

# ONLINE MARKETING & SOCIAL MEDIA

**WORKSHOP**

**FÜR KÜNSTLER:INNEN & KULTURSCHAFFENDE**

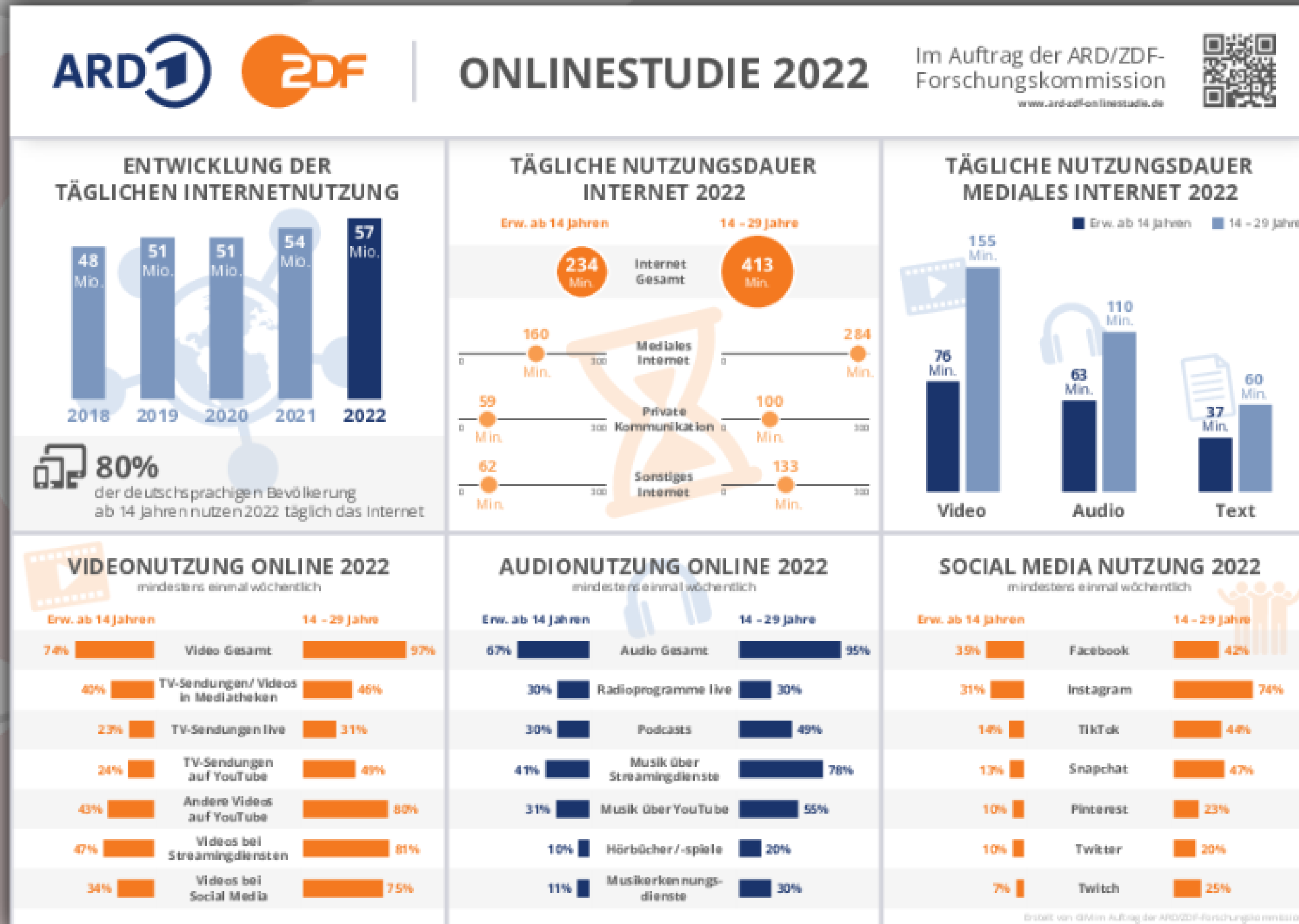
REBECCAHÜMMER.DE



 **hümmerr**  
kommunikation

# BELIEBTESTE SOZIALE MEDIEN IN DEUTSCHLAND

<https://www.ard-media.de/media-perspektiven/studien/ardzdf-onlinestudie/>



**BEST PRACTICE**



**EIGENE IDEEN**



# **KANÄLE**

**WEBSITE**

**INSTAGRAM**

**FACEBOOK**

**TIKTOK**

**YOUTUBE**

**GOOGLE**

**PINTEREST**

**LINKEDIN**

**ETSY**



# **MARKETING GRUNDLAGEN**

**ZIELE**

**ALLEINSTELLUNGS-  
MERKMALE**

**ZIELGRUPPEN**

**ANALYSEN**

# Ziele setzen

## **SMART Methode**

spezifisch

messbar

ausführbar

realistisch

terminiert

Verkauf? Reichweite? Netzwerk?

# Alleinstellungsmerkmale (USPs)

Was unterscheidet dich von der Konkurrenz?

Was machst NUR DU?

- >> Leistungen, die nur du erbringst
- >> die Art und Weise, wie du arbeitest

Qualität, Professionalität,  
Innovationsgeist sind KEINE USPs!

**NUR  
DU!**



# Zielgruppen

**Wen sprichst du bereits an?**

Ist das eine gute Zielgruppe?

**Wen möchtest du am liebsten ansprechen?**

Wo ist die ZG? Was mag sie? Ist es eine einheitliche ZG oder splittet sie sich in Segmente?



## Nutze Statistiken

Jede soziale Plattform bietet dir eigene Statistiken.

