

SCM Praxistage Workshop Content Promotion

05.05.2017

Vorstellung AH-Online-Marketing.de

Auler = A
Huberty = H ➔ AH ONLINE
MARKETING

- Gegründet 2015
- Spezialisiert auf Online Marketing
- Schwerpunkt:
SEO, SEA, Content Marketing
und Webdesign
- **60+ Online-Marketing-Projekte** in den
letzten 2 Jahren erfolgreich betreut.



Inhalt

- Die Content Explosion
- Checkliste Content-Qualität
- Medienformen zur Content-Verbreitung
- Zieldefinition
- Übersicht Medienformen S/W
- Paid Media
- Owned Media
- Social Media
- Earned Media / Influencer Marketing

Content Promotion ist einfach ;)

- Man hat eine Idee
- Man erstellt Content
-  Veröffentlicht ihn, schon sehen alle meinen Content

Die Realität

- Sie veröffentlichen Ihren Content
- Niemand interessiert sich dafür



- „Publish and Pray“ -> ist keine Strategie

- 76% der Unternehmen im BTC und
- 88% im BTB Bereich nutzen Content Marketing für die Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Quelle: Content Marketing Institute

Über

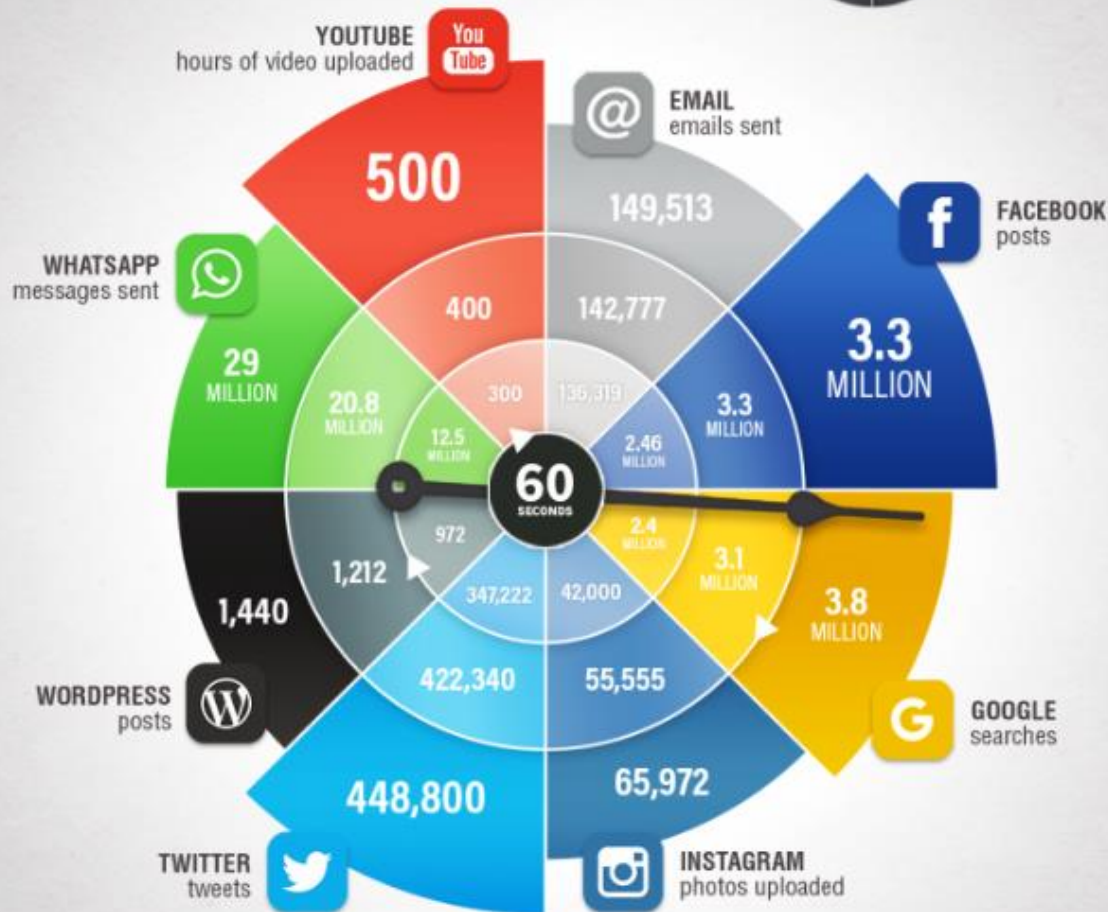
2,73 Millionen

Blog Posts werden täglich geschrieben und veröffentlicht.

Quelle: Content Marketing Manifesto / Chad Politt

What Happens Online in 60 Seconds?

Managing Content Shock in 2017



<http://www.smartinsights.com/internet-marketing-statistics/happens-online-60-seconds/>

<http://onesecond.designly.com/>



A figurine of a king with a beard and crown, wearing a red and gold robe, holding a scepter. The figurine is positioned in the center of the frame against a clear blue sky. The text "CONTENT IS KING" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the middle of the image.

CONTENT IS KING



CONTENT PROMOTION IS QUEEN

Content Marketing



Marketing für Content

REICHWEITE!

Reichweite!

- Nur Reichweite sorgt dafür, dass Inhalte beim Zielpublikum ankommen.
- Für den Aufbau von Reichweite benötigt man:
 - Einen Plan:
 - Welche Inhalte sollen über welche Plattform beworben werden
 - Welche Promotion-Ziele gibt es
 - Wie werden die Ziele gemessen
 - Genaue Kenntnisse über die Zielgruppen und deren Informationsbedürfnisse
- Fundiertes Wissen, welche Plattformen welche Möglichkeiten bereitstellen

Planung heißt auch:
Content -Erstellung & -Promotion
gehen Hand in Hand.

Denn:

Die wichtigste Grundlage für funktionierende
Promotion:

Guter Content.

Und darauf muss bereits bei der Erstellung
geachtet werden.

Checkliste für hohe Content Qualität

- ✓ Passt zum Unternehmen
- ✓ Ist relevant für die Zielgruppe, z.B. liefert Erkenntnisse oder Lösungen
- ✓ Ist hoch informativ und bietet echten Mehrwert
- ✓ Ist emotionalisierend (negativ wie positiv)
- ✓ Ist unterhaltsam: WOW Effekt erschaffen (Karl Kratz <https://karlkratz.de/onlinemarketing-blog/gute-inhalte/>)
- ✓ Wirkt identitätsstützend
(Teilen dient dem Selbstmarketing des Teilenden)
- ✓ Ist authentisch und wahr (keine Märchen erzählen)
- ✓ ist gut recherchiert
- ✓ ist handwerklich professionell umgesetzt

Content regt zum Teilen immer dann an

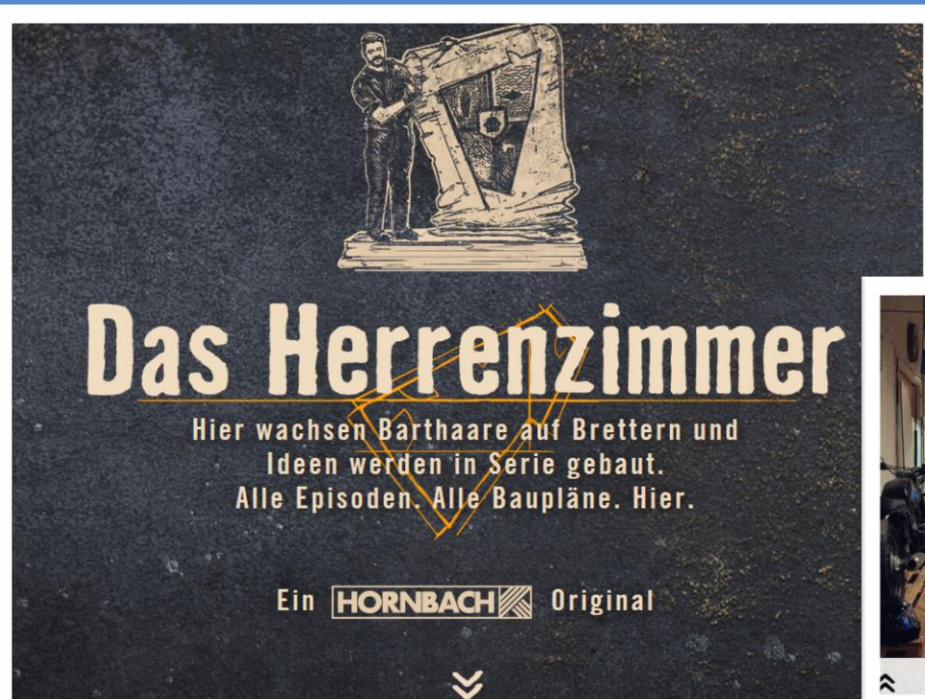
Wenn Menschen

- sich amüsieren und über Dinge lachen, staunen und etwas nicht fassen können
- berührt sind
- sich verstanden fühlen
- zum Nachdenken angeregt werden
- Besonderes entdecken
- etwas peinlich ist
- etwas Geheimes oder Dramatisches sehen

Beispiel für guten Content

Hornbach Herrenzimmer

<https://www.hornbach.de/herrenzimmer/>



Waldlaufsimulator

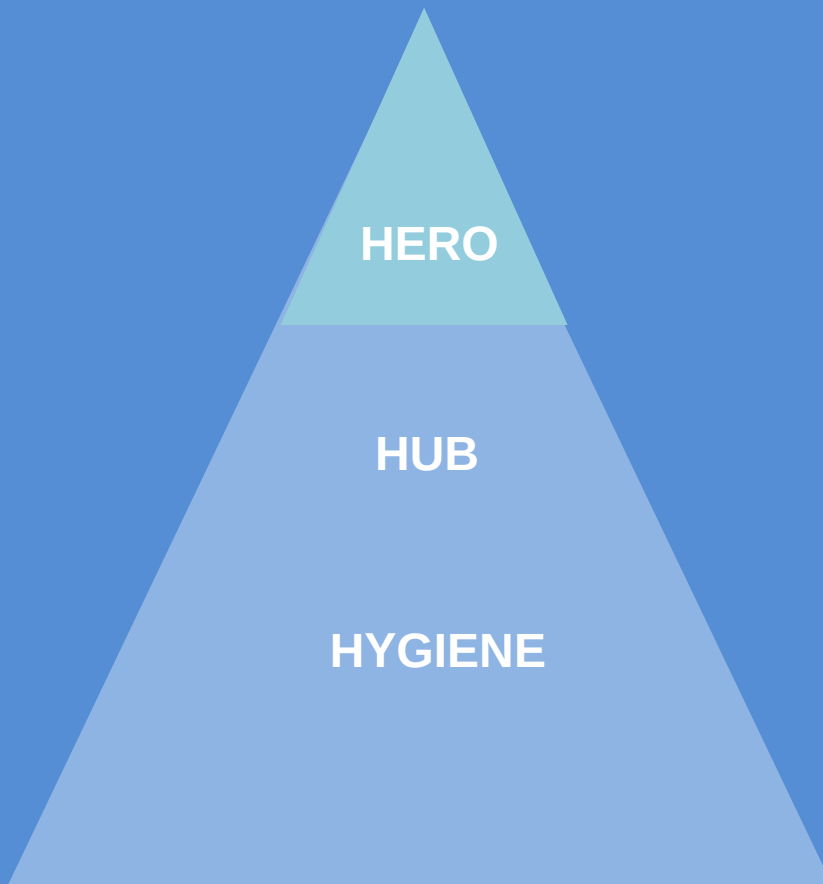
Anti-Spa

Angeloase

Bierbach

Hoversessel

Hero-Hub-Hygiene Modell von Google



HERO CONTENT

- Zeit-und kostenintensiver Content für Vermarktung
- Ziel: soll hohe Verbreitung erzielen
- Push-Content
- Frequenz: punktuell, kampagnenartig

HUB CONTENT

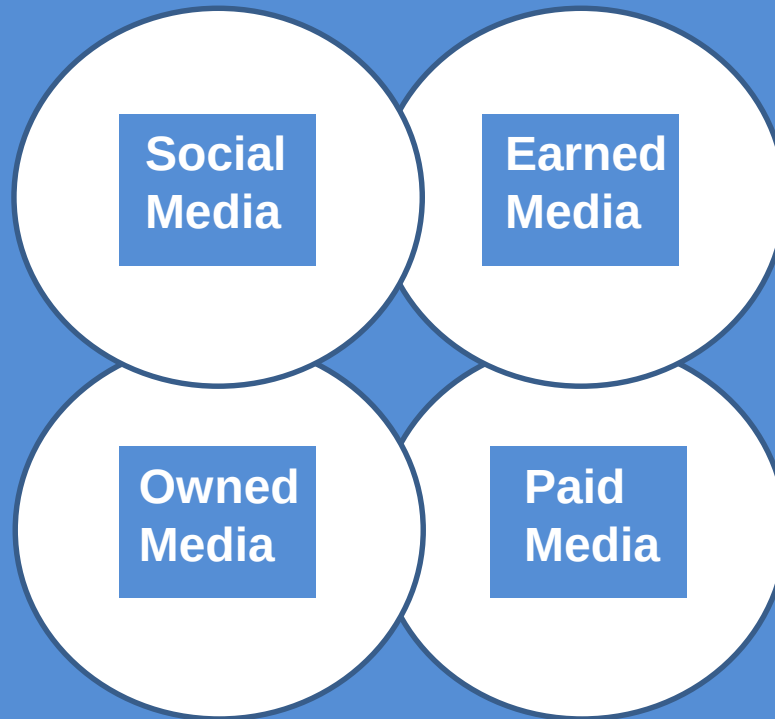
- Regelmäßig produzierte Inhalte, die für die spezifischen Interessen der Zielgruppe interessant sind.
- Content wird regelmäßig an Adressaten distribuiert
- Online Newsletter, Blogreihe, Video der Woche
- Push-Content
- Frequenz: episodisch, regelmäßig

HYGIENE CONTENT

- Klassischer Search Content: Inhalte, die von Nutzern zum Themenfeld gesucht werden
- Dauerhaft relevante Informationen, z.B. FAQs, Tutorials, How-To-Anleitungen
- Pull-Content
- Frequenz: laufend

Reichweite mit Medienformen

PESO Modell



Owned Media



Alle unternehmens-
eigenen Kanäle:

- Website
- Blog
- Eigene Social Media Profile
- Email-Marketing

Paid Media



Alle Medien und Plattformen auf denen ein Unternehmen für die Präsenz zahlen muss

- Anzeigen
- Banner
- Display-Werbung
- Native Advertising

Social Media



Soziale Medien:

Facebook

Twitter

YouTube

Snapchat

Xing

LinkedIn etc.

