

# DAS SOCIAL WEB

in Zeiten von COVID-19



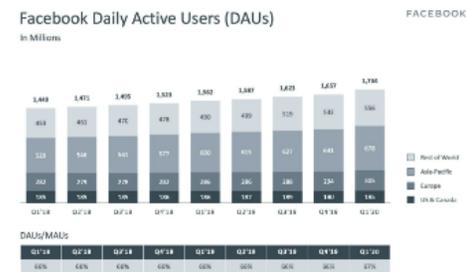
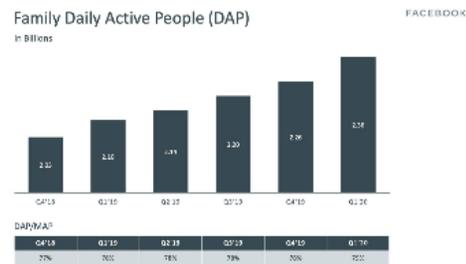
# STATUS-QUO

## ...die derzeitige "Stimmung" im Netz

- Menschen sind aktuell auf der Suche nach Ablenkung
- Bedürfnis sich über die digitalen Medien auszutauschen steigt
- Nutzer haben oft (leider) mehr Zeit

-> Online-Frequenz und -Verweildauer steigt. Ganz besonders in Sozialen Medien.

Aktuelle Quartalszahlen des Marktführers (Stand: 29. April 2020)



Please see Facebook's most recent quarterly financial report filed with the SEC for additional information about our metrics. The numbers for DAUs and MAUs are not subject to audit or review by a third party. We are not audited by a third party. The numbers for DAUs and MAUs are based on our internal data. The numbers for DAUs and MAUs are based on our internal data. The numbers for DAUs and MAUs are based on our internal data.

- Mehr als 700 Millionen Menschen nutzen täglich Videoanrufe in WhatsApp und Messenger (Verdoppelung durch Corona)
- Anzahl der verschickten Nachrichten ist durch Corona um 50 % gestiegen.

-> direkte Kommunikation ist wichtiger denn je!

**Nutzen Sie JEDE Möglichkeit, um direkt und proaktiv mit Ihren Kunden zu kommunizieren.**

**Ihre Social Media Kanäle sind ein optimales Werkzeug dafür!**

# DAS GROSSE GANZE

...die aktuelle Strategie der Österreich Werbung

Positive Vibes als Gegenpol zur "bedrohlichen Berichterstattung"

*"Uns war es wichtig, dass wir speziell in der Krisenphase einen Ausgleich zur momentanen Situation schaffen. Wir wollen die User durch **positive, inspirierend und vor allem emotional formulierte Inhalte** weiter inspirieren. Unter dem Motto 'Vertrauen, Zuversicht und Solidarität' kommunizieren wir **nutzenstiftende und relevante Inhalte mit Mehrwert.**"*

Marlene Urbann - Social Media Management Österreich Werbung

 Österreich  
Werbung

# IM KLEINEN

...die Schlussfolgerungen für einzelnen Betriebe

Inhalte in Sozialen Medien sollten

1. **nutzenstiftend** und **relevant** (mit Mehrwert)  
&
2. **positiv, inspirierend** und vor allem **emotional** formuliert sein.

-> relevante **Information** & positive **Emotion**  
müssen bei allen Aktivitäten  
im Mittelpunkt stehen.

# Welche Online-Plattformen sind besonders relevant?

...diese Social Media Kanäle sollten Sie keinesfalls ignorieren

## Information & Emotion



# GOOGLE MY BUSINESS

Im Netz wird täglich nach den  
neuesten **Informationen** gesucht...  
...warten Sie da mit dem Aktuellsten  
zu Ihrem Betrieb auf?

# WAS

## ...ist Google My Business (GMB)?

= Googles Branchenverzeichnis für lokale Unternehmen mit zahlreichen "sozialen Funktionalitäten".



**Google**  
Google Search



  
Google Maps  
„Place“



  
Google Travel



**Google**  
Maps APIs  
Basisinhalte für extern  
Angebundene Schnittstellen

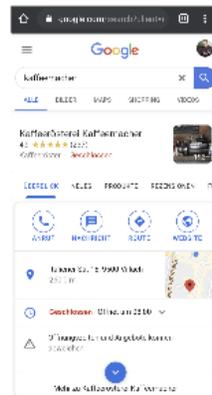


# GMB & COVID-19

## ...worauf muss ich achten?

Standardfunktionen, die aktuell besonders wichtig/hilfreich sind:

