

SOCIAL MEDIA FÜR DEN MITTELSTAND – DER ULTIMATIVE RATGEBER FÜR MEHR ONLINE-REICHWEITE



Veröffentlicht am 2. Januar 2023 von Tuana

Social Media im Mittelstand - Mehr Online Reichweite

UMSATZSTEIGERUNG MIT SOZIALEN MEDIEN

Die Tatsache, dass **Social Media** viel mehr als nur ein unterhaltsamer Zeitvertreib für Konsumenten ist, ist für die meisten kein Geheimnis mehr. Auf verschiedenen Plattformen sind sowohl **Endkunden** als auch **Geschäftspartner** unterwegs. Auch für **kleine und mittelständische Unternehmen** (KMU) sind soziale Medien ein wichtiges **Marketing Tool**, welches man ohne großen Kostenaufwand effizient nutzen kann. Ob wir hier von **B2B** oder **B2C** Kanälen sprechen – jeder Kanal besitzt einen individuellen Charme, welcher durch verschiedene Wege zu mehr Umsatz führen kann. Mit wenigen Kosten können Unternehmen **Neukunden finden**, **Bestandskunden halten** und ihre **neuesten Produkte und Dienstleistungen präsentieren**.

INHALT

- [Social Media Basics: Organische Postings & Ads](#)
- [Mitarbeiter finden mit sozialen Medien](#)
- [Social Media für den Mittelstand – Unsere 6 Tipps](#)
- [Fazit: Social Media Marketing im Mittelstand](#)

SOCIAL MEDIA BASICS: ORGANISCHE POSTINGS & ADS

Social Media Postings können unter zwei Kategorien fallen: **organisch** und **bezahlt**. Doch worum handelt es sich bei dieser Unterteilung und was sind die Unterschiede?

ORGANISCHE SOCIAL MEDIA POSTINGS:

Bei **organischen Postings** sprechen wir von dem **Fundament** jeder modernen digitalen **Marketingstrategie**, bei welcher der Aufbau von messbaren Verbindungen mit Kunden am effizientesten abläuft. Organische Postings bedeuten so viel wie **kostenlose** Inhalte (Beiträge, Videos, Fotos, Memes, Stories, Reels usw.), welche alle Nutzer – auch Marken und Unternehmen – in ihren Feeds teilen können. Die Gesamtheit der Nutzer, die mit dieser Art von Content erreicht werden, ist die **organische Reichweite**.

Zur organischen Reichweite gehören:

- Deine Follower
- Follower Deiner Follower
- Personen, die Deinen Hashtags folgen.

WARUM NUTZEN UNTERNEHMEN ORGANISCHES SOCIAL MEDIA?

Die organische Art von Postings trägt viel zum **Image** eines Unternehmens bei. Du kannst in der digitalen Welt Deine **Persönlichkeit** und Stimme etablieren. Durch informativen, inspirierenden und/oder unterhaltsamen Content kannst Du **Beziehungen** zu Kunden aufbauen und mit ihnen interagieren.

BEZAHLTE SOCIAL MEDIA POSTINGS:

Paid Social Media ist eigentlich nicht viel mehr als ein anderer Ausdruck für bezahlte **Werbung**. Es läuft so ab: Unternehmen bezahlen soziale Netzwerke wie Meta, LinkedIn, TikTok, Youtube etc., woraufhin Content an eine definierte Zielgruppe, bei welcher **potenzielles Interesse** entstehen könnte, ausgespielt wird.

Bei der Paid Variante musst Du nicht unbedingt spezielle **Werbeanzeigen** erstellen. Es gibt auch die Option, bereits bestehende organische Inhalte zu „**boosten**“.

WARUM NUTZEN UNTERNEHMEN PAID SOCIAL MEDIA?

