

# SCHULUNG

---



## SOCIAL MEDIA ALLGEMEIN

- GRUNDLAGEN
- HEADLINE
- AUSWERTUNG MIT BRANDWATCH
- BENÖTIGTE ARBEITSMITTEL

Firma \_\_\_\_\_

Name / Vorname \_\_\_\_\_

Straße / Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon / Fax \_\_\_\_\_

Internet \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ORT, DATUM

ES GEHT  
IMMER  
WEITER



ACCOUNT	Benutzerkonto, das bei zulassungsbeschränkten Systemen benötigt wird, um auf alle Inhalte zugreifen zu können
CALL TO ACTION	Aufruf zur Aktion/Interaktion (z.B. »Jetzt bestellen«)
CLICKBAIT	Durch reißerische und irreführende Überschriften oder Bilder, Nutzer dazu bringen, einen Link anzuklicken
COMMUNITY	Personengruppe, die einem Kanal/einer Seite folgt und/oder regelmäßig mit diesem interagiert
COMMUNITY-MANAGEMENT	Der Umgang mit der Community, durch Antworten auf ihre Kommentare, Meinungen, Bilder etc.
CONTENT	Webinhalte/Beiträge (z.B. Text, Bild, Video etc.)
CROSSMEDIA	Inhalte/Produkte über verschiedene Kommunikationskanäle verbreiten
DOUBLE-TAP	Der doppelte Klick auf ein Bild bei Instagram, um dieses mit einem Herz zu versehen. Äquivalent zum Gefällt-Mir-Button
FEED (NEWS-FEED)	Sammlung, gefilterte Übersicht aller Beiträge und Inhalte, von Personen oder Seiten, denen ein Benutzer folgt. Hier können auch gesponserte Beiträge angezeigt werden. Die Reihenfolge der Beiträge wird in der Regel durch einen Algorithmus bestimmt
FILTER	Funktion, die das Erscheinungsbild eines Fotos verändert. Farben können verändert oder Objekte hinzugefügt werden
GEO-TAG	Ein Bild oder eine Statusmeldung wird mit einem zugehörigen Standort verknüpft
GESPONSERTER BEITRAG	Inhalt bzw. Anzeige, der/die wie andere Beiträge in einem Feed auftaucht, für dessen Sichtbarkeit jedoch bezahlt wurde
HASHTAG	Schlagwörter, die dabei helfen, in Kommunikationskanälen nach bestimmten Informationen zu suchen. Sie sind meistens kurz, prägnant und ohne Freizeichen
HOOK	In Social-Media-Videos bezeichnet ein „Hook“ ein besonders fesselndes oder ansprechendes Element, das darauf abzielt, die Aufmerksamkeit der Zuschauer sofort zu erregen. Der Hook ist entscheidend, um sicherzustellen, dass Nutzer das Video nicht weiterscrollen oder überspringen.



INSIGHTS	Zusammenfassung aller Daten und Statistiken, die aufzeigen, wie bestimmte Beiträge in einem ausgewählten Zeitraum verbreitet wurden oder anzeigen, wie vielen Personen die Seite oder einzelne Beiträge gefallen
INTERAKTIONSRATE	Sammlung aller Interaktionen (Gefällt-Mir-Angaben, Kommentare, Klicks, Teilungen) bezogen auf einem Beitrag/eine Page
MIKROTARGETING	Effizientes Einsetzen der Mittel, durch Eingrenzung einer möglichst geeigneten Zielgruppe
PAGE	Seite in einem sozialen Netzwerk eines Unternehmens, einer Person, eines Blogs, eines Medienunternehmens etc., auf dem Statusmeldungen, Fotos etc. geteilt werden können. Ähnlich dem Benutzerprofil
PROMOTION	Verbreitung eines Beitrags in den Kommunikationskanälen durch Bezahlung an den Inhaber des Mediums (Facebook, Instagram etc.). So tauchen die Beiträge auch in den News-Feeds von Leuten auf, die sie sonst normalerweise nicht sehen würden
REICHWEITE	Summierte Anzahl der Nutzer, die einen bestimmten Beitrag oder eine Seite sehen können
TAGGEN	Verlinken anderer Personen/Seiten
TARGETING	Bestimmung der Zielgruppe und Abstimmung der Inhalte auf diese
TRAFFIC	Gesamte Aktionen auf Websites/Kanälen
THUMBNAIL	Vorschaubilder, die neugierig auf den Inhalt machen sollen
VIRAL	Weite Verbreitung eines Inhalts in sehr kurzer Zeit
ZIELGRUPPE	Kategorisierte Personengruppe, die über die Kommunikationskanäle angesprochen werden soll

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

## 02 EINE GUTE HEADLINE



Eine gute Headline ist mehr als nur die erste Zeile eines Webtextes. Sie ist ein wahres Multitalent und kann über verschiedene Wege für Aufmerksamkeit sorgen. Beispielsweise kann sie: Interesse wecken.