Private Blogs

Earned Media

- Media
- Blogger
- Influencer



	Kanal	Was	Wie	Vorteile	Nachteile
Owned	Alle unternehmens-eigenen Kanäle: - Website - Blog - Eigene Social Media Profile - Newsletter	Alle Content-Formen	Publizieren Posten	Kontrollierbar Kostengünstig Langlebigkeit	Aussagen vom Unternehmen selbst haben keine hohe Glaubwürdigkeit
Paid	Alle Medien und Plattformen auf denen ein Unternehmen für die Präsenz zahlen muss	Anzeigen Banner Display-Werbung, Native Advertising	Erstellung einer Kampagne für die jeweiligen Medien, - Google Adwords - Facebook Ads, - Xing Ads - YouTube Ads - Promoted Tweets	Skalierbar Schnell Kontrollierbar	Nicht nachhaltig Keine hohe Glaubwürdigkeit (Werblich)
Earned	Medien Blogs	Alle Content-Formen	- Seeding - Textplatzierungen - Gastbeiträge durch - Journalisten - Blogger - Influencer	- Hohe Glaubwürdigkeit	- Keine Kontrolle - Kann negativ sein - Meßbarkeit schwierig
Social Media	- Facebook, - YouTube - Xing etc. - Private Blogs	- Postings von allen Contentformen - Kommentare - Forenbeiträge - Dialog führen	- Posten - In Foren partizipieren - An öffentlicher Diskussion teilnehmen	- Hohe Glaubwürdigkeit	- Keine Kontrolle - Kann negativ sein

Promotion-Ziel definieren

Beispiele für Ziele:

- Höhere Sichtbarkeit in Suchmaschinen
- Leads gewinnen
- Abverkauf steigern
- Anzahl der Email Abonnenten erhöhen

Promotion-Ziele und KPIs / Beispiel

- Ziel: Höhere Sichtbarkeit in Suchmaschinen
- Zielformulierung:
 - Verbesserung der Rankings zu Hauptkeywords
- Messgröße
 - Ranking-Entwicklung / Sichtbarkeitsindex
- Promotion-Strategie
 - Blogger, Influencer targetten
 - Schwerpunkt auf Earned und Owned Media
 - Paid Media für Influencer

Promotion-Ziele und KPIs / Beispiel

- Ziel: Durch Content mehr Traffic auf Website bringen
- Zielformulierung:
 - Gewinnung von 10.000 neuen Besuchern auf der Zielwebsite
- KPI: Trafficzahlen (Piwik, google Analytics)
- Promotion-Strategie
 - Zielgruppen sind Kunden UND Influencer
 - Paid, owned, social und earned Media
 - Paid Media fokussiert auf Kunden (vs. Influencer)

Promotion-Ziele und KPIs / Beispiel

- Ziel: Umsatz erhöhen
- Zielformulierung:
 - Umsatz von 40.000 € erzielen
- KPI: Umsatzzahlen
- Promotion-Strategie
 - Content ist Produkt-fokussiert und soll zum Kaufen animieren. Deshalb nicht gut geeignet für Journalisten und Blogger.
 - Schwerpunkt Paid Media und owned Media

Promotion-Ziele und KPIs / Beispiel

- Ziel: Newsletter Abonnenten erhöhen
- Zielformulierung
 - 2000 neue Abonennten aus Deutschland, Schweiz, Österreich
- Promotion-Strategie
 - “Top of Funnel” Kampagne
 - Alle Media-Formen

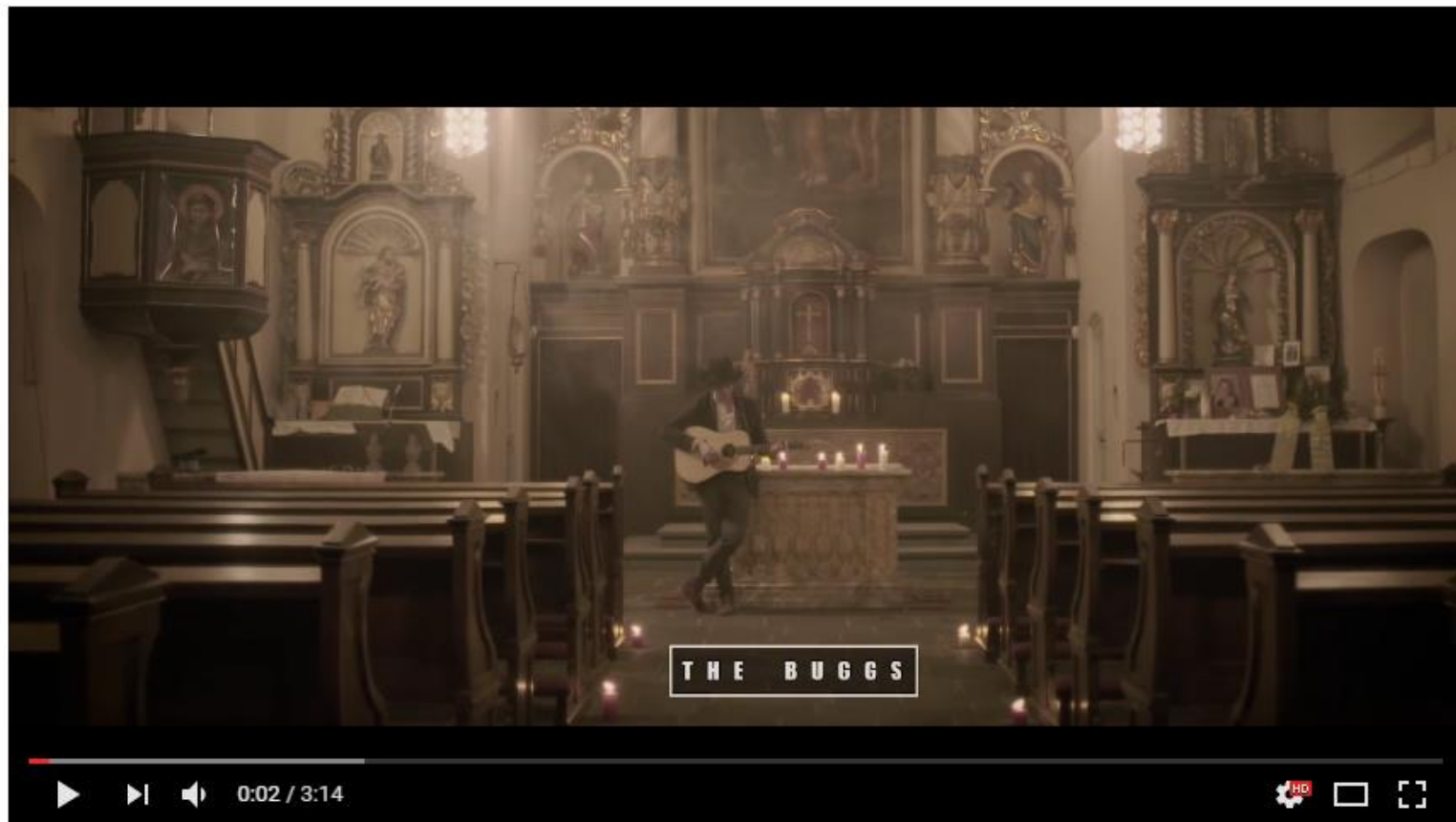
Gated Content

- Investment-Unternehmen
- Content: Guide für Gewinne mit wichtigen Infos wie man Steuern reduzieren und Gewinn maximieren kann.
Guide ist nur durch Optin mit Email und Telefon-Nummer zu bekommen
- Ziel: Gewinnung der Kontaktinformationen von 200 neuer Personen aus der Zielgruppe “vermögende Personen”
- Promotion-Strategie:
 - Paid media targeting Zielgruppe mit Interesse an Luxusgütern
 - Earned und owned media hier nicht zielführend wegen opt-in

Planung Content-Promotion

Fragen	Yoga Infografik / Beispiel	Marketing Ebook / Beispiel
Zielgruppe	Frauen von 20 – 30, die Yoga machen	Marketing Manager auf mittlerem Level
Wir bieten ihnen ...	Interessante Fakten über die Wirkung von Yoga-Übungen	Ratgeber wie man erfolgreich in SEO und Linkbuilding ist
So werden sie uns finden über ...	Berichte auf Yoga- und Fitness-Blogs	Suchanfragen: z.B. „SEO Anleitung“
Es wird sie interessieren weil ...	Positive Berichte über die Wirkung von Yoga verschafft ihnen gutes Gefühl	Mehr Traffic auf Website bringen und dadurch vom Erfolg profitieren, z.B. Beförderung
Sie werden interagieren durch ...	Lesen	Downloaden des Ebooks
Als nächstes werden sie ...	Den Content in den sozialen Medien teilen	Sich in Email-Liste eintragen
Sie teilen es weil ...	Wollen sich positiv darstellen und Freunde beeindrucken	Ratgeber ist nützlich und umsetzbar
Sie teilen es nicht weil ...	Yoga ist eine eher private, zurückgezogene Sportart	Könnte sie wie Anfänger-Aussehen lassen
Lösung dafür	Yogis als Gruppe darstellen, nicht den einzelnen in den Vordergrund	Wortwahl: durch „vollständig“/„umfassend“ Anfänger Image entgegenwirken

Case The Buggs



The Buggs - Day After Christmas

Case The Buggs

- The Buggs Newcomer Musikband
- Ziel: Mehr Bekanntheit in der Zielgruppe 14-18-jährigen
- Zeitrahmen: 3 Wochen
- Budget 3.000€ /2.500€ Produktionskosten
- Content Marketing Strategie:
Weihnachts-Song produzieren, diesen Song für Charity Zweck einsetzen
-> Videoproduktion in Kooperation mit der Arche Düsseldorf
- KPI: YouTube Views
- Promotion-Strategie: Kombination aller Medienformen

Planung Content-Promotion

Fragen	The Buggs
Zielgruppe	
Wir bieten ihnen ...	
So werden sie uns finden über ...	
Es wird sie interessieren weil ...	
Sie werden interagieren durch ...	
Als nächstes werden sie ...	
Sie teilen es weil ...	
Sie teilen es nicht weil ...	
Lösung dafür	

Planung Content-Promotion

Fragen	The Buggs
Zielgruppe	Mädchen 14-18
Wir bieten ihnen ...	Passende, stimmungsvolle Unterhaltung
So werden sie uns finden über ...	YouTube
Es wird sie interessieren weil ...	Sie sich für Boybands interessieren
Sie werden interagieren durch ...	Liken, kommentieren, teilen
Als nächstes werden sie ...	Den Song downloaden
Sie teilen es weil ...	Der Song ihnen gefällt
Sie teilen es nicht weil ...	Ihnen nicht gefällt
Lösung dafür	Erstellung einer alternativen Version, z.B. Club-Version

Owned Media: YouTube Kanal The Buggs

YouTube DE Suchen



The Buggs - Day After Christmas

9,445 Aufrufe

97 3

112 ABONNIEREN

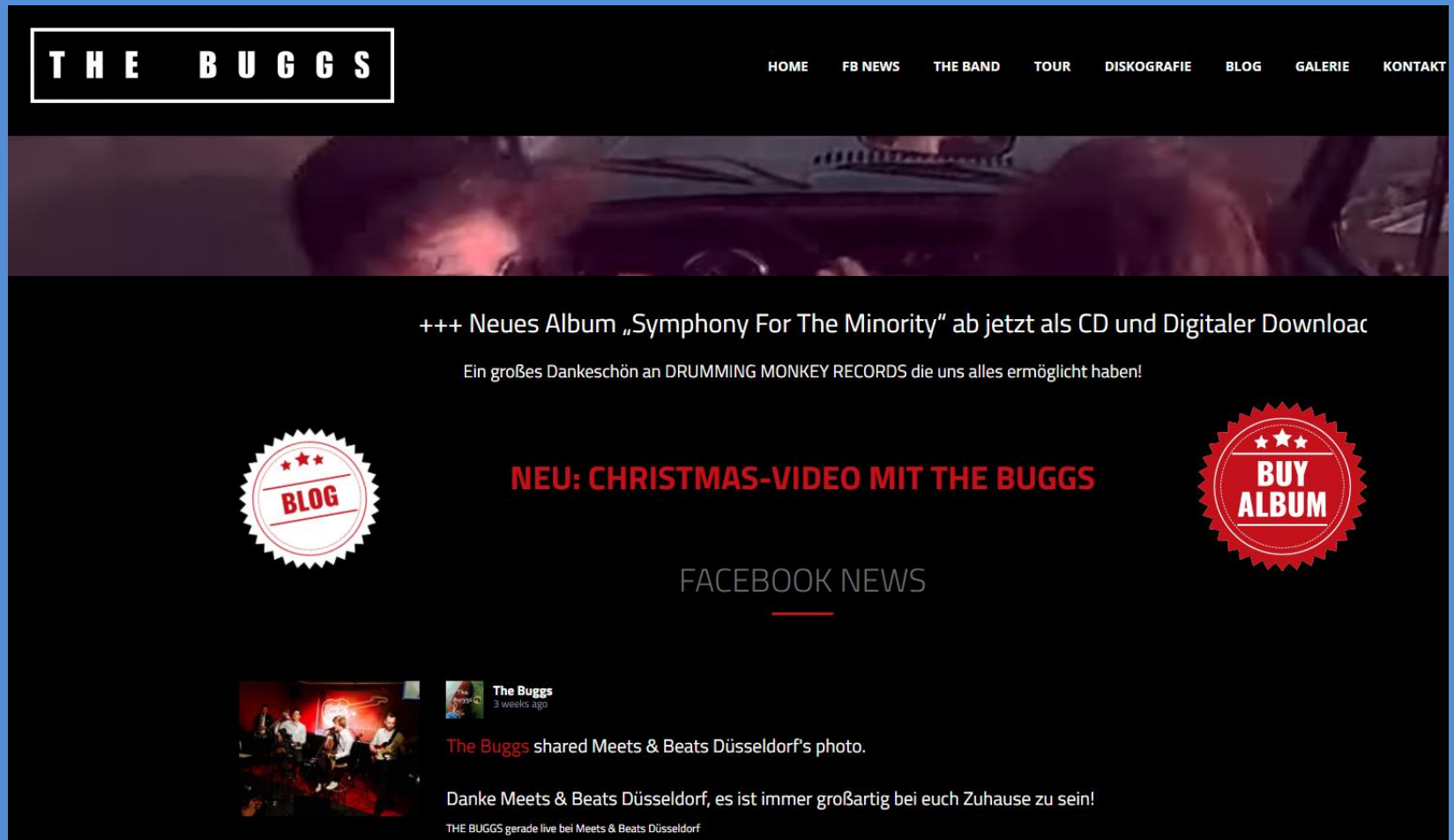
 **The Buggs**
Veröffentlicht am 26.11.2016

thebuggs.de

Kostenloser Download: <http://thebuggs.de/christmas-video/>

MEHR ANZEIGEN

Owned Media: Website The Buggs



Earned Media: Pressemitteilung über Konzert

DBLOG

DÜSSELDORF
BLOG



[HOME](#) [THEMEN](#) [ARCHIV](#) [LOGIN](#)

„The Buggs Christmas Concert“ zugunsten der ARCHE

Dezember 15, 2016 by osi

Eine junge Nachwuchsband engagiert sich für sozial benachteiligte Kinder in Düsseldorf. Am **Sonntag, dem 18.12., 17.00 Uhr**, gibt die Band The Buggs ein Benefiz Konzert, dessen Erlös komplett an die Arche Düsseldorf geht. Ermöglicht haben dies das Areal Böhler, BROICH CATERING & LOCATIONS und die STIFTUNG DÜSSELDORFER KINDERTRÄUME, die die komplette Location inklusive Technik, Verpflegung und Betreuung kostenlos zur Verfügung stellen.

