



Social Media Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Workbook

Noch einmal *Herzlich Willkommen*
und schön, dass Du im Social Media Einsteiger
Kurs dabei bist!

Ich freue mich darauf, die nächsten Wochen mit Dir gemeinsam Deine sinnvolle und nachhaltige Social Media Strategie aufzubauen!

Dabei ist es völlig egal, ob Du jetzt gerade startest oder ob Du schon eine Weile sichtbar bist, allerdings noch nicht die Resultate hast, die Du Dir eigentlich wünschst.

Auf den nächsten Seiten findest Du weitere Info und Hilfestellungen zum Kurs. Eine Sache möchte ich vorweg gerne betonen:

Deine Strategie ist ein Prozess!

Ich zeige Dir hier alles, was Du brauchst, um Kunden anzuziehen - gemeinsam bauen wir das Gerüst. Damit es „lebt“, musst Du es mit Inhalt füllen, denn niemand kennt Dein Herzensbusiness, Deine Träume und Deine perfekten Kunden so gut, wie Du! Das kann Dir niemand abnehmen!

Je mehr Du Dich darauf einlässt, zu lernen, immer wieder etwas Neues auszuprobieren, kreativ bleibst und Dich üben lässt, desto mehr kannst Du diesen Prozess genießen und desto schneller wirst Du die ersten Erfolge verzeichnen!

Ich freue mich darauf, Dich auf diesem Weg begleiten zu dürfen.

Lass uns gemeinsam noch mehr Licht in die Welt bringen und den Menschen, die genau auf Dich warten zeigen, wo sie Dich finden können!



Wichtige *Info* zum Kurs-Ablauf

Termine

**06.04.,
Kurs-Start: Alle Videos stehen Dir jetzt zur Verfügung**

**20.04., 10 Uhr
Live Gruppen Coaching 1**

**28.04., 14 Uhr
Live Gruppen Coaching 2**

Die Kurs-Videos findest Du hier kurse.marketing-mindful.de - Deine Zugangsdaten hast Du von uns per Mail bei der Anmeldung erhalten. Solltest Du technische Probleme haben, steht Dir unsere Expertin Tabea Hasse unter technik@marketing-mindful.de gerne zur Verfügung.

Du kannst alle Inhalte in Deinem eigenen Tempo bearbeiten und Dir Pausen nehmen, wenn Du sie brauchst.

Für die Live-Coachings treffen wir uns in der Facebook Gruppe „[Social Media Einsteiger Kurs](#)“. Du kannst mir hier Deine Fragen stellen.

Nutze diese Chance, denn ich gebe Dir persönlich Feedback!

Sende mir Deine Fragen bitte vorab zu: team@marketing-mindful.de

Nützliche *Tools*, die Dir bei Deiner Content-Erstellung behilflich sein können:

Grafikdesign:

[Canva](#) - Wenn Du ganz neu auf dem Gebiet der Grafikerstellung bist, dann empfehle ich Dir Canva. Das ist ein intuitives und einfach zu bedienendes, browserbasierendes Tool, mit dem Du sowohl Dein Logo (brauchst Du am Anfang noch nicht) als auch Deine Social Media Grafiken erstellen kannst. Es gibt eine kostenlose Version, die zu Beginn völlig ausreicht und eine Pro Version für ca. 12€/Monat.

Damit alle Deine Grafiken zur jeweiligen Plattform passen, findest Du [hier alle Maße](#).

Planung:

Damit Du nicht jeden Post manuell planen musst, gibt es einige Plattformen, die das für Dich übernehmen. Das macht die ganze Sache planbarer und entspannter. Je nachdem, welche sozialen Netzwerke Du nutzt, ist das ein oder andere Tool für Dich praktischer. Es gibt natürlich noch mehr. Ich zeige hier die, mit denen ich mit meinen Kundinnen bisher die besten Erfahrungen gemacht habe.

[Hootsuite](#) - Posten auf Fanpage, Gruppe, Instagram Account. Es gibt eine kostenlose und eine kostenpflichtige Version. Außerdem hast Du immer alle Deine Feeds auf einen Blick verfügbar. Auch hier reicht die kostenlose Version für den Anfang aus.

[Planoly](#) - In der Pro-Version kannst Du sowohl auf Instagram als auch auf der Facebook Fanpage automatisiert posten. Das Tool konzentriert sich mehr auf Instagram. Toll finde ich, dass Du Dein Grid (Feed/Chronik) immer direkt siehst und somit auch da schon grafische Akzente setzen kannst. In der kostenlosen Variante kannst Du 30 Posts pro Woche absetzen. Die Pro-Version kostet 9\$/Monat.

[Creator Studio](#) - die „Eigenmarke“ des Facebook Konzern und deshalb kostenlos nutzbar mit unendlich vielen Posts und Möglichkeiten. Du kannst Dein Instagram Konto verknüpfen und überall spontan und geplant posten - außer in Facebook Gruppen. Auch Videos können direkt hochgeladen und sogar noch mit Untertiteln versehen werden. Später kannst Du Deinen Freelancern und Mitarbeitern Rechte für die Pflege einräumen. Mein Favorit und das Tool, das ich aktuell nutze.

Videoschnitt:

Schnelle Videos erstellst Du am besten direkt mit Deinem Handy. Die meisten haben mittlerweile eine bessere Auflösung als viele „Urlaubs-Kameras“, die zuhause rumliegen, deshalb ist das sehr zu empfehlen.

Für den Anfang brauchst Du kein aufwendiges Schnittprogramm für Deinen PC oder Mac zu kaufen, es reicht, wenn Du Dir die InShot-App ([Google Play](#), [App Store](#)) auf Dein Handy ziehst. Hier kannst Du direkt schneiden, Logos und Texte einfügen und veröffentlichen. Einfacher geht's nicht.