- Laufend aktualisierte Öffnungszeiten (wenn Sie beispielsweise früher schließen)
- Nachrichtenfunktion aktivieren (Chance zur direkten Kommunikation nutzen!)
- Terminvereinbarungsfunktion nutzen (Direktlink auf Webseite)
- Buchungsfunktion nutzen (Direktverbindung mit Bookatable, etc.)
- Produkte anlegen, um Online-Verkauf zu forcieren

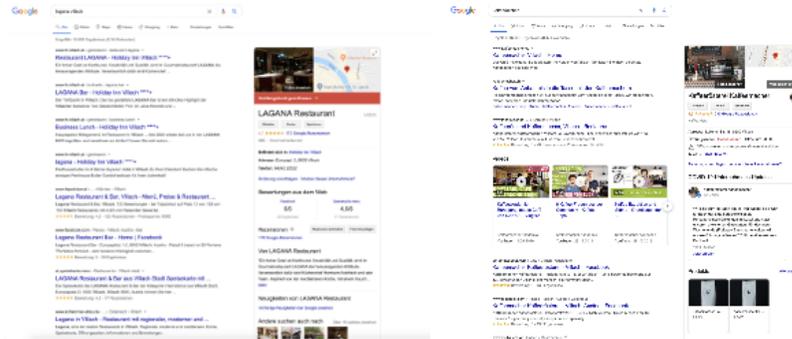


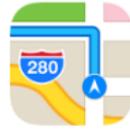
# GMB & COVID-19

## ...was ist aktuell besonders hilfreich?

Sonderfunktionen, die Google extra für die Pandemie freigeschaltet hat:

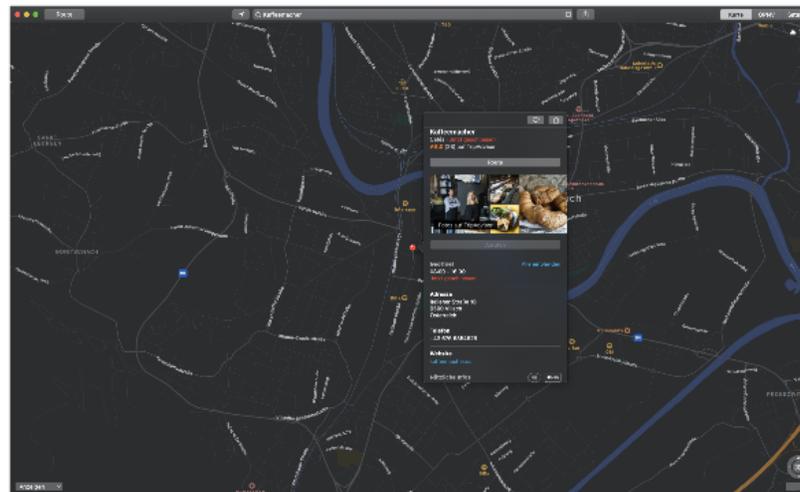
- Unternehmen als „vorübergehend geschlossen“ markieren (Ranking-Relevanz!)
- Beitragsoption „Update wegen COVID-19“
  - Der Betrieb hat zwar geschlossen, Sie bieten aber ein Lieferservice oder Speisen zum Mitnehmen an?
  - Hinweis auf Zusatzdienste, die Sie jetzt anbieten
  - Updates zu Maßnahmen im Betrieb - zB in Bezug auf Sicherheit und Hygiene oder Einschränkungen vor Ort
  - Infos zu Support-Anfragen, etc.
- Google duldet (inoffiziell) Namenszusätze wie „To Go“ oder „Lieferung möglich“ (große Relevanz für die lokale Suche!)





# APPLE MAPS CONNECT

"My Business" für die "spendableren 20 - 30 %"





# TRIPADVISOR

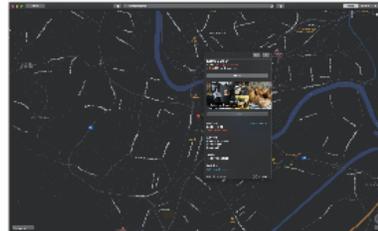
...der führende Online-Reiseführer

rd. 400 Mio. monatlich aktive Nutzer weltweit (Q4-2019)

- Beliebte und sehr detaillierte Suchfunktionen für Gäste
- Große Auswahl an Betrieben (allein 600 Restaurants mit österr. Küche in KTN)
- Sehr aktive Nutzer auch in KTN (zB über 700 Bewertungen für Bierhaus Augustin)



- Liefert Daten (unter anderem) an Apple



Überblick

# FACEBOOK

**...das marktbeherrschende "Soziale Netzwerk"**

Zahlen für Österreich: Dezember 2019

- 3.9 Million FB Nutzer pro Monat (3.6 Millionen Mobil)
- 3.0 Million tägliche Nutzer (2.8 Millionen Mobile)
- 92% Mobile Facebook Nutzer in Österreich

