

2025 SOCIAL MEDIA TRENDS FÜR UNTERNEHMEN



Einleitung

SOCIAL MEDIA IST EINE ZEITAUFWÄNDIGE ANGELEGENHEIT.

Das Ergebnis der Umfrage von SWAT.io zeigt, dass die Teilnehmenden im Durchschnitt 21 Stunden pro Woche für das

Social Media Management investieren. Hinzu kommen durchschnittlich 9,7 Stunden für die Social-Media-Analyse.



Ein Social Media Manager verbringt 21 Stunden pro Woche nur für die Postings!

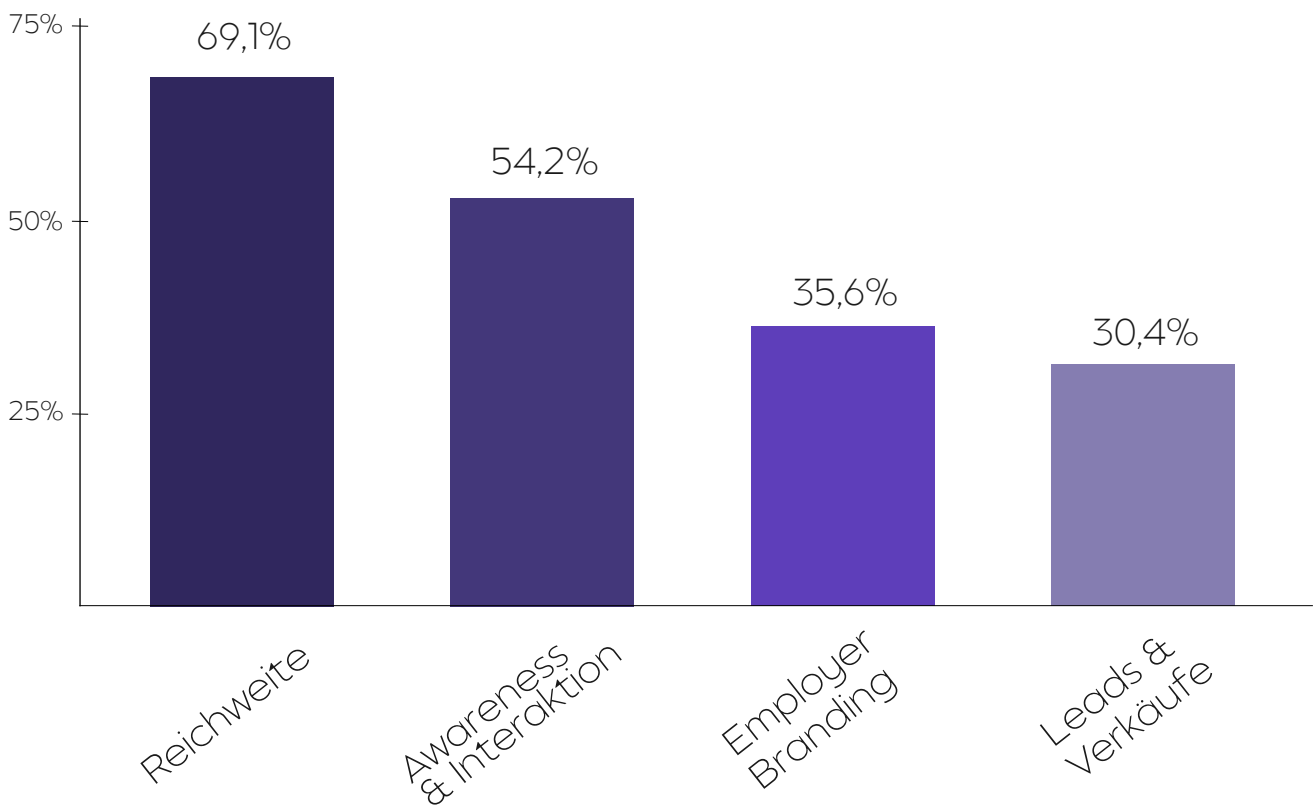
SOCIAL MEDIA IST EINE TEAM-WORK SACHE!

