



Foto: Vasin Lee/Shutterstock.com

# Social-Media-Marketing

## Authentische Beziehungen aufbauen

Dr. Michèl Gleich erklärt im zweiten Teil seiner Serie über Social-Media-Marketing, wie du als Trainer authentische und ehrliche Beziehungen zu deinen Followern aufbauen und erhalten kannst.

**F**ür mich haben Inhalt und Social Media eine eindeutig symbiotische Beziehung. Das heißt: Ohne gute Inhalte ist dein Internetauftritt nahezu bedeutungslos, aber ohne Social Media werden auch weniger Menschen über deine Inhalte, Visionen und Ziele in Kenntnis gesetzt. Mache dir zunächst grundlegende Gedanken über die Art des Inhalts deiner Posts, den Zeitpunkt der Veröffentlichung sowie die Häufigkeit deiner Beiträge und lege diese fest. Der Stil deines Inhalts sollte sich immer an der jeweiligen Plattform orientieren. Wo bieten sich kurze, prägnante Fotos an (Instagram)? Wo kann und sollte es auch mal etwas mehr Text sein (Facebook)? Nutze auch Links und Videos, um auf dich und deine Leistungen aufmerksam zu machen. Definiere zudem eine einheitliche Ansprache: „Sie“ oder „du“ – beides geht, sollte aber auf allen Plattformen einheitlich sein.

### Individuelle Veröffentlichungszeiten wählen

Eine große Bedeutung kommt auch dem Veröffentlichungszeitpunkt zu. Ich bin aber der festen Überzeugung, dass du dich hierbei nicht an bestimmten Richtwerten und Analysen orientieren solltest. Dies aus zwei Gründen: Erstens bist du dann wieder einer von vielen, die zu dieser Uhrzeit posten – und damit ist die Wirkung verpufft. Zweitens ist es meines Erachtens viel authentischer, wenn du die Inhalte zu deinem individuellen Zeitpunkt präsentierst. Ein frühmorgendliches Trainingsfoto nützt gar nichts, wenn du bei Kunden nicht unbedingt dafür bekannt bist, die Schuhe vor Sonnenaufgang zu schnüren. Versuche auch nicht, die Leser mit Beiträgen zu überschütten, denn dies kann eine gegenteilige Wirkung haben und fehlendes Interesse wird unweigerlich die Folge sein. Gehe sparsam, aber gezielt mit deinen Inhalten um und versuche, eine interessante Abwechslung zu bieten.

### Authentische Beziehungen aufbauen

Bevor du jetzt beginnst, ist es wichtig herauszufinden, ob ein internetbasierter Social-Media-Auftritt überhaupt zu deiner ganz persönlichen Unternehmenskultur passt und

ob du bereit bist, aktiv, kontinuierlich und vor allem ehrlich mit deinen Mitmenschen über das Internet zu kommunizieren. Entscheidend für mich ist jedoch vor allem, darauf hinzuweisen, dass das vorrangige Ziel deiner zukünftigen öffentlichkeitswirksamen Präsenz niemals die Förderung der Verkaufszahlen sein darf. Es geht vor allem darum, authentische und echte Beziehungen sowie Vertrauen und Kundennähe Schritt für Schritt aufzubauen und diese kontinuierlich zu erweitern. Social Media Marketing kann immer nur ein Schlüssel zum Erfolg deines Unternehmens sein, aber es wird nie der einzige und entscheidende Faktor sein. Nichts kann den persönlichen Kundenkontakt sowie die herausragende und einzigartige Qualität deiner Angebote ersetzen.



Dein Social-Media-Auftritt sollte zu deiner Unternehmenskultur passen

### Ergänzung zu anderen Maßnahmen

Zusammenfassend kann ich aus eigener Erfahrung sagen, dass ein ehrliches, authentisches und kontinuierlich gepflegtes Social Media Marketing eine gute Ergänzung zu den bereits bestehenden Marketingmaßnahmen für Trainer ist, diese aber nie vollständig ersetzen kann. Für die Neukundengewinnung oder das Präsentieren der Trainingsphilosophie ist es ein ideales Instrument, um

möglichst viele Interessenten auf einmal zu erreichen. Oft ist und bleibt dieser Erstkontakt aber aufgrund des Internets und der technischen Gegebenheiten weitgehend anonym und distanziert. Der so wichtige persönliche Kontakt in den Trainingseinheiten und all die Gespräche über Stärken und Schwächen sowie Ziele und Bedürfnisse unserer Kunden sind essenziell und sollten weiterhin die Basis für die tägliche Arbeit in diesem tollen Beruf sein.



**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](http://www.gleichpersonaltraining.com)