Maïke Deckert, Leiterin der Arche Düsseldorf, ist überwältigt von dem Engagement aller Beteiligten – „das ist für die Arche Kinder das größte Weihnachtsgeschenk, Menschen die sie wertschätzen.“ Der Eintritt beträgt 5,00 Euro. Spenden für Getränke und Essen sind willkommen.

„Die Arche macht Kinder stark fürs Leben!“ Unter diesem Motto engagiert sich die ARCHE Düsseldorf für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche. Sie bietet seit 2009 eine verlässliche Anlaufstelle. Die Kinder erhalten hier täglich ein kostenloses warmes Mittagessen Hilfe bei den Hausaufgaben und Angebote zu sinnvoller Freizeitgestaltung. Daneben leistet die ARCHE auch Hilfe und Beratung für Eltern, um Familien in ihrer Alltagsbewältigung zu unterstützen. Die Arche finanziert sich fast ausschließlich aus Spenden.

Die Band The Buggs: 3 Gitarristen – Viktor Böni/Kehrmann und Konstan Wenzel, der

eNews & Updates

Melden Sie sich hier an, um Neuigkeiten vom Düsseldorf Blog per Email zu bekommen!

Besucher auf der Seite

Jetzt online: 21
Heute: 2599
Diese Woche: 10133
Gesamt: 5415794

Aktuelle Kommentare

- ★ Vincent bei „Diese Kirmes wird bundesweit Maßstäbe setzen“
- ★ Tina bei INTAKO 2017 – Zum 50. Mal lädt Deutschlands größter Tanzlehrer-Verband zum Weltkongress – Mehr als 2.500 Profis und Fans aus aller Welt zu Gast im Maritim
- ★ chris wahi bei INTAKO 2017 – Zum 50. Mal lädt Deutschlands größter Tanzlehrer-Verband zum Weltkongress – Mehr als 2.500 Profis und

Earned Media: RP / Pressemitteilung über Konzert

KONZERT

Arche-Kinder bejubeln Rockgruppe

(bpa) Die Schmiede-halle auf dem Areal Böhlert in Heerdt war festlich geschmückt, zwei acht Meter hohe Tannen und Lichterglanz beherrschten die Bühne. Die junge Nachwuchsband **The Buggs** spielte ein Charity-Konzert für die christliche Freizeiteinrichtung für Kinder, kurz Arche genannt, und die Gäste klatschten mit. Bei ihrem Song „Day after christmas“, den sie extra für die Arche komponierten, gab es tosenden Applaus.

Maike Deckert, Leiterin der Arche Düsseldorf, war überwältigt von dem Engagement der Band, die bei der Plattenfirma Drumming Monkeys von Toten-Hosen-Schlagzeuger Ritchie unter Vertrag ist. „Das ist für die Arche-Kinder das größte Weihnachtsgeschenk: Menschen, die sie wertschätzen.“

Die Arche will sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche stark fürs

Leben machen. Sie bietet seit 2009 eine verlässliche Anlaufstelle. Die Kinder erhalten hier täglich ein kostenloses warmes Mittagessen, Hilfe bei den Hausaufgaben und Angebote zu sinnvoller Freizeitgestaltung. Daneben geben die Mitarbeiter den

Eltern Tipps für das alltägliche Leben.

„Jedes Kind verdient die Chance auf Bildung und Wertschätzung, besonders Kinder, die unter herausfordernden Lebensumständen aufwachsen“, sagt Maike Deckert.



The Buggs ist eine fünfköpfige Band aus dem Umkreis Düsseldorf. Ihre Mitglieder sind 18 bis 20 Jahre alt.

FOTO: JOE SCHWERTNER

Paid Media / Facebook Ads

 **The Buggs**
Gesponsert · €

Die Jungs von "The Buggs" wünschen euch eine schöne Adventszeit!
Checkt das neue Musikvideo "Day After Christmas" der Newcomer Band des Jahres aus!

Jetzt kannst Du den Song kostenlos auf unserer Webseite runterladen.



The Buggs - Day After Christmas
Hier den Song kostenlos runterladen.

[HTTP://THEBUGGS.DE/CHRISTMAS-VIDEO/](http://thebuggs.de/christmas-video/) [Herunterladen](#)

 Gefällt mir  Kommentieren  Teilen

 **The Buggs** hat seine/ihre Veranstaltung geteilt.
Gesponsert · €

The Buggs geben ein Konzert im Areal Böhler zu Gunsten der Düsseldorfer "Arche" für die Kinder!

Seid dabei und feiert mit uns und ihnen für einen guten Zweck!
Für Getränke und gute Musik ist gesorgt!



DEZ 18 **Charity Konzert The Buggs - Die Arche**
So 17:00 · Meerbusch, Nordrhein-Westfalen, De...
21 Personen sind interessiert · 8 Personen neh...

[★ Interessiert](#)

 Gefällt mir  Kommentieren  Teilen

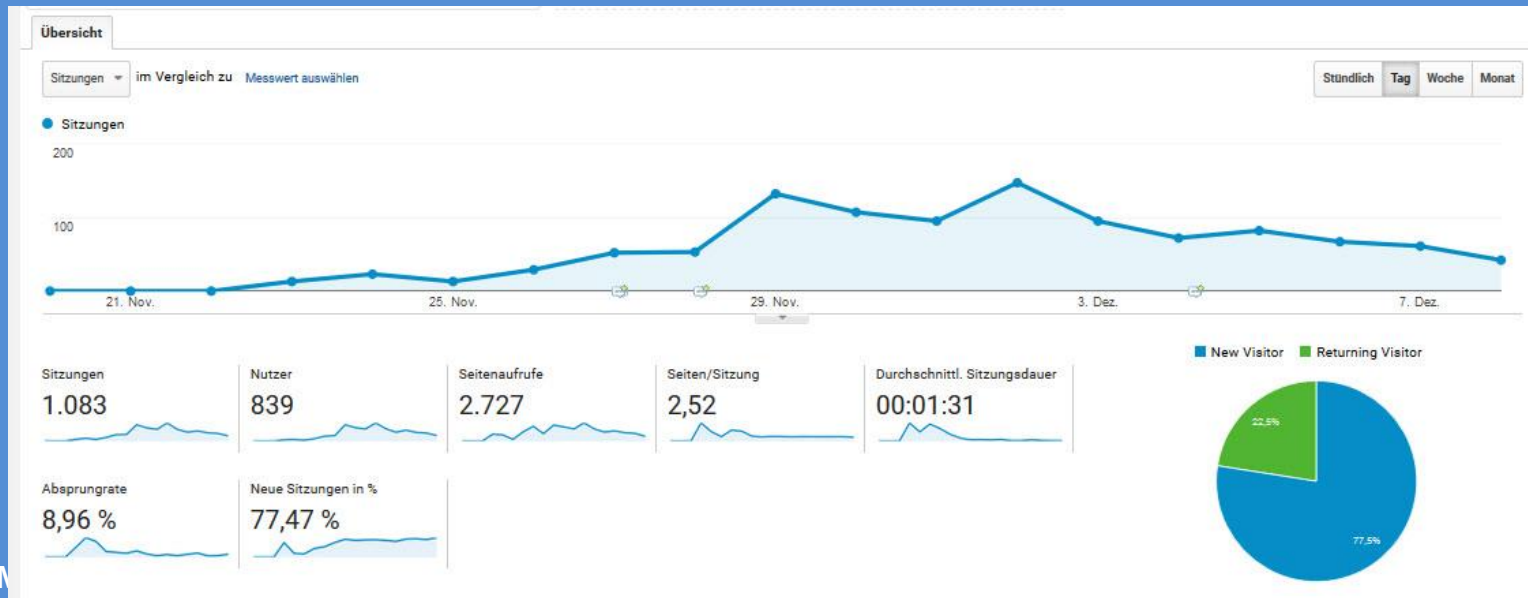
Seeding Kanäle

- Reddit
- Instagram
- Facebook

Traffic Website / Google Analytics

Ergebnis

- 8.000 Views bei YouTube innerhalb von 3 Wochen
- Traffic-Zahlen auf der Website deutlich erhöht von 0 auf 1.000



Social Media



Soziale Medien:
Facebook
Twitter
YouTube
Xing
LinkedIn etc.
Private Blogs

EARNED AND OWNED MEDIA REMAIN THE MOST TRUSTED AD FORMATS

PERCENT OF GLOBAL RESPONDENTS WHO COMPLETELY OR SOMEWHAT TRUST ADVERTISING FORMAT



EARNED

2015

DIFFERENCE
FROM

Recommendations from people I know

83%

-1%

Consumer opinions posted online

66%

-2%

Editorial content, such as newspaper articles

66%

-1%



OWNED

2015

DIFFERENCE
FROM

Branded websites

70%

+1%

Brand sponsorships

61%

0%

Emails I signed up for

56%

0%

Quelle: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2015/global-trust-in-advertising-2015.html>



There are a **LOT**
of people
on social
media...

2.8
BILLION

active social
media users
worldwide
as of Jan 2017

37%

global
penetration

+22%

increase
in last year

**...but they're
not all on the
same networks.**

% of internet users who use
the following number of
social networking sites

28%

ON 1 SITE

24%

ON 2 SITES

16%

ON 3 SITES

8%

ON 4 SITES

4%

ON 5 SITES

**Where is
your audience
hiding out on
social media?**

Selektion der sozialen Plattformen auf
denen sich meine Zielgruppe aufhält

Social Media

Alle sind auf facebook, YouTube und ggf. auch auf Instagram.

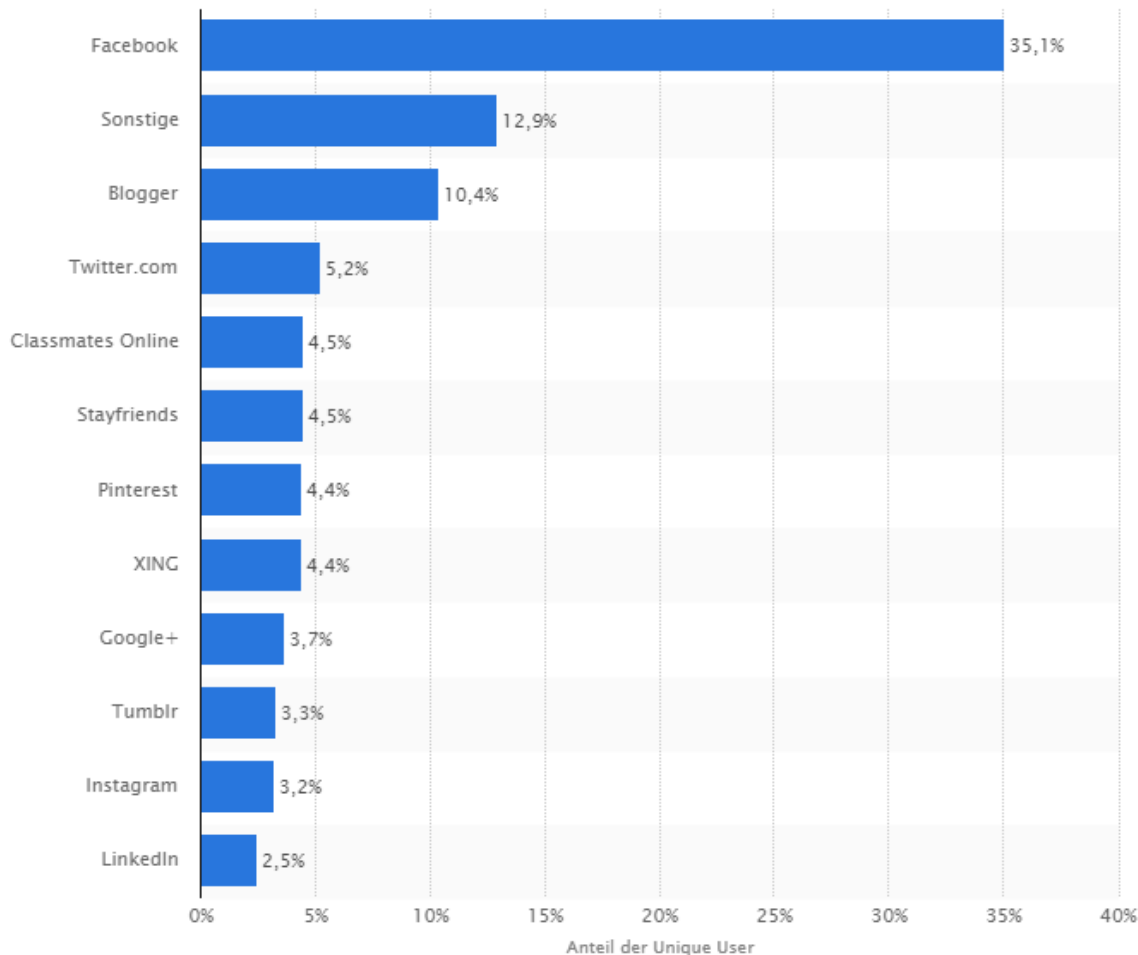
Auf Twitter sind vor allem Menschen mit hohem Sendungsbewußtsein und ein paar Multiplikatoren.

