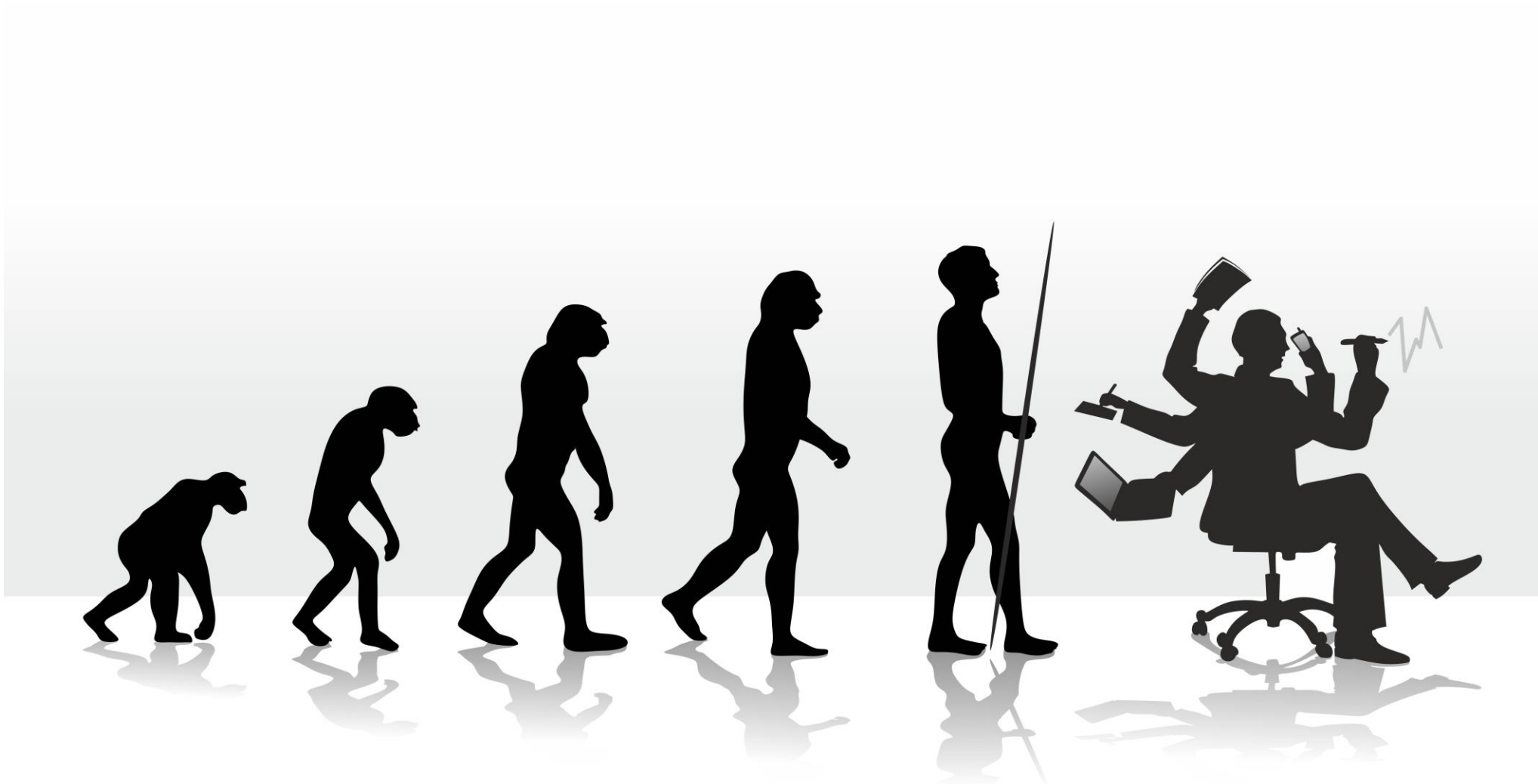


# Herzlich Willkommen

Social Media Workshop  
**bernsport**

10. Oktober 2016, Haus des Sports





NEWSROOM *storyshaker*

Newsroom Communication AG | [www.newsroom.co](http://www.newsroom.co) | [www.storyshaker.co](http://www.storyshaker.co)

# Der Mensch hat sich weiterentwickelt...

...und eines seiner wichtigsten Werkzeuge, die Kommunikation, ebenso.