Auch in diesem Falle passt das Sprichwort: Man bekommt, wofür man bezahlt! Man kann nicht verleugnen, dass man durch das Zahlen die **Markenbekanntheit** schnell erhöhen kann. Dein Unternehmen kann neueste Angebote, Content, Events usw. bewerben und somit auch **Leads generieren** und mehr **Conversions** (einschließlich E-Commerce-Umsätze) erzielen.

WAS IST DENN NUN BESSER?

Ob Paid- oder Organisches Social Media besser geeignet ist, hängt ganz allein von den **Prioritäten** Deines Unternehmens ab.

Möchtest Du mit Deinem Content größere Zielgruppen erreichen, ideale Kunden ansprechen und die Anzahl der Leads und Konversionen erhöhen? Dann wäre **Paid Social Media** eine gute Option für Dich!

Oder willst Du den Fokus doch lieber auf Deine Markenbekanntheit, Kundenservice und/oder Beziehungsaufbau richten? Da kannst Du mit **organischen Inhalten** natürlich perfekt starten! Zuerst baust Du Dir am besten mithilfe organischer Inhalte eine **solide Basis** für Deine Social Media Marketing Strategie auf. So kannst Du einsehen, inwiefern Du Aufmerksamkeit für Dein Unternehmen generiert hast und ob Deine Strategie funktioniert. Danach ist es Dir überlassen, ob Du Deine Inhalte **mit Ads pushen** möchtest.

Du musst Dich also nicht unbedingt nur für eine Variante entscheiden! Die Welt der sozialen Medien ist riesig. Du kannst verschiedene Dinge **ausprobieren**, bevor Du festlegst, was das Richtige für Dich ist und anhand von **Reaktionen** Deiner Zielgruppe schauen, nach welcher Strategie Du weiterhin arbeiten möchtest. Wenn Du aber keine mögliche **Zeit- und Geldverschwendung** riskieren möchtest, dann sind wir vom Webweisend Team immer für Dich [ansprechbar](#)!

Zusammengefasst: Organisches Social Media ist notwendig für den Aufbau von Beziehungen und Interaktionen mit der gewünschten Zielgruppe, während Paid Social Media wichtig für Ranking-Algorithmen ist.

MITARBEITER FINDEN MIT SOZIALEN MEDIEN

Soziale Medien – die meisten von uns benutzen sie. Warum sollten also auch keine **potenziellen Mitarbeiter** auf den verschiedenen Portalen unterwegs sein? Vor allem **junge Berufseinsteiger**, die meist mehrere Kanäle regelmäßig nutzen, stoßen vermutlich **täglich** auf Unternehmensprofile.

Was bedeutet das für die Unternehmen? Ganz einfach: Unternehmen können das Interesse von jungen Berufseinsteigern an Social Media **nutzen**, indem sie sich von der attraktivsten Seite zeigen und gleichzeitig Einblicke ins alltägliche Arbeitsleben gewähren.

Aktives Social Media Marketing kann in beliebten **B2B** (Business-to-Business) Bereichen wie Xing und LinkedIn betrieben werden. Das aktive Nutzen und Pflegen von Unternehmensprofilen bringt aber auch immense Wettbewerbsvorteile in Bezug auf Personalgewinnung.

Hingegen gelten beliebte Kanäle wie z.B. Instagram, Facebook, TikTok etc. hauptsächlich als **B2C** (Business-to-Consumer) Bereiche.

Zur Mitarbeitergewinnung kommen wir aber am Ende des Artikels erneut, lies also unbedingt weiter, wenn Du unsere **ON TOP Tipps** für Social Media im Mittelstand erfahren möchtest!

SOCIAL MEDIA FÜR DEN MITTELSTAND – UNSERE 6 TIPPS (+1 SPECIAL TIPP) FÜR MEHR ERFOLG IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN

1. DEFINIERE DEINE ZIELGRUPPE

Wen möchtest Du mit Deinem Content ansprechen? Die **Zielgruppendefinition** ist ein sehr wichtiger Schritt, um überhaupt die erwünschten Personen mit Deinem Content erreichen zu können. Wenn Du die **Vorlieben** und **Interessen** Deiner Follower kennst, kannst Du darauf angepasst Inhalte erstellen.