Wie schreibe ich eine gute Headline – Die Tipps im Überblick.

Hier reicht es, wenn du jeweils EINEN Aspekt pro Headline berücksichtigst:

1. Man nehme eine gute Prise Überraschung
2. Mit Neugierde in der Headline nicht sparsam sein
3. Mächtige Signalwörter untermischen
4. SEO-relevante Keywords einstreuen
5. Die eine oder andere Zahl untermengen
6. Eine Frage hinzufügen
7. Emotionen einfließen lassen
8. Eine Portion Tipps und Tricks hinzugeben
9. Negative Worte vermeiden
10. Eine spielerische Note beifügen
11. Kundenwünsche nicht vergessen
11. Zu guter Letzt: ein DU in der Headline bewirkt wunder

Verwende starke (Reiz-)Wörter

1. plötzlich
2. jetzt
3. Ankündigung
4. großartig / toll
5. Einführung
6. Verbesserung
7. sensationell
8. bemerkenswert
9. revolutionär
10. erschreckend
11. Wunder
12. zauberhaft
13. Angebot
14. erwünscht
15. einfach
16. gesucht
17. Herausforderung
18. Vergleich
19. Schnäppchen
20. neu

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

## 03 WIE SCHREIBT MAN TEXTE?



Beachte:

1. Kein WIR oder ICH am Satzanfang
2. Keine Wortwiederholungen
3. Keine Rechtschreibfehler
4. Keine Konjunktive ... sollte, könnte, würde ...
5. Bei Aufzählungen: Das erste Wort immer mit einem Großbuchstaben beginnen
6. Langer und kurzer Bindestrich: Ja, es gibt tatsächlich zwei Arten! Der kurze Bindestrich wird beim sogenannten Durchkoppeln verwendet, dort immer ohne Abstand zu den Wörtern.

Regenbogenland  
Regenbogen-Land

Der lange Bindestrich ersetzt das Komma und wird immer mit Abstand zu den ihn umgebenden Wörtern angewandt.

Er kam nach Hause, denn die Nacht brach herein.  
Er kam nach Hause – denn die Nacht brach herein.

7. Keine Inflation von Ausrufezeichen! Bitte!!!! Nicht!

8. Bitte auch keine Inflation von langen Bindestrichen – lieber auch einmal ein Komma verwenden – doch ab und zu sind sie im Text eine wunderbare Auflockerung.

9. Umbrüche müssen bearbeitet werden. Man kann sie tatsächlich nicht dem Computer überlassen. Jedoch darf ab und zu eine Worttrennung passieren, dann jedoch bitte bei zusammengesetzten Substantiven zwischen den Hauptwörtern, also aus einem Regenbogenland wird ein Regenbogenland. Und niemals entsteht daraus ein Regenbogenland.

10. Der Textanfang – also der erste Satz – und das Textende sind besonders heikel. Der erste Satz muss Lust auf Weiterlesen machen.

11. "Schreibe alle Texte in eine Word-Dokument und speichere dies auch immer ab. So kannst du einfach die Rechtschreibung korrigieren." (Version MIT Fehlern)

Schreibe alle Texte in einem Word-Dokument und speichere dieses auch immer ab. So kannst du einfach die Rechtschreibung korrigieren. (Version OHNE Fehler)

## 04 WAS MUSS EIN TEXT ENTHALTEN??



Diese Elemente sollte dein Social-Media-Text mindestens enthalten:

### 1. Eine klickstarke Headline

SCHREIBE DIESE IN GROSSBUCHSTABEN, DAMIT SIE SICH VOM RESTTEXT ABHEBT.

### 2. Einen Text

Diesen kannst du ganz einfach mit dem Tool CHAT-GPT erstellen.

### 3. Die Webseite

[www.musterwebseite.de](http://www.musterwebseite.de)

Der Vorteil: Sie ist in fast allen Social-Media-Kanälen anklickbar. Der Follower ist also schnell auf deiner Webseite – das ist ja unser Ziel!