Auswertung: Kommt drauf, was dir wichtig ist. Das hast du in deinen Zielen festgelegt. Wenn du im Monat für 1000 € verkaufen willst, ist es egal, ob 10 oder 10.000 User auf deiner Page waren. (Nennt sich übrigens KPIs: Key Performance Indicators)

## Analysen

**RELEVANZ**



**MEHRWERT**



**DEINE  
SELBST-  
VERMARKTUNG**

**STRATEGIE**

**CONTENT**

**UMSETZUNG**

# Strategie

## **Was, wann, wie, wo, wer?**

Was willst du wann und wo veröffentlichen?

Welche Plattformen nutzt du?

Bis wann hast du deinen Content?

Wie soll er aussehen? Wie beschaffst du dir z. B. dein Video? Wie planst du?

Wer kann dir helfen? Wen brauchst du noch für die Umsetzung?

# Nachhaltig denken!

Evergreen-Material anfertigen: Text, Bild  
/ Video

Gestalte deinen Content so, dass du ihn  
noch lange verwenden kannst.

Das gilt auch für Logo, Slogan etc.

Lege deinen Style fest und richte dich  
zukünftig danach.

Plane im Redaktionsplan!

Benutze Aktuelles, feste Termine und  
Referenzen

# Content

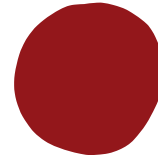
# Umsetzung

## **Was brauchst du für einen Beitrag?**

Immer: Text + Bild / Grafik / Video

Text: Umgekehrte Pyramide

Bild / Video: Equipment, richtiger Winkel usw.



