

Veranstaltungsreihe Gewerbe Stadt St.Gallen und FHS St.Gallen

21.09.2018 – zum 18. Mal

- 17.00 Uhr** **Begrüssung**
Gian Bazzi, Präsident Gewerbe Stadt St.Gallen
- 17.05 Uhr Fachvortrag
"Social Media, dabei sein bringt nichts – damit arbeiten schon"
- Daniel Steiner**
Lehrbeauftragter an der FHS St.Gallen und Inhaber Steiner Werbung AG
- 18.25 Uhr Schlusswort
Prof. Dr. Sebastian Wörwag, Rektor FHS St.Gallen
- 18.30 Uhr Apéro

**Social Media, dabei sein bringt nichts –
damit arbeiten schon.**



Vorstellung: Daniel Steiner

Silver-Surfer mit analogem Migrations-Hintergrund

- Steiner Werbung AG Herisau (seit 1989)
- Eidg. dipl. Marketingleiter und Kommunikationsleiter
- Lehrbeauftragter an der FHS für Marketing
- Coach von Praxisprojekten
- Social Media und Kreativitätsförderung
- Dozent HF
- Lehrbuchautor
- Kommunikationsfachmann KS/CS

Warm up

Woran denken Sie bei folgenden Begriffen?

Maslows Bedürfnispyramide

Grundbedürfnisse des Menschen



Wählscheibe



Münzfernsprecher



Wie schreibt man's richtig

Gugelhupf

Googlehopf

Welche Funktion nutzen Sie am meisten?



Welche Funktion nutzen Sie am meisten?



Baby Boomers
(ab 1945)



Generation X
(ab 1961)



Generation Y/Z
(ab 1981)

Selbstverständlich...

- ... kennen wir alle Social Media
- ... haben wir auch einen Facebook-Account
- ... haben wir uns einmal bei Xing registriert
- ... suchen wir mit Google
- ... kennen wir Instagram, Snapchat, Whatsup und Co.
von unseren Kindern.

Aber nutzen wir Social Media auch richtig und konsequent, um ...

- ... den Erfolg im Unternehmen zu steigern
- ... das Marketing zeitgerecht zu gestalten
- ... effizientere Kommunikation einzusetzen
- ... neue Kunden zu finden und binden