- > Nach wie vor die marktbeherrschende Plattform
- > Tägliche Nutzung erfordert regelmäßige "Bespielung"
- > Inhalte sollten unbedingt "Smartphone-geeignet" sein



# FACEBOOK BASICS

## ...die wichtigsten Tipps für Ihre Facebook Seite

- Fotos, Fotos, Fotos < Videos, Videos, Videos!
- Interaktion bei Beiträgen fördern [Fragen stellen, Call To Action,...]
- Beiträge spannend und abwechslungsreich gestalten [Zwischen Text, Fotos, Links und Videos wechseln]
- Zu den richtigen Zeiten veröffentlichen [Insights nutzen]
- Beiträge kurz und leicht lesbar halten – mit 50 Zeichen [und weniger] zum besonders effizienten Beitrag!
- Möglichst schnell und professionell auf Nutzerbeiträge, Kommentare, Beschwerden, etc. antworten
- Kennzahlen festlegen und regelmäßig kontrollieren

## Überblick

# INSTAGRAM & WHATSAPP

## ...Facebooks "kleinere" Geschwister



- 2,4 Millionen Nutzer in Österreich (03-2020)
- Regelmäßige Veröffentlichung inspirativer Fotos + Videos lohnt sich
- [möglichst zeitnahe] Stories stoßen vermehrt auf besonderes Interesse
- Wesentlich bessere Plattform für jüngeres Zielpublikum



- auf 88 % aller österreichischen Smartphones installiert (2018)
- Sehr direkte, schnelle Kommunikation mit Gästen möglich
- Optimal für Reservierungen, Vorbestellungen, etc.
- Neue Stories-Funktion bietet ähnliche Möglichkeiten wie Instagram

# INSTAGRAM BASICS

## ...die wichtigsten Tipps für Ihr Instagram Profil

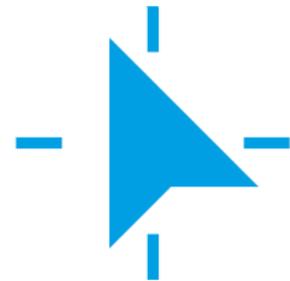
- Interessante & inspirative Fotos und Videos veröffentlichen
- Filtereffekte sparsam und konstant einsetzen
- [Die richtigen] Hashtags verwenden
- [Den richtigen] Nutzern folgen
- Die Registerkarte "Erkunden" verwenden, um neue Inhalte zu finden
- Regelmäßig posten, um Abonnenten bei Laune zu halten
- Mit Abonnenten konsequent interagieren
- Stories verwenden, um laufend [spontane] Inhalte zu veröffentlichen
- Kennzahlen festlegen und regelmäßig kontrollieren

relevante Information & positive Emotion

# COVID-19 STRATEGIE

**...was ist aktuell in der Kommunikation wichtig?**

- Kommunikation laufend überarbeiten (strategische Redaktionsplanung).
- Auf Fingerspitzengefühl und Authentizität in der Kundenbeziehung achten!
- Kreative Inhalte mit klarem Mehrwert stärken die Kundenbindung.
- Ehrlichkeit schafft Vertrauen. Nichts versprechen, das man nicht halten kann!
- Umfassend & verständnisvoll kommunizieren (sorgsames Community Management).
- Kommunizieren Sie immer positiv und proaktiv! Auch wenn es die aktuelle Situation oft schwer macht.
- Gemeinsam schaffen wir das! Holen Sie den Gast mit ins Boot.
- Service is our success! Alle (digitalen) Möglichkeiten der Kommunikation ausschöpfen.



digitallotsen.at

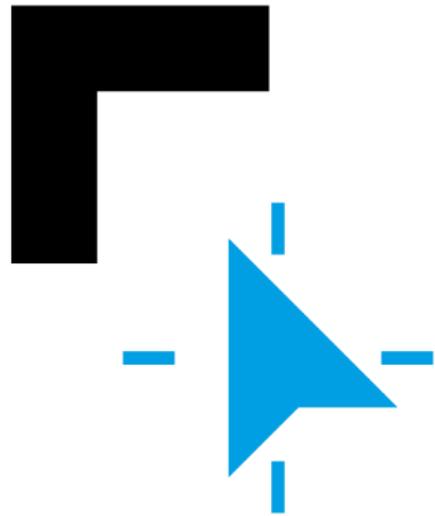
**CHRISTOPH PFEILER**



**christoph@digitallotsen.at**



**+43/660/9256881**



digitallotsen.at

Mai 2020

