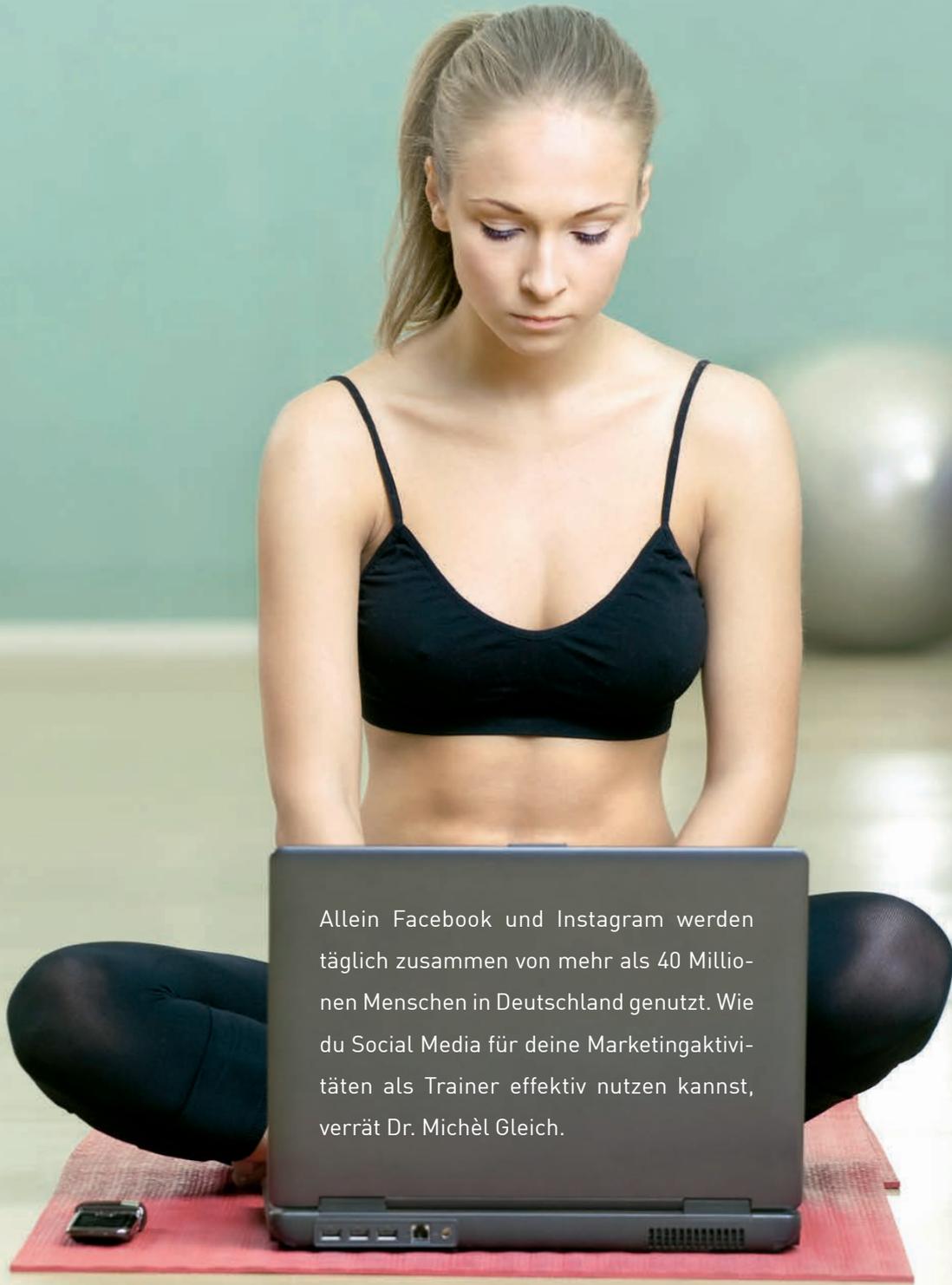


Social-Media-Marketing

Tipps für eine erfolgreiche Strategie



Allein Facebook und Instagram werden täglich zusammen von mehr als 40 Millionen Menschen in Deutschland genutzt. Wie du Social Media für deine Marketingaktivitäten als Trainer effektiv nutzen kannst, verrät Dr. Michèl Gleich.

Foto: daoinages/Shutterstock.com

Viele Trainer integrieren soziale Medien bereits seit längerem in ihre Marketing- und Kommunikationsaktivitäten. Bei all den sportlichen Selfies und eindrucksvollen Fotoserien auf diesen Internetplattformen wird aber oft vergessen, einen klaren und eindeutigen Schwerpunkt bei der Strategie zu setzen. Denn ohne Fokus auf die wesentlichen Kernaussagen der ganz individuellen Philosophie ist ein erfolgreicher Social-Media-Auftritt eine Utopie und kann schnell nach hinten losgehen.

