



# social media leicht gemacht: der **praxis-leitfaden** für einsteiger & kleine unternehmen



Die Schritt für Schritt Anleitung  
So nutzen Sie die Vorteile von Social Media für  
Ihr Unternehmen und gewinnen aktiv Kunden.



# zum autor

Hi! Ich bin Björn, schön, dass Sie hier sind!

Ich bin Björn Riecks, professioneller Fotograf, Social Media Berater und Unternehmer. Die Mission, also meine Mission ist ganz simpel, ich möchte unsere Gesellschaft etwas mehr digitalisieren, damit wir es alle leichter haben bei der Auswahl von Restaurants, Hotels, Cafés und so weiter. Ich finde, das ist der Zeit angemessen. Dazu berate ich Unternehmen zu ihrer Präsenz in der digitalen Welt, helfe ihnen mit Social Media, indem ich ihnen Strategien an die Hand gebe und erstelle dann zielgerichtet ihren digitalen Content.

Dieser Guide ist genau aus diesem Grund entstanden. Ich möchte Ihnen helfen, Ihre digitale Präsenz aufzubauen und da darf Social Media natürlich nicht fehlen. Daher zeige ich Ihnen in diesem Guide, wie Sie Ihre Kanäle aufbauen, welche Art von Content wo funktioniert und wie Sie diese Tools nutzen, um Ihren Zielen näherzukommen!

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und jetzt viel Spaß mit dem Guide! Sollten Sie Fragen haben, schreiben Sie mir gerne eine E-Mail. Ich helfe Ihnen gerne weiter!

Falls Sie möchten, können Sie gerne im Anschluss ein Feedback hinterlassen. Sagen Sie mir, wie der Guide Ihnen und Ihrem Unternehmen geholfen hat. Vielen Dank!

# inhalt des guides

## einleitung

### herzlich willkommen in der **digitalen welt von social media**

5

Warum Social Media für kleine Unternehmen unverzichtbar ist | Was Sie aus diesem Buch mitnehmen werden | Was Sie vor dem Start tun sollten  
| Lassen Sie uns gemeinsam starten

## kapitel 1

### einführung in die **digitale welt von heute**

10

Warum Social Media heute unverzichtbar ist | Die Vorteile für kleine Unternehmen | Häufige Vorurteile und Missverständnisse über Social Media

## kapitel 2

### grundlagen und **die ersten schritte**

14

Was ist Social Media Marketing? Eine einfache Erklärung | Zielgruppenanalyse | Die Wahl der richtigen Social Media Plattformen  
| Erstellung eines Social Media Profils: Schritt-für-Schritt-Anleitung | Tools zur Planung und Automatisierung

## kapitel 3

### so entwickeln sie **die richtige strategie** für sich

19

Warum eine Strategie wichtig ist: Ziele festlegen und Erfolge messen | SMART-Ziele und KPIs: Was wollen Sie erreichen?  
| Wie Sie eine authentische Markenstimme entwickeln | Erstellung eines Content-Plans und Redaktionskalenders  
| Markenstimme und visuelle Identität festlegen

## kapitel 4

### content-**erstellung und -planung**

28

Welche Inhalte funktionieren auf den einzelnen Plattformen? | Die Kunst des Storytellings: So erzählen Sie Ihre Unternehmensgeschichte  
| Visuelle Inhalte erstellen: Tools für beeindruckende Beiträge | Planung und Automatisierung: Tools zur Effizienzsteigerung  
| Ideen für Content: Branchenrelevante Beispiele und Trends

## kapitel 5

### **community** management

34

Wie Sie eine engagierte Community aufbauen und pflegen | Der Umgang mit Kommentaren, Nachrichten und DMs  
| Umgang mit negativem Feedback: Strategien zur Deeskalation | Social Listening: Zuhören, was die Community sagt

# inhalt des guides

## kapitel 6

39

### interaktion und engagement

Tipps zur Steigerung der Interaktionsrate (Likes, Shares, Kommentare) | Hashtag-Strategien für mehr Sichtbarkeit  
| Die Bedeutung von Timing und regelmäßiger Aktivität | Kooperationen und Influencer-Marketing auch für kleine Budgets

---

## kapitel 7

### formen der werbung auf social media

44

Was ist der Unterschied zwischen organischer und bezahlter Reichweite?  
| Einführung in Social Media Ads: Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads | Zielgruppen-Targeting und Budgetplanung  
| Wie man die Leistung von Werbeanzeigen misst | Best Practices für erfolgreiche Social Media Ads

