

Social Media

Strategien für das Kirchenmarketing

Was Sie heute erwartet

1. Wie Social Media funktionieren
2. Strategien

PAUSE

3. Monitoring
4. Werkzeuge
5. Datenschutz
6. Marketing und Kirche (Bonus)

Referent

Inhaber stuckikommunikation.ch

Studium der Soziologie und der
Kommunikationswissenschaften

Kommunikationsfachmann in NPO des Gesundheitswesens

Beratungsmandate für öffentliche Verwaltungen und
Kirchgemeinden

Texter und Fotograf

1.

Social Media: wie sie “ticken”

Worum es geht

1. Überblick
2. Wie Social Media funktionieren
3. Marktplatz der Geschichten
4. Content, Kontext und Community
5. Beziehung als Währung
6. Investition: Zeit

Social-Media-Zähler

Was gerade jetzt auf Social Media los ist:

<http://www.coupofy.com/social-media-in-realtime/>

Facebook - der blaue Riese



Instagram - der Laufsteg



Twitter - der Kurznachrichtendienst



LinkedIn - Business worldwide



Xing - Business DACH



Pinterest - die Inspirationsquelle



YouTube - der Platzhirsch für Bewegtbild



Snapchat - Channel für gerade jetzt



1. 2. Wie Social Media funktionieren

Kommunikation früher und heute

Dialog

Gleichzeitigkeit

1. 3. Marktplatz der Geschichten

Menschen interessieren Menschen

Zuhören und mitreden

Beobachten, was geredet wird

1. 4. Content, Kontext und Community

Menschen suchen Information

Content: Das Publikum redet mit

Kontext: Wo sieht man mich?

Community: Wer sieht mich?

1. 5. Beziehung als Währung

Einen guten Eindruck machen

Man redet sowieso über Sie

Geben und Nehmen

1. 6. Investition: Zeit

Gratis heisst nicht kostenlos

Zeit investieren

Erfolg kommt nicht über Nacht

2.

**Strategien: wie Sie es
anpacken können**

Strategie: Worum es geht

1. Was wollen Sie erreichen
2. Kontrollverlust
3. Kommunikationsverhalten
4. Setzen Sie sich Ziele
5. Wie verhalte ich mich auf Social Media?
6. Nutzen für die eigene Identität

2. 1. Was wollen Sie erreichen?

- Wen wollen Sie erreichen?
- Wo finden Sie diese Menschen?
- Wie können Sie herausfinden, was diese Menschen interessiert?
- Welche Themen wollen Sie anbieten?
- Wer bietet Ihre Themen auch noch an?
- Wie planen Sie Ihre Beiträge?
- Wer liefert die Inhalte?

2. 2. Kontrollverlust

Kontrollverlust im Internet

Kommunikation früher - heute

Alle kommentieren alles

2. 3. Kommunikationsverhalten

Mit den Menschen reden statt über sie

Gespräche zulassen

Aufmerksam zuhören

Auf Augenhöhe antworten



Ein Google-Nutzer



★★★★★ 14.02.19

-Quellen schlecht sortiert (viel Müll) -push Benachrichtigungen zu den unwichtigsten

War diese Rezensi...

Squid App 15.02.19

Hallo, vielen Dank für dein Feedback. Gerne kannst du an corinna@squidapp.co

[Alle Rezensionen anzeigen](#)

[Kontaktdaten des Entwicklers](#)

Feedback für die App [MEHR](#)



7'960

2

1

Beste positive Rezension [Mehr](#)



Ein Google-Nutzer



★★★★★ 26.03.19

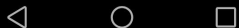
Ich benutzte die App um mich über Sportnachrichten aus Spanien zu informieren,

War diese Rezensi...

Squid App 29.03.19

Hallo, vielen Dank für dein Feedback und die Bewertung! Das freut uns

Beste kritische Rezension [Mehr](#)



2. 4. Setzen Sie sich Ziele

- Markenpflege
- **Traffic**
- Arbeitgeber-Position
- Öffentliche Wahrnehmung
- **Spezialist für ein Thema**
- Medienarbeit

2. 5. Wie verhalte ich mich auf Social Media?

Regelmässige Beiträge

Wie ein normaler User

Geduld haben

Zeit investieren

2. 6. Nutzen für die eigene Identität

Social Media ermöglichen, die eigene Identität kennenzulernen:

- Was erwartet man von uns?
- Was ist die Identität unserer Organisation?
- Welche Themen schreibt man uns zu?

Pause...

3.

**Monitoring:
wissen, wo Sie stehen**

Monitoring: Worum es geht

1. Was Ihnen Monitoring bringt
2. Suchbegriffe
3. Google Alerts
4. Google Trends
5. Mentionmapp
6. Facebook Insights
7. Kostenpflichtige Tools

3. 1. Was Ihnen Monitoring bringt

- Wer spricht über uns?
- Wie spricht man über uns?
- Spricht man überhaupt über uns?

**“Nicht alles was zählt, kann
gezählt werden und nicht
alles, was gezählt werden
kann, zählt”**

Albert Einstein

3. 2. Suchbegriffe

- Das “Ohr auf die Schiene legen”
- Fünf Stichwörter

3. 3. Google Alerts

Alles, was Google zu einem Suchbegriff findet:

[google.com/alerts](https://www.google.com/alerts)

3. 4. Google Trends

Wie oft ein Suchbegriff gesucht wird:

[google.com/trends](https://www.google.com/trends)

3. 5. Mentionmapp

Vernetzung von Accounts und Hashtags:

mentionmapp.com

3. 6. Facebook Insights

- Tagesaktuelle Fanpage-Statistik

3. 7. Social Mention

Mehr als 100 Social-Media-Sites absuchen:

socialmention.com

3. 8. Kostenpflichtige Tools

- Einsteigen mit kostenfreien Tools
- Was wollen Sie herausfinden?
- Resultate bewerten

4.

**Werkzeuge:
was Sie tun können**

Werkzeuge: Worum es geht

1. Sich als Experte sichtbar machen
2. Ideen sammeln

4. 1. Sich als Experte sichtbar machen

- Nutzen für die Community
- Das Web “sortieren”

4. 2. Ideen sammeln

- Das Web durchstöbern
- Social Bookmarking

diigo.com

5.

**Datenschutz:
wo Sie aufpassen müssen**

Datenschutz: Worum es geht

1. Fotos: Der Schutz des Urhebers
2. Person: Das Recht am eigenen Bild

5. 1. Fotos: Der Schutz des Urhebers

- Internet-Fotos sind tabu
- Fotos auf Plattformen holen

[istockphoto.com](https://www.istockphoto.com)

5. 2. Person: Das Recht am eigenen Bild

- Kein Foto einer Person ohne Einwilligung
- Ausnahme: Menschenmengen



6.

**Kirche und Marketing: geht
das zusammen?**

6. 1. Was ist Marketing?

- Nachdenken über die eigene Kompetenz
- Nachdenken über Beziehungen
- Anregung zum Dialog: Wie sehen uns andere?

Zusammenfassung

Die 5 wichtigsten Punkte auf einen Blick

- Reden Sie mit den Menschen
- Hören Sie zu
- Antworten Sie auf Augenhöhe
- Investieren Sie Zeit
- Legen Sie das “Ohr auf die Schiene”

Fragen?