DHZ Deutsche Handwerks Zeitung

Ausgabe 11 | 14. Juni 2024 | 76. Jahrgang | **www.hwk-konstanz.de**

Social Media effektiv nutzen – Tipps für Handwerksbetriebe

Timo Fuchs von der Konstanzer Digitalagentur Samsmedia weiß, wie Unternehmen Instagram und Facebook erfolgreich für die Kunden- und Mitarbeiter-Werbung einsetzen können. Er hat in der Bildungsakademie Singen über die wichtigsten Dos and Don'ts informiert. Seine Tipps im Überblick **VON JANA SEIFRIED**

Das interessiert die Nutzer

1. Referenzen und Projekte
- Zeigen Sie abgeschlossene Projekte und Aufträge in Bild und Video.
- Lassen Sie zufriedene Kunden zu Wort kommen.
- Ziel: Kunden gewinnen und Kompetenz zeigen

2. Teamspirit
- Stellen Sie Ihre Mitarbeiter vor.
- Posten Sie Formate wie „Ein Tag auf der Montage."
- Zeigen Sie Fotos und Videos von Team-Events und Ausflügen.
- Ziel: Mitarbeiter und Auszubildende gewinnen

3. Insights und Aktuelles
- Posten Sie Storys und Geschichten aus dem Betriebsalltag.
- Zeigen Sie, was im Hintergrund passiert, zum Beispiel im Lager oder im Büro.
- Woran arbeiten Sie und Ihre Mitarbeiter gerade?
- Lassen Sie Ihre Follower an Events, wie einem Tag der offenen Tür, teilhaben.
- Ziel: Image-Pflege

4. Entertainment
- Zeigen Sie Vorher-Nachher-Vergleiche Ihrer Arbeit.
- Posten Sie lustige Situationen oder auch Missgeschicke bei der Arbeit.
- Ziel: Reichweite und damit Bekanntheit steigern

5. Zeitlose Reserve-Postings
- Teamvorstellung
- Wissenswertes, Tutorials, Tipps
- Geschichten über persönliche oder geschäftliche Erfolge und wie diese erreicht wurden
- Antworten auf häufig gestellte Fragen
- Historische Rückblicke des Betriebs
- Leistungen und Produkte
- Ziel: Urlaubszeiten abdecken

Darum lohnt sich Social Media

- Effektive Zielgruppenansprache
- Großer Effekt bei vergleichsweise geringem Budget
- Modernes, digitales Image
- Aktualität und Messbarkeit
- Höhere Sichtbarkeit für mögliche Kunden, aber auch für potenzielle Auszubildende und Fachkräfte
- Verändertes Suchverhalten: Nur noch 23 Prozent der 14- bis 30-Jährigen nutzen Google. Die Generation Z recherchiert vermehrt in sozialen Netzwerken, sagt Timo Fuchs. Videos und Fotos machten Betriebe nahbarer. Er ist überzeugt: „Google wird an Relevanz verlieren."

Profil optimieren

- Wichtige Schlagwörter, zum Beispiel Gewerk, Produkte und Dienstleistungen, gehören in die Profil-Biografie.
- Geben Sie den Sitz Ihres Unternehmens an.
- Wählen Sie eine Kategorie für Ihren Betrieb.
- Setzen Sie Emojis in der Profil-Beschreibung ein, das wirkt nahbar und sympathisch.
- Nutzen Sie Links: Zum Beispiel auf Instagram können insgesamt fünf Links im Profil hinterlegt werden. Der erste führt auf die eigene Website, die responsiv, sprich handytauglich, sein sollte. Ein Link leitet auf das Impressum, die anderen zum Beispiel auf das Kontaktformular oder die Karriereseite.
- Bündeln Sie gute Storys in den Highlights für einen authentischen Einblick, etwa zu Produkten, Projekten, Jobs und Team.