---

## kapitel 8

### analyse und optimierung

50

Warum Analyse und Optimierung wichtig sind | Wichtige Kennzahlen zur Erfolgsmessung  
| Wie man Social Media Analytics nutzt: Insights, Google Analytics | Kontinuierliche Optimierung der Strategie anhand von Daten  
| A/B-Tests und deren Bedeutung

---

## kapitel 9

### rechtliche aspekte und datenschutz

56

Datenschutz (DSGVO) und rechtliche Vorgaben für Unternehmen | Bild- und Urheberrechte beachten  
| Gewinnspiele und Wettbewerbe: Was Sie wissen müssen | Impressumspflicht auf Social Media  
| Umgang mit negativen Kommentaren und rechtlicher Absicherung

---

## kapitel 10

### tipps und best practices

62

Erfolgreiche Beispiele von kleinen Unternehmen | Häufige Fehler vermeiden: Die „Don'ts“ im Social Media Marketing  
| Nützliche Tools für das tägliche Social Media Management | Weiterführende Ressourcen: Podcasts, Bücher und Online-Kurse

---

# inhalt des guides

## schlusswort

### fazit und nächste schritte

68

Zusammenfassung der wichtigsten Punkte | Wie Sie langfristig erfolgreich bleiben | Weiterführende Ressourcen und Schulungen  
| Abschließende Worte und motivierende Gedanken

---

## bonus

### die besten strategien für virale inhalte

72

Die Psychologie hinter viralen Inhalten verstehen | Storytelling: Erzählen Sie eine fesselnde Geschichte  
| Interaktive Inhalte: Binden Sie Ihre Follower aktiv ein | Trends und Memes nutzen: Seien Sie am Puls der Zeit  
| Inhalte für maximale Teilbarkeit optimieren | Virale Inhalte messen und optimieren

---

## nachwort

### updates und feedback

79

Updates | Feedback | Ein Geschenk für Sie | Sie wollen weiter lernen?

---

einleitung

herzlich

willkommen in der

# digitalen welt von social media



Starten Sie Ihre Reise in die digitale Welt hier und jetzt! Sie sind auf dem besten Weg, Social Media Schritt für Schritt zu verstehen.

# herzlich willkommen in der digitalen welt von social media

## einleitung

Herzlich willkommen zu diesem Social Media Leitfaden für kleine Unternehmen! In den letzten Jahren hat sich die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden interagieren, grundlegend verändert. Social Media hat die Welt erobert und bietet unglaubliche Möglichkeiten, um mit Menschen in Kontakt zu treten, Beziehungen aufzubauen und letztlich das Wachstum eines Unternehmens zu fördern.

Vielleicht haben Sie bisher Social Media als etwas betrachtet, das nur großen Marken vorbehalten ist – mit riesigen Budgets und Teams, die rund um die Uhr an Strategien arbeiten. Doch die Wahrheit ist: Social Media ist für alle da. Egal, ob Sie ein kleines Café betreiben, als Freiberufler arbeiten oder ein Start-up gegründet haben – Sie können die Kraft der sozialen Netzwerke für Ihr Unternehmen nutzen.

Dieses Buch richtet sich speziell an kleine Unternehmen und Einzelunternehmer, die sich bisher kaum mit Social Media beschäftigt haben. Es soll Ihnen helfen, die ersten Schritte zu gehen, Unsicherheiten abzubauen und Ihnen das nötige Wissen und die Werkzeuge an die Hand zu geben, um Ihre Ziele zu erreichen. Lassen Sie uns gemeinsam die Welt der sozialen Netzwerke erkunden und herausfinden, wie Sie Ihre Marke authentisch präsentieren und erfolgreich wachsen lassen können.

## Warum Social Media für Ihr Unternehmen wichtig ist und was Sie erwartet

Bevor wir in die Welt von Likes, Hashtags und Werbeanzeigen eintauchen, lassen Sie uns innehalten und über das „Warum“ sprechen. Warum sollten Sie als Unternehmer überhaupt Zeit und Energie in Social Media investieren? Was können Sie aus diesem Buch mitnehmen, und warum ist es genau jetzt an der Zeit, Ihre Online-Präsenz zu optimieren?

## einleitung

# herzlich willkommen in der digitalen welt von social media

## 0.1 Warum Social Media für kleine Unternehmen unverzichtbar ist

Die Art und Weise, wie Kunden mit Marken interagieren, hat sich verändert. Früher genügte es, eine Anzeige in der Zeitung zu schalten oder ein Plakat aufzuhängen, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Heute suchen Menschen nach authentischen Marken, die ihnen zuhören, ihre Bedürfnisse verstehen und echte Beziehungen aufbauen.