Auf Snapchat sind Teenies, die gerne Nacktbilder tauschen.

Google+ ist FB für Google-Mitarbeiter.

Reichweite der größten Social Networks nach dem Anteil der Unique User in Deutschland im 1. Halbjahr 2016

PREMIUM +



INFORMATIONEN ZUR STATISTIK

Diese Statistik zeigt die Reichweite der größten Social Networks in Deutschland gemessen an der Anzahl der Unique User im 1. Halbjahr 2016. Den größten Anteil an der Nutzung der Social Networks in Deutschland erzielte Facebook mit einem Anteil von 35,1 Prozent der Unique User.

Quelle: Statista

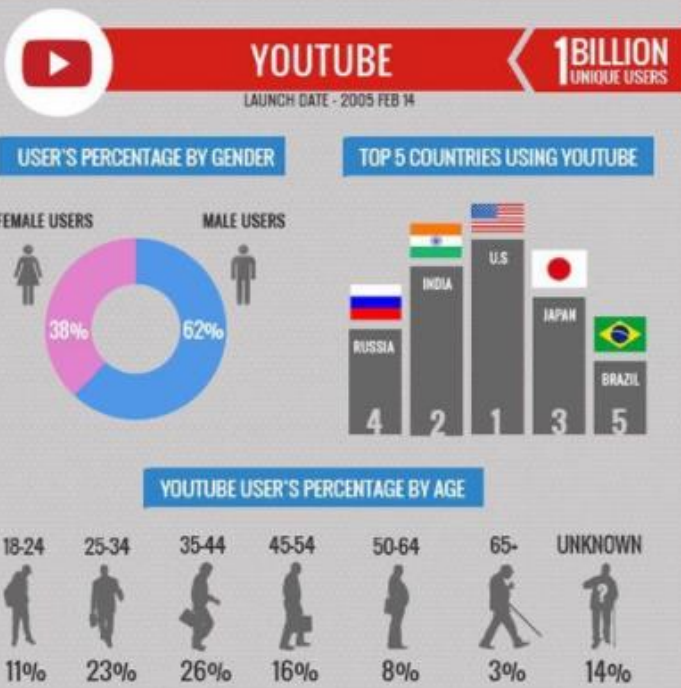


- Auf Basis Demografie, Nutzungsverhalten kann man Auswahl sozialer Netzwerke treffen
- Statistiken zu Social Media Plattformen

Quellen für Daten:

<https://de.statista.com/themen/1842/soziale-netzwerke/>

<http://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics/#facebook>

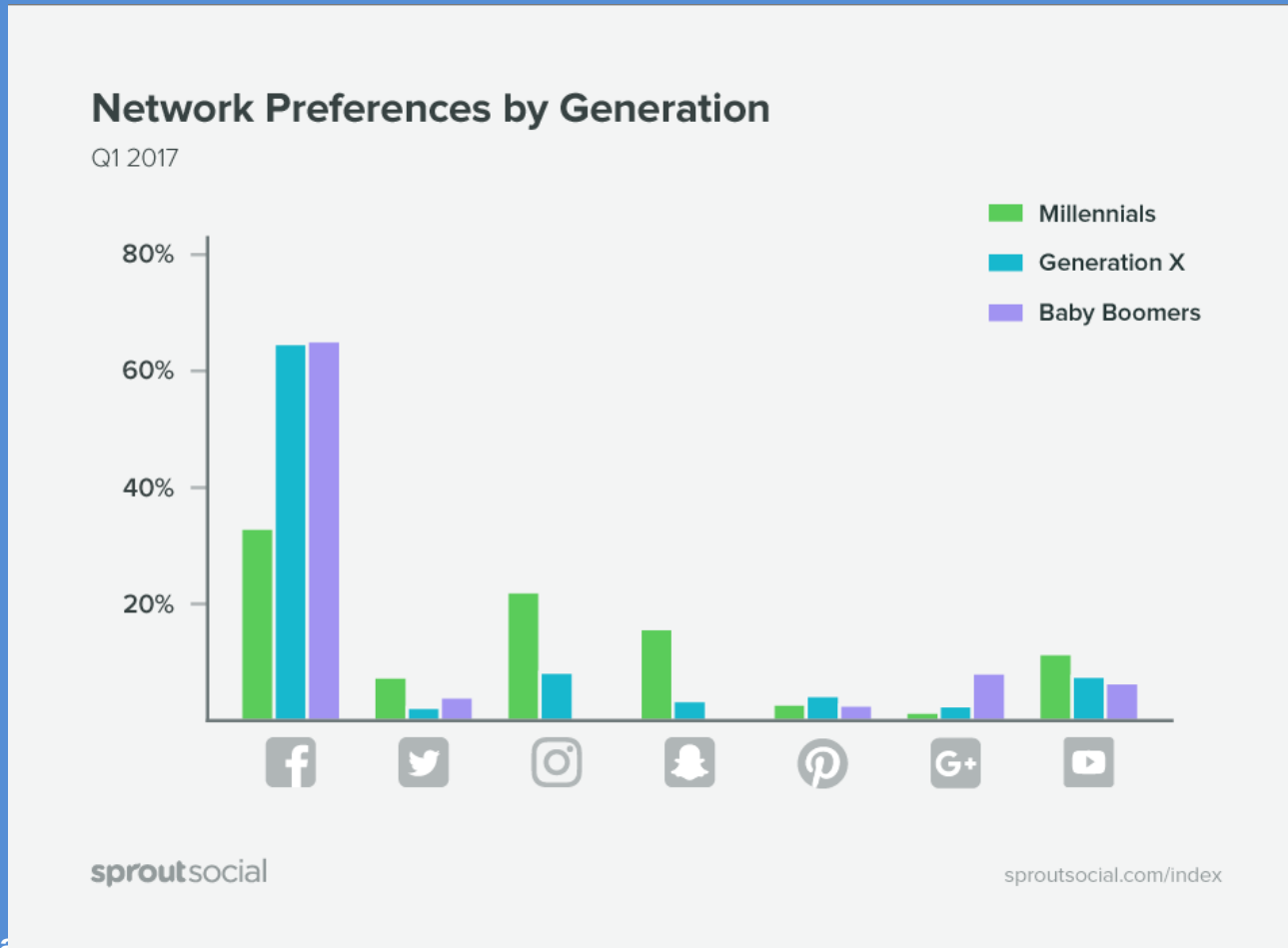


Quelle:

<http://blog.wiwo.de/look-at-it/2016/06/30/social-media-2016-die-zahlen-fakten-zu-facebook-twitter-co-im-ueberblick/>

Social Media

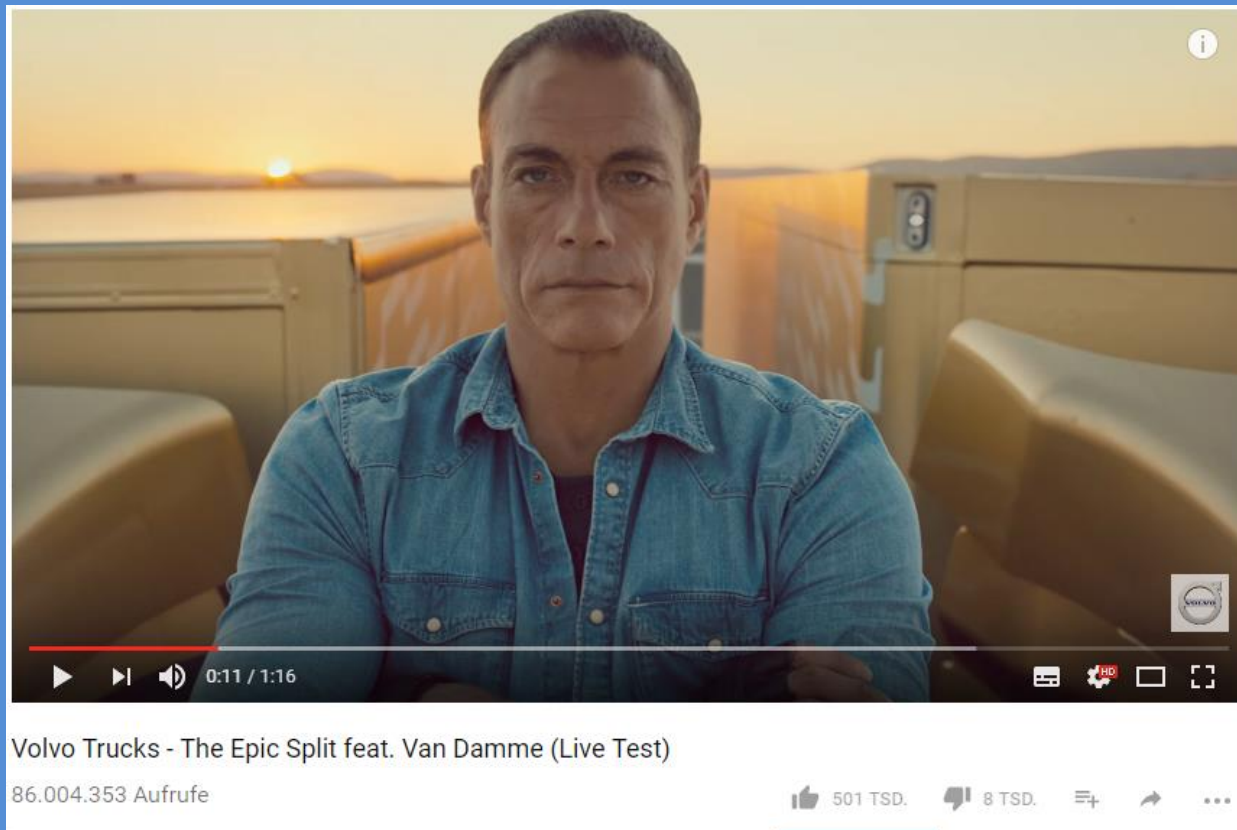
Passendes Netzwerk für Zielgruppe finden, z.B. nach Alter





Social Media / Volvo Case

„The Epic Split“ mit Jean-Claude van Damme

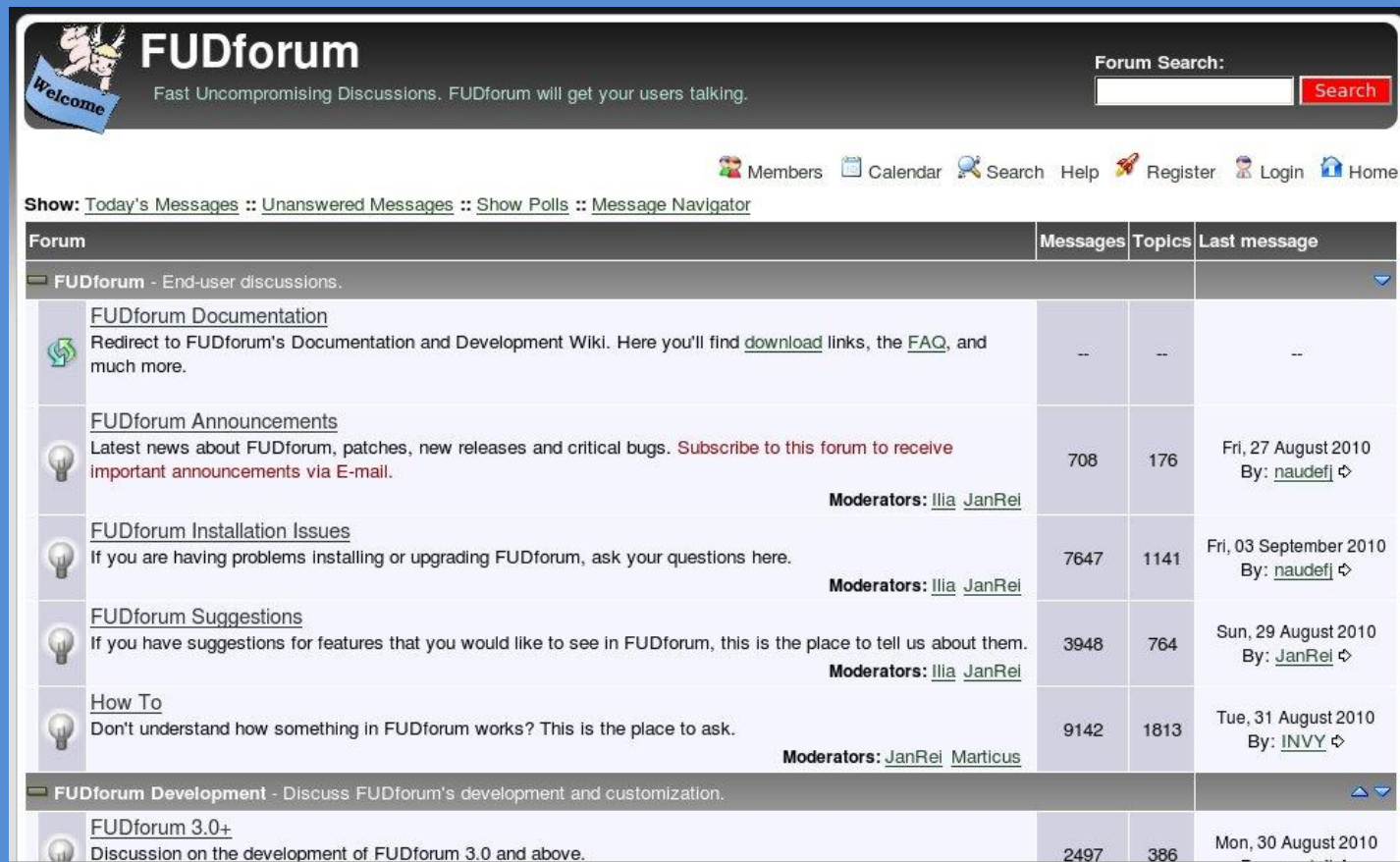


Social Media / Volvo Case

- Zielgruppe: BtB / Verantwortliche in der Nutzfahrzeug-Branche
- Ziel: Bekanntheit steigern der neuen Volvo-Trucks
- Serie von 6 Videos mit Live Tests, die die technischen Neuerungen der neuen Volvo Trucks darstellen – keine trockenen Texte
- Promotion-Strategie:
YouTube Kanal, Presse Informationen an Medien, Nachrichtendienste und Blogger
- KPI: YouTube Views, Engagement
- Ergebnisse
 - 86 Mio. YouTube Views
 - 20,000 Berichte über die Videos weltweit
 - 126 million € Gegenwert an Mediakosten

Promotion Social Media

1. Internetforen als Traffic-Quelle – Oldie but Goldie???



FUDforum
Fast Uncompromising Discussions. FUDforum will get your users talking.