Achtung: Bevor Du Videos drehst, schau unbedingt immer, welche Voraussetzungen für die Veröffentlichung gelten. Ein IGTV (Instagram TV Video) darf z.B. unter 10.000 Followern minimal 15 Sekunden und maximal 15 Minuten dauern. Hast Du 10.000 Follower erreicht, dürfen sie 60 Minuten lang sein.



Social Media *Basics*

Social Media als Unternehmerin nutzen

Zuerst einmal gibt es einen Unterschied zwischen der Nutzung von Facebook und Co. als Privatperson und der Nutzung als Unternehmerin. Bestimmt warst Du schon vorher auf diversen Plattformen unterwegs und hast hin und wieder etwas gepostet oder geteilt. Wenn Du Wunschkunden anziehen möchtest, die Deine Produkte und Dienstleistungen kaufen, dann reicht es leider nicht aus, ab und zu mal etwas zu posten, wenn Dir gerade ein Geistesblitz kommt oder Du an einem schönen Strand ein Foto gemacht hast. Als Unternehmerin brauchst Du eine Content-Strategie und das bedeutet, dass Du mit Deinen Inhalten zwei Ziele verfolgst: Mehrwert liefern und zahlende Kunden gewinnen.

Content is King (oder Queen!)

Gute Inhalte, die Deine Follower weiter bringen sind extrem wichtig, denn der Facebook-Konzern verändert regelmäßig seinen Algorithmus und reduziert Deine Ausspielrate. Das bedeutet, dass nur noch wenige Deiner Posts an Deine Abonnenten ausgespielt werden. Besucht Dich ein Follower allerdings regelmäßig und bleibt auch länger, weil Du ihm oder ihr wirklich weiterhilfst, dann bemerkt der Algorithmus auch das und spielt mehr von Deinem Content aus. Es macht also durchaus Sinn, die Qualität Deines Outputs zu steigern.

Werde zur Expertin

Dein Ziel ist es, zur Problemlöserin Deiner Wunschkunden zu werden. Je mehr Du ihnen mit kostenlosem Content hilfst, desto mehr zementiert sich Dein Expertenstatus und sobald jemand bezahlte Hilfe in Anspruch nehmen möchte, hat er oder sie Deinen Namen im Kopf. Der Aufbau eines Expertenstatus mithilfe von guten Inhalten ist problemlos und vor allem kostenlos möglich! Er trägt maßgeblich dazu bei, ob jemand bei Dir kauft oder nicht und kann nicht übersprungen werden, indem Du zum Beispiel unter jeden Post eine Aufforderung zum Kauf hängst. Das Vertrauen Deiner Wunschkunden darfst Du Dir erarbeiten – umso nachhaltiger baust Du Deine Reichweite auf.

Lagere Content zu Beginn niemals aus

Natürlich ist eine sinnvolle und nachhaltige Content-Strategie mit Arbeit verbunden und wenn Du nicht weißt, wie das geht, dann kann das schnell frustrierend werden und Deine Schlussfolgerung ist möglicherweise: Das lagere ich an eine Agentur aus! STOP! Auch eine Agentur muss wissen, für wen sie schreiben soll, ansonsten erhältst Du einen sehr teuren Einheitsbrei, der Dich bei der Wunschkunden-Gewinnung keinen Schritt weiterbringt. Es gibt tolle Texter da draußen und an die kannst Du selbstverständlich auslagern, sobald Du selbst weißt, wohin der Hase laufen soll.

Dein perfekter Kunde

Heute widmen wir uns der Grundlage für alles, was Du auf Social Media und in Deinem Business machst: Deinem *perfekten Kunden!*

Das ist das Herzstück Deiner Arbeit

Wenn Du einmal verstanden hast, wie Du Deinen Kunden richtig definierst und dann anziehst, dann kannst Du das auf Dein gesamtes Unternehmen anwenden:

- Du wirst nie mehr Probleme haben, Content-Ideen zu finden
- Du weißt genau, auf welchen Plattformen und zu welcher Zeit Du postest
- Deine Produkte und Dienstleistungen treffen genau das Bedürfnis Deiner Zielgruppe
- Deine Preise werden ohne Diskussion bezahlt

Wichtig bei der Definition ist zu wissen, dass Du entscheidest, mit wem Du arbeiten möchtest. Mach Dir keinen Stress – genieße den Luxus, aussuchen zu dürfen, wer Deine Produkte kaufen wird!

„Finde Deine Nische“

Der Coaching-Markt wächst. Ich denke, diesen Fakt können wir nicht leugnen. Täglich treten neue Anbieter auf und auch wenn immer noch sehr viel Bedarf besteht, ist es wichtig, dass Du Dich jetzt, wo der Markt aufgeteilt wird, in einer Nische positionierst. Auch dieser Hinweis löst bei vielen Selbständigen Stress aus: „Wie finde ich meine Nische?“ ist eine der häufigsten Fragen, die ich gestellt bekomme und ich kann Dir versprechen: Das ist keine Zauberkunst! Deine Nische ist Dein perfekter Kunde. Je detaillierter Du diese Person definiert hast, desto besser kannst Du Deine Inhalte und Deine Arbeitsweise danach ausrichten und desto kleiner wird automatisch der Kreis, der sich von Dir bedienen lassen möchte – Deine Nische entsteht dann automatisch.

Die Wunschkunden-Definition

Ich zeige Dir jetzt, wie Du Deinen perfekten Kunden finden kannst:

1. Wenn Du schon Kunden hast, dann überlege Dir, mit welchen davon Du besonders gern zusammengearbeitet hast und warum.
2. Welche Kriterien muss ein Kunde erfüllen, damit Du ihn gerne annimmst? Das könnte zum Beispiel sein: Pünktliche Zahlung oder 100%iges Commitment. Welche Eigenschaften muss er im Bezug auf Euer Verhältnis erfüllen, wenn er von Dir bedient werden möchte?
3. Stelle einen detaillierten Steckbrief zusammen und schreibe genau auf, was Dein Wunschkunde für eine Person ist.