Mach dir einen Plan!

Skizziere zunächst ein Bild von deiner aktuellen Lage, um deine persönliche Strategie festzulegen. Was ist dir wichtig? Wie viele und welche Art von Informationen möchtest du von dir selbst und deinem Unternehmen mit der Öffentlichkeit teilen? Was ist absolut tabu? Es ist auch unabdingbar, dir Gedanken darüber zu machen, welche Art von Ressourcen dir für deinen zukünftigen Social-Media-Auftritt zur Verfügung stehen. Die kontinuierliche Pflege kostet nicht nur Zeit, sondern auch Geld. Fokussiere dich daher am besten anfänglich auf eine bestimmte Plattform und nutze diese als Start sowie zum Testen von Ideen und Konzepten. Wenn du dich dann auf dem richtigen Weg befindest, Erfahrungen hinsichtlich des zeitlichen und finanziellen Aufwands gemacht und dabei erste Erfolge erzielt hast, dann kannst du deine Reichweite durch mehrere Internetprofile stetig erweitern. Ein Grundpfeiler deiner Außenwirkung ist vor allem deine unternehmerische Kommunikationsstrategie. Überlege dir daher genau, auf welche Werte du in der Vergangenheit in Bezug auf deine Kundenbeziehungen und Produkte den Fokus gelegt hast. Was ist das Besondere an dir und deinem Service? Versuche dann, diesen „unique selling point“ gezielt in deinen Social-Media-Auftritt zu integrieren. Ja, auch ein Blick auf die Konkurrenz kann helfen, ist aber meines Erachtens nicht zwingend notwendig, da jeder von uns einzigartig ist. Fokussiere dich auf deine persönlichen Stärken.

Leg dich auf eine Zielgruppe fest!

Um auch im Internet erfolgreich zu sein, solltest du dir detailliert Gedanken darüber machen, wie du deine Zielgruppe definierst und wen du mit deinem individuellen Service ansprechen möchtest. Es wird immer Menschen geben, die von dir und deinen Leistungen begeistert sind. Es wird aber auch gegenteilige Meinungen über dich geben. Es ist daher wichtig, dass du dir genau überlegst, wo die von dir definierte Zielgruppe im Internet aktiv ist und auf welche Art und Weise du diese ansprechen möchtest. Hier kannst du einerseits auf deine eigenen praktischen Erfahrungswerte zurückgreifen, aber ebenso auch durch Recherche von Studien oder Analysen im Internet herausfinden, wo deine Nutzer im Netz unterwegs sind. Je genauer du deine Zielgruppe kennst und je genauer diese zu deinem Service passt, desto besser kannst du sie mit gezieltem Inhalt erreichen und eine authentische Kommunikation gewährleisten. Konzentriere dich vor allem auf dir zugewandte Menschen und diejenigen Neutralen, die du gern



Bevor du den Kreis deiner Kunden erweiterst, solltest du deinen bereits bestehenden Kundenstamm festigen

beeindrucken und von deinem Service überzeugen möchtest. Dein Ziel sollte es sein, zunächst deinen bereits bestehenden Kundenstamm zu festigen und erst im nächsten Schritt ihn zu erweitern.

Definier deine Marke!

Ein wichtiges Ziel deines Social-Media-Marketings sollte eine starke Kundenbindung sowie eine intensive Markenwahrnehmung sein. Dies erreichst du vor allem durch einen regelmäßigen Austausch mit deiner Zielgruppe über dich, dein Unternehmen und deinen Service. Versuche, dabei stets einen Dialog zu gewährleisten, und gehe auf die Anliegen, Fragen und Wünsche deiner Kunden ein. Baue über das Internet eine Markenbekanntheit auf, indem du deine Kunden sowie möglichst viele weitere Leser dazu bringst, deine Marke wiederzuerkennen und deine Produkte damit in Verbindung zu bringen. Versuche, deinen Followern einen ehrlichen Grund zu geben, überzeugend über dich und deine Marke zu sprechen und im besten Fall Empfehlungen für dich auszusprechen.

Füll deinen Social-Media-Auftritt mit Leben!

In der nächsten Ausgabe erfährst du, warum es wichtig ist, deinen ganz persönlichen Social-Media-Auftritt mit Leben zu füllen, wie du die Veröffentlichungszeiten deiner Posts richtig auswählst und wie du es schaffst, authentische und ehrliche Beziehungen zu deinen Followern aufzubauen und diese zu erhalten.



Dr. Michèl Gleich | Der Autor ist preisgekrönter Athletik- und Personal Trainer, international erfolgreicher Athlet, Extremsportler, Unternehmer, Kolumnist und Buchautor sowie Ernährungsberater. Er lebt mit seiner Frau und seinem vierbeinigen Co-Trainer, dem Belgischen Schäferhund Manolo, im Herzen von Berlin. www.gleichpersonaltraining.com