Forum Search:

Members Calendar Search Help Register Login Home

Show: [Today's Messages](#) :: [Unanswered Messages](#) :: [Show Polls](#) :: [Message Navigator](#)

Forum	Messages	Topics	Last message
FUDforum - End-user discussions.			
FUDforum Documentation Redirect to FUDforum's Documentation and Development Wiki. Here you'll find download links, the FAQ , and much more.	--	--	--
FUDforum Announcements Latest news about FUDforum, patches, new releases and critical bugs. Subscribe to this forum to receive important announcements via E-mail. Moderators: Ilia JanRei	708	176	Fri, 27 August 2010 By: naudefi
FUDforum Installation Issues If you are having problems installing or upgrading FUDforum, ask your questions here. Moderators: Ilia JanRei	7647	1141	Fri, 03 September 2010 By: naudefi
FUDforum Suggestions If you have suggestions for features that you would like to see in FUDforum, this is the place to tell us about them. Moderators: Ilia JanRei	3948	764	Sun, 29 August 2010 By: JanRei
How To Don't understand how something in FUDforum works? This is the place to ask. Moderators: JanRei Marticus	9142	1813	Tue, 31 August 2010 By: INVY
FUDforum Development - Discuss FUDforum's development and customization.			
FUDforum 3.0+ Discussion on the development of FUDforum 3.0 and above.	2497	386	Mon, 30 August 2010

Promotion Social Media

1. Internetforen – Oldie but Goldie???

Rank	Forum	Posts	Mitglieder
1	IOFF.de TV und Medien	34.100952	57106
2	Motor-talk.de Autoforum	30.726776	1965582
3	World of Players PC und Konsolenspiele	17.512506	128789
4	Gamestar.de PC Spiele Magazin	13.809377	150925
5	Hifi Forum Audio und Hifi	11.738990	622686
6	Forum de Luxx Pc Hardware	11.075831	108828
7	ComputerBase Alles rund um Computer	10.854738	353180
8	gulli:board IT und Internetthemen	10.495536	1014990
9	HOTorNOT.de Bild Bewertungen und Flirts	9.791791	846445
10	Forum 3Dcenter Computergrafik und Hardware	9.024856	30155
11	DSLR-Forum Spiegelreflexfotografie	8.981568	312225
12	MTB news Mountainbikes	8.776513	225283
13	Spielerboard Pc und Konsolenspiele	8.425464	133236
14	Giga.del IT, PC und Games Forum	6.561468	1121643
15	Klamm Geld für Ihre Startseite(?)	6.552798	83383
16	Reit Forum Rund ums reiten (auf Pferden)	5.761966	122724
17	Animexx.de Anime/Manga und Problembären	5.538823	110564
18	Digital Fernsehen Digital Tv und Heimkino	4.999131	124625
19	DVD inside DVD und Kino	4.977348	82833
20	Cinefacts.de Kino und DVD	4.931413	82542

Promotion Social Media

1. Internetforen – Oldie but Goldie???

- Posten in Foren
 - Relevante Foren finden auf denen sich die Zielgruppe aufhält:
 - Google Suche: „Keyword + Forum“
 - Aktives Mitglied werden, mit der Community interagieren, z.B. auf Fragen antworten.
 - Bei passenden Fragen den Link posten
-
- + Kann sehr viel Traffic generieren (auch heute noch!)
 - + Expertenstatus ausbauen
 - Sehr aufwändig / Zeit und Arbeit
 - Einige Foren erlauben keine Links

Social Media

2. Communities auf Facebook, Google+, Xing...

→ die moderne Version von Internetforen

- Oftmals sehr aktiv Mitglieder
- Hohe Reichweite
- Es ist deutlich leichter eigenen Content dort zu promoten
- Inhalte verschwinden schnell wieder (nur kurzer Social Buzz)
- Hohe Zahl an „Trollen“

Case Social Media

2. Beispiel: Blogbeitrag seeden „Über 250 kostenlose Online Tools für dein Business“

- Zielgruppe: Blogger, Selbständige im Online-Business
- Ziel: Traffic auf die Website farbentour.de bringen
- Newsletter Abonnenten generieren
- Recherche von Gruppen auf Facebook, in denen die Zielgruppe zu finden ist
- Ergebnis: über 100 Gruppen, davon wurden nur 2 ausgewählt,
- Kriterien: diese Gruppen haben die die meisten Mitglieder und aktivste Community
- Posting in 2 Gruppen

Über 250 kostenlose Tools für dein Online Business

23. MÄRZ 2015 — 38 KOMMENTARE



Als ich vor Jahren damit anfang, Internetseiten zu erstellen, suchte ich oft Stunden nach passenden Online Tools. Wenn ich denn mal ein vielversprechendes Tool gefunden hatte, kostete dies gleich eine Menge Geld und ich suchte weiter (oft vergeblich) nach kostenlosen Alternativen.

Content Promotion / Farbentour

Ergebnis:

- 1.600 Besucher auf die Website durch Facebook in 2 Tagen
- 96 neue Newsletter Abonnenten
- 38 Kommentare



Über 250 kostenlose Tools für dein Online Business

23. MÄRZ 2015 — 38 KOMMENTARE

Wichtiger Warnhinweis:

- Nicht in jede Gruppe ungefragt reinposten
- Gruppen Admins um Erlaubnis fragen
- Sonst Gefahr, dass man ein Spamming-Image bekommt

Earned Media

- Media
- Blogger
- Influencer



Earned Media

- Die eigenen Inhalte werden von anderen Nutzern aufgegriffen und geteilt:
 - „Muss man sich verdienen“
- Schwierig zu steuern: Es gibt keine Formel / Schablone
- Webmaster, Redaktionen, Influencer zunutze machen

Earned Media: Influencer Marketing

Was sind Influencer?

- Personen die einen Expertenstatus in Ihrer Branche haben und als Fürsprecher für Unternehmen oder Marken auftreten, z.B. Blogger, Youtuber, Mitarbeiter, Kunden.

Earned Media: Influencer Marketing

Warum Influencer?

- Haben in der Zielgruppe eine hohe Kompetenz und sehr gute Reputation und Glaubwürdigkeit
- Haben eine eigene Community bzw. Audience

Influencer Marketing

Strategie:

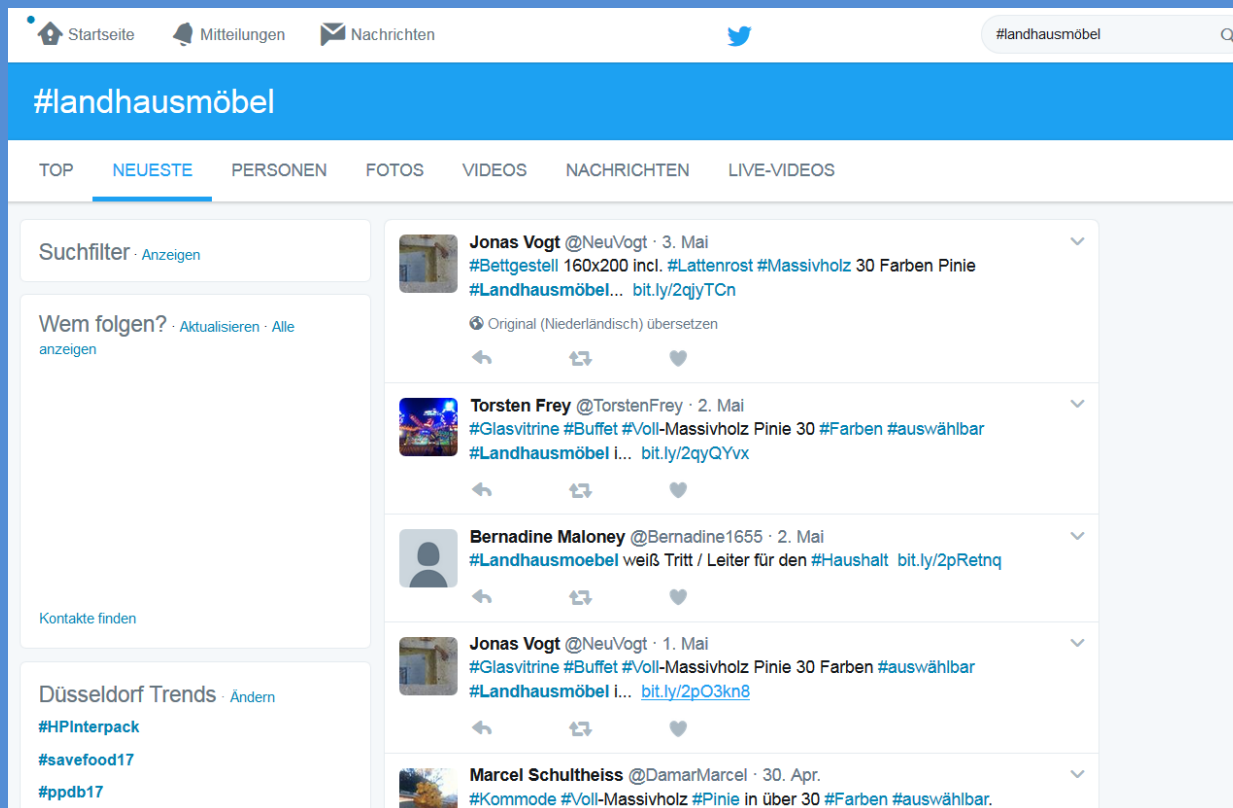
- Welche Influencer möchte man warum einbauen
- Welche Ziele erreichen
- Welche Influencer passen zum Unternehmen
 - hat man gleiche Werte
 - passt die Community zum Unternehmen

Dann Verhandlung über Leistung und Gegenleistung

- Finanzielle Gegenleistung
- Nicht-monetäre Gegenleistung

Influencer suchen & finden

- Nach Hashtags und Keywords in den Social Media Kanälen suchen



Influencer suchen & finden

- Aktive Mitglieder in Communities ausmachen



Influencer suchen & finden

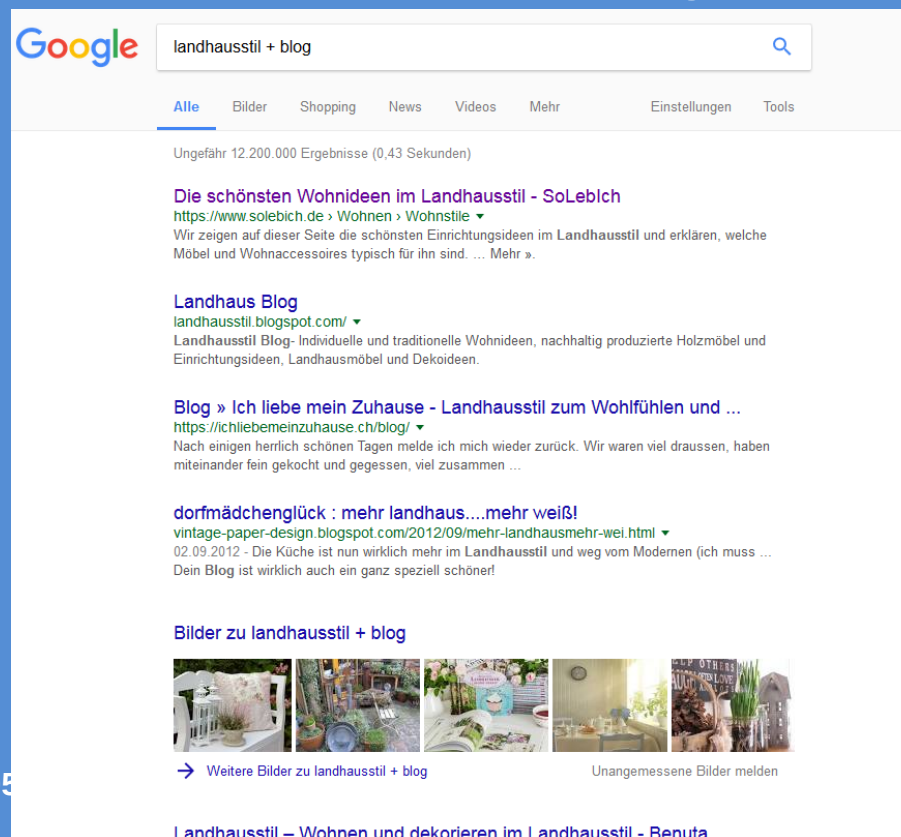
Google-Suche nutzen: „Keyword + Blog“ – Hilfreiche Tools: Scrapebox / Linkbird

- Step 1: branche / keyword + blog
- Step 2: Influencer bei den SERPs einengen nach folgenden Kriterien:
 - Themenrelevanz
 - Anzahl Followers/Friends

Achtung: nicht nur Anzahl wichtig sondern auch Sharing Habits / teilt er auch fremden Content oder nur eigenen