Bei einem Social Media Projekt ist nie nur eine Person involviert. Oft sind Geschäftsführer, Marketing Manager, Creatives und bei der Produktion fast alle Personen im Unternehmen beteiligt.

Die Summe der Zeit, die dabei aufgebracht wird, kann enorm sein. Von der Ideenfindung bis zum Posten der Beiträge sind oft bis zu 30 Personen involviert.

Was willst du erreichen?

„ICH MÖCHTE MEHR UMSATZ & KUNDEN“ IST KEIN DIREKTES ZIEL!



HAUPTZIEL: REICHWEITE & AWARENESS

In der Umfrage gaben die meisten Teilnehmenden an, mit Social Media primär mehr Reichweite zu erzielen und die Bekanntheit ihrer Marke zu vergrößern.

Auch die Interaktion mit der eigenen Community hat einen hohen Stellenwert. Beindruckend ist, dass nur ein Drittel der Befragten ein direktes Umsatzziel verfolgen.

Es beginnt mit der Zielsetzung

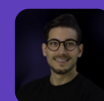
40% DER MARKEN HABEN KEIN SOCIAL MEDIA ZIEL!

40 % der befragten Personen sind der Meinung, dass die Erstellung einer Social Media Strategie die grösste

Herausforderung darstellt. Sie wissen nicht genau, was sie auf Social Media erreichen sollen.

UNSER TIPP:

Ein Ziel ist besser als kein Ziel. Im wirtschaftlichen Sinne ist das Ziel natürlich immer mehr Umsatz und Gewinn zu erzielen. Allerdings ist Social Media ein langfristiger Prozess. Daher ist es wichtig, Beitrag für Beitrag weiterzuarbeiten und Meilensteine in Bezug auf die Reichweite und Interaktion zu definieren, die letztlich zu mehr Leads und Umsatz führen.



KERIM ALP
Art Director

Zielgruppe vs Zielkunde

NICHT JEDER FOLLOWER IST DEIN KUNDE!

Jeder Social Media Manager sollte den Unterschied zwischen Zielgruppe und Zielkunde kennen, um eine effektive Marketingstrategie zu entwickeln.

Nicht jeder Follower kann sich die Produkte und die Leistungen deines Unternehmens leisten. Vielleicht wollen sie es auch nicht. Jedoch ist wichtig zu wissen, dass sie ein wichtiger Part der Strategie spielen.



Die Zielgruppe will mit dir interagieren und von dir lernen! Kaufen werden sie vermutlich nie!

HAT VIEL:



ZEIT

kann jederzeit mit deinen Posts interagieren



ENERGIE

folgt dir für eine lange Zeit und macht deine Techniken nach

HAT KEIN/E:



GELD

kann sich die Produkte nicht leisten oder braucht sie nicht



COMMITMENT

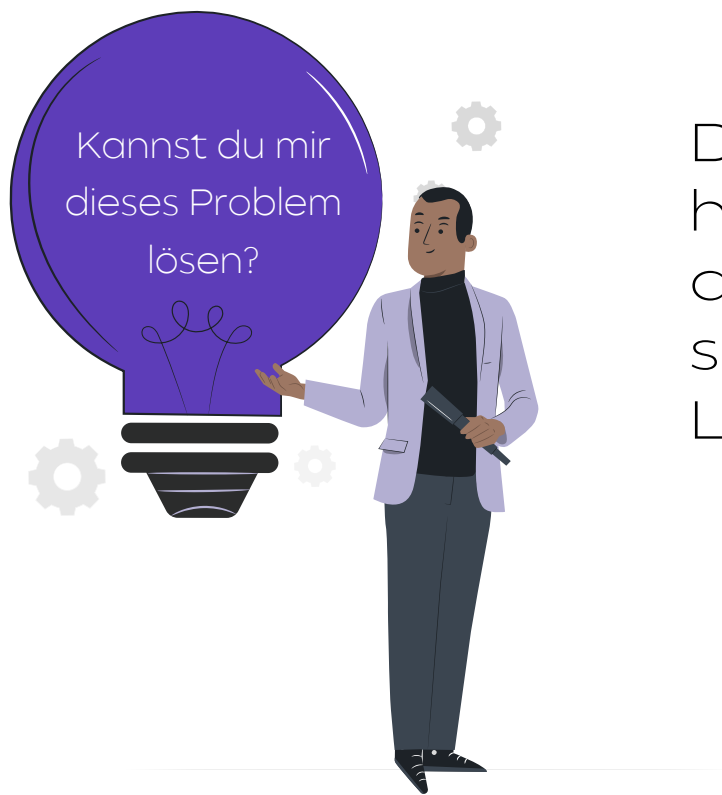
will keine Partnerschaft und braucht nur Inspiration

