

Social Media-Marketing: Zeit in das Richtige investieren

Social Media ist vergleichbar mit einem Großraumbüro. Wenn du, wie es manche leider tun, einen Zettel an die Büro-Pinnwand hängst, bringt es dir nichts, ihn über Tage oder gar Wochen hinweg immer wieder aufzuhängen. Die Leute beachten ihn nicht mehr.

Zielgerecht posten

Außerdem macht es einen Unterschied, wann du deinen Content zur Verfügung stellst. Tust du das zu einer Zeit, wo deine Zielgruppe gar nicht anwesend ist, war es vergebliche Mühe. Schon kurze Zeit später kann er nicht mehr gesehen werden. Er ist bereits von anderem verdeckt.

Eine grundlegende Frage, die du dir von vornherein stellen solltest: Für welches Zielpublikum ist deine Information gedacht, und wo hält es sich vorrangig auf? Bist du im Büro richtig damit, oder wäre das schwarze Brett im Foyer einer Disco geeigneter?

Bei bezahlter Werbung auf Social Media werden zwar Kopien des Zettels in etlichen umliegenden Geschäften aufgehängt, aber auch da reicht die Wiederholung des gleichen Inhalts nicht.

Sei kein Schnitzelwirt!

Hier noch eine andere Analogie: Du servierst deinem Kind ein Wiener Schnitzel. Es schmeckt ihm. "Wunderbar", denkst du und freust dich darüber! Am nächsten Tag machst du wieder Schnitzel. Schließlich ist es gut angekommen, und du selbst bist sowieso davon überzeugt. Du kredenzt es ihm weiter, gleich die ganze Woche oder einen ganzen Monat. Was wird passieren? Es wird nicht lange dauern, bis dein Kind verweigert. "Es weiß einfach nicht, was gut ist", denkst du gekränkt und strengst dich beim nächsten Mal noch mehr an.

Vielfalt hingegen erschöpft sich nie. Die Möglichkeit dazu bietet dir [Content Marketing](#), und dafür eignen sich Social Media bestens.

Social Media-Marketing kann sehr effektiv sein! Wichtig ist nur, deine Zeit und Energie in die richtigen Strategien zu investieren.

#marketingtipp #socialmediamarketing #zielgruppe #contentmarketing