Wie definiere ich meine Zielgruppe?

Das **Targeting** von Zielgruppen läuft so ab, dass Du erst verschiedene Informationen sammelst:

- **Standort** (Zielgruppe aus welchen Ländern/Städten/Communities sollen erreicht werden?)
- **Demografische Information** (Alter, Geschlecht, Bildung, Beziehungsstatus, Beruf)
- **Interessen** (Konsum- und Lifestyle Kategorien wie z.B. Fitness, Fashion etc.)
- **Verhalten** (Kaufverhalten, Bildschirmzeit, Mobile oder Desktop? etc.)

Sobald Du Informationen gesammelt hast, kannst Du anschließend **Personas** erstellen, die zur Veranschaulichung von Zielen und Bedürfnissen der Zielgruppe dienen. Mehr zu dem Thema Personas findest Du [hier](#).

2. WÄHLE PASSENDE KANÄLE UND ZIELE

Ein Fehler, welcher bei vielen Unternehmen aus dem Mittelstand häufig aufkommt, ist das Erstellen von Profilen auf so vielen Social-Media-Kanälen wie möglich. Auch in diesem Fall ist jedoch **Qualität viel wichtiger als Quantität!** Vor allem wenn man bedenkt, dass viele **KMU** ein **begrenztes Marketingbudget** besitzen, sollte man diesen Fehler vermeiden. Wenn Du also Unternehmensprofile auf verschiedenen Plattformen erstellen möchtest, mach Dir unbedingt zuerst

Gedanken darüber, welche auch wirklich für Deine Marke **geeignet** sind und ob sich die Kosten und der Aufwand lohnt.

Lege fest, **welche Inhalte** im Rahmen welcher Formate (z.B. Bilder, Videos, Reels etc.) über soziale Medien kommuniziert werden sollen. Informiere Dich über die verschiedenen **Funktionen**, welche die Kanäle jeweils anbieten. Außerdem solltest Du schauen, wo sich Deine Zielgruppe am meisten aufhält.

Handelt es sich bei Dir um ein B2C Unternehmen, welches z.B. Produkte an eine **jüngere Zielgruppe** verkaufen möchte? Da wären natürlich die Plattformen geeignet, auf welchen die neuesten Trends entstehen (z.B. TikTok und Instagram). Oder geht es um ein B2B Startup-Unternehmen, welches mit neuen Ideen **Geschäftsführer** erreichen möchte? Perfekt wären in diesem Fall natürlich Kanäle wie Xing oder LinkedIn.

3. NUTZE TOOLS ZUR OPTIMIERUNG

Um als KMU in der riesigen Welt von Social Media den **Überblick** nicht zu verlieren, ist die **Nutzung von Tools** unabdingbar. Sie bieten allerlei Funktionen und erleichtern Unternehmen die Nutzung von verschiedenen Kanälen.

Wozu dienen Social Media Tools?

Prinzipiell dienen die Tools für soziale Netzwerke der **Verwaltung** von Deinen Konten. Es können Prozesse automatisiert, Beiträge geplant und Performance Analysen durchgeführt werden.

4. INTERAGIERE MIT DEINER ZIELGRUPPE

Die Erstellung von Konten auf sozialen Medien hast Du schon hinter Dich gebracht, doch wie sieht es mit der **Pflege** dieser aus? Deine Follower sollten **regelmäßig** mit neuen und natürlich für sie **relevanten Inhalten** versorgt werden. Gehe am besten regelmäßig auf Reaktionen Deiner Community ein, like Kommentare und antworte auf Rückfragen. So kannst Du mehr **Engagement** Deines Publikums erzielen und mehr **Präsenz** in der Community beweisen. Und ganz wichtig: Nutze **Hashtags**, die für Deine Zielgruppe relevant sind. Durch diese erscheinen Deine Beiträge bei Usern weiter oben im Feed.

