

www.thaff-thueringen.de



Dokumentation

Social Media für das Projektmarketing
01.12.2022 | Online-Veranstaltung

Input - Social Media für das Projektmarketing

Dörte Stahl | lernallee.de

- Fokus des sind Inputs sind Non-Profit-Organisationen
 - Unterschied in Social Media-Aktivitäten für zwischen Profit- und Non-Profit-Organisationen

Community-Building: Was ist gemeint? Was gehört dazu?

- Wie können in Sozialen Netzwerken Beziehungen zur Nutzerschaft aufgebaut werden?
- Wie kann Interaktion und Kommunikation in Sozialen Netzwerken aktiviert und gestaltet werden?
- über Aktivitäten in Sozialen Netzwerken können Bedürfnisse der Zielgruppe(n) kennengelernt werden

Netzwerke / Nutzer:innen-Gruppen im Überblick

- Wer nutzt welches Soziale Netzwerk? → Fokus auf Facebook, Instagram und LinkedIn
- Facebook
 - Privatpersonen
 - Algorithmus "belohnt" Kommunikation zu "privaten" Themen
 - für Gestaltung von Beiträgen hilft Metapher der privaten Gartenparty: Wie können wir in einem privaten Setting unsere Themen platzieren, ohne dass wir nerven?
 - unsere Posts erscheinen in einem Stream mit Beiträgen von privaten Kontakten (Freunden) und Werbung
- Instagram
 - das Besondere an Instagram: rein visuelle Kommunikation, d.h. es kommt auf das Foto an
- LinkedIn
 - eher weniger von "dualen" Fachkräften genutzt, eher Fach-Führungskräfte
 - Mittelpunkt sind Menschen
- weitere Soziale Netzwerke
 - Xing verliert massiv an Bedeutung
 - TikTok ist das am stärksten wachsende Netzwerk
 - Twitter → Politik, Medien, Lobby
 - Youtube ist das größte Soziale Netzwerk und wird vor allem von Jugendlichen zunehmend auch als solches genutzt

Generelle Informationen für Aktivität in Sozialen Netzwerken

- Beweg-Bild-Kommunikation wird insgesamt immer wichtiger
- mobile Nutzung ist Hauptnutzungsart
- auf Social Media kann der gleiche Beitrag auch mehrmals genutzt werden (z.B. wenn beim ersten Mal die Posting-Zeit nicht passend war)
- Reichweite
 - nur, weil uns jemand folgt, wird unser Post nicht unbedingt angezeigt
 - Steigerung der Reichweite u.a. durch:
 - Regelmäßigkeit
 - Interaktion/Kommunikation → auch unsere Kommunikation auf andere Beiträge

Community-Building & Kommunikation in sozialen Medien

- konkrete Ziele der Kommunikation/Social-Media-Aktivitäten sollten bekannt sein
→ Was sind die konkreten Ziele der Präsenz in Sozialen Netzwerken?
- textliche Kommunikation
 - Ausgangspunkt = Frage, was Nutzer:innen wichtig ist
 - erzählen statt mitteilen → Storytelling
 - Liken von und Antwort auf Kommentare sind Kommunikationsbasics
 - Veranstaltung als Veranstaltung einstellen (wenn möglich) | beteiligte erwähnen | Hashtags verwenden
 - Tonalität muss zur Art des Sozialen Netzwerks passen
 - Zusammenhang zwischen Text und Bild ist wichtig
 - Call to Action
 - regionale Hashtags
- visuelle Kommunikation
 - nicht zu viele Aussagen in einem Bild
 - Reihen bilden → Themenreihen, Wiedererkennbarkeit
 - Grafik-Formate → jpg und png
 - bei LinkedIn können auch Dateien geteilt werden



Für die Gestaltung von Beiträgen bzw. die Darstellung von Inhalten sollten alle Möglichkeiten des jeweiligen Netzwerks genutzt werden

Frage & Antworten

Frage:

Welchen Effekt haben Emojis?

Antwort:

Emojis haben Einfluss auf den:die Nutzer:in. Der Beitrag ist durch die Nutzung von Emojis schnell verständlich und Symbole können zur Textstrukturierung eingesetzt werden.

Frage:

Was ist ein Hashtag und welche Bedeutung hat es?

Antwort:

Ein Hashtag ist ein Stichwort, das durch ein Raute-Symbol vom übrigen Text abgehoben wird. Hashtags dienen dazu, Nachrichten mit bestimmten Inhalten oder zu bestimmten Themen in sozialen Netzwerken auffindbar zu machen.

Frage:

Duzen oder siezen in Sozialen Netzwerken?

Antwort:

Grundsätzlich darf geduzt werden, aber es sollte zum postenden Akteur passen und er sollte sich damit wohlfühlen.



Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung (ThAFF)

Telefon: 0361 5603-532

E-Mail: anne.bauer@leg-thueringen.de

Herausgeber:

Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH
Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung (ThAFF)
Telefon: 0361 5603-520
E-Mail: thaff@leg-thueringen.de

Postanschrift:
Mainzerhofstraße 12, 99084 Erfurt
Besucheradresse:
Peterstraße 5, 99084 Erfurt

Bildnachweis: LEG Thüringen, © oconner/fotolia.com (Titel)

Gefördert durch den Freistaat Thüringen.