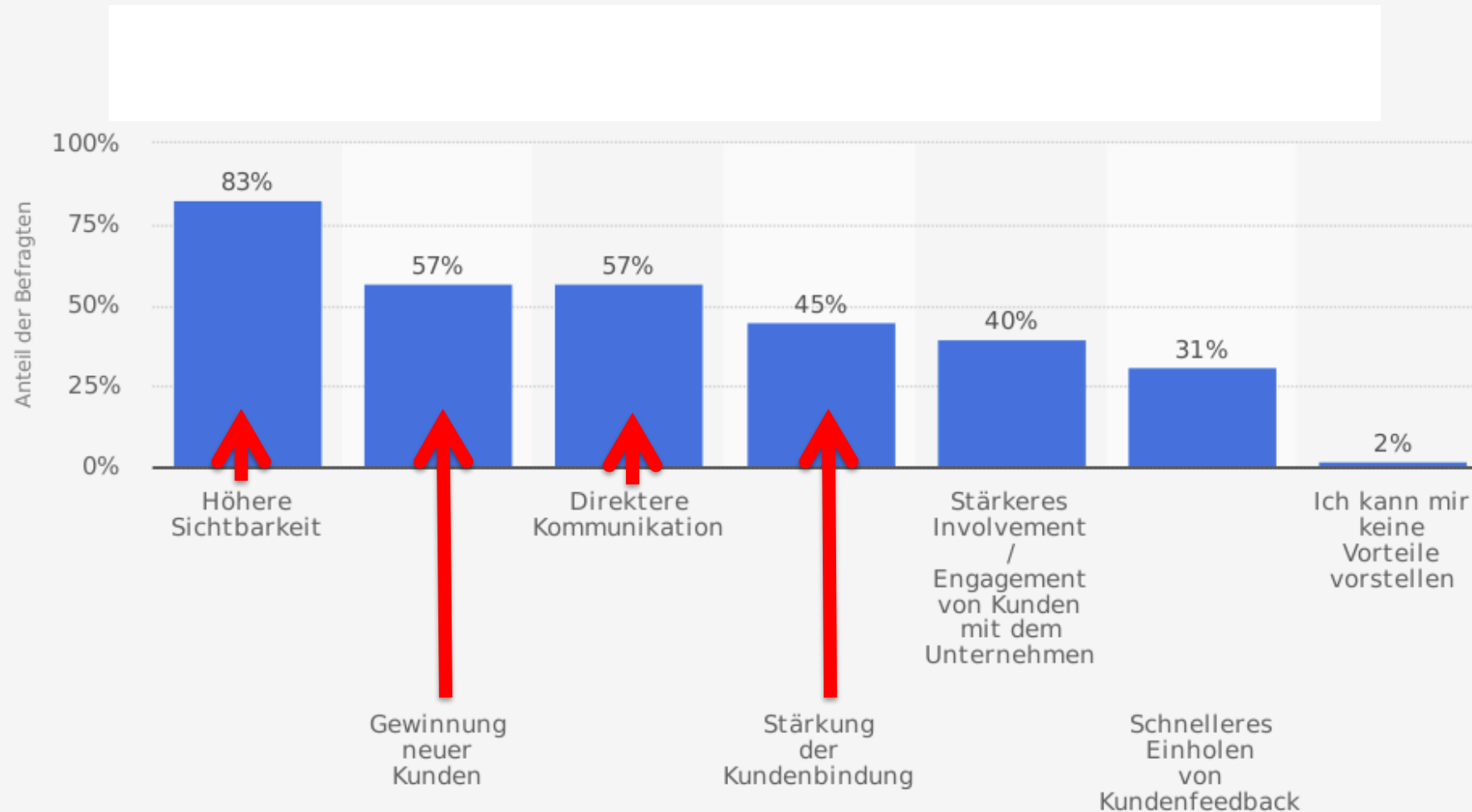
Vorgehen

Konkrete Probleme, Herausforderungen von
Gewerbe-Betrieben und lokalen Dienstleistern
Situation und Beispiele von Mitgliedern
Konkrete Lösungsansätze mit Social Media

Typische Gewerbe-Probleme

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |

Was erwarten KMUs von Social Media



Grundgedanke

Social Media ist das Kommunikationsinstrument für Kundenakquisition und -bindung, durch das KMUs **bei etwas Zeitaufwand und kleinen Budgets dank fokussierter Zielgruppen und differenzierter Kommunikation** eine ähnlich **starke Wirkung** erzielen können wie grosse Unternehmen.



