SOCIAL MEDIA

CHECKLISTE

FÜR HAUSTÜREN

www.am-beratung.de

SOCIAL MEDIA CHECKLISTE

WIE KANNST DU SOCIAL MEDIA FÜR DICH NUTZEN?

Viele Haustür-Fachbetriebe wollen auf Social Media sichtbar sein und nutzen dafür Facebook und Instagram. Vorweg: Es gibt organische Social-Media-Beiträge und Performance-Marketing, also gezielte Werbeschaltung.

Organische Beiträge oder bezahlte Werbung, was ist für dich das Richtige?

Die Antwort ist – beides! Um Social Media richtig zu nutzen, muss man jedoch den Unterschied sowie die Vor- und Nachteile kennen.

Wir sind die A&M Unternehmerberatung, eine Online-Marketing-Agentur für Fachfirmen rund ums Haus. Unsere Mission: das Handwerk attraktiv machen, damit sich Handwerk wieder lohnt. Wir helfen Fachfirmen, lukrative Aufträge zu gewinnen, qualifizierte Mitarbeiter zu finden und regional sichtbarer zu werden. Seit über 7 Jahren sind wir am Markt tätig und haben bereits mehr als 800 Partnerbetriebe zu mehr Wachstum und Planungssicherheit begleitet.

SOCIAL MEDIA WERBUNG

PERFORMANCE-MARKETING FÜR MEHR AUFTRÄGE

Durch Performance-Marketing (Werbung schalten) erreichst du Menschen, die deinen Betrieb noch nicht kennen.

Das bedeutet grob gesagt, du erreichst neue Menschen, die dich online entdecken, sich beraten lassen und im besten Fall auch Kunden werden.

Das kann richtig Spaß machen, wenn dann eine Kampagne beispielsweise im Monat 1.000€ kostet, aber 3 Kunden für jeweils 20.000€ liefert.

Performance-Marketing ist darauf ausgerichtet, direkt messbare Ergebnisse durch bezahlte Werbung zu erzielen. Es bietet die Möglichkeit, spezifische Zielgruppen genau anzusprechen und schnelle Ergebnisse zu sehen. Die Ergebnisse von Performance-Marketing sind durch detaillierte Analysen und Tracking leicht quantifizierbar und bieten die Möglichkeit zur stetigen Optimierung der Kampagnen

Um diesen Bereich soll es aber hier nicht gehen. Wenn dich Performance-Marketing interessiert, dann schau gerne auf am-beratung.de nach und hole dir unsere kostenfreie Marketing-Schablone. Darin erklären wir sehr genau, wie Performance-Marketing im Handwerk funktioniert und welche Bilder und Texte wirklich funktionieren.

SOCIAL MEDIA BEITRÄGE

MEHR BEKANNTHEIT BEI BESTANDSKUNDEN

Bei Social Media Postings erhältst du organische Reichweite. Diese kostet zwar nichts, ist aber auch sehr eingeschränkt. Selbst ein Betrieb, der 1000 Follower hat (was eher selten ist) erreicht mit einem Posting oft gerade einmal 50-100 Leute davon und vor allem überwiegend Leute, die ihn bereits kennen.

Die Wahrscheinlichkeit über organische Beiträge Neukunden zu gewinnen ist eher gering.

Warum solltest du trotzdem Beiträge erstellen und veröffentlichen? Es ist eine gute Möglichkeit, die Bindung zu bestehenden Kunden zu pflegen. Mit regelmäßigen Beiträgen kannst du deine Fachkompetenz und Projekte zeigen - zum Beispiel Haustürmontagen oder Eingangssanierungen. Das stärkt das Vertrauen in deine Fähigkeiten und die Marke deines Betriebs. Auch potenzielle Bewerber informieren sich gern über Social Media. In dieser Checkliste haben wir dafür einige Praxistipps zusammengestellt.

Mein wichtigster Rat an dich:

Überlege dir 2 bis 3 feste Formate!

- Mit festgelegten Formaten kann die Erstellung von Inhalten schneller und strukturierter erfolgen.
- Wenn man regelmäßig ähnliche Formate nutzt, lässt sich leichter analysieren, welche Arten von Inhalten bei der Zielgruppe am besten ankommen.
- Durch die Verwendung einheitlicher Formate erkennen die Follower Inhalte leichter wieder, was die Marke stärkt.

ERFOLGREICHE BEITRÄGE

TROTZ GERINGER REICHWEITE

- Mach dir klar, dass Ergebnisse wirklich lange dauern können. Im Gegensatz zu Performance-Marketing, wo du von Tag eins an Ergebnisse sehen solltest, dauern Postings wirklich lange und es können Monate vergehen, bis du wirklich merkst, dass es vorangeht. **Hier ist also ein langer Atem sehr wichtig!**

- Geht es um Follower, Reichweite oder Anfragen? Mach dir von Anfang an klar, wann dein Social Media für dich funktioniert und wann nicht. **Ohne ein klares Ziel – kein Erfolg!**

- Wer sind die Leute, die du erreichen willst und was genau sollen sie am Ende tun? **Du musst deine Zielgruppe kennen!**

- **Versteh die Bedürfnisse und Interessen deiner Zielgruppe:** Wichtig ist, dass deine Beiträge und Postings wirklich interessant für die Zielgruppe sind. Geht es eher um Informationen? Geht es um Unterhaltung oder doch um was ganz anderes? Richte deine Postings so aus, dass du diesem Bedarf immer gerecht wirst und verlier ihn nicht aus den Augen.