Social Media ist kein Trend, der wieder vergeht – es ist ein integraler Bestandteil unserer digitalen Welt geworden. Plattformen wie Instagram, Facebook und LinkedIn sind nicht nur Orte, an denen Menschen Fotos teilen und sich unterhalten. Sie sind mächtige Werkzeuge, um Vertrauen aufzubauen, Kunden zu gewinnen und Ihre Marke zu stärken.

Warum sollten Sie sich auf diese Reise einlassen?

- **Reichweite und Sichtbarkeit:** Social Media gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Marke einer breiten Zielgruppe zu präsentieren – unabhängig von Ihrem Marketingbudget.
- **Authentische Beziehungen:** Interagieren Sie direkt mit Ihren Kunden, hören Sie auf ihr Feedback und bauen Sie langfristige Beziehungen auf.
- **Effektives Marketing:** Mit den richtigen Strategien können Sie gezielt Ihre Zielgruppe ansprechen und Ihre Botschaft direkt zu den Menschen bringen, die sich für Ihre Produkte oder Dienstleistungen interessieren.

einleitung

# herzlich willkommen in der digitalen welt von social media

## 0.2 Was Sie aus diesem Buch mitnehmen werden

Dieses Buch soll Ihnen eine praktische Anleitung an die Hand geben, um erfolgreich in die Welt des Social Media Marketings einzutauchen. Sie werden lernen, wie Sie Ihre Zielgruppe definieren, eine effektive Strategie entwickeln und Inhalte erstellen, die Ihre Follower begeistern. Aber noch viel wichtiger: Sie werden entdecken, wie Sie Social Media nutzen können, um echte Verbindungen zu Menschen aufzubauen und Ihr Unternehmen auf authentische Weise wachsen zu lassen.

Was Sie erwarten können:

- **Einfache Erklärungen und praxisnahe Tipps:** Dieses Buch richtet sich an Einsteiger. Sie benötigen kein Vorwissen, um die Inhalte zu verstehen und umzusetzen.
- **Schritt-für-Schritt-Anleitungen:** Jedes Kapitel bietet Ihnen klare Anleitungen, wie Sie Ihre Social Media Strategie umsetzen können – von der Zielgruppenanalyse bis hin zur Erstellung von Werbeanzeigen.
- **Checklisten und Vorlagen:** Im begleitenden Workbook finden Sie zusätzliche Arbeitsblätter, Checklisten und praktische Vorlagen, die Ihnen helfen, das Gelernte direkt in die Praxis umzusetzen.

einleitung

# herzlich willkommen in der digitalen welt von social media

## 0.3 Was Sie vor dem Start tun sollten

Bevor Sie mit dem ersten Kapitel beginnen, nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um Ihre eigenen Erwartungen zu reflektieren:

- **Was möchten Sie mit Social Media erreichen?** Notieren Sie sich Ihre Ziele – ob es darum geht, mehr Kunden zu gewinnen, Ihre Marke bekannter zu machen oder Ihre bestehenden Kunden besser zu binden.
- **Wie viel Zeit können Sie realistisch investieren?** Social Media erfordert Zeit und Engagement. Überlegen Sie sich, wie viel Zeit pro Woche Sie dafür einplanen können.
- **Was sind Ihre größten Herausforderungen?** Vielleicht sind es technische Hürden, Unsicherheiten bei der Content-Erstellung oder die Angst, sichtbar zu werden. Identifizieren Sie Ihre Hindernisse, damit Sie gezielt an ihnen arbeiten können.

## 0.4 Lassen Sie uns gemeinsam starten

Es ist ganz normal, sich anfangs überfordert zu fühlen. Doch lassen Sie sich davon nicht entmutigen. Der erste Schritt ist oft der schwerste, doch wenn Sie ihn einmal gemacht haben, wird der Rest viel einfacher. Dieses Buch soll Ihnen dabei helfen, Vertrauen in Ihre Fähigkeiten aufzubauen und die ersten Erfolge zu feiern.

Machen Sie sich bereit für eine spannende Reise – lassen Sie uns gemeinsam die Welt von Social Media erobern und Ihr Unternehmen auf das nächste Level bringen!

kapitel 1

# einführung in die **digitale welt von heute**



Dieses Kapitel zeigt Ihnen, warum Soziale Medien heutzutage so einen großen Stellenwert haben und wofür sie genutzt werden.

## kapitel 1

# einführung in die **digitale** **welt von heute**

In diesem Kapitel zeige ich Ihnen, warum Social Media für Ihr kleines Unternehmen eine großartige Chance darstellt. Es geht darum, die Bedeutung und die Vorteile von Social Media zu verstehen und sich von möglichen Vorurteilen zu lösen, die Sie vielleicht bisher davon abgehalten haben, in diesem Bereich aktiv zu werden.