Bei einem Link-Post hat man die Chance den Follower auf ein konkretes Produkt/Dienstleistung aufmerksam zu machen und ihn somit schneller ans "Ziel" führen. Link-Posts macht man jedoch nur bei Facebook, LinkedIn und Twitter, da bei Instagram die Erscheinung nicht gut ist.

### 4. Kopiere mehrere Hashtags an das Ende deines Posts

Dazu nutzt du eine vorher angelegte Hashtag-Liste, die du einmal geschrieben hast oder von uns zugearbeitet bekommst und als Word-Dokument abgelegt hast.

1. DAS BESTE VON DEN BESTEN 🏆
2. Unser Gästebuch ist gerade auf Wolke 7! ☁️😊 Danke für die lieben Worte, ihr seid die Besten! 🏡🍷
3. [www.villa-stark.eu](http://www.villa-stark.eu)
4. #urlaub #ferien #villastark #erzgebirge #sommer #sonne #finnhütte #gartenloft #kunstloft #pension #erholung

ES GEHT  
IMMER  
WEITER



Mit einer KI erarbeitest du schnell klickstarke Headlines, lässt vorhandene Texte umschreiben oder sogar neu erstellen.

ChatGpt – unsere Empfehlung

Durch die richtigen Prompter macht es ChatGPT kinderleicht, viele Posts mit einem Mal zu erstellen.

Link:  
[chatopenai.de](https://chatopenai.de)

Mit CapCut, einem kostenlosen Video-Schneid-Programm, erstellst du – ähnlich wie in TikTok – modern gestaltete Videos mit ansprechenden Effekten, Typografie und Musik.

Wichtig: Beachte immer die Rechte der Musik und jener der aus dem Internet heruntergeladenen Bilder oder Videos.

Link:  
<https://www.capcut.com/de-de/>

Dein Videoaufbau:



Hook

Sicherungs-Elemente\*, damit das Video weiter angeschaut wird – mit dem Versprechen eines Vorteiles **XXX**

\*Sätze wie: "Gleich erfährst du, wie du **XXX** erledigt."

oder:

"Hier wird endlich gezeigt, welches Geheimnis hinter **XXX** steht."

Eigentliches Video, (evtl.) mit call-to-action-Element\*\*

\*\* "Wenn dir das gefallen hat, dann lass dein like hier – oder teile den Beitrag mit deinen Freunden."

oder:

"Wer muss das wissen? Teile oder like diesen Beitrag."

XXX

Extrö

ES GEHT  
IMMER  
WEITER



Folgende Programme und Arbeitsgeräte benötigst du für eine schnelle und effektive Social-Media-Arbeit:

1. Nutze ein Handy für die Aufnahme von Fotos oder Videos und filme immer im Hochformat – da 95% deiner Follower Social Media auf einem Handy anschauen werden. Zudem verfügen heutige Handys über praktische Fotobearbeitungsprogramme, in denen du schnell deine Bilder und Filme optimieren kannst.

### 2. Adobe InDesign

Mit diesem Programm erstellst du schnell CI-konforme Bilder für deine Posts. Es wird dir ein InDesign-Dokument zur Verfügung gestellt, welches mehrere typografische Beispiele enthält, die deiner CI entsprechen. Du musst nur noch die Seiten duplizieren, den Inhalt der Headline überschreiben und das Bild tauschen. Danach erstellst du eine jpg und lädst das Bild in deinen Post.

### 3. Brandwatch

Nutze ein Social-Media-Tool, um deine Posts bei Instagram, Facebook, LinkedIn und Tik-Tok hochzuladen. Dies erspart dir enorm Zeit und macht dein Arbeiten übersichtlicher.

Es gibt viele verschiedene Tools, wir empfehlen:

[www.brandwatch.com](http://www.brandwatch.com)

[www.agorapulse.com](http://www.agorapulse.com)

ES GEHT  
IMMER  
WEITER



Die „Denk-Bevor-Technik“ für ChatGPT:

Beispiel: „Erstelle mir eine Liste mit 50 Themenvorschläge für Social Media für einen Supermarkt.“

Zusatz: „Ich möchte, dass du bitte vor jeder Variation darüber nachdenkst, was ein gutes Thema wäre, und deine Argumentation näher erläuterst, bevor du die Themen aufschreibst.“

Dies führt zu besseren Ergebnissen, da ChatGPT nur „denken“ kann, wenn die „Gedanken“ auch ausgeschrieben werden. Wenn also diese Technik angewendet wird, hat das System eine bessere Chance, einen besseren Output zu generieren. Zudem kann besser nachvollzogen werden, warum ChatGPT die Aufgabe auf diese Weise durchgeführt hat.