Wenn Du jetzt einen Post schreibst, dann möchte ich, dass Du Dir die Person genau vorstellst und zwar mit Namen, Gesicht, alles, was dazu gehört. Stell Dir vor, dass Du Deinem Wunschkunden einen Brief schreibst und Du wirst ihn oder sie automatisch adressieren und anziehen.

Aufgabe „Der perfekte Kunde“

Steckbrief

Nutze jetzt Deinen ausgefüllten Fragebogen und erstelle einen Steckbrief für Deinen perfekten Kunden in vollständigen Sätzen.



Social Media
Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Name:

Persönlichkeit und Leben

Job

Interessen

Verhalten

Herausforderungen

Motivation

Aufgabe „Der perfekte Kunde“

Überschriften-Übung

Welche Überschriften treffen genau die Herausforderung Deines perfekten Kunden und geben eine erste Hilfestellung?



Social Media
Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Überschrift 1

Notizen dazu

Überschrift 2

Notizen dazu

Überschrift 3

Notizen dazu

Überschrift 4

Notizen dazu

Überschrift 5

Notizen dazu

Aufgabe „Der perfekte Kunde“

Glaubenssätze & Aussagen



Social Media
Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Um die Kundensprache besser lernen und anwenden zu können, ist es wichtig, dass Du weißt, wie Dein Kunde sich ausdrückt. Nur dann kannst Du ihn auch ansprechen. Schreibe deshalb 20 Glaubenssätze und Aussagen von ihm/ihr auf.

Glaubenssätze:

Typische Aussagen:

Dein Expertenstatus und Deine Positionierung

Um das Vertrauen Deiner Follower zu gewinnen, darfst Du Deinen *Expertenstatus* aufbauen!

Was macht einen Experten aus?

Überlege Dir zuerst einmal, was für Dich einen Experten ausmacht und checke für Dich, ob Du diese Kriterien selbst schon erfüllst.

Beispiele hierfür könnten sein:

- Ist Spezialist auf einem Fachgebiet
- Ist qualifiziert durch Scheine, ein Studium, eigene Recherche o.Ä.
- Du vertraust dieser Person
- Die Person löst Deine Probleme

Drei Anzeichen dafür, dass Du bereits eine Expertin bist:

1. Du bildest Dich freiwillig weiter und bezahlst sogar Geld dafür
2. Du hast das Problem für Dich selbst schon einmal gelöst
3. Menschen aus Deinem Umfeld fragen Dich um Rat zu Deinem Thema

Selbstverständlich kannst Du Dir auch einen Expertenstatus aufbauen, ohne Dich als „Expertin“ zu betiteln.

Warum ist der Expertenstatus so wichtig?

Im Internet sind wir alle erstmal anonym und wer Dich findet, kennt Dich in der Regel noch nicht. Du darfst also erstmal Vertrauen aufbauen und beweisen, dass Du die Richtige bist, um das Problem zu lösen, bevor Du etwas verkaufst.

In Deinem Content kannst Du Dich durch drei Merkmale als Expertin positionieren:

1. Expertise
2. Verständnis
3. Persönlichkeit

Wie positionierst Du Dich als Expertin?

Suche Dir ein Spezialgebiet, das Dich begeistert und bleibe erstmal dabei - springe nicht von Thema zu Thema und benenne Dich bitte auch nicht jeden zweiten Tag um. Orientiere Dich zu 100% an Deinem perfekten Kunden und achte darauf, dass dieser innerhalb von drei Sekunden erkennen kann, dass Du genau die Problemlöserin bist, die er gesucht hat.

Solltest Du Dich mal umpositionieren wollen - etwa, weil sich Dein Business in eine andere Richtung entwickelt, dann tu das und nimm Deine Follower mit auf die Reise.

Der Aufbau des Expertenstatus kann nicht übersprungen werden - auch wenn es Arbeit ist, die nicht sofort Geld einbringt. Regelmäßige, echte Hilfestellung ist effektiver als jeden Tag zum Kauf aufzufordern.

Aufgabe „Expertenstatus“

USPs



Social Media
Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Schau Dir andere an, die etwas Ähnliches anbieten, wie Du: Was gefällt Dir? Was nicht? Was machst Du besser? Was hebt Dich von den anderen ab? Was sind die drei Dinge, die sonst niemand in sich vereint - außer Du?

Das zeichnet mich als Expertin ganz besonders aus:

1.

Anmerkung:

2.

Anmerkung:

3.

Anmerkung:

Aufgabe „Positionierung“

Das bist Du als Expertin



Social Media
Einsteiger Kurs

by Mindful Marketing

Schreibe in 1-2 Sätzen genau auf, was Du tust. Setze Deine USPs ein und zeige, worin Du Expertin bist.

Beispiele:

„Ich bin die Food-Expertin, die Dir Deinen individuellen Weg zur veganen Ernährung zeigt. Ich unterstütze Dich mit einer Shopping-List, vielseitigen Rezepten und erstelle Deinen ganz persönlichen Umstellungs- und Ernährungsplan!“

„Ich bin die Coachin mit Psychologie-Hintergrund, die Dir als Mama hilft, wieder in engen Kontakt zu Deinen Teenagern zu kommen und auch in schwierigen Phasen ihre Ansprechpartnerin zu sein.“

Und jetzt DU:

Redaktionsplan & Produktivität

Damit Du Dein Ziel erreichst (Verkauf 1:1 Coaching), solltest Du Deinen Content langfristig ausrichten. Dafür brauchst Du einen *Redaktionsplan!*

Diese Tools helfen Dir dabei

1. Perfekter Kunde - Habe den Steckbrief immer griffbereit beim Schreiben
2. Aussagen und Glaubenssätze - Können prima in Überschriften verwandelt werden
3. Redaktionskalender - Deine grobe Übersicht über die nächsten vier Wochen
4. Redaktionsplan - Deine Vorlage, die Du nur noch mit Leben füllen darfst
5. Planungs-Tools - Die Dir das Posten abnehmen und so viel Zeit sparen (s. Anfang)

Der perfekte Post

Denkst Du von Dir selbst, dass Du nicht gut schreiben kannst?

