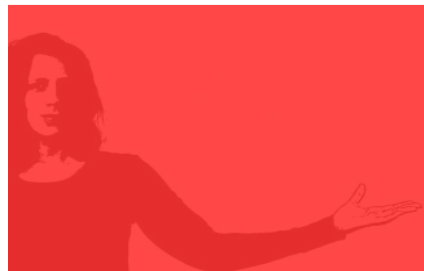


Wie du mit dem Redaktionsplan neue Kunden gewinnst

Social Media Marketing



Wieso?

Eines deiner strategischen Ziele ist, Kunden zu finden, die dein Produkt oder Dienstleistung kaufen.

Deshalb hast du dich entschieden, dass du mit deinem Business in den sozialen Medien vertreten sein möchtest. Ob Facebook, Xing, Youtube oder Snapchat: du solltest Beiträge/ Inhalte für die verschiedenen Kanäle erstellen – den sogenannten Content.

Entweder beschäftigst du dich immer wieder neu – wahlweise täglich oder wöchentlich – mit der Frage

„Was soll ich denn schreiben?“

oder

du setzt dich in für dich passenden Abständen hin und überlegst dir, welcher Inhalt zu welchem Zeitpunkt sinnvoll wäre. Was du alles für die Erstellung deiner Inhalte benötigst und wieviel Zeit du dafür brauchst.

Du brauchst also einen Plan.

Einen Redaktionsplan.

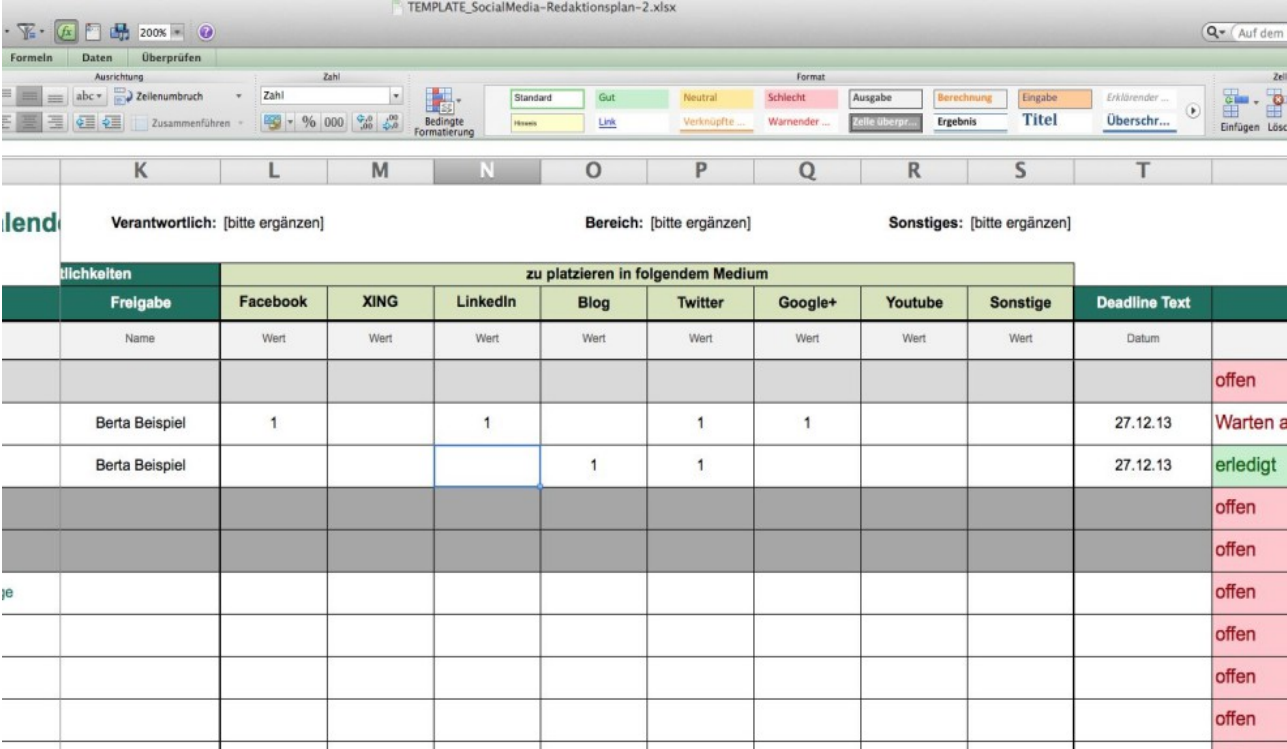


Was ist das?