- Viele wollen das perfekte Video, das perfekte Bild, den perfekten Text. Viel wichtiger ist aber der Inhalt und die Botschaft. Wenn die Botschaft gut ist, verzeihst du einen ungepflegten Boten, aber selbst der beste Bote steht mit einer schlechten Botschaft nicht gut da. **Lege also mehr Fokus auf den Inhalt, als auf die Qualität.**

- Entscheide dich von Anfang an für deine bevorzugten Plattformen: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest oder LinkedIn. Ohne ein eigenes Social-Media-Team wirst du nicht alle Kanäle gut bespielen können. Wähle daher die Plattformen, auf denen sich deine Zielgruppe am meisten aufhält, und bleibe dabei. Lieber zwei Kanäle gut führen als zehn nur halb. Für eine wirklich breite Präsenz brauchst du meist ein Team von zwei bis drei Personen.

- **Optimiere dein Profil und deine Seite:** Wenn du Dinge postest, werden die Leute auch auf dein Profil klicken. Hier sollte aussagekräftiger Text zu finden sein, am besten mit dem Link zur Website, damit Anfragen direkt gestellt werden können oder Bewerber dich sehr einfach kontaktieren können.

- Bewerber oder potenzielle Kunden interessiert besonders, wie es bei euch im Betrieb läuft. **Poste also ehrlichen Content.** Es muss auch hier nicht super professionell sein, sondern vor allem interessant.

- Die sozialen Kanäle geben besonders dann Reichweite, wenn Interaktionen auf deine Beiträge stattfinden. Sag den Leuten also, dass sie liken und teilen sollen oder stelle Fragen im Video oder Beitrag, auf die geantwortet werden kann. So hältst du die Interaktion hoch. Gewinnspiele können hier auch zielführend sein.

- **Schau dir die Performance regelmäßig an und lerne dazu:** Nach einem Monat kannst du schon sehr gut auswerten, welche Beiträge viel Interaktion bekommen haben und oft gesehen wurden. Suche hier nach Mustern und mache mehr von dem, was funktioniert.

- Wenn gerade irgendetwas viral geht, dann **spring auf den Trend mit auf.** Eine Abwandlung davon oder etwas Ähnliches wird bei den Leuten in einer bestimmten Zeit gut ankommen. Dafür musst du natürlich selbst Social Media nutzen, damit du alle Trends mitbekommst.

IDEEN FÜR DEINE BEITRÄGE

SEI IN JEDEM FALL AUTHENTISCH

Vorher-Nachher-Projekte: Zeige Haustürmontagen oder Eingangssanierungen vor und nach der Umsetzung. So wird deine Qualität sofort sichtbar.

Tagesablauf: Einblicke in den täglichen Arbeitsablauf, um zu zeigen, wie vielfältig und herausfordernd die Arbeit sein kann.

Kundenrezensionen: Teilen von positiven Rückmeldungen zufriedener Kunden, um Vertrauen bei potenziellen neuen Kunden aufzubauen.

Mitarbeiter-Vorstellungen: Kurze Vorstellungen der Teammitglieder, ihre Rollen im Unternehmen und was sie besonders macht. Dies humanisiert den Betrieb und baut eine persönlichere Verbindung zum Kunden auf.

Behind-the-Scenes: Videos oder Fotos, die zeigen, wie Öffnungen vorbereitet, Türen ausgerichtet und abgedichtet werden. Solche Einblicke sind oft besonders interessant und informativ.

Teilnahme an Veranstaltungen: Posts über die Teilnahme an Messen, Märkten oder lokalen Veranstaltungen, um die Community-Integration und -Unterstützung zu zeigen.

Angebote und Aktionen: Ankündigung von besonderen Angeboten oder Rabattaktionen, die speziell für Social-Media- Follower gelten.

Lehrreiche Inhalte: Erklärvideos oder Beiträge zu Sicherheit, Dämmung und Design. Zeige z. B. welche Merkmale bei Haustüren wichtig sind.

FAQs beantworten: Beantworte häufige Fragen zu Sicherheit, Dämmung und Design. Das zeigt Fachkompetenz und klärt typische Missverständnisse.

Feiern von Unternehmensmeilensteinen: Teilen von Erfolgen oder Jubiläen des Unternehmens, um die Geschichte und das Wachstum des Betriebs zu zeigen.

Zeitraffer-Videos: Videos, die einen schnellen Durchlauf eines längeren Projekts zeigen, bieten visuell ansprechende Inhalte, die die Transformation auf faszinierende Weise darstellen.

Wenn du diese Punkte einhältst, wirst du zwar vermutlich immer noch kein Millionenpublikum erreichen, aber das Maximum aus deinen Social-Media-Aktivitäten herausholen können.

Möchtest du mehr über bezahlte Werbung auf Social Media erfahren, dann kontaktiere uns gern.

www.am-beratung.de

0511/94050526

kontakt@am-beratung.de

ISO 9001 Zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem

Meta Business Partner

4,8 von 5 auf Google