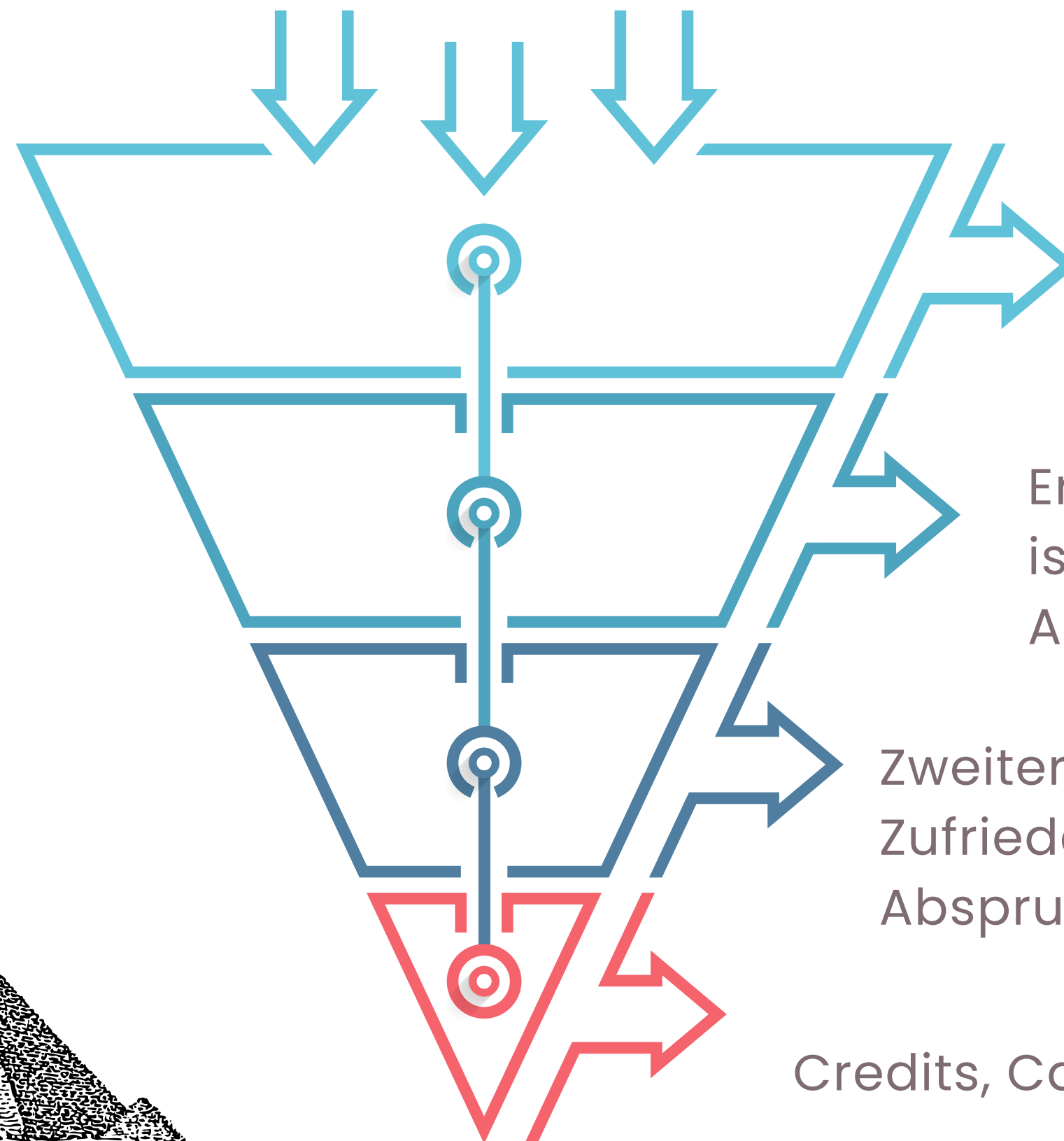
## TIPPS ZUR PRAKTISCHEN UMSETZUNG



- Portrait-Selfies von oben
- Sitzbilder von vorne
- Stehbilder von unten
- **Aber: Es kommt immer drauf an!**
- Belichtung: weder Schatten noch Spiegelung
- sinnvolle Anschaffung:
  - LED-Ringe oder Lichter
  - Stative
  - Mikrofon
  - gutes Smartphone
- für Produkte: Whitebox bzw. weiße Papierrolle, mehrere Lichtquellen
- Hintergrund nicht zu detailreich, Fokus!
- Drehplan & Storyboard für Videos
- IMMER: an Relevanz & Mehrwert für Betrachter:innen denken

# TEXTPYRAMIDE / FUNNEL

Alle Impressionen

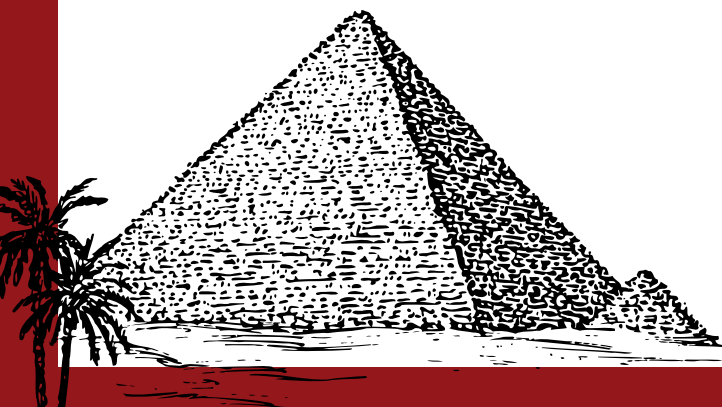


Interessante & wichtige Infos in H1-Überschrift & Teaser, RELEVANZ & MEHRWERT, viele lesen weiter; Absprung Nr. 1

Erster Textteil baut Spannung auf; wer "gehookt" ist, liest weiter; Absprung Nr. 2

Zweiter Textteil erzählt Geschichte zu Ende; Zufriedene Leser:innen bleiben noch dran; Absprung Nr. 3

Credits, Call to Action, Quellen, usw.