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

# 08 HOOKS – ERWECKE DIE NEUGIER DEINER VIEWER

---



Mit diesen Anfängen erreichst du mehr:

1. Der süßeste Moment, den du heute sehen wirst!
2. Bereit für ein Abenteuer?
3. Kleiner Aufwand, große Wirkung – schau dir das an!
4. Drei Fakten über X.
5. Drei Lügen über X.
6. Eine ehrliche Meinung zu X.
7. Wie Produkt X mein Leben verändert hat.
8. Als ich Produkt X zum ersten Mal genutzt habe war ich schockiert.
9. Heute enthülle ich die Geheimnisse von ...
10. Heute erzähle ich euch etwas, was ich gerne früher gewusst hätte.
11. Willst du etwas Seltsames wissen?
12. Weißt du, was komisch ist?
13. Psst, ich verrate euch ein Geheimnis.
14. Ihr werdet es nicht glauben, aber ...
15. Es ist schwer zu glauben, dass ...
16. Darum funktioniert X nicht.
17. Mache nicht diesen Fehler.
18. 3 Fehler, die du vermeiden solltest, wenn du ...
19. Warum wusste ich das nicht schon früher?
20. Eine Sache, die du bestimmt nicht wusstest ...
21. 3 Mythen über X.
22. Warnung, versucht nicht ...
23. Die Wahrheit über X.
24. Macht euch bereit für ...
25. Das willst du zwar nicht hören, doch ...

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

# 08 HOOKS – ERWECKE DIE NEUGIER DEINER VIEWER

---



Zeige dich besonders relatable:

1. Bist Du auch jemand, der X?
2. Wenn ich meinem jüngeren Ich eine Sache sagen könnte, wäre es ...
3. Diese Nachricht ist für all meine (Zielgruppe).
4. Liebe (Zielgruppe), ihr werdet euch freuen zu hören ...
5. Das ist für alle (Zielgruppe).
6. Wenn du an X leidest, dann scroll nicht weiter.
7. Fühlst du dich auch [Emotion], dann habe ich was für dich.
8. Hast du auch keine Lust mehr auf X, dann hör gut zu.
9. Es war noch nie einfach X loszuwerden, jedoch ...
10. Hat noch jemand genug von X? Lass mich Dir helfen!
11. X Tipps, die dir helfen Y loszuwerden.
12. Kennst du das, wenn (pain point)?
13. Hast du auch schon mal X erlebt?
14. Immer wenn ich X mache, passiert Y.
15. Wenn du auch immer X machst, solltest du Y probieren.
16. Failst du auch immer, wenn du X?
17. Hast du auch schon 1000 Dinge probiert, um X?
18. Sagt mir bitte, warum ...
19. 3 Zeichen, dass du X tun solltest.
20. Freust du dich auch immer, wenn X?
21. Bist du auch einer von denen, die X?
22. Früher habe ich immer diesen Fehler gemacht.
23. Schau dir das an, wenn du X.

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

# 08 HOOKS – ERWECKE DIE NEUGIER DEINER VIEWER



So präsentierst du am besten Neuigkeiten:

1. Weißt du schon, dass...?
2. Gerade erfahre ich, dass (Benefit deines Produkts).
3. Gerade hat mir jemand erzählt, dass ...
4. Hast du auch schon davon gehört, dass (Benefit deines Produkts)?
5. Jemand hat mich gerade auf diese einzigartige Idee gebracht.
6. Warum weiß niemand, dass (Benefit deines Produkts)?
7. Ihr müsst das sehen!
8. Ihr müsst das ausprobieren!
9. Warum hat noch niemand von X berichtet?
10. Warum kennt keiner X?
11. Endlich habe ich einen Weg gefunden, wie ich (Pain Point) loswerde.
12. Es gibt tolle Neuigkeiten für euch.
13. Da habe ich mal etwas Neues ausprobiert!
14. Kennt ihr schon (dein Produkt)?
15. Gerade habe ich X entdeckt und ich muss sagen ...
16. Gerade verbreitet sich X viral, ich erzähle euch warum.
17. Diese Entdeckung wird dir die Augen öffnen.
18. Kaum zu glauben, dass noch niemand weiß, dass ...
19. Ich kann es kaum erwarten, euch mein neues X zu zeigen.
20. Gerade habe ich DEN Lifehack entdeckt.