Zielgruppe vs Zielkunde

NICHT JEDER KUNDE FOLGT DIR!

Es ist verlockend, jeden potenziellen Kunden in einen Follower verwandeln zu wollen. Jedoch ist das nicht immer der Fall. Potenzielle Kunden suchen

nach Lösungen für ihre spezifischen Probleme. Es ist wichtiger, diese unterschiedlichen Bedürfnisse zu erkennen.



Die Zielkunden haben ein Problem, das gelöst werden soll. Sie wollen deine Lösung sehen.

HAT VIEL:



GELD

kann sich deine Produkte leisten



VERTRAUEN

vertraut einem professionellen Unternehmen, welches seine Probleme löst

HAT KEIN/E:



ZEIT

hat keine Zeit seine Problem selbst zu lösen



LÖSUNG

will für sein Problem eine konkrete Lösung sehen

Zielgruppe vs Zielkunde

DIE ZIELGRUPPE BRINGT DIR DIE ZIELKUNDEN!

Follower-Interaktionen steigern die Sichtbarkeit! Heutzutage ist es entscheidend, sowohl treue Follower als auch potenzielle Kunden mit rele-

vanten Inhalten zu versorgen. Diese beiden Gruppen ergänzen sich auf überraschende Weise. Social Proof durch aktive Community ist der grösste Beweis.

UNSER TIPP:

Ein Like oder ein Kommentar der Zielgruppe kann bereits ausreichen, dass der Zielkunde auf dich aufmerksam wird. Der Fokus darf nicht nur an Zielgruppe oder nur an Zielkunden gerichtet sein. Es ist ein guter Mix zwischen beiden.



KEMAL ALP
Creative Director



NUR Content verkauft nicht

SELBST DAS BESTE VERKAUFSDIRECTOR AUF INSTAGRAM VERKAUFT NICHT DIREKT.

Kannst du eine Frau beim ersten Date fragen, ob sie dich heiraten möchte?



Einen Heiratsantrag beim ersten Treffen zu machen, ist ein No-Go, und das gilt auch für potenzielle Kunden in den sozialen Medien. Sie haben oft Budget-, Vertrauens-, Zeit- und Wissensprobleme,

die sie daran hindern, sofort zu handeln. Diese Barrieren müssen überwunden werden, damit Neugier geweckt und echtes Interesse entsteht - ähnlich wie man das Herz eines Menschen im Laufe der Zeit gewinnt.

Vertrauen braucht Zeit!

DEINE KUNDEN WOLLEN DICH ZUERST KENNENLERNEN!



VERTRAUEN

Ist es für dich nicht vertrauensvoller, wenn ein Koryphäe über sein Thema spricht und so zahlreiche Probleme durch gezielte Inhalte löst?



KNOW-HOW

Wenn sie nicht wissen, dass sie ein Problem haben, warum sollten sie nach einer Lösung suchen?



ZEITPUNKT

Du hast doch bestimmt auch eine Prioritätenliste bei der Erfüllung deiner Bedürfnisse.



BUDGET

Vielleicht kannst du dir heute noch keine Yacht leisten, aber vielleicht sieht es morgen anders aus?