Versuche, so häufig wie möglich mit **branchenverwandten Profilen** zu interagieren. **Like** und

kommentiere ihre Beiträge, so kannst Du potenzielle Kunden auf Dein Social-Media-Konto aufmerksam machen.

5. INTEGRIERE SOCIAL MEDIA IN DEINEN WORKFLOW

Um als KMU in der Social-Media-Welt am Ball zu bleiben, solltest Du die Nutzung von den verschiedenen Plattformen stets in Deinen **Workflow** integrieren. Am besten legst Du **so früh wie möglich** einen **Verantwortlichen** fest, der sich regelmäßig um die **Pflege der Konten** kümmert.

Führe **regelmäßige Auswertungen** durch, um immer auf den neuesten Stand zu bleiben und früh reagieren zu können. Verfolge Trends und bleib immer aktuell.

Um den Überblick über Deinen Content nicht zu verlieren und Deine Zielgruppe regelmäßig mit Inhalten zu versorgen, kannst Du einen **Redaktionsplan** erstellen. Unser **Insider-Tipp** dazu: Nutze das **Facebook Creator Studio**!

6. FANG JETZT AN!

Wie wichtig Social Media Marketing für Dein kleines oder mittelständisches Unternehmen ist, haben wir im Laufe des Artikels hoffentlich erfolgreich vermittelt. Sieh dies als ein Zeichen, **jetzt** anzufangen oder Dir sofort ein Ziel zu setzen, wann es für Dein Unternehmen losgeht! Social Media gewinnt von Tag zu Tag an Relevanz, weswegen immer mehr Unternehmen das Nutzen der verschiedenen Plattformen in ihren **Marketingkonzepten** priorisieren. Besonders hier gilt: **Die Konkurrenz schläft nicht!**

UNSER SPECIAL TIPP: SCHALTE LEAD-ADS AUF INSTAGRAM UND FACEBOOK

Schalte **Lead-Ads** auf Instagram und Facebook, um potenzielle Kunden oder Mitarbeiter zu erreichen. **Lead Ads** sind für Kampagnen zur Leadgenerierung auf Facebook und Instagram optimal geeignet. Sie sind einfach umsetzbar, die Erstellung kann über Deine Facebook-Seite, im Werbeanzeigenmanager oder in der Business Suite erfolgen. Lead Ads bieten Dir die Möglichkeit, Leads direkt über Meta statt auf einer externen Landingpage zu generieren. Sie vereinfachen das umständliche Ausfüllen von Formularen – Informationen der Nutzer werden bei Bedarf direkt aus ihren Facebook-Profilen in das Formular übertragen.

FAZIT: SOCIAL MEDIA MARKETING IM MITTELSTAND

Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram, TikTok etc. gehören längst zur modernen **Marketingkommunikation** jedes Unternehmens, welches die Priorität auf eine **zukunftsorientierte Wettbewerbsfähigkeit** legt. Bei deutschlandweit **86,5%** aktiven Social-Media-Nutzern im Jahr 2022 kann man nicht abstreiten, dass Unternehmen auf den verschiedenen Plattformen immense **Mehrwerte** erzielen.

Du möchtest unbedingt neue Kunden und/oder Mitarbeiter gewinnen und Bestandskunden halten, realisierst aber, dass Dir die Zeit fehlt oder Du in Deiner Branche **spezielle Hilfe** benötigst? Viele Unternehmen sind aufgrund von ständig **neuen Trends** und der **Konkurrenz** in der Welt des Online-Marketings überfordert. Wir von Webweisend helfen Dir gerne dabei und bringen Dein Unternehmen mithilfe unserer Konzepte zum **nachhaltigen Erfolg**!

[Kontaktiere uns jetzt!](#)