Vielleicht hat Dir das mal ein Lehrer in der Schule gesagt und Du hast das für Dich einfach so übernommen und zu Deiner Wahrheit gemacht – das ist nicht schlimm!

Schreiben kann jeder!

Es geht um Emotionen

Vor allem auf Social Media kommt es nicht darauf an, dass Du literarisch hochwertige Prosa ablieferst, sondern um die Emotion, die Deine Follower beim Lesen Deiner Texte haben werden. Wenn Du es schaffst, Deine Leser regelmäßig emotional zu berühren, dann werden sie Dich schnell ins Herz schließen und Vertrauen zu Dir als Expertin aufbauen.

5 Fragen für den emotionalen Post-Check:

1. Gebe ich meinem perfekten Kunden damit das Gefühl, ihn 100% zu verstehen?
2. Sagt mein perfekter Kunde beim Lesen/Sehen/Hören: „Ja, ich auch!“?
3. Muss mein perfekter Kunde lachen oder weinen, wenn er das liest?
4. Wecke ich ein Gemeinschaftsgefühl und sage ich ihm: „Du bist nicht alleine“?
5. Denkt er danach: „Jetzt geht’s mir besser!“?

Der Aufbau zählt

Deine Posts sollten außerdem immer einem Aufbau folgen: Einleitung, Hauptteil, Schluss ist auch hier sehr wichtig. Eine persönliche Geschichte als Einstieg eignet sich immer perfekt. Erzähle von einer Situation, in der Du genau die Erfahrung gemacht hast, über die Du heute sprechen möchtest. Dann gibst Du im Hauptteil den Mehrwert raus: Das kann eine Checkliste, eine Hilfestellung, Tipps oder eine Übung sein. Am Schluss forderst Du zur Interaktion auf: Ein Like, ein Kommentar, das Abonnieren Deines Freebies oder der Kauf Deines Produkts.

Was ich immer schön finde: Signature-Emojis! Such Dir 2-3 Emojis aus, die Du in jedem Deiner Posts verwendest, damit Du einen Wiedererkennungswert hast.

Um für Deine perfekten Kunden zu schreiben, musst Du kein Shakespeare sein! Zuerst einmal reicht es völlig aus, Deine Zielgruppe gut zu kennen, zu wissen, welche Glaubenssätze sie haben und welche Wörter sie nutzen. Diese kannst Du prima in Deinen Beiträgen verwenden und so durch Gemeinsamkeiten Vertrauen aufbauen.

Einen richtig guten Post kannst Du schreiben, indem Du diesem einfachen Aufbau folgst:

1. Einleitung
2. Inhalt
3. Learning
4. Interaktion/Frage
5. Abschluss

Beispiel-Post:

Kaufst Du auch lieber, wenn es Dir leicht gemacht wird? Wie tolerant bist Du gegenüber Seitenladefehlern oder nicht funktionierenden Buchungstrecken?

Ein fataler Fehler, den ich auf Facebook leider sehr oft sehe: Im Profil ist zwar die Fanpage verlinkt aber der Link führt auf eine nicht gepflegte Seite ODER (noch schlimmer) es steht da „arbeitet bei Selbständig“ und es ist gar keine Fanpage verlinkt.

Je einfacher Du es Deinen Followern machst, zu Kunden zu werden, desto eher werden sie es. Wenn Deine Besucher Umwege gehen müssen, dann ist es meistens vorbei. Du hast also oft nur eine Chance, zu überzeugen. Nutze sie. Mache es Deinen Followern leicht. IMMER.

Check lieber gleich mal, ob Deine Fanpage richtig verlinkt ist!

Noch mehr Fehler und wie Du sie vermeiden kannst, gibt's am Donnerstag im Facebook Live um 7 Uhr in meiner Gruppe.

Ich freue mich auf Dich,
Deine Bellinda

Aufgabe „Content planen“

Überschriften definieren



Für die nächsten vier Wochen hast Du Dir eine Wissensreise überlegt. Trage hier die Überschriften für Deine Posts ein.

Woche 1

Thema:

Überschrift Post 1:

Überschrift Post 2:

Überschrift Post 3:

Woche 2

Thema:

Überschrift Post 1:

Überschrift Post 2:

Überschrift Post 3:

Woche 3

Thema:

Überschrift Post 1:

Überschrift Post 2:

Überschrift Post 3:

Woche 4

Thema:

Überschrift Post 1:

Überschrift Post 2:

Überschrift Post 3:

Produktivitätstechniken

Content Marketing - das machen wir hier übrigens - ist kein Sprint, es ist ein Marathon und damit Dir dabei nicht auf halber Strecke die Puste ausgeht, zeige ich Dir, wie Du richtig *produktiv* wirst!

Content Recycling

Ein weit verbreiteter Irrglaube ist, dass Du ständig neuen Content finden musst - das ist (zum Glück) nicht richtig. Wichtig ist, dass Du lernst, gute Inhalte immer wieder neu aufzulegen, zu ergänzen und kreativ zu präsentieren.

So geht Content Recycling:

1. Produziere ein qualitativ hochwertiges Content-Piece
2. Nutze Teile daraus mehrfach und verweise darauf
3. Werte das Piece immer wieder neu auf und poste es

Folgende Ideen kannst Du nutzen - auch außerhalb von Social Media:

- Poste ein Foto von Dir, wie Du an diesem Content arbeitest
- Suche Zitate in Deinem Text und veröffentliche sie als Grafiken
- Mache zu Deinem Text ein Video
- Gib ein Facebook oder Instagram Live und kläre aufkommende Fragen zum Thema Deines Textes
- Baue eine Infografik aus allen Fakten in Deinem Text und poste sie
- Erzähle in einer Story auf Instagram oder Facebook von Deiner persönlichen Erfahrung mit dem Thema Deines Textes
- Veröffentliche richtig gute Kommentare und Feedbacks zu Deinem Content Piece als einzelne Posts

Weitere Tipps, um Deine Zeit richtig zu nutzen:

- Fasse ähnliche Aufgaben zusammen
- Setze Dich einmal pro Woche hin und plane Deinen Content
- Plane einmal im Monat die Wissensreise für die nächsten vier Wochen
- Baue einen Content-Puffer ein
- Verknüpfe Facebook und Instagram (siehe Technik-Teil) und poste automatisiert
- Bevor Du Videos und Bilder baust, google, welche Maße etc. sie haben müssen

Social Media Technik

Eine Sache, auf die Du unbedingt achten solltest, wenn Du Dich sichtbar machst, ist dass es möglichst leicht ist, herauszufinden, was Du tust. Dazu gehört nicht nur, dass Du Dein Titelbild entsprechend gestaltest, sondern auch ein paar *technische Details* auf die wir im Social Media Einsteiger Kurs eingehen.