Influencer suchen & finden

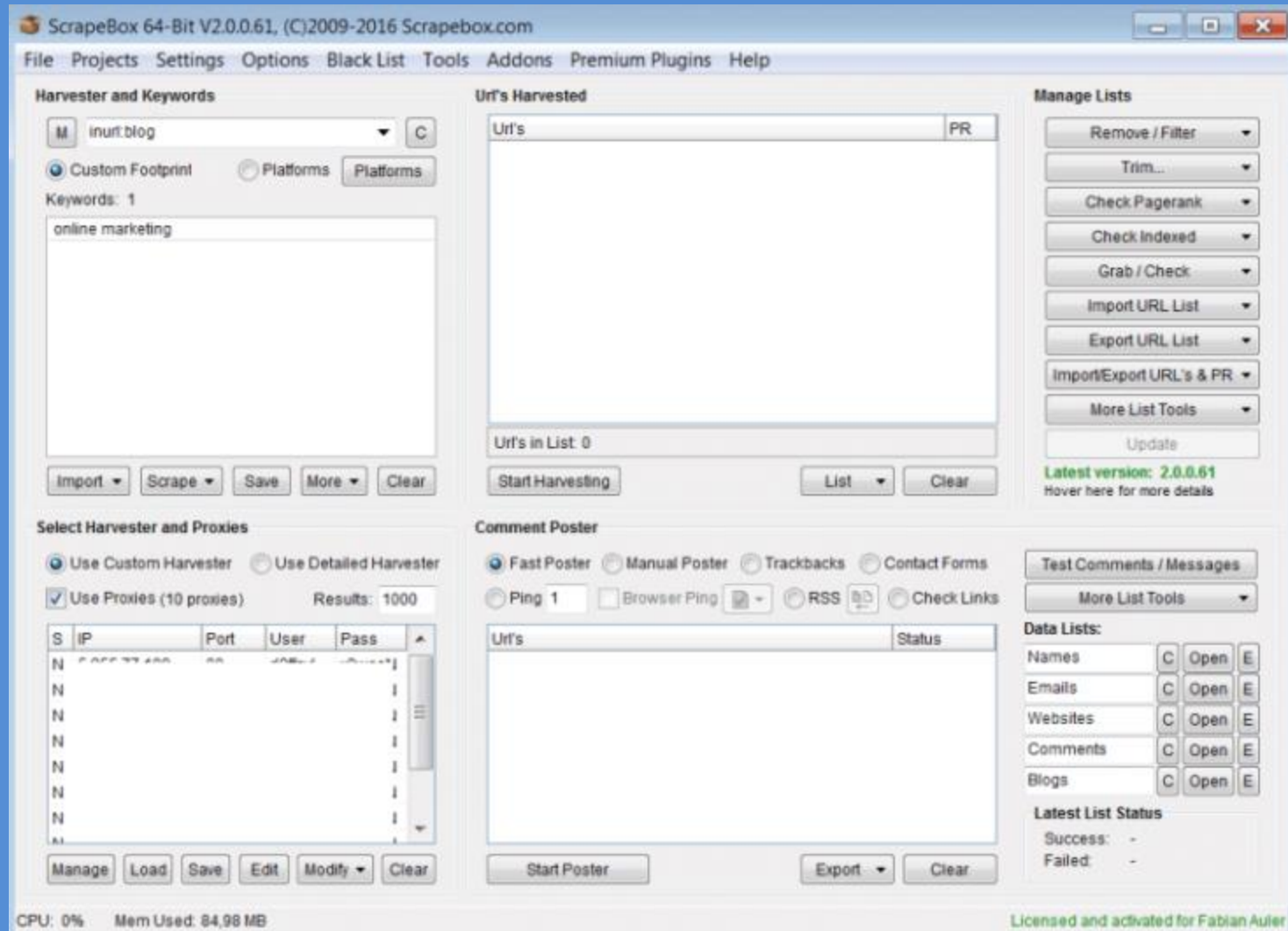
- Ziel: Backlinks generieren zum Thema Landhausmöbel / Landhausstil
- Google Suche: Landhausstil + Blog



Influencer suchen & finden

- Die ersten 100 Ergebnisse in der Excel-Liste zusammenfassen
- Tool geht schneller : Scrapexbox oder Linkbird
- Kontaktdaten zu jeder einzelnen Website herausfinden
- Anschreiben / Anrufen der Inhaber bzw. Webmaster

Tool: Scrapebox



Beispiel: Seeding einer Infografik

Infografik: Wie die Deutschen wohnen (möchten)

29. September 2016 / restyle24.de / Allgemein, Nachrichten

Wie die Deutschen wohnen (möchten)



Eigentümerquote in Deutschland nach Bundesland (*2011 Statista)
Die Quote zeigt, wie viele Bewohner des jeweiligen Bundeslandes
eine Eigentumswohnung besitzen

Beispiel: Seeding einer Infografik

- Wie die Deutschen wohnen (möchten)
- Ziel: SEO-Mittel zum Linkaufbau
- Zielgruppe: Blogger
- 150 Webmaster angeschrieben
- Ergebnis: 14 Links

Influencer Anschreiben (Beispiel)

Negatives Beispiel

„Hallo lieber Team von Farbentour.de,

Bei meiner Recherche zum Thema XYZ bin ich auf euren Blog gestoßen.

Ich finde euren Blog voll toll und konnte bereits einiges lernen.

Wir haben gerade ein neues Online Tool XY gestartet. Das Tool bietet diese und jene Vorteile für seine Benutzer. Aktuell kostet das Tool Summe XXX pro Monat.

Und vielleicht möchte einer von euch darüber einen Beitrag für uns schreiben?“

Influencer Anschreiben (Beispiel)

Beispiel 1 / **Standard**

„Hallo [Name des Bloggers],

ich lese regelmäßig deine Beiträge zum Thema XYZ auf deinem Blog [Namen des Blogs] und muss dir ein Kompliment dafür aussprechen. Deine Beiträge sind immer eine sehr große Hilfe für mich und haben mich dazu inspiriert, ebenfalls darüber zu schreiben. Danke dir dafür!

Unter „www.die-URL-zur-deiner-Infografik.de“ hab ich zum gleichen/ähnlichen Thema XYZ eine ausführliche Infografik erstellt.

Wenn du diese Grafik evtl. mit deinen Lesern teilen möchtest, würde ich mich sehr freuen.

Ich wünsche dir noch einen erfolgreichen Tag.

Viele Grüße nach [Wohnort des Bloggers],
[Dein Name & Die URL zu deiner Seite]“

Influencer Anschreiben (Beispiel)

Beispiel 2 / **Catchy**

„Hallo [Name des Influencer/Bloggers],

ich schreibe dir heute, weil ich eine ausführliche Infografik zum Thema XYZ veröffentlicht habe. Die Grafik ist bestimmt sehr interessant für deine Leser.

Wenn du Interesse hast, kann ich dir den Link sehr gerne schicken. Ich freue mich auf deine Rückmeldung.

Viele Grüße, [Dein Name & Die URL zu deiner Seite]“

Influencer Anschreiben (Beispiel)

Beispiel 3 / ...

„Hallo [Name des Influencers],
ich lese regelmäßig deine Beiträge zum Thema XYZ auf deinem Blog
[Namen des Blogs] und muss dir ein Kompliment dafür aussprechen.
Deine Beiträge sind immer eine sehr große Hilfe für mich und haben
mich dazu inspiriert, ebenfalls darüber zu schreiben. Danke dir dafür!
Ich würde mich gerne weiter dazu mit Dir austauschen.

Viele Grüße nach [Wohnort des Bloggers],
[Dein Name & Die URL zu deiner Seite]“

Beim Anschreiben immer beachten

Was wollen Influencer

- Ihre Audience vergrößern
- Qualitäts-Content für eigenen Kanal kreieren
- Eigenes Image aufbauen
- Kostenlos Produkte bekommen
- Geld verdienen
- INFLUECNER SIND MENSCHEN!!!!

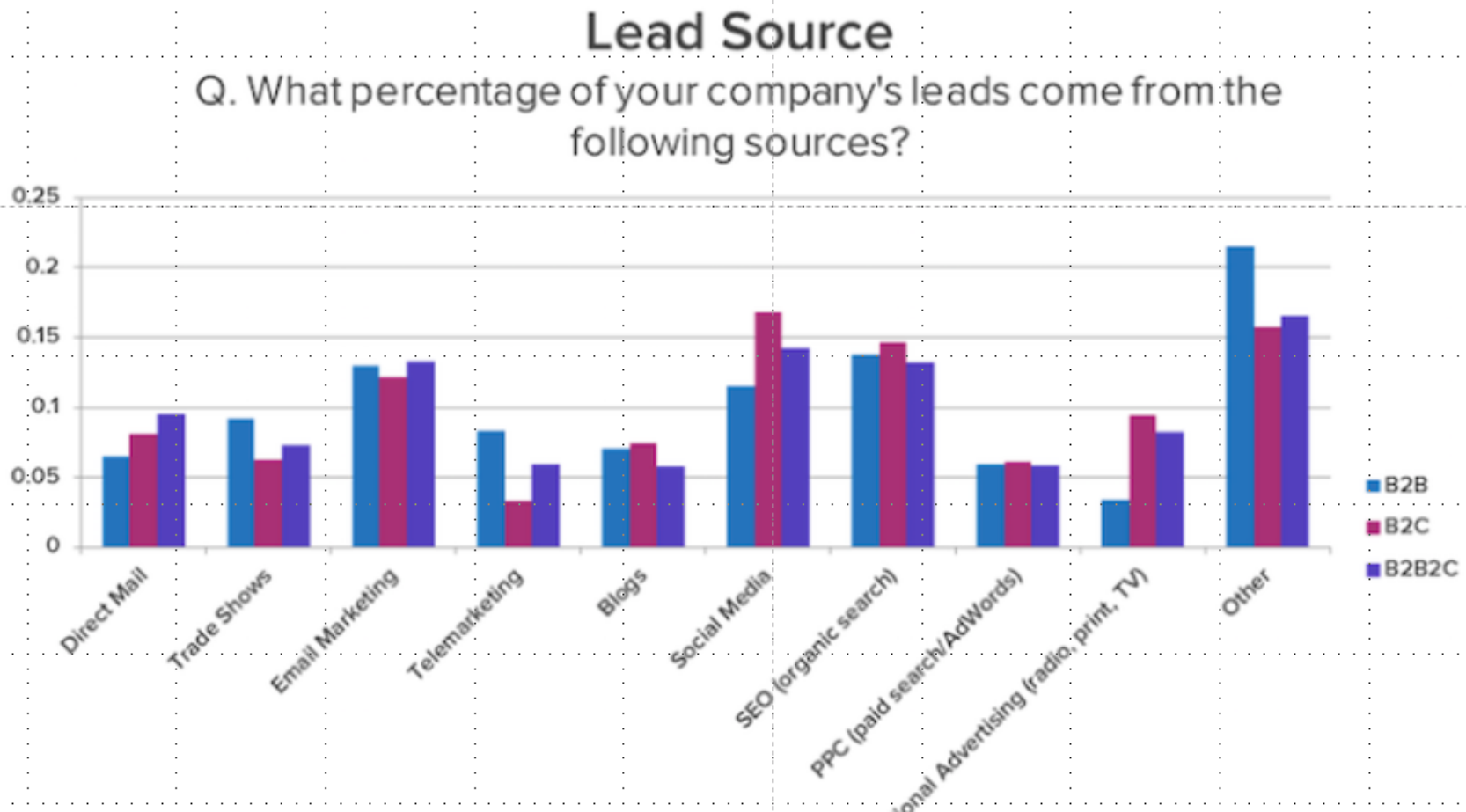
Owned Media



Alle unternehmens-
eigenen Kanäle:

- Website
- Blog
- Eigene Social Media Profile
- Email-Marketing

Hubspot Study best BtB Lead Sources



Owned Media

- Verbreitung von Content über Emails,
- 3,71 Mrd. Nutzer von Emails weltweit, Tendenz steigend (Statista)



INSTRUCTOR
CONVENTION

ORLANDO 2014

[Schedule](#) | [Sessions](#)



~~\$440~~ **\$395** SUPER SAVER PRICING **3 DAYS ONLY**

Hi Courtney,

The Zumba® Instructor Convention is finally here. Get ready for four days of exclusive content found nowhere else in the world for just **\$395. (But hurry, Super Saver pricing lasts only 3 days and ends Friday, April 18!)** Party with a purpose and keep growing your skills, so you can Master the Business of Fun.

CUSTOMIZE YOUR SCHEDULE BEFORE SESSIONS FILL UP!

REGISTER

#ZINCON2014



Zumba Fitness

- Email mit personalisiertem Video.
- Das Besondere: der call-to-action am Ende mit dem Name des Adressaten.
- Beim Anklicken des Videos landet der Nutzer auf der Convention Landing Page wo das Video automatisch abspielt.
- Durch die Personalisierung wurde eine Öffnungsrate von 50% erzielt. Laut MailChimp sind ca. 23% die Norm.

otion

AH Online
Marketing



Damien Anne Oberlin Siegle 😊 feeling determined

Yesterday at 10:56am · 🌐

Was not planning to attend the Zumba Instructor Convention this year (just not in the budget). However, when they email out a personalized video... geez, how to resist? They know how to entice - well done Home Office, well done. For anybody who would like to donate to this cause, Paypal is easily and gladly accepted. 😊 😊



Share

👍 13 people like this.

Weitere
Verbreitung
durch die
Trainer in den
Sozialen
Medien

Owned Media

Welcome to Zapier!

You just joined thousands of people who are taking control of their work and their lives with Zapier. Now you can automate away all those pesky tasks in your life and get back to the things you enjoy most.

Link to eBook

Check out the [top 101 Zaps people use to automate their dirty work](#).

Your **14 day trial** includes unlimited access to all of Zapier's features. After the trial ends you can continue using Zapier for free or upgrade to one of the paid plans and win back even more hours of your day.

In der Willkommens-Mail an einen neuen User. Hier kann ein Content-Piece promoten.