Beiträge optimieren

- Verwenden Sie wichtige Schlüsselwörter regelmäßig in den Captions, also in den beschreibenden Texten.
- Füllen Sie für ein besseres Ranking den ALT-Text mit relevanten Schlüsselwörtern aus.
- Geben Sie den Standort ein.
- Versehen Sie Videos immer mit einem Untertitel.
- Fördern Sie die Interaktion durch direkte Ansprache.
- Veröffentlichen Sie Ihre Beiträge dann, wenn Ihre Zielgruppe online ist. Bei Berufstätigen und potentiellen Azubis etwa ab 18 Uhr.
- Veröffentlichen Sie regelmäßig – mindestens einen Beitrag pro Woche.

Hashtags

- Setzen Sie drei bis sieben Hashtags.
- Verwenden Sie nur relevante Hashtags (z.B. nicht #entdecken).
- Nutzen Sie eine Kombination aus bekannten und spezifischen Hashtags.

Programme und Tools

- Redaktionsplan analog: www.kalenderpedia.de
- Redaktionsplan digital: www.trello.com
- Planung und Veröffentlichung von Beiträgen bei Facebook und Instagram: https://business.facebook.com
- Analyse: Ab 100 Followern verfügt ein Business-Account bei Instagram über das „Professional Dashboard", das detaillierten Einblick in die Performance einzelner Beiträge gibt.
- Beitragserstellung: www.canva.com
- Videoerstellung: „Mojo: Reels & Video Editing" (App)
- Automatische Untertitel für Videos: „Captions: For Talking Videos" (App)
- Texterstellung: „ChatGPT 4.0" (App)

(empfohlen von Timo Fuchs)

Community Management

Behalten Sie Kommentare im Blick und reagieren Sie innerhalb von 24 Stunden. „Die Kommentarfunktion ist eine gute Möglichkeit, um Fragen zu beantworten, die andere Follower auch haben." Wichtig sei, sich in den Kommentaren niemals auf eine Diskussion einzulassen. Stattdessen sollten Betriebe den Kontakt per Instagram-Nachricht, E-Mail oder Telefon anbieten. Stellen Sie Ihr Betriebs-Profil so ein, dass man Markierungen manuell freigeben muss, und teilen Sie Beiträge, in denen Sie markiert sind.

Rechtliche Vorgaben

Datenschutz
- Die DSGVO muss eingehalten werden.
- Verlinkung oder Angabe der Datenschutzerklärung auf allen Social-Media-Kanälen Ihres Betriebs

Impressum
- Muss auf Social-Media-Kanälen angegeben sein – entweder durch einen Link zur Unternehmenswebsite oder direkt in der Seitenbeschreibung
- Muss über maximal zwei Klicks erreichbar sein. Link muss klar als Impressum erkennbar sein

Allgemein
- Keine Veröffentlichung von Kunden, Referenz-Arbeiten, Mitarbeiter-Fotos ohne schriftliche Einwilligung
- Bildrechte und Soundlizenzen beachten
- Tipp vom Experten: Auf der Website www.e-recht24.de können Betriebe fachliche, aber kostenpflichtige Expertise für rechtliche Themen wie Datenschutzerklärung oder Impressum einholen.

Stimmen zur Veranstaltung



Dass es so wichtig ist, regelmäßig Beiträge zu posten, war mir neu. Wir sind mit unserem Betrieb bislang nur bei Facebook, aber Instagram werde ich nun auch angehen."

Esther Schmidt,
Autoschmiede, Tengen



Spannend fand ich, wie gut man Instagram und Facebook zur Mitarbeiter-Gewinnung einsetzen kann. Das ist ein großes Thema bei uns."

Jennifer Merk,
Holzbau Amann, Weilheim



Mein persönliches Highlight waren die Tipps zu Programmen, die ich zur Erstellung von Reels benutzen kann. Außerdem habe ich gelernt, wie meine Beiträge eine höhere Reichweite erzielen können."

Sabrina Münch,
Stoffeffekt, Tuttlingen

Fotos: HWK Konstanz