Die richtige Plattform auswählen

Zu „Social Media“ gehören mittlerweile etliche Plattformen - wie findest Du die, auf der Du posten wirst? Ganz einfach: Nutze die Plattform, auf der Dein perfekter Kunde unterwegs ist. Content Marketing funktioniert überall, da Menschen, die Deinen Mehrwert zu schätzen wissen, Dich überall finden und auch wieder zu Dir zurück kommen. Der Einfachheit halber (und weil sie die verbreitetsten und interaktivsten Plattformen sind) fokussieren wir uns hier auf Facebook und Instagram. Meine Kundinnen nutzen ihr Wissen aber auch auf Youtube, LinkedIn und vielen weiteren Plattformen.

Was ist was auf Facebook?

Profil: Die Basis für Deine Sichtbarkeit als natürliche Person
Fanpage: Deine Unternehmensseite, die Du kommerziell nutzen darfst.
Gruppe: Insider Informationen für besonders interessierte Follower

Was ist was auf Instagram?

Anders als bei Facebook erstellst Du Dir bei Instagram einen eigenen Account für Dein Unternehmen - Du gehst also nicht von Deinem (möglicherweise schon vorhandenen) privaten Profil aus. Du kannst dann in der App von Deinem privaten Profil zur Unternehmensseite wechseln und wieder zurück.

Du solltest regelmäßig...

... auf der Fanpage, in der Gruppe und auf Instagram in die Insights rein schauen. Dort kannst Du Folgendes überprüfen:

- Entsprechen die Follower meiner Zielgruppe?
- Wann sind die meisten Follower online (wann poste ich am besten)?
- Aus welchen Städten und Ländern kommen meine Follower?
- Wie läuft's mit meiner Reichweite - organisch/anorganisch?
- Was hat gut funktioniert und was nicht?
- Wer sind die besonders aktiven Mitglieder?

Checkliste

Social Media Technik

Bevor Du mit dem Posten startest, brauchst Du natürlich eine funktionierende und vor allem zielgruppen- und regelkonforme Sichtbarkeit.

Hier kannst Du abchecken, ob Du auch an alles gedacht hast:

Private Profile auf Facebook und Instagram wurden aufgeräumt

Auf privaten Profilen finden sich Verweise zum Business (z.B. Bio, Titelbild)

Business ist im Steckbrief korrekt verlinkt („Arbeitet bei...“, „Verwaltet...“)

Fanpage (Unternehmensseite) wurde angelegt

Info zum Unternehmen komplett ausgefüllt (Website, Produkte etc.)

Impressum und Datenschutzhinweise sind eingetragen oder verlinkt

Facebook: Story mit schickem Titelbild wurde angelegt

Begrüßungspost ist veröffentlicht (wer, wie, wo, was, wann)

Erstes Live-Video ist geplant

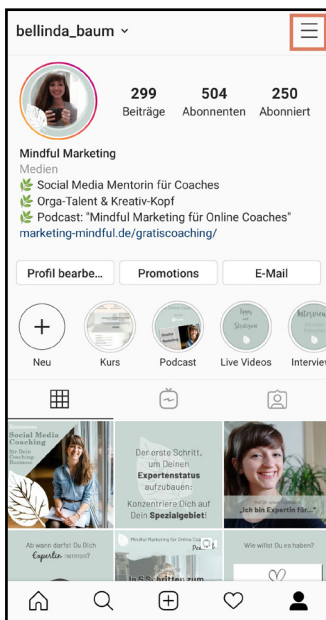
Anleitung

Facebook und Instagram verbinden

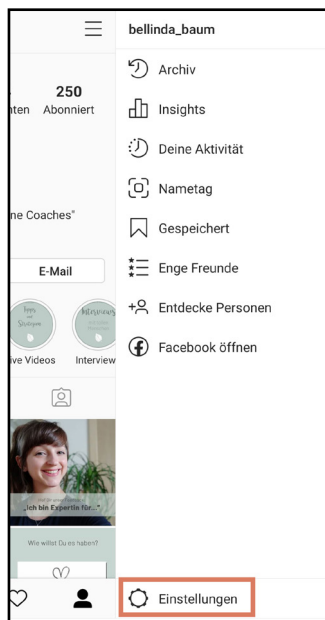
Um nicht ständig auf beiden Plattformen manuell posten zu müssen, macht es Sinn, wenn Du Deine Instagram Seite direkt mit Deiner Facebook Fanpage verknüpfst.

Das machst Du am besten in der Instagram-App!