## 1.1 Warum Social Media heute unverzichtbar ist

Heutzutage verbringen Menschen weltweit täglich mehrere Stunden auf Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram und LinkedIn. Diese Plattformen sind längst nicht mehr nur Orte, an denen Menschen sich austauschen und vernetzen – sie sind zu zentralen Kanälen für Unternehmen geworden, um mit ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten. Hier sind einige Gründe, warum auch Ihr Unternehmen auf Social Media aktiv sein sollte:

- **Steigerung der Markenbekanntheit:** Social Media ermöglicht es Ihnen, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte einem breiten Publikum vorzustellen. Eine durchdachte Social Media Präsenz erhöht die Sichtbarkeit Ihrer Marke erheblich.
- **Kundenbindung:** Die Interaktion mit Ihrer Zielgruppe über Kommentare, Direktnachrichten oder Umfragen schafft eine persönliche Bindung und fördert langfristige Kundenbeziehungen.
- **Kostenlose und kostengünstige Werbung:** Besonders für kleine Unternehmen mit begrenztem Budget bieten soziale Netzwerke eine günstige Möglichkeit, Zielgruppen zu erreichen – sei es durch organische Beiträge oder gezielte Werbung.
- **Direktes Feedback:** Social Media ermöglicht es Ihnen, direktes Feedback von Kunden zu erhalten und dadurch Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verbessern.

**Inspiration:** Stellen Sie sich vor, Sie betreiben einen Blumenladen. Durch regelmäßige, inspirierende Posts auf Instagram und das Teilen von saisonalen Dekorationstipps können Sie Ihre Zielgruppe begeistern und langfristig binden.

## kapitel 1

# einführung in die **digitale** **welt von heute**

## 1.2 Die Vorteile für kleine Unternehmen

Social Media ist nicht nur etwas für große Unternehmen mit riesigen Marketing-Budgets. Im Gegenteil – gerade für kleine Unternehmen bietet es zahlreiche Vorteile:

- **Geringe Einstiegshürden:** Sie brauchen keine umfangreichen technischen Kenntnisse oder teure Ausrüstung, um auf Social Media aktiv zu werden.
- **Gezielte Ansprache:** Durch die Nutzung von plattform-spezifischen Funktionen wie Hashtags und Zielgruppen-Targeting können Sie genau die Menschen erreichen, die sich für Ihre Produkte interessieren.
- **Messbare Erfolge:** Anders als bei klassischen Werbemaßnahmen können Sie auf Social Media genau verfolgen, wie gut Ihre Inhalte ankommen und welche Maßnahmen die besten Ergebnisse liefern.

## 1.3 Häufige Vorurteile und Missverständnisse über Social Media

Viele kleine Unternehmen scheuen sich, auf Social Media aktiv zu werden, weil sie gewisse Vorurteile und Missverständnisse haben. Lassen Sie uns diese einmal aus dem Weg räumen:

### **“Social Media kostet zu viel Zeit“**

Sie müssen nicht rund um die Uhr posten, um erfolgreich zu sein. Ein gut durchdachter Content-Plan und die Nutzung von Automatisierungstools (wie Buffer oder Meta Business Suite) helfen Ihnen, Ihre Social Media Aktivitäten effizient zu organisieren.

# kapitel 1

# einführung in die **digitale welt von heute**

## 1.3 Häufige Vorurteile und Missverständnisse über Social Media

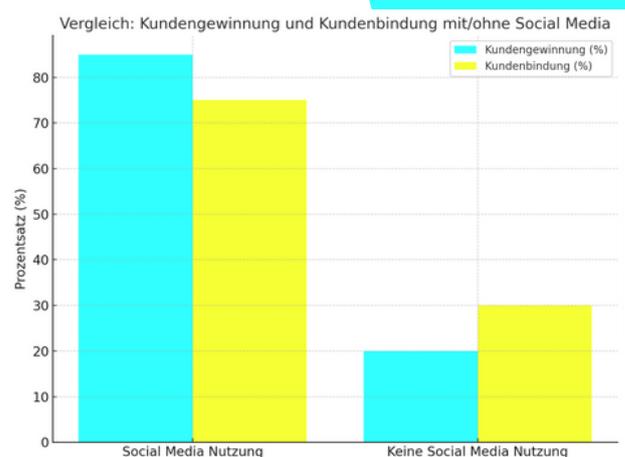
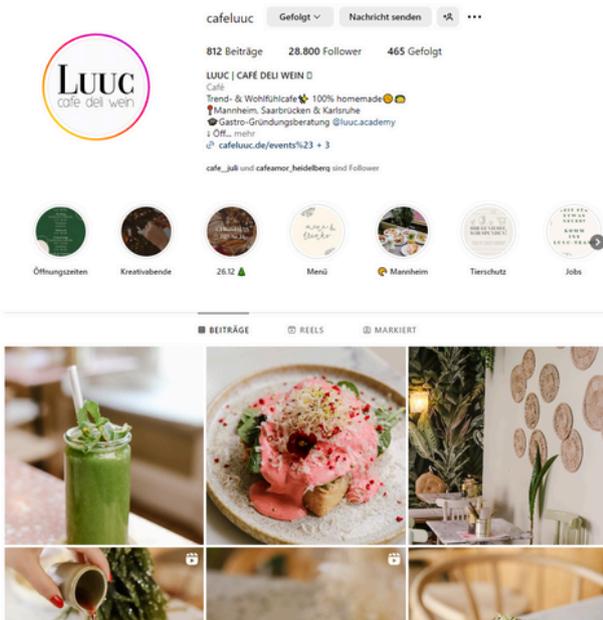
### „Ich brauche kein Social Media – ich habe genug Stammkunden“

