

MARKETING UND SOCIAL-MEDIA FÜRS HANDWERK

Expertentipps von Michael Christmann



TIPP 3: Wieviel Arbeit macht Social-Media?

Wieviel Arbeit Social-Media im Handwerk macht bestimmen Sie selbst.

In meinen Vorträgen werde ich oft gefragt, wieviel Zeit ich damit verbringe, die Social-Media-Kanäle zu bespielen. Am Anfang steht allerdings ein anderes Thema sozusagen offline im Vordergrund. Was genau möchte ich eigentlich mit Social-Media erreichen und wie möchte ich von wem wahrgenommen werden? Wollen Sie sich als Marke präsentieren, suchen Sie Mitarbeiter und Auszubildende oder eine Mischung aus alledem? Diese Fragen sollten Sie für sich beantworten. Mit einer Vorstellung davon, wen oder was Sie erreichen wollen, können Sie sich dann auf den Weg machen.

Wenn es Ihnen hilft, machen Sie sich Termine in Ihrem Kalender, in dem Sie sich daran erinnern einen Post zu machen. Bei dieser Gelegenheit können Sie auch ein bestimmtes Thema wiederholen. Zum Beispiel könnten Sie am Montag und Mittwoch aktuelle Bilder von Ihren Baustellen, aus dem Lager oder der Werkstatt posten. Am Freitag gibt es immer vor dem Wochenende einen Blick in die Vergangenheit. Erstellen Sie sich damit einen kleinen Redakti-

onsplan. Sammeln Sie Ideen mit welche Themen Sie sich und Ihren Betrieb zeigen wollen. Schauen Sie sich auch an, was andere aktive Kollegen zeigen. Was Ihnen gefällt, übernehmen Sie. Der Blick zu aktiven Handwerkern anderer Branchen kann ebenfalls sehr inspirierend sein. Machen Sie Ihre eigenen Bilder und legen Sie los!

Die Beiträge in den unterschiedlichen Kanälen benötigen auch unterschiedlichen Aufwand. Videos für YouTube werden mehr Zeit in Anspruch nehmen, als ein einfacher Post mit einem Bild bei Facebook oder Instagram. Verfassen Sie zu Ihrem Thema ein bis zwei Sätze und bringen Sie Ihre Fans in Aktion. Fragen Sie zum Beispiel nach Ihrer Meinung oder an einem Montag, wie das Wochenende war. Am Anfang werden Sie sicher etwas mehr Zeit einplanen müssen, mit der Zeit jedoch wird ein Beitrag nicht mehr Zeit in Anspruch nehmen als eine Nachricht per SMS oder WhatsApp.

Ihr Michael Christmann

Michael Christmann ist Inhaber des Bonner Traditionsunternehmens Stuck-Belz. Seine 15 Mitarbeiter kümmern sich um die Sanierung historischer Gebäude. 2017 wurde Stuck-Belz als innovativster Stuckateur mit einem Sonderpreis bei Stuckateur des Jahres ausgezeichnet. Es folgten der Marketingpreis für die beste Social-Media Kampagne, der deutsche Mittelstandspreis für Marketing »Der Ludwig« und 2018 der Digital Champions Award im Vorentscheid West für das Beste digitale Kundenerlebnis. Außerdem erzielte Stuck-Belz in einer Online-Abstimmung zum besten Ausbildungsbetrieb im europäischen Handwerk den zweiten Platz.

