

11 wichtige Punkte bei der Social-Media-Automatisierung



Welche Programme sind hilfreich bei der Automatisierung von Social-Media-Marketing?

Grundsätzlich bedeutet für mich Automatisierung immer, dass mir ein Tool eine Arbeit abnimmt, die Routine ist. Wenn es um Content (also Mehrwert bietende Inhalte) oder Interaktion (in Kontakt treten mit Fans, Followern, Kommentatoren et.) geht, ist natürlich keine Automatisierung angesagt.

1. Der Ausgangspunkt ist immer ein **Blog**. Hierbei gibt es oft noch firmeninterne eigene CMS-Lösungen oder eben Wordpress oder auch Blogger.

2. Dort werden in regelmäßigen Abständen **SEO-optimierte Blogbeiträge** veröffentlicht, die dann am Ende einen Call-to-Action haben. Entweder einen Eintrag in den Newsletter, oder der Verweis auf eine weiterführende Verkaufsseite oder Veranstaltung oder Affiliateprodukt etc. Ein direkter Verkauf über den Blog ist nicht gern gesehen...

3. Dann sollte das Veröffentlichen eines neuen Blogartikels **automatisiert** an alle sozialen Netzwerke **geteilt** werden. Das geht am einfachsten über das Format eines RSS-Feeds. Hilfreich hierbei sind z.B. Programme wie:

- Buffer
- Hootsuite
- Dlv.it
- IFTTT

4. Wenn es sich dabei um "Evergreen"-Artikel handelt, also Inhalte, die über einen

längeren Zeitraum aktuell sind, dann kann ein Hinweis auf diesen neuen Artikel ruhig **täglich** zu verschiedenen Uhrzeiten **wiederholt werden**.

5. Um möglichst viele potentielle Interessenten zu finden, sollte man auch auf möglichst **vielen sozialen Netzwerken** einen Account, ein Profil haben.

Man kann sich natürlich entscheiden, auf welcher Plattform die meisten Interaktionen stattfinden und wo man persönlich täglich aktiv ist. Doch alle anderen sollten zumindest automatisiert auch mit den Inhalten versorgt werden.

6. Welche Netzwerke sollten unbedingt im **Social-Media-Portfolio** enthalten sein?

- Facebook
- YouTube
- GooglePlus
- Twitter
- Xing
- LinkedIn
- Pinterest
- Instagram
- Slideshare

7. Hat man einen guten Blogartikel geschrieben mit wichtigen Inhalten und passenden Bildern, so sollte der Content auch in verschiedenen Formaten zur Verfügung gestellt werden.

Machen Sie aus dem Artikel oder aus 2 - 3 ähnlichen Artikeln ein kleines PDF, einen kurzen eBook-Report oder ein WhitePaper. Danach laden Sie das PDF auch bei Slideshare hoch. Vielleicht wollen Sie das PDF mit Musik hinterlegen und als Video vermarkten. Oder Sie lesen es ab und machen einen Podcast daraus. So etwas nennt man **Content-Recycling ...**

8. Sehen Sie zu, dass Sie Blog, Homepage und **SocialMediaProfile untereinander vernetzen**. Verweisen Sie im FB-Account auf Ihr Twitter-Profil, tragen Sie bei Xing den Blog-Feed ein und Ihr Twitterprofil. Nennen Sie in der Videobeschreibung alle Ihre anderen Sozialen Netzwerke. Geben Sie den Lesern die Möglichkeit Ihre Inhalte zu teilen.

9. Wenn Sie die Grundlagen geschaffen haben, richten Sie **spezielle Dienste** ein, wie z.B.

- Aggregatoren wie [Tweeted Times](#) oder [Paper.li](#)
- oder spezialisierte eigene Gruppen auf Xing, Facebook oder LinkedIn

- oder Veranstaltungshinweise über GooglePlus, Xing und Facebook
- oder Unterseiten, bzw. neben dem Profil noch Fanseiten, Business-Seiten etc,
- oder Zusammenfassungen wie z.B. About.me oder auch Gravatar
- oder anderen Blogsystemen wie Tumblr

10. Wenn Sie jetzt noch Lust und Zeit haben, dann **tracken** Sie, woher Ihre Kunden kommen, von welchem sozialen Netzwerk und über welchen Artikel.

11. Mit der Kombination aus Google Alert, Feedly und dem Hootlet von Hootsuite können Sie täglich interessant Artikel für Ihre Zielgruppe finden, die Sie dann teilen um die 1:5 bis 1:10 Regel von eigenem (Werbe-)Content und pitch-freiem-Content einzuhalten.

Dieses ist nur eine kurze Auflistung der Dinge, mit denen man sich das Social-Media-Marketing vereinfachen kann. In diesem eBook finden Sie mehr: **Die 5 Minuten Social-Media-Formel**