FINDEN

Folienaufbau

 Facts, Beispiel, Tipps

 Geeignete Kanäle

Ziel

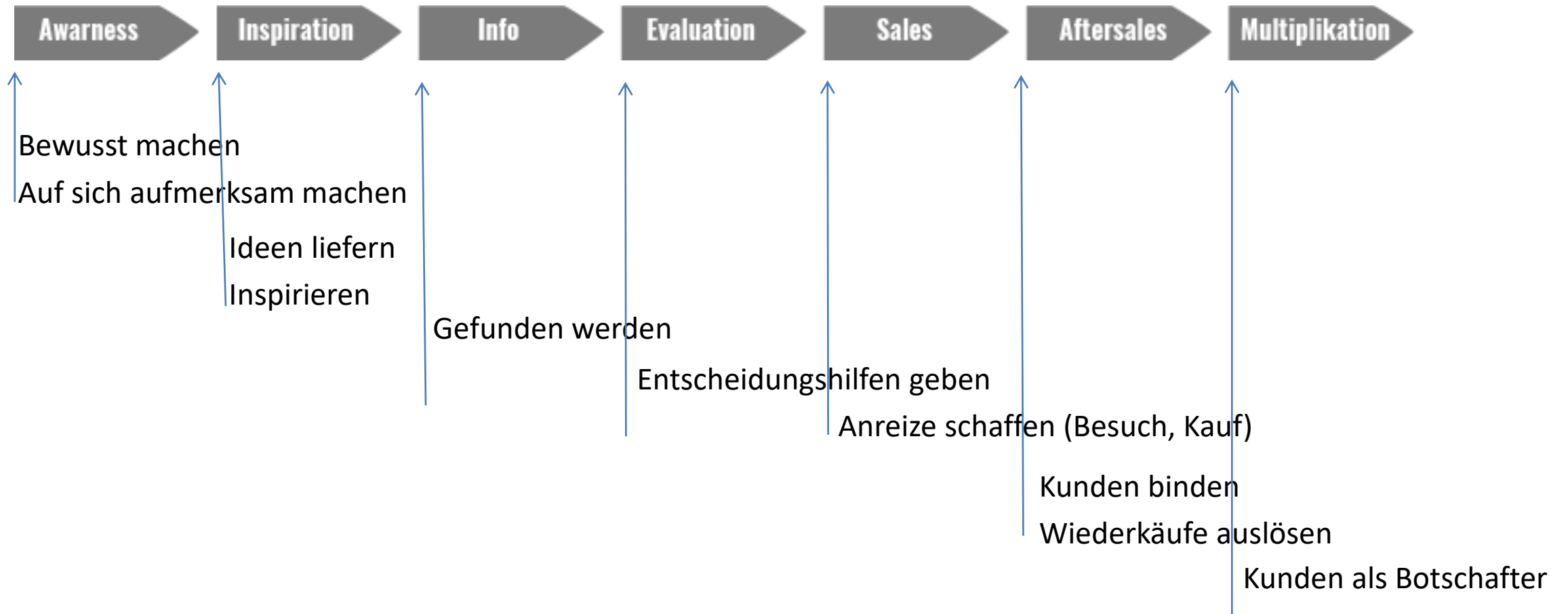
Gutes Beispiel

Optimierungspotenzial

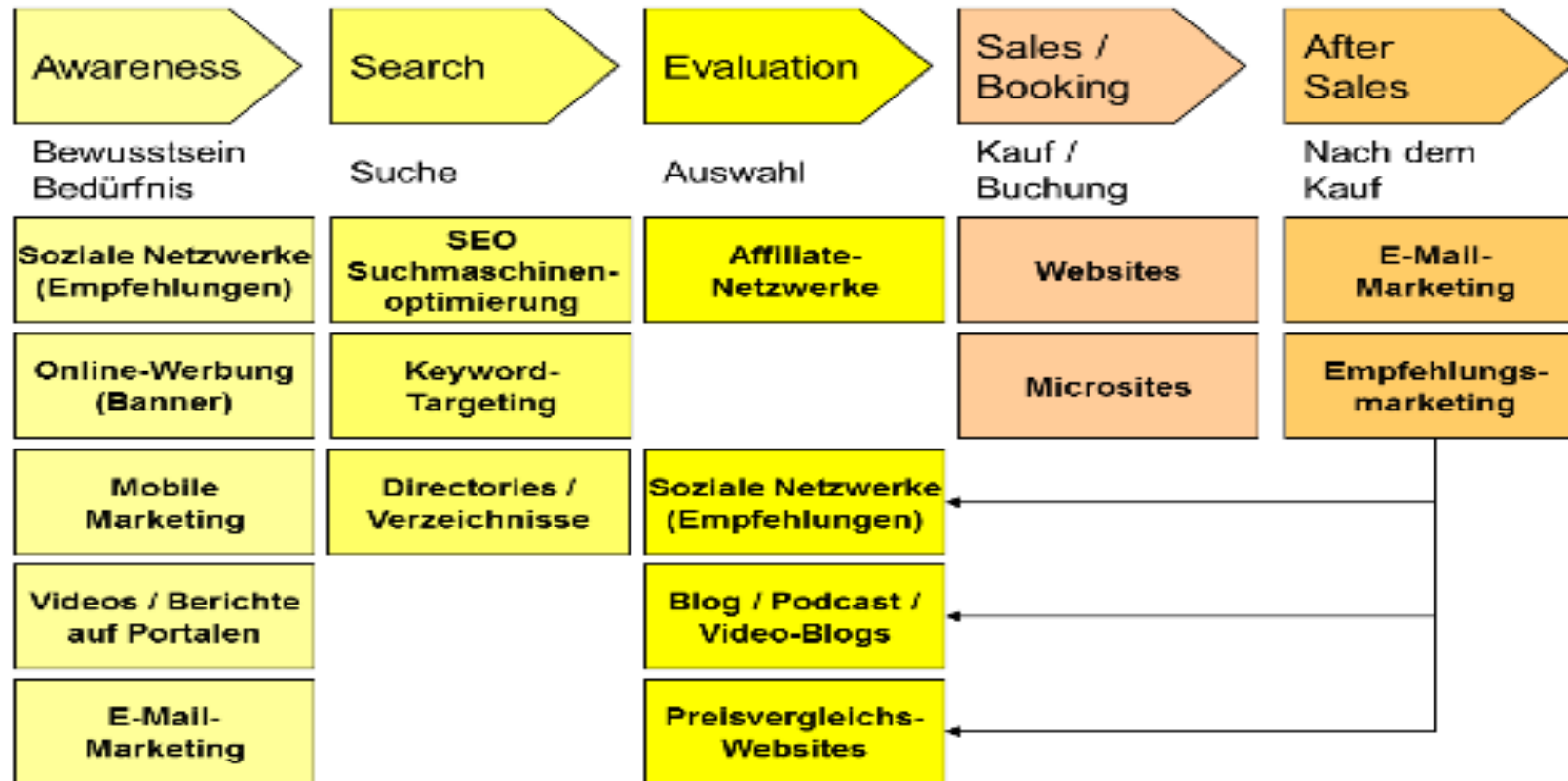
Hinweis



Die Customer Journey als Modell



Die Customer Journey als Modell



1) Werden Sie gefunden

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |

Gefunden werden

- Einige Fakten zum Suchverhalten
- Gefunden werden am PC
- Gefunden werden am Handy
- Direkt suchen
- Branchen suchen
- Über Bilder suchen

FINDEN

Suchverhalten nach Gerät und Branche

Über welche Geräte haben Sie bei der letzten Suche nach einem geeigneten Anbieter in diesem Bereich im Internet recherchiert?

	PC/ Laptop	Tablet/ iPad	Smartphone
Restaurant/Gasthaus/Lokal (n=242)	61,2%	23,1%	63,2%
Beauty/Wellness (n=144)	65,3%	22,9%	52,8%
Umzug-/Transportunternehmen (n=68)	60,3%	17,6%	50,0%
Hotel/Unterkunft (n=668)	77,7%	23,1%	48,5%
Arzt (n=125)	68,8%	20,0%	47,2%
Handwerker (n=149)	71,1%	18,8%	44,3%
Mechaniker/Werkstatt (n=70)	64,3%	25,7%	42,9%
Gesundheitsbereich (n=146)	66,4%	24,0%	42,5%
Bauunternehmen/Baumeister/Baunebengewerbe (n=62)	66,1%	19,4%	40,3%
Rechtsberatung/Steuerberatung (n=86)	70,9%	17,4%	38,4%