## TIPPS



### SOCIAL UND TROTZDEM ALLEIN

Der Mix macht's: Deine Website ist deine Station/dein Laden, der Online-Shop das Schaufenster mit den Produkten, durch Social Media stehst du am Tresen und bist im Gespräch mit deinen Kund:innen.



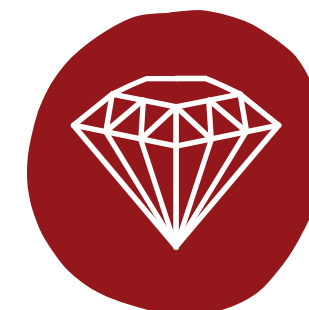
### STRATEGIE & KONZEPT

Was, wie, wann und wo posten? Lege das in einem Redaktionsplan fest, an den du dich hältst und halten KANNST!



### UMSONST IST ...

vieles, aber Social Media ist es nicht. Jede Plattform will an dir verdienen. Ads (sinnvoll!) kosten unmittelbar Geld, aber ist deine Zeit nicht auch Geld? Besitzt du die Ausstattung (Hardware: Laptop, Smartphone, ... und Software: Photoshop, Korrekturtool, ...)?



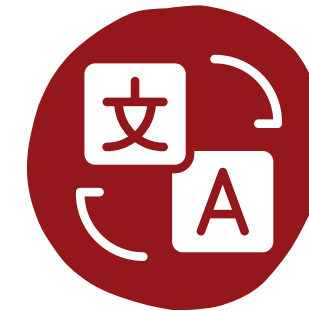
### MEHRWERT BIETEN

Der Grundsatz, immer wenn du nach außen kommunizierst, nicht nur auf Social Media: Dein Gegenüber will etwas davon haben. Denk an ein Gespräch: Jemand, der nur von sich spricht und über Themen, die dich nicht interessieren, wird nie dein Bestie werden.

## TOOLS



**CANVA**  
[www.canva.com](http://www.canva.com)  
Alleskönner grafisch



## ÜBERSETZUNG

[www.deepl.com](http://www.deepl.com)  
richtig gute Übersetzungen



**DEUTSCH  
ÜBERPRÜFEN**  
[www.languagetool.org/de](http://www.languagetool.org/de)  
zwei Augen und ein Tool sehen einfach besser



**POSTS PLANEN**  
<https://buffer.com/> (kostenlose  
Version)  
<https://www.hootsuite.com/> (mit Blog!)

## TOOLS



### BILD GESUCHT

<https://images.google.com/>  
Benutzt jemand deine Bilder?



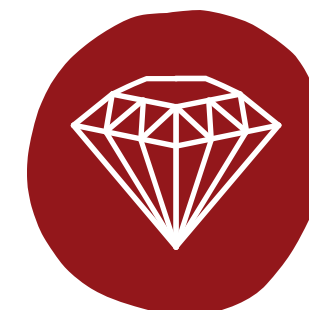
### NEUES THEMA

<https://answerthepublic.com/>  
Ein Stichwort, viele Fragen



### NUTZE DIE INTELLIGENZ!

<https://chat.openai.com/>



### MUSIK

YouTube Audio Library: kostenlos  
und legal  
<https://studio.youtube.com/>

# NOCH FRAGEN? GERNE!

online marketing | strategie | konzept | umsetzung



**hümmerr  
kommunikation**



REBECCA HÜMMER.DE

... weil normal da aufhört, wo der horizont anfängt

Tel.: 0931 299 57 090

mail@huemmer-kommunikation.de

hello@rebeccahuemmer.de

[huemmer-kommunikation.de/online-marketing-und-social-media-workshop/](https://huemmer-kommunikation.de/online-marketing-und-social-media-workshop/)