Selbst wenn Sie bereits eine treue Kundschaft haben, können Social Media Plattformen Ihnen dabei helfen, neue Zielgruppen zu erschließen und Ihr Geschäft weiter auszubauen.

### „Nur junge Leute nutzen Social Media“

Diese Annahme ist längst überholt. Plattformen wie Facebook und LinkedIn werden stark von Nutzern über 30 und 40 Jahren genutzt. Es gibt für jede Zielgruppe die passende Plattform.

Beispiel, Daten & Inspiration:



Quellen: unternehmer.de, swat.io, kundengewinnung.com, affde.com

**"Social Media ist gekommen, um zu bleiben – und Unternehmen schneiden sich ins eigene Fleisch, wenn Sie es nicht für ihr Marketing und ihre Kundenkommunikation nutzen."** – we love content

kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**



Lernen Sie die Begrifflichkeiten kennen, wie eine Zielgruppenanalyse funktioniert und welche Plattform für Sie die richtige ist.

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

Dieses Kapitel hilft Ihnen, die Grundlagen des Social Media Marketings zu verstehen und die ersten Schritte für eine erfolgreiche Präsenz zu unternehmen. Ich zeige Ihnen, wie Sie Ihre Zielgruppe identifizieren, die richtigen Plattformen auswählen und ein ansprechendes Profil für Ihr Unternehmen erstellen.

## 2.1 Was ist Social Media Marketing? Eine einfache Erklärung

Social Media Marketing bedeutet, soziale Netzwerke gezielt zu nutzen, um Ihre Marke bekannt zu machen, mit Ihrer Zielgruppe zu interagieren und potenzielle Kunden zu gewinnen. Anders als klassische Werbung setzt Social Media auf den Aufbau von Beziehungen, Authentizität und die direkte Kommunikation mit Nutzern. Der Fokus liegt darauf, Inhalte zu erstellen, die für Ihre Zielgruppe relevant und interessant sind – und so organische Reichweite, Engagement und letztlich Conversions zu erzielen.

### **Die Vorteile auf einen Blick:**

- Geringe Einstiegskosten
- Direkte Kommunikation mit Kunden
- Messbare Ergebnisse und kontinuierliche Optimierungsmöglichkeiten

## 2.2 Zielgruppenanalyse

Bevor Sie mit Social Media starten, ist es entscheidend zu wissen, **wen** Sie ansprechen wollen. Eine Zielgruppenanalyse hilft Ihnen dabei, Ihre Inhalte genau auf die Bedürfnisse und Interessen Ihrer potenziellen Kunden zuzuschneiden.

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

## 2.2 Zielgruppenanalyse

So gehen Sie vor:

- 1 Demografische Merkmale** bestimmen: Alter, Geschlecht, Wohnort, Beruf.
- 2 Interessen und Bedürfnisse** erfassen: Was treibt Ihre Zielgruppe an? Welche Probleme möchten Sie lösen?
- 3 Wo ist Ihre Zielgruppe aktiv?** Finden Sie heraus, welche Plattformen Ihre Zielgruppe bevorzugt nutzt (z.B. Instagram für eine jüngere Zielgruppe, LinkedIn für B2B-Kunden).

**Tipp:** Nutzen Sie Umfragen oder direkte Gespräche mit bestehenden Kunden, um mehr über deren Vorlieben zu erfahren. Das gibt Ihnen wertvolle Einblicke und hilft Ihnen, Ihre Social Media Strategie zu optimieren.