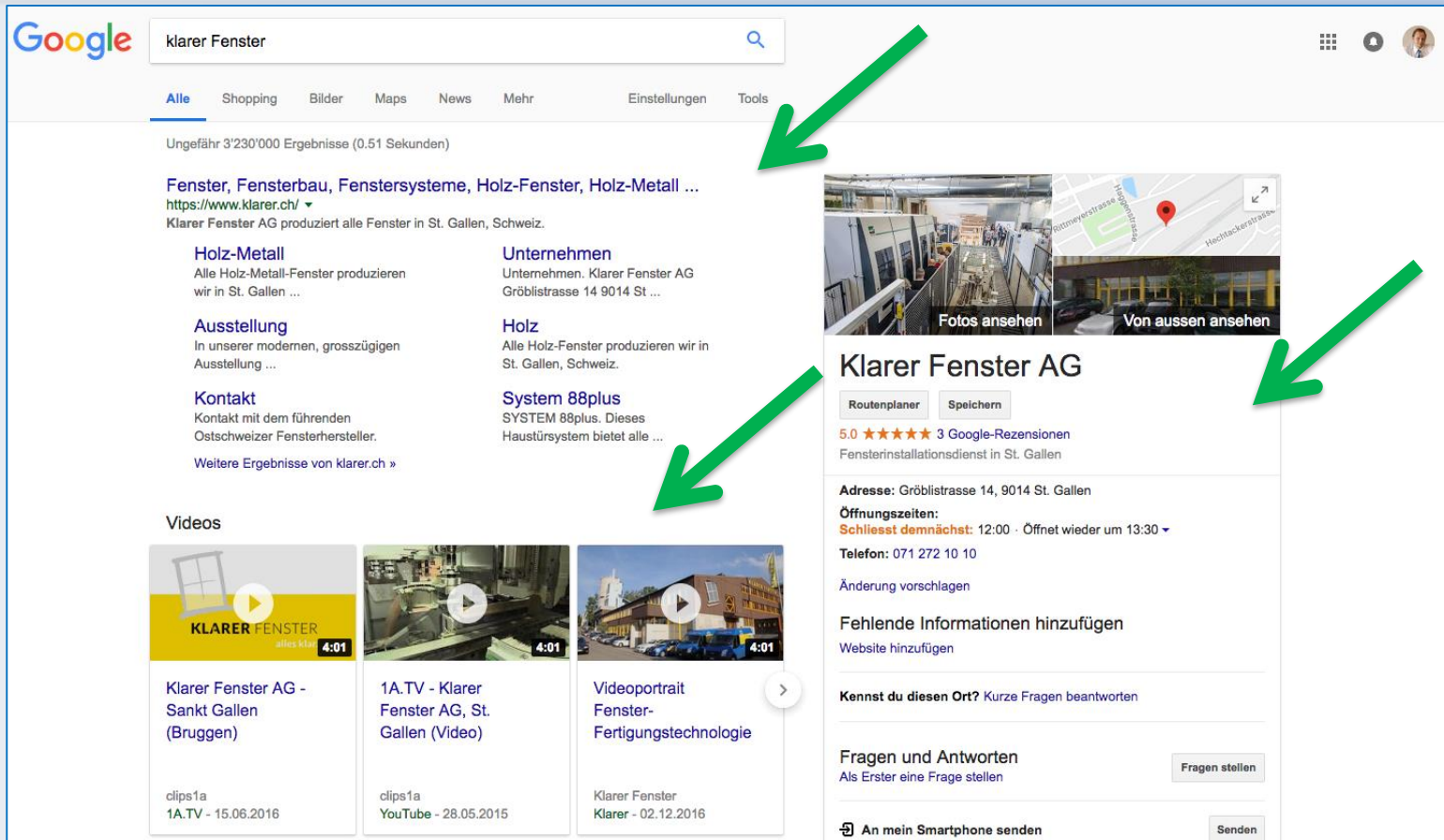


FINDEN

(Basis: Respondenten haben die jeweilige Dienstleistung in den letzten 12 Monaten in Anspruch genommen und dafür im Internet recherchiert, Hinweis: nur Fallzahlen über n=50 berücksichtigt)



Optimale Präsenz auf Google



Google klarer Fenster

Alle Shopping Bilder Maps News Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 3'230'000 Ergebnisse (0,51 Sekunden)

Fenster, Fensterbau, Fenstersysteme, Holz-Fenster, Holz-Metall ...
<https://www.klarer.ch/>

Klarer Fenster AG produziert alle Fenster in St. Gallen, Schweiz.