UNSER TIPP:

Lass es zu, dass dich deine Kunden kennenlernen. Erzähle von deinen Werten, Zielen, Lösungen und baue Vertrauen auf.



KERIM ALP
Art Director



Am Ende ist alles eine Reise!

JEDER BEITRAG ZÄHLT - DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IST DIE SUMME DER BEITRÄGE

Jeder Post auf Social Media hat einen klaren Zweck: Vertrauen aufzubauen, Expertise zu zeigen, zu unterhalten oder Testimonials zu präsentieren.

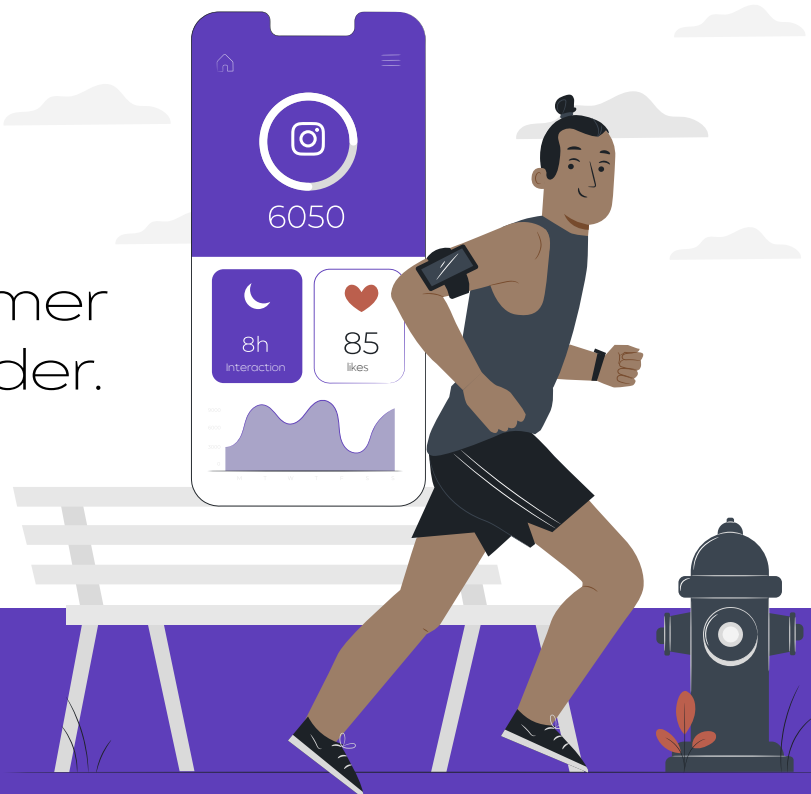
Diese Plattform ist kein Sprint, sondern ein Marathon, bei dem der Gipfel - das Gewinnen von Kunden - nicht mit einem einzigen Beitrag erreicht wird.



Einmal ist keinmal

SOCIAL MEDIA IST EIN MARATHON KEIN SPRINT!

Erzähle deine Geschichte immer und immer wieder.



UNSER TIPP:

Es ist die kontinuierliche Präsentation wertvoller Inhalte, die im Laufe der Zeit eine starke Beziehung zur Zielgruppe aufbaut und letztlich zu langfristigem Erfolg führt.



KEMAL ALP
Creative Director

Leg los!

DU WILLST EINE SOCIAL MEDIA STRATEGIE UND DEN PASSENDE CONTENT FÜR DICH?

Lass uns gemeinsam den Gipfel erklimmen! Wir sind nur einen Anruf oder Klick entfernt. Schnapp dir ein Telefon oder hau in die Tasten.



-  www.alpstudios.ch
-  welcome@alpstudios.ch
-  076 211 99 31
-  [instagram.com/alpstudios/](https://www.instagram.com/alpstudios/)
-  [linkedin.com/company/alpstudios/](https://www.linkedin.com/company/alpstudios/)
-  [youtube.com/@alpstudiosagency](https://www.youtube.com/@alpstudiosagency)