## 2.3 Die Wahl der richtigen Social Media Plattformen

Nicht jede Plattform eignet sich für jedes Unternehmen. Es ist wichtig, die richtige Plattform auszuwählen, um Ihre Zielgruppe bestmöglich zu erreichen. Hier ein Überblick über die wichtigsten Plattformen und deren Besonderheiten:

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

## 2.3 Die Wahl der richtigen Social Media Plattformen

Welche Plattformen gibt es?

- **Facebook:** Ideal für breites Publikum, stark in der lokalen Kundenbindung, gute Werbemöglichkeiten.
- **Instagram:** Perfekt für visuell ansprechende Inhalte (Bilder, Videos, Stories, Reels), beliebt bei jüngeren Zielgruppen.
- **LinkedIn:** Hervorragend für B2B-Marketing, Fachartikel und den Aufbau eines beruflichen Netzwerks.
- **TikTok:** Optimal für kreative und unterhaltsame Kurzvideos, besonders bei einer jüngeren Zielgruppe beliebt.
- **Pinterest:** Ideal für visuelle Branchen wie Mode, Design und DIY-Projekte.
- **YouTube:** Effektiv für längere Videos, Tutorials und Produktvorstellungen.

Welcher Content funktioniert wo?

- **Facebook:** Artikel, Veranstaltungen, Gruppen, Live-Videos
- **Instagram:** Hochwertige Bilder, Reels, Stories
- **LinkedIn:** Fachartikel, Branchennachrichten, berufliche Erfolge
- **TikTok:** Kreative Kurzvideos, Challenges, Trends
- **Pinterest:** Infografiken, Anleitungen, Produktideen
- **YouTube:** Tutorials, Vlogs, Produkt-Reviews

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

## 2.4 Erstellung eines Social Media Profils: Schritt-für-Schritt-Anleitung

Ein professionelles und einheitliches Profil ist der erste Eindruck, den Nutzer von Ihrem Unternehmen erhalten. Hier sind einige Best Practices für die Erstellung eines Profils auf den wichtigsten Plattformen:

- 1 Profilbild:** Verwenden Sie Ihr Firmenlogo oder ein professionelles Bild, das Ihre Marke repräsentiert.
- 2 Benutzername:** Wählen Sie einen leicht erkennbaren Benutzernamen, der mit Ihrem Unternehmensnamen übereinstimmt. So kurz und einprägsam wie möglich.
- 3 Bio erstellen:**
  - **Instagram:** Beschreiben Sie in wenigen Worten, was Ihr Unternehmen ausmacht, und fügen Sie einen Link zu Ihrer Website hinzu.
    - Beispiel: „🌿 Nachhaltige Mode aus Deutschland | Handgemacht & Fair | Gratis Versand ab 50 €“
  - **LinkedIn:** Stellen Sie Ihr Unternehmen ausführlicher vor. Nutzen Sie Keywords, um besser gefunden zu werden.
    - Beispiel: „Wir bieten maßgeschneiderte IT-Lösungen für mittelständische Unternehmen. Lassen Sie uns gemeinsam Ihre digitale Zukunft gestalten!“
  - **TikTok:** Kurz und knackig, mit einem Hinweis auf Ihren Content-Stil.
    - Beispiel: „🌍 Reisen & Abenteuer | Tipps, die du nicht verpassen solltest! 📍“
- 4 Kontaktinformationen:** Fügen Sie relevante Kontaktmöglichkeiten wie E-Mail, Telefonnummer und Standort hinzu. Einige Plattformen bieten auch CTAs an.
- 5 Erster Beitrag:** Nutzen Sie Ihren ersten Beitrag, um sich und Ihr Unternehmen vorzustellen. Begrüßen Sie Ihre neuen Follower und erzählen Sie, was sie in Zukunft erwarten können.

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

## 2.4 Erstellung eines Social Media Profils: Schritt-für-Schritt-Anleitung

**6** **Link in Bio Dienste:** Nutzen Sie sogenannte "Link in Bio Dienste" wie **Linktree** oder **bio.sites**. Diese Dienste ermöglichen Ihnen, eine Linksammlung zu erstellen und so den einen Link in Ihrer Bio optimal zu nutzen, durch Einfügen Ihrer Webseite, Google Business Profils, Artikeln, Cross-Plattform-Marketing uvm.

**7** **Bonus:** Nutzen Sie für die Anmeldung und Registrierung all dieser Dienste die selbe Mail-Adresse, am besten Ihre Firmen-Mail-Adresse. So sehen Sie sofort, sollte etwas mit den Konten nicht stimmen und es ist einfacher zu merken.

Schalten Sie außerdem die **2-Faktor-Authentifikation** für all Ihre Konten an, um sie zu schützen.