Kurz gesagt ist der Redaktionsplan eine kalendarische Übersicht, in der festgehalten wird

- welche Inhalte
- wann
- von wem
- über welchen Kanal

online kommuniziert werden.



TEMPLATE_SocialMedia-Redaktionsplan-2.xlsx										
Verantwortlich: [bitte ergänzen] Bereich: [bitte ergänzen] Sonstiges: [bitte ergänzen]										
zu platzieren in folgendem Medium										
Freigabe	Facebook	XING	LinkedIn	Blog	Twitter	Google+	Youtube	Sonstige	Deadline Text	
Name	Wert	Wert	Wert	Wert	Wert	Wert	Wert	Wert	Datum	
										offen
Berta Beispiel	1		1		1	1			27.12.13	Warten a
Berta Beispiel				1	1				27.12.13	erledigt
										offen
										offen
										offen
										offen
										offen
										offen
										offen

Vorlagen Excel

Wenn du alleine einen Redaktionsplan verwaltest, dann reicht vielleicht eine simplifizierte Übersicht in Excel. In Google Drive hast du die Möglichkeit, dir diese Tabelle online anzulegen. Deinen Themenplan kannst du hier ebenfalls anlegen und deine Ideen notieren, bevor sie in den Redaktionsplan einfließen.

Der Vorteil hier ist, dass du von mehreren Geräten auf die Tabelle zugreifen kannst, wann immer du Internet hast.

Oder du kannst die Tabelle lokal auf deinem PC/ Laptop speichern, entsprechend bearbeiten und dir monatsweise ausdrucken.

Mit dem Google-Kalender kannst du die Beiträge entsprechend verknüpfen und terminieren. Eine entsprechende Vorlage findest du [hier](#).



Redaktionsplan 2017 – Januar

		Facebook	Xing	Google+	Youtube	...
1	So					
2	Mo					
3	Di					
4	Mi					
5	Do					
6	Fr					
7	Sa					