# Wieso Social Media?

1. Digitales Vernetzen mit der Community
2. Neuer Kommunikationskanal
3. Einfache Handhabung
4. Kommunikation wird greifbarer
5. Nachwuchs dort abholen wo sie sich bewegen





Einige der wichtigsten Social Media Kanälen im Detail



# Facebook

- Mit Abstand grösstes Netzwerk (3.65 Millionen in CH)
- Nutzung eher privat (B2C) und für Branding
- Detailliertes Targeting von Nutzer möglich





# Twitter

- Journalisten, Politiker & Entscheidungsträger
- Nutzung als schnelle Informationsquelle für Beruf & Privat





# Instagram

- Plattform mit der höchsten Nutzerzunahme
- Mehrheitlich jüngere Zielgruppe
- Geeignet für Storytelling durch Bilder





# LinkedIn & Xing



- Business-to-Business & Rekrutierung
- Beziehungspflege & Networking
- Alter: Durchschnittlich 46 Jahre





# Was ist eigentlich ein # und wie kann ich es einsetzen?



# Neue Trends

## Snapchat



Privater Austausch von Bildern & Videos, löscht nach 24h, nur mobile

→ Sehr populär unter Jugendlichen, momentan aber schwierig für Business-Nutzung

# Neue Trends



## **Periscope/Livestreaming**

Live-Streaming über Handy

→ Besonders in Amerika sehr beliebt,  
dank Facebook jetzt auch in der  
Schweiz

# Wird es bald nur noch Social Media geben?



**Definitiv nicht!**

Social Media muss in normale Kommunikation integriert und klug vernetzt werden.

z.B.: bei Newslettern erwähnen, auf Website verlinken, in Flyern platzieren

NEWSROOM  storyshaker



NEWSROOM  storyshaker

Newsroom Communication AG | [www.newsroom.co](http://www.newsroom.co) | [www.storyshaker.co](http://www.storyshaker.co)

# Virale Kampagne Volvo Trucks

- Über 100 Millionen mal angeschaut
- 20'000 Mal in klassischen Medien erwähnt
- Wert der Berichterstattung: 140 Millionen CHF

# Workshop

Wie könnte die eigene Social Media-Strategie aussehen?







Wer ist mit dem Verband/Verein bereits auf sozialen Medien aktiv?



Gruppe von jeweils 4-5 Personen

Zuerst Schritte selber erarbeiten, im Anschluss mit Gruppe austauschen



# Schritt eins: IST-Situation

Hat dein Verband/Verein bereits Social Media-Kanäle?

Wieso nicht? Falls ja: Seit wann?

→ Tauscht euch mit eurer Gruppe aus über die Gründe wieso bis jetzt noch keine Social Media-Kanäle betrieben werden/wieso solche betrieben werden