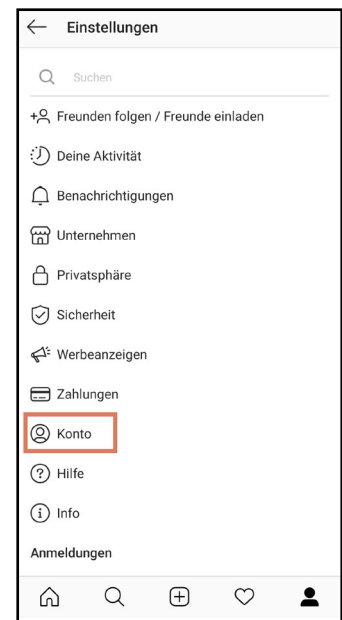
Schritt 1:



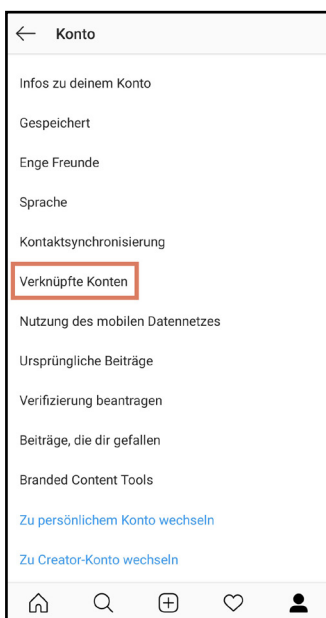
Schritt 2:



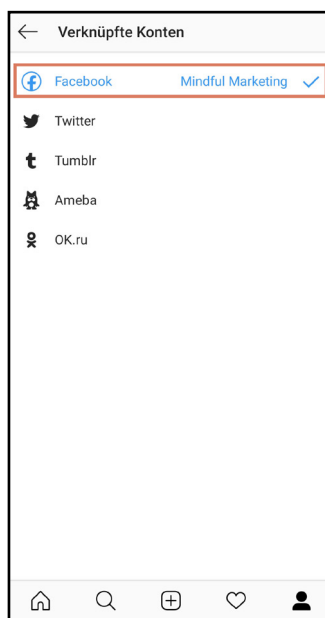
Schritt 3:



Schritt 4:



Schritt 5:



Tipp:

Führe diese Verknüpfung durch, bevor Du Dich mit dem Facebook Creator Studio vertraut machst!

Anleitung

Facebook Creator Studio

Mit dem Facebook Creator Studio kannst Du an Deinem Computer Beiträge für Deine Facebook Fanpage und Instagram einmal einstellen und dann auf beiden Plattformen planen.

Das Creator Studio ist kostenlos.

Schritt 1:

Verknüpfe Dein Instagram Konto über die App mit der Facebook Seite (Anleitung hier im Workbook).

Schritt 2:

Logge Dich auf Deinem Computer bei Facebook ein

Schritt 3:

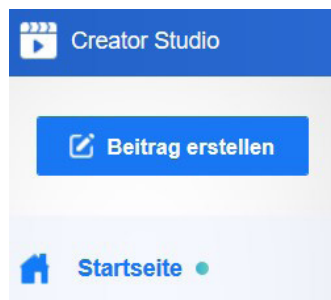
Besuche folgende URL: <https://business.facebook.com/creatorstudio>

Schritt 4:

Du siehst oben eine Toolbar:

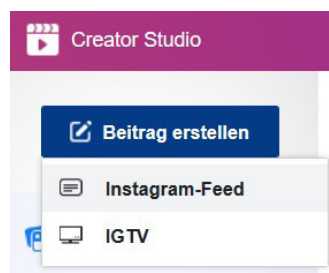
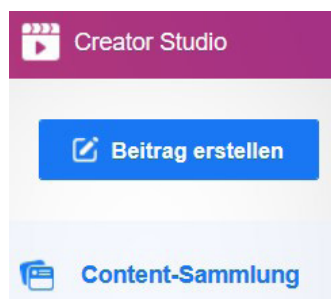


Und das Menü für Facebook Fanpage Beiträge (falls Du nur Facebook bespielst):



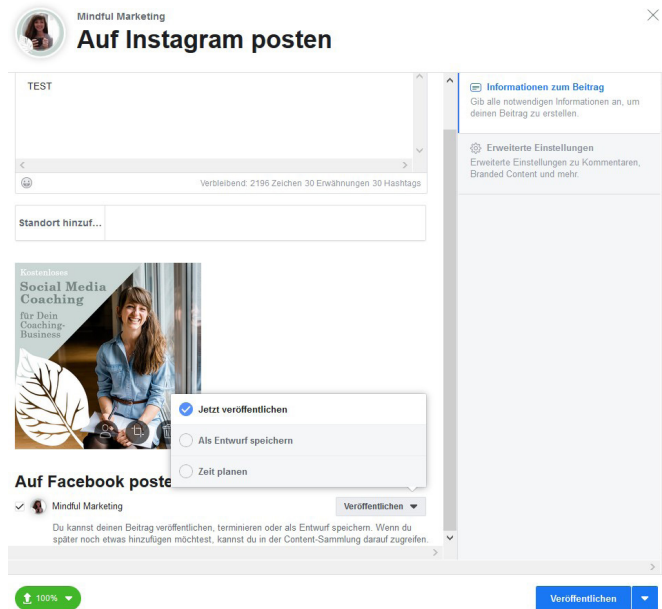
Schritt 5:

Klicke in der Toolbar auf das Instagram Icon, dann siehst Du das Instagram Menü auf der linken Seite. Klicke auf „Beitrag erstellen > Instagram Feed“.



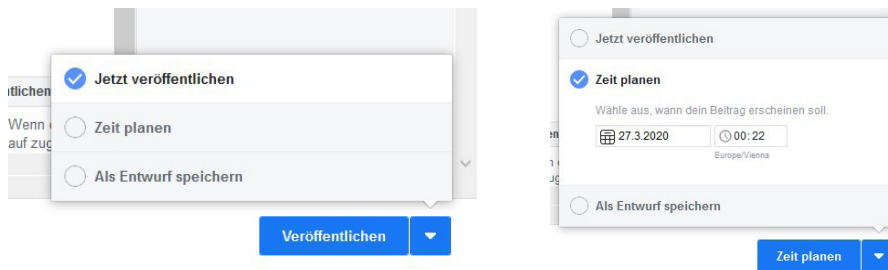
Schritt 6:

Erstelle Deinen Beitrag, lade Dein Foto oder Video hoch und aktiviere anschließend bei „Auf Facebook posten“ das Kontrollkästchen. Du kannst Deinen Beitrag bei Facebook entweder gleich veröffentlichen oder planen.



