattform sind mehrere Beiträge für eine hohe Reichweite notwendig.

Die Zielgruppe ist entscheidend:

In der Wahl der Plattform ist auch die **Zielgruppe** entscheidend. Fragen Sie sich, wo Sie Ihre Zielgruppe voraussichtlich am Besten erreichen werden. Wählen Sie ein Thema aus, mit dem Sie eine möglichst große Zielgruppe ansprechen. Von der Zielgruppe abhängig ist:

- die passende **Ansprache**.
- der geeignete **Sprachstil**.

Die **inhaltliche** Gestaltung Ihres Contents richten Sie ebenfalls auf die Zielgruppe aus. Hilfreich für Sie in der Content-Erstellung ist das **Buyer's Journey**. Potentielle Kunden befinden sich in drei verschiedenen Phasen:

1. **Bewusstseinsphase.**
2. **Überlegungsphase.**
3. **Entscheidungsphase.**

Ihr Content soll zu allen Phasen passen. Wählen Sie dementsprechend verschiedene Formate aus.

Die Content-Formate und Ihre Möglichkeiten:

Abhängig von Plattform und Zielgruppe ist das gewählte **Format**. Stellen Sie Ihren Content auf verschiedene Weise dar:

- **Textbasiert**. Zum Beispiel in Form von informierenden Ratschlägen.
- **Visuell**. Mit Bild oder Infografik nutzen Sie die Macht des Bildes.
- **Interaktiv**. Frage-Antwort-Runden oder Gewinnspiele rufen zur Interaktion auf.
- **Audiovisuell**. Ziehen Sie mit Storytelling Aufmerksamkeit auf sich.

Sprachstil und Gestaltung Ihres Contents:

Unabhängig der gewählten Plattform beachten Sie wichtige Regeln in der **Darstellung** des Contents. Nutzen Sie:

- direkte **Ansprache** Ihres Zielpublikums.
- einen **einheitlichen** Sprachstil.
- Sätze im **Aktiv**.

Die inhaltliche Darstellung:

Der **Inhalt** ist zentral für Ihren Content. Steigern Sie nicht nur die Reichweite Ihres Beitrages.

Verbinden Sie das Thema auch mit Ihren **Unternehmen**. Befolgen Sie folgende Tipps, um Erfolg mit Ihrem Content zu haben:

- Mit **polarisierendem** Content sticht ihr Inhalt hervor.
- Ein **Wechsel** zwischen Information und Unterhaltung hält die Aufmerksamkeit hoch.
- Zitate, **Statistiken** und Fakten wecken Neugier.
- Stellen Sie **Lösungsansätze** zu aufgezeigten Problemen dar.
- Verweisen Sie auf Ihr eigenes individuell einzigartiges **Angebot**.
- **Qualifikationen** und positive Kunden-Rezensionen überzeugen.
- Call-to-Actions schaffen **Interaktion** und emotionale Bindungen.