31	1. Jan
7	8
14	15
21	22
28	29
4	5

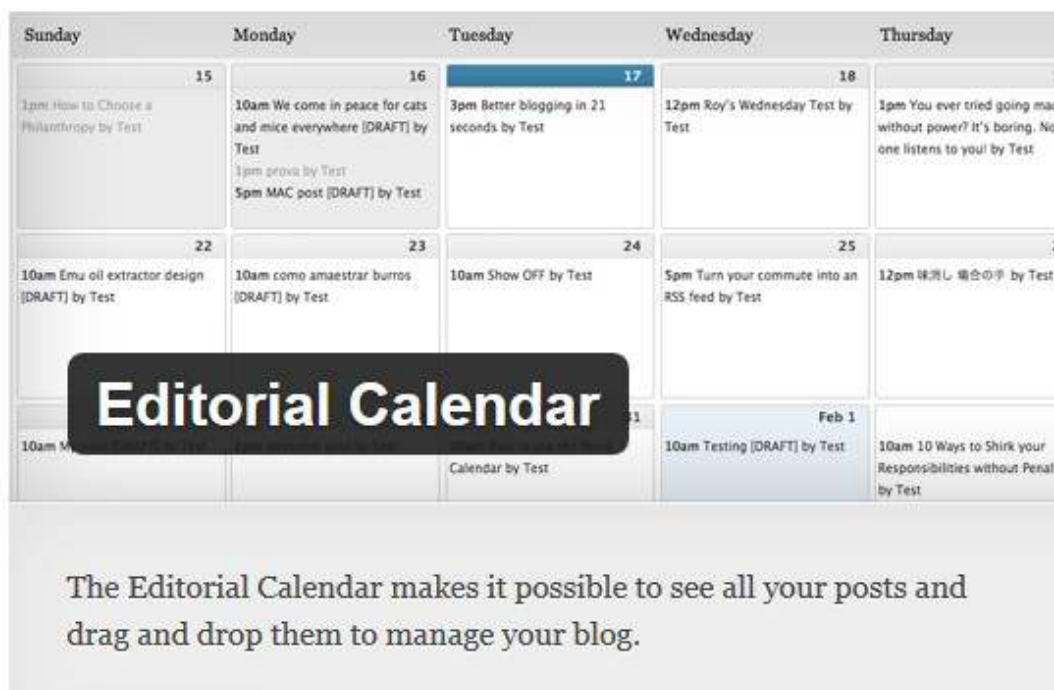
Vorlagen WordPress

Eine weitere einfache Möglichkeit eines Redaktionsplans bietet das kostenlose WordPress Plugin „Editorial Calendar“.

Du erstellst entsprechende Beiträge, zunächst als Entwurf oder du legst bereits den Veröffentlichungstermin fest. Dann kannst du diese wie im Google Kalender per Mausklick auf den passenden Termin ziehen.

Der Vorteil hier ist, dass alle Personen, die zu deiner WordPress-Installation Zugang haben, den Redaktionsplan bearbeiten können. Du kannst das Plugin sogar testen, bevor du dich zur Installation entscheidest. Das Plugin findest du hier:

<https://de.wordpress.org/plugins/editorial-calendar/>



Scompler

Eine fortgeschrittene Lösung ist Scompler. Die Online-Software ist selbst in der kostenlosen Variante sehr umfangreich. Verschiedene Personas (Zielgruppen) können angelegt und entsprechend verschieden mit Inhalten versehen werden.

Die Inhalte werden in der Software erstellt und automatisiert zu Facebook und Twitter gepostet. Im Nachgang werden die Beiträge ebenfalls analysiert.

Die kostenlose Version ist für eine Person, der Teamzugang ist kostenpflichtig. Mehr Informationen dazu findest du hier:

<http://scompler.com/>



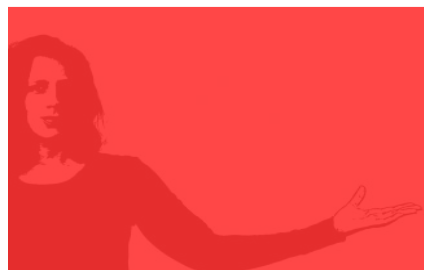
Vorteile

- ✓ Du bekommst eine Übersicht und erkennst Lücken, für die du entsprechend planen kannst. Was für Beiträge veröffentlichst du während deiner Urlaubszeit? Willst du das überhaupt oder möchtest du dich lieber „abmelden“?
- ✓ Stehen bestimmte Workshops oder Seminare an? Dann kannst du passende Inhalte vorab auf deinen sozialen Kanälen platzieren, um Aufmerksamkeit und Interesse zu erzeugen.
- ✓ Du kannst eine Beitragsserie rund um einen bestimmten Inhalt aufbauen. Diese könnte aus einem Blogartikel, Fotos, Infografik, Zitaten, Video, einer Umfrage und einem abschließenden Live-Video bestehen, in dem du dann ein passendes Angebot offerierst.
- ✓ Einige Veranstaltungen in deiner Branche wiederholen sich so sicher wie Ostern und Weihnachten. Das kannst du entsprechend berücksichtigen.