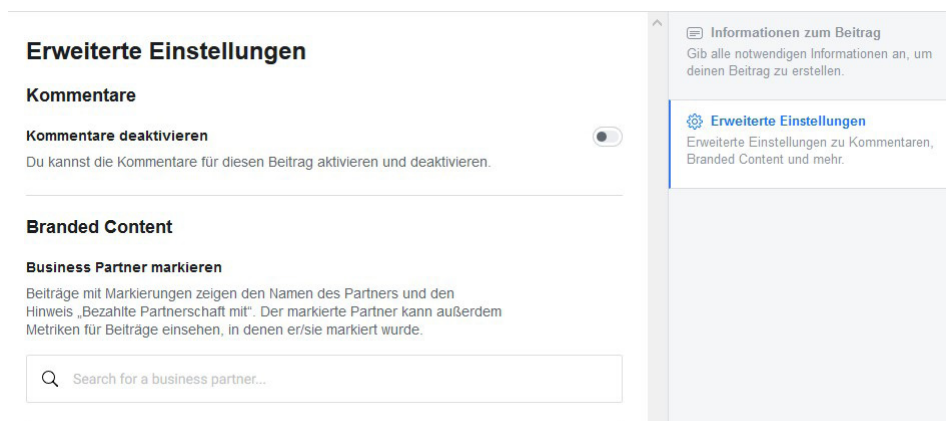
Schritt 7:

Auch auf der übergeordneten Ebene kannst Du entscheiden, ob Du gleich veröffentlichst oder verzögert.



Schritt 8:

In den „Erweiterten Einstellungen“ kannst Du die Kommentare deaktivieren und Kooperationspartner benennen.



Reichweite & Vernetzung

„Wie finden mich denn jetzt eigentlich meine Kunden?“ ist eine der Fragen, die ich am häufigsten gestellt bekomme. Ganz einfach: In dem Du ihnen sagst, dass es Dich gibt!

Deine *Reichweite* vergrößert sich nicht „einfach so“ - dazu darfst Du Dich *vernetzen!*

Sinnvoll sichtbar werden

Was hast Du im Steckbrief des perfekten Kunden bei „Interesse“ und „Verhalten“ eingetragen? Welche Blogs lesen sie, wem folgen sie noch so, welche Podcasts hören sie und in welchen Gruppen sind Deine Kunden unterwegs? Genau da solltest Du auch sichtbar werden.

Schreibe Gastartikel, lasse Dich interviewen, kommentiere - sei kreativ und überlege, wie Du Dich und Deinen Mehrwert präsentieren kannst, ohne mit Werbung zu nerven. Das heißt, analysiere, welche Fragen gestellt werden und biete Deine Hilfe an!

Drei Mythen zur Reichweite

„Ich brauche mehr Reichweite, um Kunden zu gewinnen.“

Stimmt nicht. 10.000 Follower bringen Dir nichts, wenn Du keine Käufer daraus generierst. Deshalb bringt es nichts, den Algorithmus auszutricksen oder „Hacks“ anzuwenden - Du brauchst Follower, die wirklich interessiert, was Du tust und das bekommst Du nur mit richtig gutem Content Marketing (lernst Du ja hier :)).

„Wenn ich erstmal Follower habe, poste ich auch regelmäßig.“

Hm... nein, so funktioniert das nicht. Du darfst erstmal lernen, regelmäßig zu posten, dann bekommst Du auch Follower. Folgst Du gerne Accounts, die noch komplett leer sind? Nein, Du willst erstmal überzeugt werden, warum es sich lohnt, zu bleiben.

„Mit mehr Content kann ich eine höhere Reichweite erzielen.“

Auch das ist nicht ganz richtig - lieber postest Du dreimal die Woche und dann qualitativ hochwertig und mit Sinn. Qualität, nicht Quantität - ist hier die Devise!

Vorteile von Workbuddies und Kooperationspartnern

- Ihr könnt Euch regelmäßig an Eure Ziele erinnern und so dranbleiben
- Ihr empfiehlt und verlinkt Euch gegenseitig und profitiert so von der Reichweite
- Eure Angebote ergänzen sich und ihr könnt gemeinsam Content und Produkte bauen

Wichtig ist, dass Du Deinen eigenen Kosmos verlässt und außerhalb sichtbar wirst - je früher, desto besser! Es bringt nichts an 25 Follower all Dein Wissen rauszugeben und dann nach drei Wochen nicht mehr zu wissen, was Du posten sollst. Du und Deine Expertise, Ihr seid es wert, gehört zu werden, also zeig Dich!

Aufgabe „Sichtbar werden“

Finde Workbuddies und Partner



Social Media
Einsteiger Kurs
by Mindful Marketing

Wer aus Deiner Branche passt gut zu Dir und Deinem Angebot?
Baue Dir ein Netzwerk auf, indem Du aktiv Kontakt aufnimmst!

Mit diesen Personen möchte ich mich vernetzen!

1

Name:

Spezialgebiet:

Links:

Ideen für Zusammenarbeit:

2

Name:

Spezialgebiet:

Links:

Ideen für Zusammenarbeit:

3

Name:

Spezialgebiet:

Links:

Ideen für Zusammenarbeit:

Kunden gewinnen

Jetzt wird's spannend! Alles, was Du Dir bisher aufgebaut hast, zahlt auf das Ziel ein, endlich Dein erstes *Coaching zu verkaufen!*

1:1 vs. Gruppencoaching

Natürlich kannst Du mit einem Gruppencoaching gleichzeitig viel mehr Kunden bedienen und für Deine Zukunft als Coach sollte das auch auf jeden Fall eine Option sein. Für den Anfang sprechen aber einige Argumente dafür, dass Du mit 1:1 Coachings startest:

- Es ist viel einfacher, Kunden zu gewinnen (ich zeige Dir, wie)
- Du brauchst kein fertiges Programm
- Du lernst Deinen perfekten Kunden persönlich ganz genau kennen
- Du kreierst Deinen späteren Kurs nicht „am Kunden vorbei“
- Du sammelst wertvolle Erfahrungen, die Du später für einen Kurs nutzen kannst
- Es ist günstiger, denn Du brauchst keine aufwändige Kurs-Plattform, Videodreh etc.