Holz-Metall
Alle Holz-Metall-Fenster produzieren wir in St. Gallen ...

Ausstellung
In unserer modernen, grosszügigen Ausstellung ...

Kontakt
Kontakt mit dem führenden Ostschweizer Fensterhersteller.
Weitere Ergebnisse von klarer.ch »

Unternehmen
Unternehmen, Klarer Fenster AG
Gröblistrasse 14 9014 St ...

Holz
Alle Holz-Fenster produzieren wir in St. Gallen, Schweiz.

System 88plus
SYSTEM 88plus. Dieses Haustürsystem bietet alle ...

Klarer Fenster AG

Routenplaner Speichern

5.0 ★★★★★ 3 Google-Rezensionen
Fensterinstallationsdienst in St. Gallen

Adresse: Gröblistrasse 14, 9014 St. Gallen
Öffnungszeiten:
Schliesst demnächst: 12:00 · Öffnet wieder um 13:30 ▾
Telefon: 071 272 10 10

Änderung vorschlagen

Fehlende Informationen hinzufügen
Website hinzufügen

Kennst du diesen Ort? Kurze Fragen beantworten

Fragen und Antworten
Als Erster eine Frage stellen

An mein Smartphone senden

Videos

KLARER FENSTER
alles klar 4:01
Klarer Fenster AG - Sankt Gallen (Bruggen)
clips1a
1A.TV - 15.06.2016

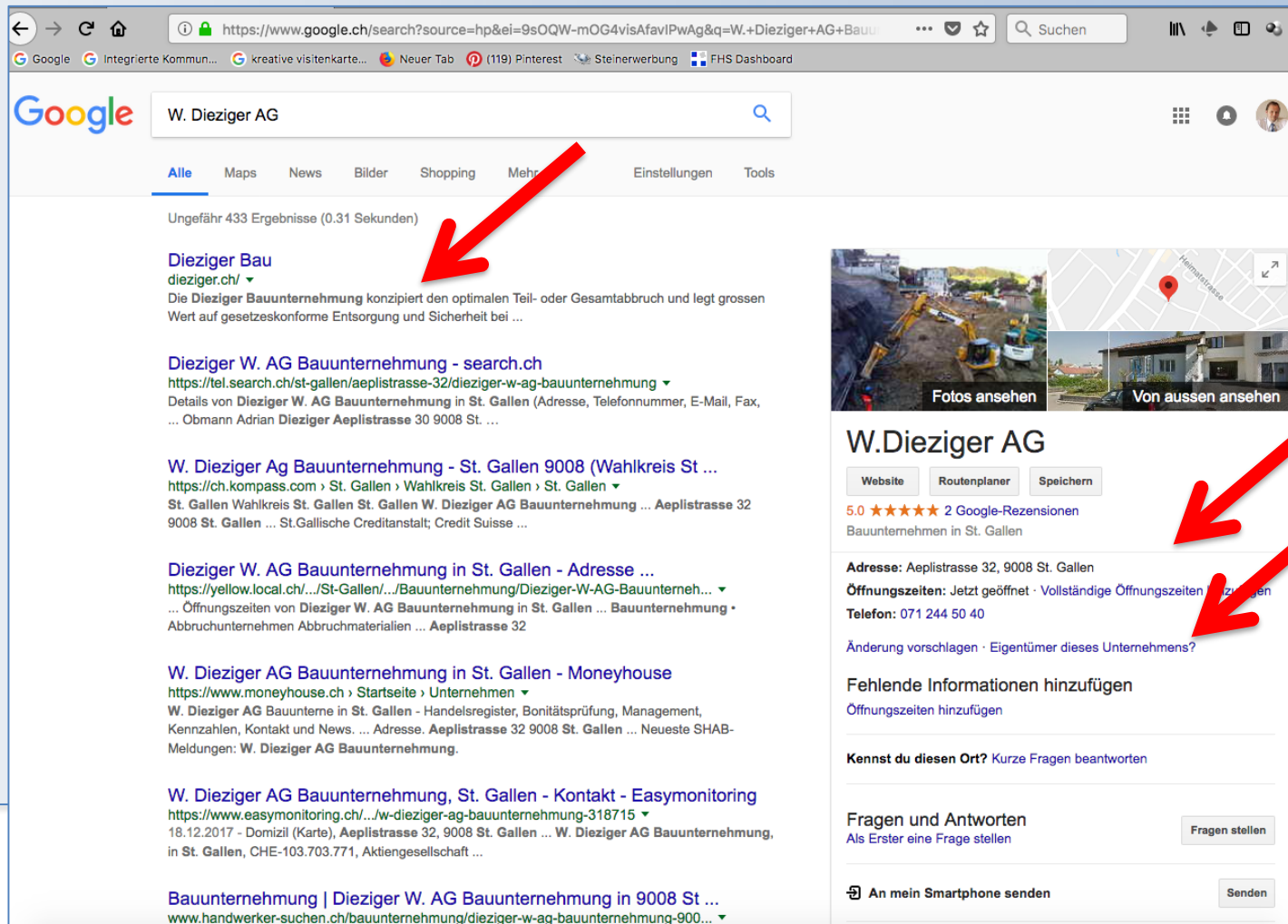
1A.TV - Klarer Fenster AG, St. Gallen (Video)
4:01
clips1a
YouTube - 28.05.2015