„Life is what happens
while you´re busy making plans.“

John Lennon

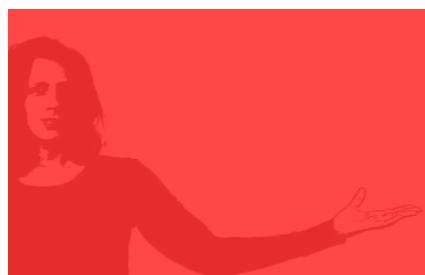
- ✓ Plane feste Zeiten zur Erstellung deiner Inhalte in deinem Kalender ein. Ob 30 Minuten alle 2 Tage oder 3 Stunden an einem bestimmten Tag: blocke dir diese Zeit.



Ziele

Idealerweise ist dein Redaktionsplan

- ✓ Eine Übersicht für alle Beteiligten: jeder hat Zugriff darauf, am besten online. Zuständigkeiten im Team werden damit klar geregelt, der aktueller Status der Beiträge ist jederzeit abrufbar
- ✓ Eine Art Anleitung, wie der Prozess der „Beitragserstellung“ abläuft
- ✓ Planungstool: Beiträge werden bzgl. Inhalt und Termin festgelegt, der Zeitaufwand vorab kalkuliert
- ✓ Eine Hilfe, wie du Schreibblockaden oder eventueller Angst vor dem leeren Blatt entgegenwirken kannst
- ✓ Ein Werkzeug, wie du mehr Themenvielfalt erreichen kannst
- ✓ Eine Qualitätskontrolle, denn wer nicht immer neu überlegen muss, produziert eher Qualität. „Quantität“ entsteht eher aus der Verlegenheit, irgendwelche Inhalte posten zu müssen, weil man hat ja schon so lange nicht mehr...
- ✓ Kontrollinstanz: wann veröffentliche ich welche Beiträge, um mein Event XY erfolgreich kostenlos zu bewerben? Das funktioniert erst in der Rückschau und du wirst ein wenig ausprobieren müssen.



Langfristig gesehen

... hilft dir ein Redaktionsplan:

- ✓ Mehr „Fans“ zu finden, Menschen, die deinen Beiträgen folgen
- ✓ Zielgerichteter deine Inhalte zu veröffentlichen
- ✓ Deine Reichweite auf den jeweiligen sozialen Kanälen zu erhöhen
- ✓ Mehr Sichtbarkeit insgesamt zu erreichen: auf den entsprechenden Kanälen oder generell im Internet
- ✓ Mit deiner Webseite bei Google weiter vorne aufgeführt zu werden

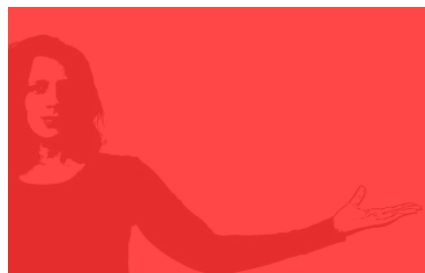


Das hängt jedoch von mehreren Faktoren ab, zum Beispiel

- ✓ für welche sozialen Kanäle du dich entschieden hast: Videos, die du auf Facebook oder Snapchat veröffentlichst, werden nicht bei Suchmaschinen wie Google berücksichtigt.
- ✓ Ob deine Webseite für Smartphones oder Tablets optimiert ist
- ✓ Deine Webseite einen Blog hat

**Geduld hat nichts mit warten zu tun.
Man kann auch geduldig handeln.**

Georg Wilhelm Exler



So helfe ich dir persönlich

Judith Schröder & Klaus Wöllenweber

Roggenmarkt 3

48143 Münster

Telefon: +49-178-1 466 488

www.letsgetitstraight.de

www.facebook.com/strategiefinden



Für Fragen rund um digitale Sichtbarkeit stehe ich gerne auch in kostenlosen Kurzgesprächen zur Verfügung. Einen Termin kannst du hier online vereinbaren.

Du möchtest deinen Redaktionsplan zusammen mit mir erarbeiten? Dann buche gleich deine erste Beratungsstunde und löse diesen Gutschein ein.

100 € Gutschein

auf die Einstiegsberatung

Über Anregungen und Fragen per Email freue ich mich:

info@letsgetitstraight.de

Autorin: Judith Schröder - Copyright: Judith Schröder – Let's get it straight