Das ist der Fahrplan

1. Follower aufwärmen und überzeugen
2. Regelmäßiger, richtig guter Content mit Mehrwert
3. Aktion oder Challenge, bei der Deine Follower mitmachen und ein Ziel erreichen
4. Biete ein kostenloses Gespräch mit Dir an, indem Du Hilfestellung gibst
5. Verkaufe im Erstgespräch Dein 1:1 Coaching

Das Thema Deines Erstgesprächs

Damit jemand ein kostenloses Erstgespräch mit Dir bucht, darfst Du Dir überlegen, was die Person davon hat. Selten bucht jemand freiwillig ein Gespräch, indem es darum geht, etwas verkauft zu bekommen. Was braucht Dein Kunde gerade ganz dringend? Bei welchem Problem kannst Du kurz und knapp eine Hilfestellung geben?

Schreibe zum Beispiel:

„Buche Dir jetzt einen kostenlosen Termin bei mir und ich zeige Dir, wie Du die drei größten Stressfaktoren in Deinem Alltag eliminiertest.“

Oder:

„Sichere Dir jetzt einen Platz in meinem kostenlosen 1:1 Mindset Training, indem wir Deine Geldblockade finden und ich Dir erste Übungen an die Hand gebe.“

Dein Angebot muss etwas sein, was Dein Kunde *wirklich, wirklich* haben will!

Dein Gespräch - Deine Regeln

Stelle vorher Regeln für Dich auf, in denen Du festlegst, wie lange Deine Erstgespräche dauern und wie tief Du schon ins Thema einsteigst. Gib auch Deinem Gegenüber den Rahmen vor, sodass Ihr Euch nicht verquatscht und Dein Erstgespräch nicht zur Coaching-Session wird.

Nutze das Gespräch auch dafür, herauszufinden, ob Du mit dieser Person zusammenarbeiten willst und sieh es als Chance, sowohl Deine Gesprächsführung als auch Deine Verkäufer-Skills zu trainieren!

Aufgabe „Kunden gewinnen“

Dein Gesprächsleitfaden

Schritt 1: Einleitung

Schön, dass es heute geklappt hat, ich freue mich sehr, Dich persönlich kennen zu lernen!
Wir nutzen das Gespräch heute dazu [Hilfestellung] und um herauszufinden, wie ich Dich in Zukunft begleiten kann, ok?
Wir starten mit [Gesprächsablauf].

Schritt 2: Kennen lernen

Erzähl mir doch mal in 1-2 Sätzen von Deiner aktuellen Situation.

Erzählen lassen, mitschreiben. Welche Worte nutzt Dein Gegenüber?

Was ist denn Deine allergrößte Herausforderung?

Achtung! Jetzt kommt das Problem - mitschreiben!

Wie würde die Situation aussehen, wenn Du einen Wunsch frei hättest?

Das kommt später in Deine Zusammenfassung und wie Dein Coaching aussieht.

Was hält Dich aktuell davon ab, das umzusetzen?

Schritt 3: Motivation

Warum möchtest Du gerade jetzt etwas ändern?

Achtung, wenn die Person hier zögert, ist sie vielleicht noch nicht bereit.

Was bist Du bereit, an Dir selbst zu ändern, um Deinen Wunsch zu realisieren?

Auch hier - Achtung, wenn die Antwort „Nichts“ ist.

Was denkst Du - wie kann ich Dir dabei helfen?

Was erwartest Du von unserer Zusammenarbeit?

Mitschreiben! Das kommt in die Zusammenfassung.

Schritt 4: Zusammenfassung

Ich fasse für das für Dich nochmal kurz zusammen, damit ich weiß, dass ich alles richtig verstanden habe, ok?

Bitte korrigiere mich, wenn etwas nicht ganz stimmt.

Zusammenfassung Wunsch und Erwartungen

Schritt 5: Erste Hilfe

Wenn ich das alles richtig verstanden habe, dann denke ich, dass Dir [eine Übung, Tipps etc.] sehr gut helfen könnten.

Schritt 6: Abschluss

Ich möchte Dir jetzt gerne zeigen, wie ich mit meinen Kunden arbeite, denn ich kann mir gut vorstellen, dass meine Methode auch für Deinen großen Wunsch geeignet ist.

Deine Expertise und Deine USPs angepasst auf die Wünsche und Erwartungen.

Wie hört sich das für Dich an?

Warum denkst Du, dass ich Dir helfen kann?

Wenn Du Dir vorstellen kannst, mit mir zu arbeiten, dann ist mein [Programm] genau richtig für Dich!

Deine Investition in die Arbeit an Deinem Wunsch beträgt [Preis] Euro.

Warte die Reaktion Deines Gegenüber ab - halte auch kurze Stille aus!

Wenn Du Dich [Zeitpunkt] entscheidest, dann geht es so weiter...

Du bist jetzt bereit!

Herzlichen Glückwunsch zum Abschluss des Social Media Einsteiger Kurs!

Du weißt jetzt, wie Du vom ersten Tag Deiner Sichtbarkeit an darauf hinarbeitest, Deinen ersten Kunden zu gewinnen.

Ich freue mich, dass Du Dich dazu entschlossen hast, Dein Licht in die Welt zu bringen und sie damit ein Stück besser machst!

Vielen Dank, dass ich Dich auf Deiner Reise begleiten darf.

Alles Liebe und ganz viel Erfolg weiterhin!

*Deine
Beliuda ♡*



**„The big secret in life is, that there is no big secret.
Whatever your goal, you can get there,
if you're willing to work.“**

- Oprah Winfrey