Erwecke die Wünsche und Ziele deiner Zuschauer:

1. So erreichst du (Ziel).
2. 5 Tipps, um X zu erreichen.
3. Mit diesen Tricks erreiche ich X.
4. Es ist noch nie so einfach, X zu erreichen.
5. Es ist noch nie so einfach, X loszuwerden.
6. Wenn du X erreichen willst, habe ich etwas für dich.
7. Möchtest du auch gerne (Ziel/Wunsch)? Dann hör gut zu.
8. Mit diesem Lifehack erreichst du X ganz einfach.
9. Wie sieht dein Traum X aus? Meiner ist (dein Produkt).
10. Mit diesen 3 Schritten erziele ich X.
11. Damit klappt bei mir X endlich.
12. Damit kannst auch du X ganz einfach erreichen.
13. Diese Technik solltest du anwenden, wenn du X ...
14. Schaffst du es auch nie, X zu erreichen?
15. Hast du auch schon immer X gewollt?
16. Damit habe ich X geschafft.
17. Schon immer wollte ich X, jetzt habe ich es geschafft.

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

## 08 HOOKS – ERWECKE DIE NEUGIER DEINER VIEWER

---



Lasse deine Creator von ihren Learnings berichten:

1. Gerade habe ich gelernt, dass (Benefit deines Produkts).
2. 3 einfache Schritte, um X zu erreichen.
3. 3 Fehler, die du bestimmt machst, wenn du ...
4. Starke Probleme habe ich mit X, bis ich (dein Produkt) entdeckte.
5. Lasst mich euch zeigen, wie ihr zu (Ziel) gelangt.
6. Wenn du X, habe ich 3 Tipps für dich.
7. Mit diesem Produkt verändert sich dein Leben.
8. 3 Methoden, um X zu bewirken.
9. Wie macht man X?
10. Wie funktioniert X?
11. Ehrlich gesagt, ist der beste Rat, den ich dir geben kann X.
12. Schon immer habe ich mich gefragt, warum ...
13. Hast du dich auch schon mal gefragt, wie X funktioniert?
14. Endlich habe ich die Lösung für X.

ES GEHT  
IMMER  
WEITER

# 09 AUSWERTUNG MIT BRANDWATCH



## Daily Fans Übersicht Follower



## Fans Gesamt Follower

Fans  
**308** +3%

Follower Anstieg  
Follower Increase  
**22** +100%

Leistung nach Accounts  
Plattform

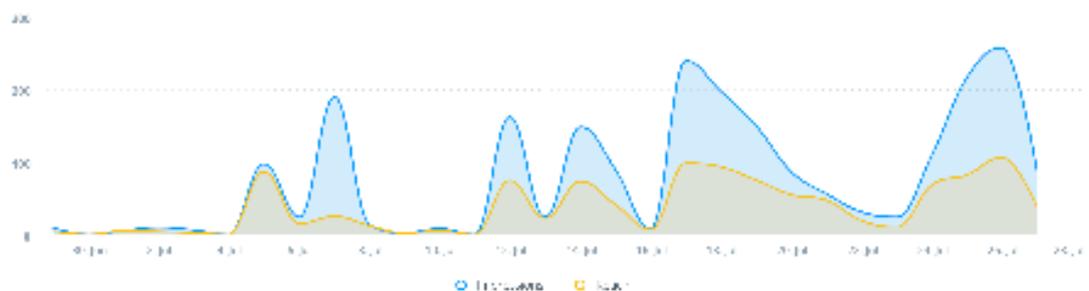
## Performance by channel Account Anschauung Erreicht Webseitenbesucher

Account	ANSCHAUUNGEN	ERREICHT	WEBSEITENBESUCHER
Netzwerkzentrum August Stark	2,25K +31%	1,07K +14%	9 +20%

## Page data broken Seitenverteilung



## Daily reach and impressions Erreichte Konten und Anschauungen



ES GEHT  
IMMER  
WEITER

VIEL ERFOLG!

---



© Netzwerkzentrum August Stark  
Poststraße 2  
09496 Marienberg  
Telefon: 03735 60930-0

Mail: [info@august-stark.de](mailto:info@august-stark.de)  
Web: [www.august-stark.de](http://www.august-stark.de)

Bei Fragen bitte unter 03735 60930-13 anrufen  
oder eine Mail an [julia@august-stark.de](mailto:julia@august-stark.de) schreiben.

ES GEHT  
IMMER  
WEITER