Videoportrait Fenster-Fertigungstechnologie
4:01
Klarer Fenster
Klarer - 02.12.2016

FINDEN



Viel Optimierungspotenzial



Google search results for "W. Dieziger AG". The search bar shows "W. Dieziger AG" and the results list several entries. A red arrow points to the first result, "Dieziger Bau". Another red arrow points to the "W. Dieziger AG" business profile on the right, which includes a 5.0 star rating and 2 Google reviews. A third red arrow points to the "Fotos ansehen" button in the profile's image gallery.

Ungefähr 433 Ergebnisse (0.31 Sekunden)

Dieziger Bau
dieziger.ch/ ▾
Die Dieziger Bauunternehmung konzipiert den optimalen Teil- oder Gesamtabbruch und legt grossen Wert auf gesetzeskonforme Entsorgung und Sicherheit bei ...

Dieziger W. AG Bauunternehmung - search.ch
https://tel.search.ch/st-gallen/aeplistrasse-32/dieziger-w-ag-bauunternehmung ▾
Details von Dieziger W. AG Bauunternehmung in St. Gallen (Adresse, Telefonnummer, E-Mail, Fax, ... Obmann Adrian Dieziger Aeplistrasse 30 9008 St. ...

W. Dieziger Ag Bauunternehmung - St. Gallen 9008 (Wahlkreis St ...
https://ch.kompass.com > St. Gallen > Wahlkreis St. Gallen > St. Gallen ▾
St. Gallen Wahlkreis St. Gallen St. Gallen W. Dieziger AG Bauunternehmung ... Aeplistrasse 32 9008 St. Gallen ... St.Gallische Creditanstalt; Credit Suisse ...

Dieziger W. AG Bauunternehmung in St. Gallen - Adresse ...
https://yellow.local.ch/.../St-Gallen/.../Bauunternehmung/Dieziger-W-AG-Bauunterneh... ▾
... Öffnungszeiten von Dieziger W. AG Bauunternehmung in St. Gallen ... Bauunternehmung - Abbruchunternehmen Abbruchmaterialien ... Aeplistrasse 32

W. Dieziger AG Bauunternehmung in St. Gallen - Moneyhouse
https://www.moneyhouse.ch > Startseite > Unternehmen ▾
W. Dieziger AG Bauunternehmung in St. Gallen - Handelsregister, Bonitätsprüfung, Management, Kennzahlen, Kontakt und News. ... Adresse. Aeplistrasse 32 9008 St. Gallen ... Neueste SHAB-Meldungen: W. Dieziger AG Bauunternehmung.