Beispiele für gute Bios & Linktree:



cafeluuc    Gefolgt ▾    Nachricht senden    +    ⋮

812 Beiträge    28.800 Follower    465 Gefolgt

**LUUC | CAFÉ DELI WEIN** □  
Café  
Trend- & Wohlfühlcafé 🌿 100% homemade 🥰 🍷  
📍 Mannheim, Saarbrücken & Karlsruhe  
👤 Gastro-Gründungsberatung @luuc.academy  
⏰ Öffnungszeiten, Gutscheinkauf  
🔗 [cafeluuc.de/events%23 + 3](https://cafeluuc.de/events%23+3)

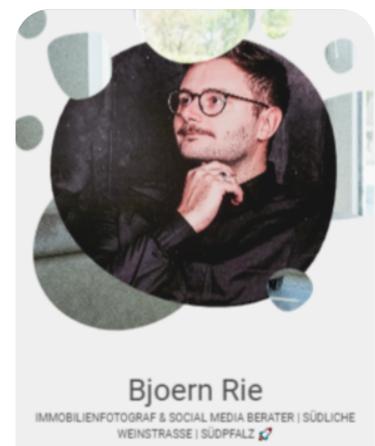
cafe\_juli und cafeamor\_heidelberg sind Follower



cafe\_paradies    Gefolgt ▾    Nachricht senden    +    ⋮

47 Beiträge    795 Follower    121 Gefolgt

**Café Paradis**  
Produkt/Dienstleistung  
🍷 Frühstück, Mittagessen, Cocktails  
🕒 Öffnungszeiten: Di - So 8.30-18 Uhr  
🛋 Montag Ruhetag  
☎ Telefon: 06323/4689685  
📍 Adresse: Weinstr.61 67480 Edenkoben  
Weinstraße 61, Edenkoben 67480



📄 🎵 📺 📷 📺 📺

	ARBEITEN SIE MIT MIR!	01
	LEITFADEN: GOOGLE BUSINESS PROFIL OPTIMIEREN (DEUTSCH)	02
	ARTIKEL: DIE RICHTIGE AUSTRÜSTUNG FÜR FOTOGRAFIE-ANFÄNGER 2023	03

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

## 2.5 Tools zur Planung und Automatisierung

Die Organisation Ihrer Social Media Aktivitäten muss nicht zeitaufwändig sein. Es gibt zahlreiche Tools, die Ihnen helfen, Ihre Inhalte im Voraus zu planen und zu automatisieren:

- **Meta Business Suite:** Ideal für die Verwaltung von Facebook und Instagram. Ermöglicht das Planen von Beiträgen und das Analysieren von Insights. *(Da Facebook, Instagram & WhatsApp mittlerweile alle Eigentum von Meta sind, ist die gemeinsame Verwaltung der Konten leichter geworden. Es gibt außerdem die Möglichkeit zum „Cross-Posten“ - dann werden Ihre Instagram-Inhalte auch direkt auf Facebook geteilt. Das kann sinnvoll sein und spart Ihnen Zeit.)*
- **Buffer:** Ein einfaches Tool zur Planung und Automatisierung von Beiträgen auf verschiedenen Plattformen.
- **Hootsuite:** Bietet umfassende Funktionen zur Verwaltung mehrerer Social Media Konten, einschließlich Monitoring und Analyse.
- **Later:** Besonders benutzerfreundlich für Instagram, Pinterest und TikTok.
- **Canva:** Ein Tool zur schnellen Erstellung von visuellen Inhalten wie Posts, Stories und Grafiken.
- **Hubspot:** Ein umfassendes Tool zum Verwalten von Kontakten, Planen von Beiträgen und Automatisieren von Abläufen, wie E-Mail-Marketing, sowie Webseite und Blog.

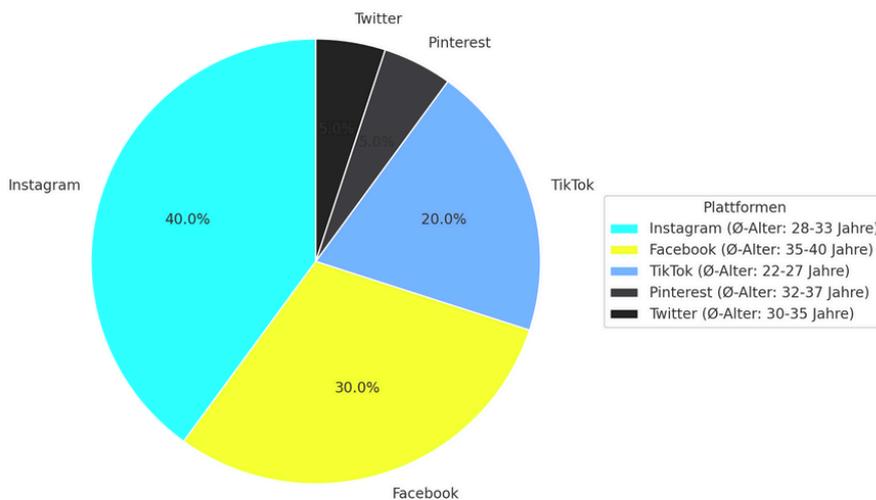
**Tipp:** Nutzen Sie die kostenlosen Testversionen dieser Tools, um herauszufinden, welches am besten zu Ihrem Unternehmen passt.