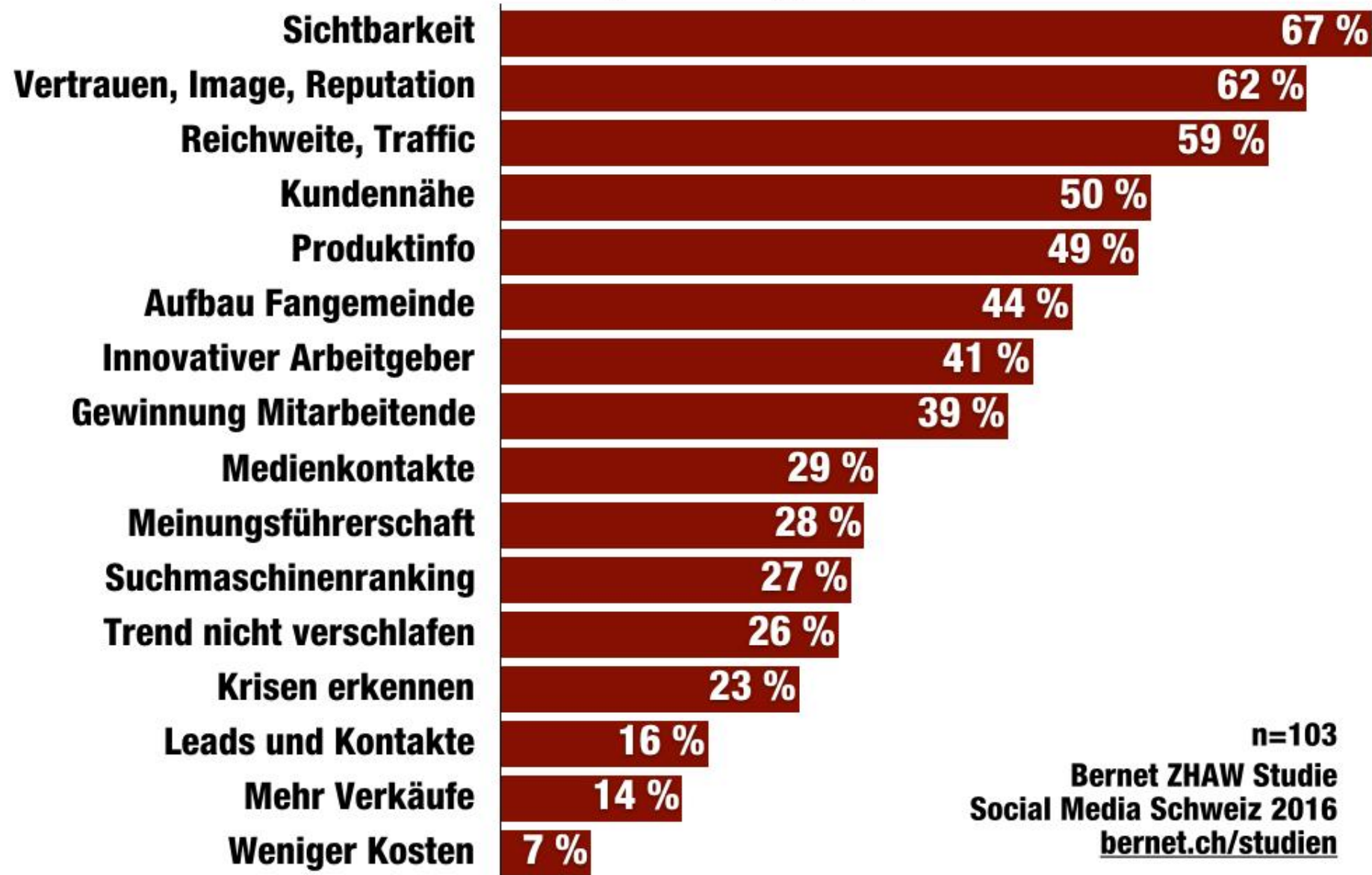
# Schritt zwei: Ziele definieren

Definiere 3 Ziele die du mit Social Media erreichen willst und begründe wieso:

- Meinungsführer erreichen
- Rückmeldung bekommen
- 500 Neue Mitglieder gewinnen
  - Image aufbauen



# Ziele: Sichtbarkeit, Image, Reichweite



n=103

Bernet ZHAW Studie  
Social Media Schweiz 2016  
[bernet.ch/studien](http://bernet.ch/studien)

# Schritt drei: Kanäle definieren

- Welche Kanäle sind sinnvoll für deinen Verband/Verein?
- Wieso?



# Kurzer Überblick



**LinkedIn/Xing**  
Die Professionelle



**Snapchat**  
Die Junge



**Facebook**  
Die Bekannte



**Instagram**  
Die Ästhetische



**Twitter**  
Die Informative



# Schritt drei: Inhalte definieren

Welche der ausgewählten Kanäle kannst du wie bespielen?

Video

Bild

Text

Was entspricht dir und deinen Zielen am meisten? Welche Geschichten hast du zu erzählen?





# Tipp

Es muss nicht immer eigener Inhalt sein!

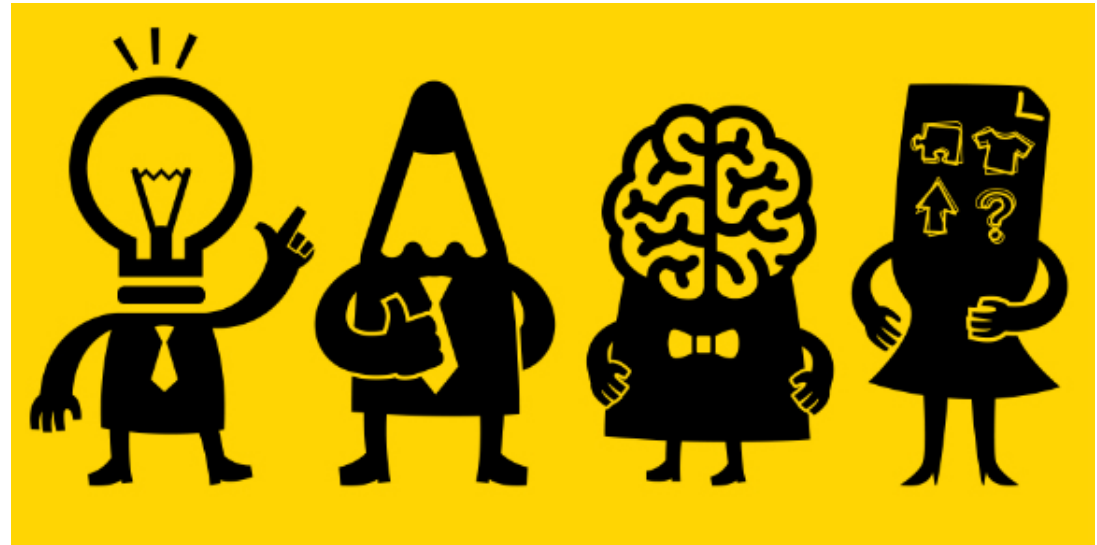
Sehr effizient ist das „Teilen“ von Inhalten von anderen Accounts oder Links auf Websites/Zeitungsartikeln.



# Schritt vier: Organisation definieren

Was muss gemacht werden? Wer macht was? Wie häufig?

- Neue Ideen liefern
- Konzepte definieren
- Beiträge filmen
- Fotografieren
- Hochladen
- Texten
- Reaktionen bearbeiten



# Schritt fünf: Loslegen

Die Eröffnung der Kanäle dauert nur wenige Minuten



# Die eigene Strategie steht!

## Tipps zum Schluss

Geduld ist gefragt

Spannenden und authentischen Inhalt publizieren

Mit Werbung nachhelfen



# Fragen?



# NEWSROOM

Increase your digital audience

[www.newsroom.co](http://www.newsroom.co)



[www.storyshaker.co](http://www.storyshaker.co)