Owned Media / Tools

E-Mail Marketing Tools

MailChimp

Kostenlose Accounts für weniger als 2,000 Kontakte

Klicktip

Deutscher Anbieter / <https://www.klick-tipp.com/>

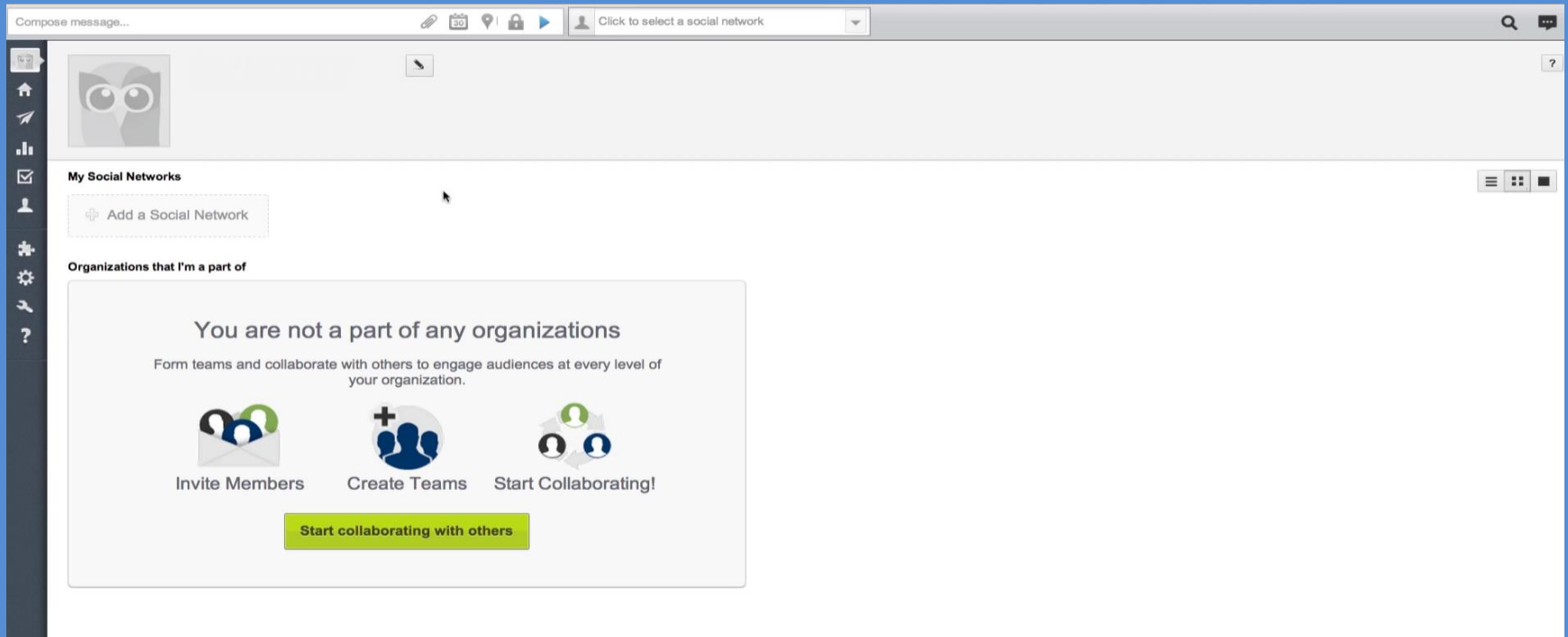
Cleverreach

<https://www.cleverreach.com/de/>

Owned Social Media / Hootsuite

Automatisierte Verteilung von Posts in Social Media Kanälen

- Gehört zu den besten kostenlosen Social Media Management Tools
- deckt mehrere Soziale Netzwerke ab, einschließlich Twitter, Facebook, LinkedIn und Google+.



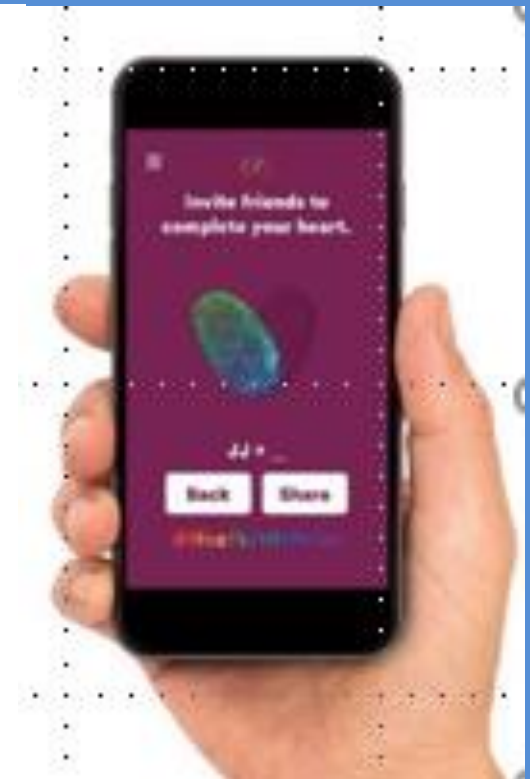
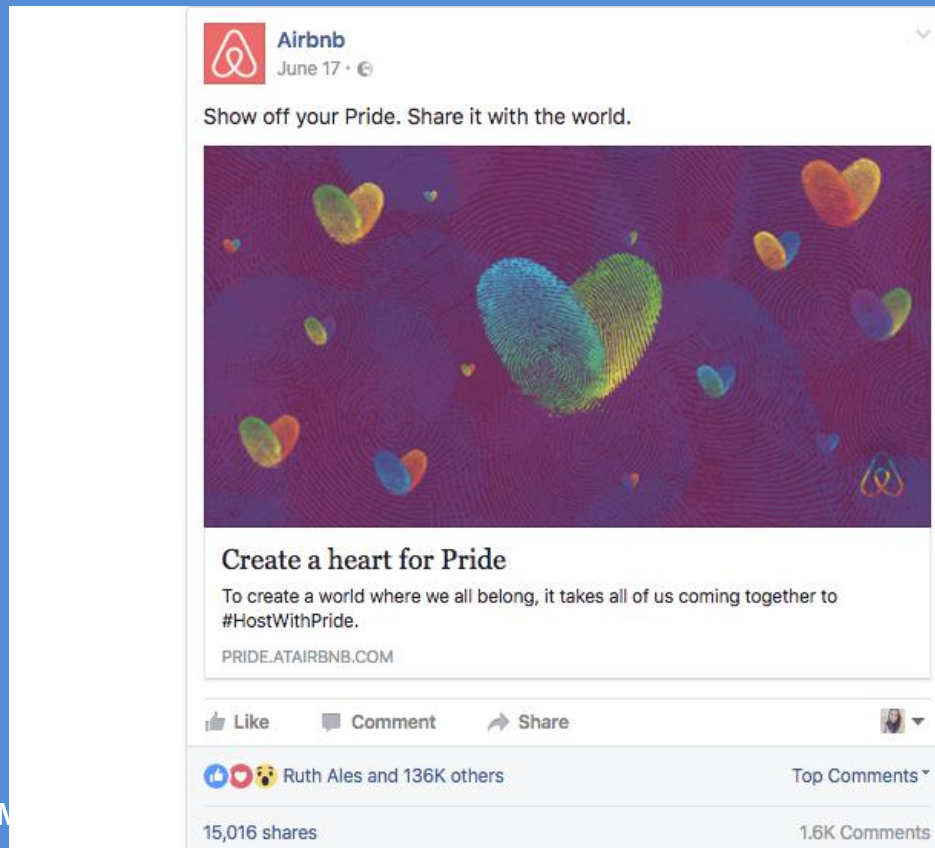
Owned Media / Social Media

Airbnb

- Aktuell 100 Mio. Mitglieder, davon vermieten 640.000 ihre Wohnlocation
- Facebook: mehr 4 Millionen Fans auf fünf Kontinenten, 175.000 davon aus Deutschland
- Jeden Monat gewinnt Airbnb 160.000 neue Follower dazu
- Grund für Erfolg in Social Media: relevanter Content, der mit den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe übereinstimmt.
- Unternehmen postet kontinuierlich authentische Geschichten von Gästen und Hosts
- Airbnb hat die meisten Interaktionen unter allen Mitbewerbern (socialbakers)
- Höchste Interaktionsrate wurde erzielt an einem einzigen Tag im Juni 2016

Owned Media / Social Media

- Post: 136.000 Likes, 15.000 Shares, 1.600 Kommentare
- 155,000 Interaktionen an einem Tag

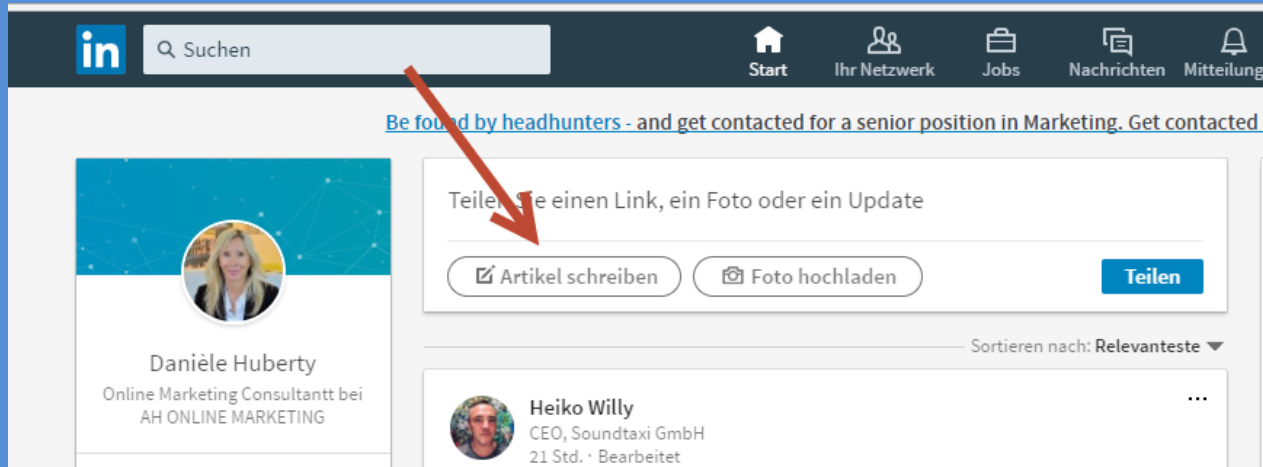


Owned Media / Social Media

- Posting bezog sich thematisch auf den GayPride Month
- Die mobiloptimierte Kampagne rief User zur Interaktion auf:
- Beitragslink mit Weiterleitung auf eine Microsite, auf der sie mit ihrem Fingerabdruck die Hälfte eines Herzens formen und dieses zur Vervollständigung durch Freunde oder Familie auf Facebook teilen konnten.
- Spiegelte den Markenslogan “Fahr nicht nur hin. Sei dort zuhause.” wider

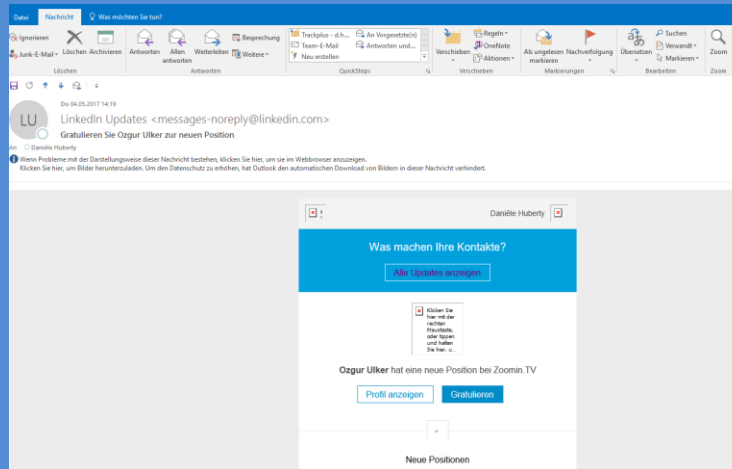
Owned Media / Social Media

LinkedIn



Status Update nutzen

- Posten Sie einen Link (shorted url wie z.B. von [Bit.ly](https://bit.ly)) mit der Überschrift Ihres letzten Blogartikels.
- Posten Sie einen Link zu Ihrem Youtube-Video oder zu einer Infografik.
- Posten Sie einen Tipp für Ihre Zielgruppe, Beispiel: Zielgruppe Selbständige Unternehmer: Tipp zu Zeitmanagement
- Wenn jemand aus meinem Network einen Update liked, wird es wiederum mit dessen Network geteilt. Je mehr Likes, desto höhere Reichweite.



SASForum Deutschland 29.6 - Big Data Analytics, Cloud, Data Management, Fraud, IoT, Marketing, Risk | Anzeige



Daniele Huberty
Online Marketing Consultant bei
AH ONLINE MARKETING

74
Profilansichten

1.244
Kontakte
Netzwerk verwalten

Zugriff auf exklusive Tools und
Einblicke
Premium gratis testen

Teilen Sie einen Link, ein Foto oder ein Update

Artikel schreiben

Foto hochladen

Teilen

Sortieren nach: **Relevanteste**



Eric Hofmann
Incrementalism leads to irrelevance
1 Tag

Es ist noch ein sehr weiter und steiler Weg für die meisten deutschen Handelskonzerne hin zum Mount E-Commerce.

ECommerce-Anteil am Umsatz der größten deutschen Handelsunternehmen - 2015/2016

Rang	Unternehmen	Gesamtumsatz Deutschland in Mio. Euro (netto)	ECommerce-Anteil in Prozent
1		49.600	0,04%
2	Schwarz Gruppe 	38.277	0,41%
3		38.170	0,07%
4		27.900	0,06%

19 Gefällt mir · 3 Kommentare

Gefällt mir · Kommentar · Teilen

paul steentjes hat das kommentiert



Will Arnold-Baker
Founding partner, Come the Glorious Day. Husband, Dad, writer
1 Std.