## kapitel 2

# grundlagen und **die ersten schritte**

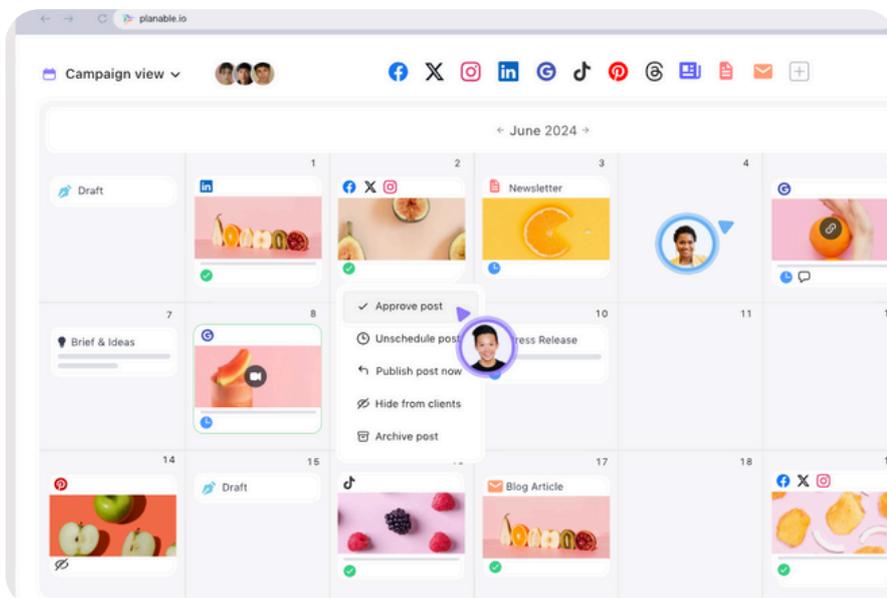
Zielgruppenverteilung für Restaurants:

Verteilung der Zielgruppe für Restaurants auf Social Media



Hier sehen Sie ein Diagramm, dass die Verteilung der Zielgruppe von Restaurants über die verschiedenen sozialen Netzwerke zeigt. Konzentrieren Sie sich auf diese Netzwerke, um aktiv Kunden anzusprechen und Mitarbeiter zu aquirieren.

Social Media Planer "Planable.io":



Planable.io ist einer von vielen Social Media Planern, mit denen Sie Ihren Content Output steuern & Planen können. So können Sie einen Tag zum Kreieren von neuem Content festlegen und die restliche Woche oder Monat planen.

# weiterlesen sind sie motiviert, **weiter zu lernen?**

Stoppen Sie noch nicht hier und schöpfen Sie das volle Potenzial dieses eBooks aus.

**Die Komplette Version dieses eBooks, sowie alle anderen kompletten Guides finden Sie auf Amazon in jeglicher Ausführung.**

Dafür folgen Sie bitte diesem Link:

<https://amzn.to/3OtEylv>

Sie finden dort außerdem die **Leitfaden-Sammlung** zu den Themen "**Social Media**", "**Marketing**" und "**Business**" hier: [Zur Sammlung](#)

Die Preise sind **fair gestaltet**, so, dass Sie dafür auch sicher den Gegenwert bekommen, den Sie brauchen, zum loslegen.

---

Ich hoffe, Sie haben schon das ein oder andere in diesem kostenlosen Guide lernen können und freue mich natürlich immer über **Feedback!** Falls Sie bis hierhin schon etwas Wertvolles mitnehmen konnten, lohnt sich der gesamte Guide umso mehr und wird Ihnen dabei helfen eine **starke Social Media Präsenz** aufzubauen.

---

Sollten Sie zu diesem Inhalt noch Fragen haben, schreiben Sie mir gerne unter "[info@bjoernrie.de](mailto:info@bjoernrie.de)"

Vielen Dank fürs Lesen!

Ihr Fotograf Bjoern Rie