And on the 7th day, we built our own desk for the new offices in Farringdon.
#ComeTheGloriousDay

Anzeigen, die Sie vielleicht interessieren

 **SASForum Deutschland 29.6**
Big Data Analytics, Cloud, Data Management, Fraud, IoT, Marketing, Risk

 **Ein Headhunter findet**
Ihr Profil für eine Führungsposition in Düsseldorf interessant. Anmelden!

 **Free Collaboration Tips**
12 Habits of Highly Collaborative Organizations by Jacob Morgan. Download.

Über LinkedIn · Hilfe · Datenschutz & AGB

Werbung · Business-Services

Holen Sie sich die LinkedIn App · Mehr

LinkedIn LinkedIn Corporation © 2017

Paid Media



Alle Medien und Plattformen auf denen ein Unternehmen für die Präsenz zahlen muss

- Anzeigen
- Banner
- Display-Werbung
- Native Advertising

Paid Media

Facebook Ads

Vorteile:

1. Hohe Reichweite

Über 1,8 Milliarden Nutzer verwenden Facebook jeden Monat. (Facebook)

2. Präzises Targetting

3. Messbarkeit

4. Günstig

Paid Media

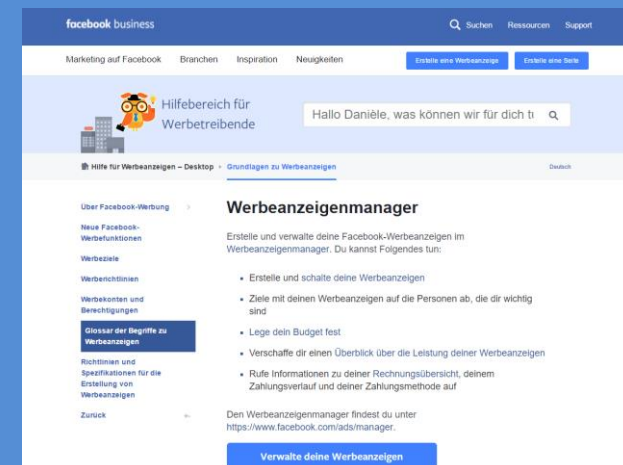
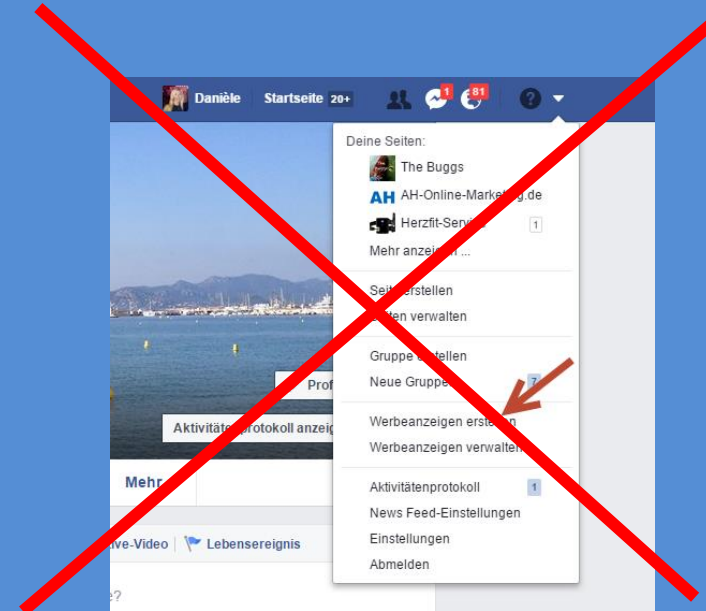
5 Erfolgskomponenten für Facebook Ads

1. Sehr feine Selektierung der Zielgruppe
2. High Quality Photos
3. Text so gestalten, dass Vertrauen aufgebaut wird
4. Retargeting

Paid Media / Facebook Ads

Anatomie einer Kampagne immer ähnlich

- Anzeigenziel, z.B. „Traffic auf die Seite bringen“
 - Zielgruppe auswählen, z.B. Mitbewerber
 - Budget und Zeitraum festlegen
 - Automatic Bidding oder advanced Bidding
 - Bild und Text erstellen
 - Anzeige veröffentlichen
-
- Diesen Link zum Werbeanzeigen-Manager verwenden:
 - <https://www.facebook.com/business/help/200000840044554>



Paid media / Facebook Ads

**Vertical Measures**
Sponsored

Search, Social, Content, & Puppies.



The Ultimate Infographic!
Download our greatest Infographic yet and see what Search, Social, Content, & Puppies have in common!

VERTICALMEASURES.COM

Download

Paid media / Facebook Ads

**Paleo Recipes Daily**

Like Page

Sponsored ·

The Organic Center set up their New Year's Resolutions, and we decided to make a beautiful infographic of it!



Make 2015 The Organic Year - Infographic

PIKTOCHART.COM

Learn More

Paid Media / Facebook Ads

Humor



Paid Media / Facebook Ads

Zielgruppe abbilden



Paid Media / Facebook Ads

Kinder



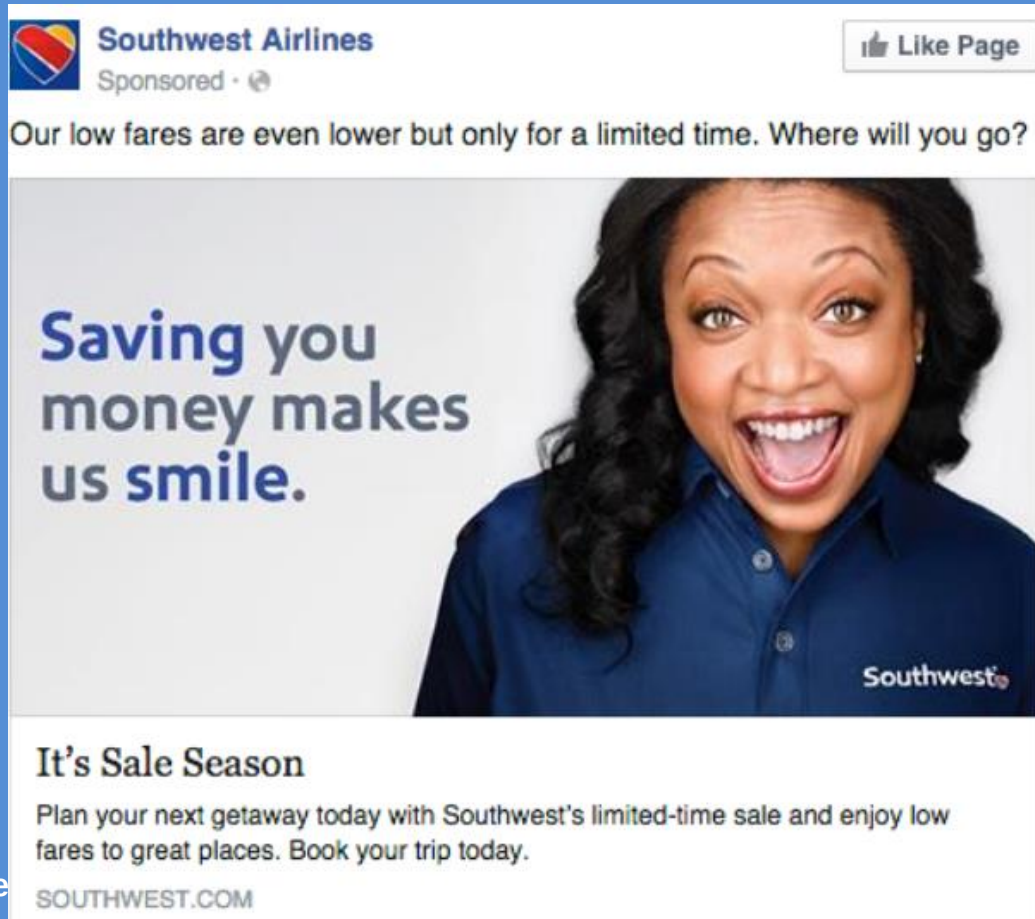
Paid Media / Facebook Ads

Tiere



Paid Media / Facebook Ads

Augenkontakt



A screenshot of a Facebook advertisement for Southwest Airlines. The ad features a smiling flight attendant in a blue uniform. The text on the ad promotes a limited-time sale on low fares.

Southwest Airlines
Sponsored · 🌐

Our low fares are even lower but only for a limited time. Where will you go?

**Saving you
money makes
us smile.**

It's Sale Season
Plan your next getaway today with Southwest's limited-time sale and enjoy low fares to great places. Book your trip today.

[SOUTHWEST.COM](https://www.southwest.com)

Paid Media / Suchmaschinenwerbung

Content-Angebot wird über Suchmaschinen beworben

Werbeform	Beschreibung	Wirkung
Bezahlte Suchergebnisse Google Ads, Bing, Yahoo	Buchung von Anzeigen, die bei den gewählten Keywords in den SERPs angezeigt werden. CPC-Abrechnung	Reichweite, Konversion, Markenbekanntheit
Display Netzwerk	Google Display Netzwerk, AdSense	Reichweite, Konversion

Paid Media / Display Advertising

Online Anzeigenformate auf der jeweiligen Werbepattform werden im Umfeld von redaktionellem Content gezeigt, aber eigenes Design.

Werbeform	Beschreibung	Wirkung
LinkedIn Ads	Bild/Anzeigen erscheinen in der rechten Spalte, Preis per View oder Per Click	Audience Aufbau
Facebook Page Post Engagement Ads	Bewerbung eines Posts (Text, Fotos, Video, Links) den man auf der eigenen FB Seite veröffentlicht hat. Anzeige wird im Facebook Feed der Nutzer gezeigt und können sofort gelikt und kommentiert werden.	Audience Aufbau, Reichweite, neue Follower
Banner Superbanner, Skyscraper, Wallpaper etc.	Anzeigen an unterschiedlichen Stellen auf Werbepattformen, Formate können statisch oder animiert sein	Audience Aufbau, Reichweite, Konversion

Paid Media / Native Advertising

Durch Begriffe wie „Sponsored Post“, „In Kooperation mit“ oder „Ein Service von“ gekennzeichnete Werbeformen. Der Nutzer erkennt die Anzeigen nicht sofort als Anzeige, da sie im gleichen Design wie das redaktionelle Angebot der jeweiligen Werbepattform ist und daher der Übergang zwischen Werbung und redaktionellem Beitrag unscharf wird.

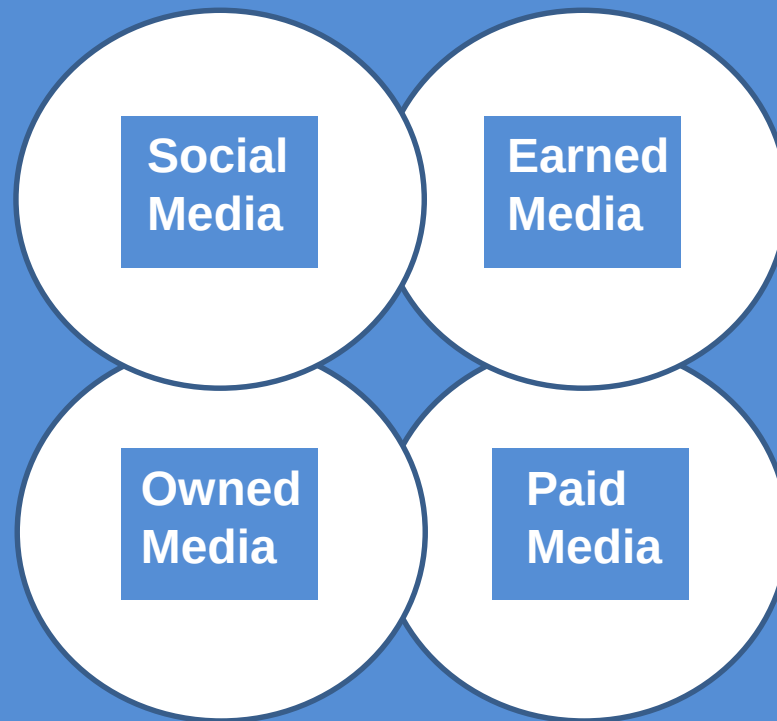
Werbeform	Beschreibung	Wirkung
Native Advertorial	Glaubwürdige Inszenierung mit direkter Integration auf der Seite des Publishers, Design gebunden an Style-Code der Website.	Audience Aufbau, Reichweite, aktive Verweildauer, Konversion, hohe Glaubwürdigkeit

Paid Media / Sponsored Posts

Werden direkt im Haupt-Feed des Nutzers angezeigt, zusammen mit den Updates von Freunden und Marken. Hohe Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit.

Werbeform	Beschreibung	Wirkung
LinkedIn Sponsored Updates	Vergrößerung der Reichweite eines Posts indem der Content direkt im LinkedIn Profil des Nutzers angezeigt wird.	Reichweite, Interaktionen, neue Follower
Facebook Sponsored Post	Der Post wird direkt im Newsfeed der Nutzer angezeigt	Reichweite, Impressions, Interaktionen, neue Fans
Twitter Promoted Tweets	Bereits veröffentlichter Tweet der zusätzlichen Nutzern angezeigt wird.	Reichweite, Interaktionen, neue Follower
Twitter Promoted Trends	Hohe Sichtbarkeit durch prominente Platzierung in der Trendspalte. Zeigt Nutzern ein Thema als Trend an. Weitere Platzierungen: Startseiten und Suchergebnisse.	Reichweite, Interaktionen, neue Follower, Conversion, Themenführerschaft.

Die Kombination aller 4 Formen führt zu höherer Contentreichweite



DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Präsentation downloaden unter:

AH-online-marketing.de/SCM

Tool BuzzSumo

- Blogbeiträge, die Social Buzz ausgelöst haben finden

The screenshot displays the BuzzSumo web application. The top navigation bar includes links for Content Research, Influencers, Monitoring, and Try BuzzSumo Pro. Below this, a search bar contains the query 'weihnachtssong'. The left sidebar offers filters for date (24 Hours, Past Week, Past Month, Past 6 Months, Past Year), language, country, and content type (Article, Infographics, Guest Posts, Giveaways, Interviews, Videos). The main content area lists search results, each with a title, source, date, and a row of social media share counts. The results are sorted by 'Total Shares'.

Article	Facebook Engagements	LinkedIn Shares	Twitter Shares	Pinterest Shares	Google+ Shares	Number of Links	Total Shares
Wow! DIESER Weihnachtssong geht ans Herz! Save mtv.de - More from this domain Dec 18, 2016 Article	9.3K	0	0	0	0	-	9.3K
VIDEO Ohrwurm: Celtic-Fans performen den schönsten Weihnachtssong aller Zeiten Save 90min.com - More from this domain By 100004368220707 - Nov 26, 2016 Article	892	0	0	0	0	-	892
Der BAYERN 3 Weihnachtssong mit den Frühaufdrehern Save bayern3.de - More from this domain By Bayern 3 - Dec 7, 2016 Article	741	0	15	0	0	-	756
Frühstücksfernsehen - Video - Rekord- Weihnachtssong "Holz": Cool oder nervig? Save sat1.de - More from this domain Dec 5, 2016 Video	742	0	1	0	0	-	743