W. Dieziger AG Bauunternehmung, St. Gallen - Kontakt - Easymonitoring
https://www.easymonitoring.ch/.../w-dieziger-ag-bauunternehmung-318715 ▾
18.12.2017 - Domizil (Karte), Aeplistrasse 32, 9008 St. Gallen ... W. Dieziger AG Bauunternehmung, in St. Gallen, CHE-103.703.771, Aktiengesellschaft ...

Bauunternehmung | Dieziger W. AG Bauunternehmung in 9008 St ...
www.handwerker-suchen.ch/bauunternehmung/dieziger-w-ag-bauunternehmung-900... ▾

W. Dieziger AG
Website Routenplaner Speichern
5.0 ★★★★★ 2 Google-Rezensionen
Bauunternehmen in St. Gallen
Adresse: Aeplistrasse 32, 9008 St. Gallen
Öffnungszeiten: Jetzt geöffnet · Vollständige Öffnungszeiten anzeigen
Telefon: 071 244 50 40
Änderung vorschlagen · Eigentümer dieses Unternehmens?
Fehlende Informationen hinzufügen
Öffnungszeiten hinzufügen
Kennst du diesen Ort? Kurze Fragen beantworten
Fragen und Antworten
Als Erster eine Frage stellen
Fragen stellen
An mein Smartphone senden
Senden

FINDEN

Schreiner gesucht



Mr. Matthias Strupler Schreinerei ✕

[Routenplaner](#) [Speichern](#)

Zimmermann in St. Gallen, Schweiz


Adresse: Hechtackerstrasse 12, 9014 St. Gallen
Telefon: 071 278 05 80

[Änderung vorschlagen](#) · [Inhaber dieses Unternehmens?](#)

Fehlende Informationen hinzufügen
[Öffnungszeiten hinzufügen](#)
[Website hinzufügen](#)

Kennst du diesen Ort? [Kurze Fragen beantworten](#)

Fragen und Antworten
[Als Erster eine Frage stellen](#) [Fragen stellen](#)



Frick & Dolpp Schreinerei ✕

[Website](#) [Routenplaner](#) [Speichern](#)

5.0 ★★★★★ 1 Google-Rezension
Zimmermann in St. Gallen, Schweiz


Adresse: Ankerstrasse 14, 9014 St. Gallen
Telefon: 071 277 58 27

[Änderung vorschlagen](#) · [Inhaber dieses Unternehmens?](#)

Fehlende Informationen hinzufügen
[Öffnungszeiten hinzufügen](#)

Kennst du diesen Ort? [Kurze Fragen beantworten](#)

Fragen und Antworten
[Als Erster eine Frage stellen](#) [Fragen stellen](#)



FINDEN



Konkurrenz drängt sich vor



Adword: potenzielle Kunden
abfangen auf der Suche nach der
Konkurrenz

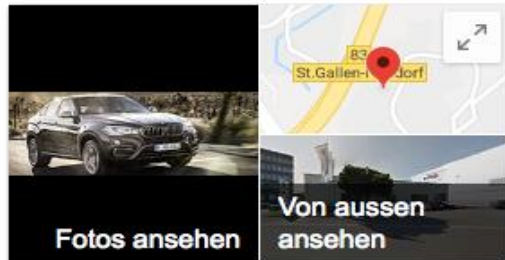
FINDEN



Autogarage gesucht



FINDEN



Christian Jakob AG

[Website](#) [Routenplaner](#) [Speichern](#)

4.0 ★★★★★ 66 Google-Rezensionen

Autowerkstatt in St. Gallen

Adresse: Schuppisstrasse 9, 9016 St. Gallen

Öffnungszeiten:

Geschlossen · Öffnet um 07:30 Mo

Telefon: 071 282 49 69

[Änderung vorschlagen](#) · [Eigentümer dieses Unternehmens?](#)

Kennst du diesen Ort?

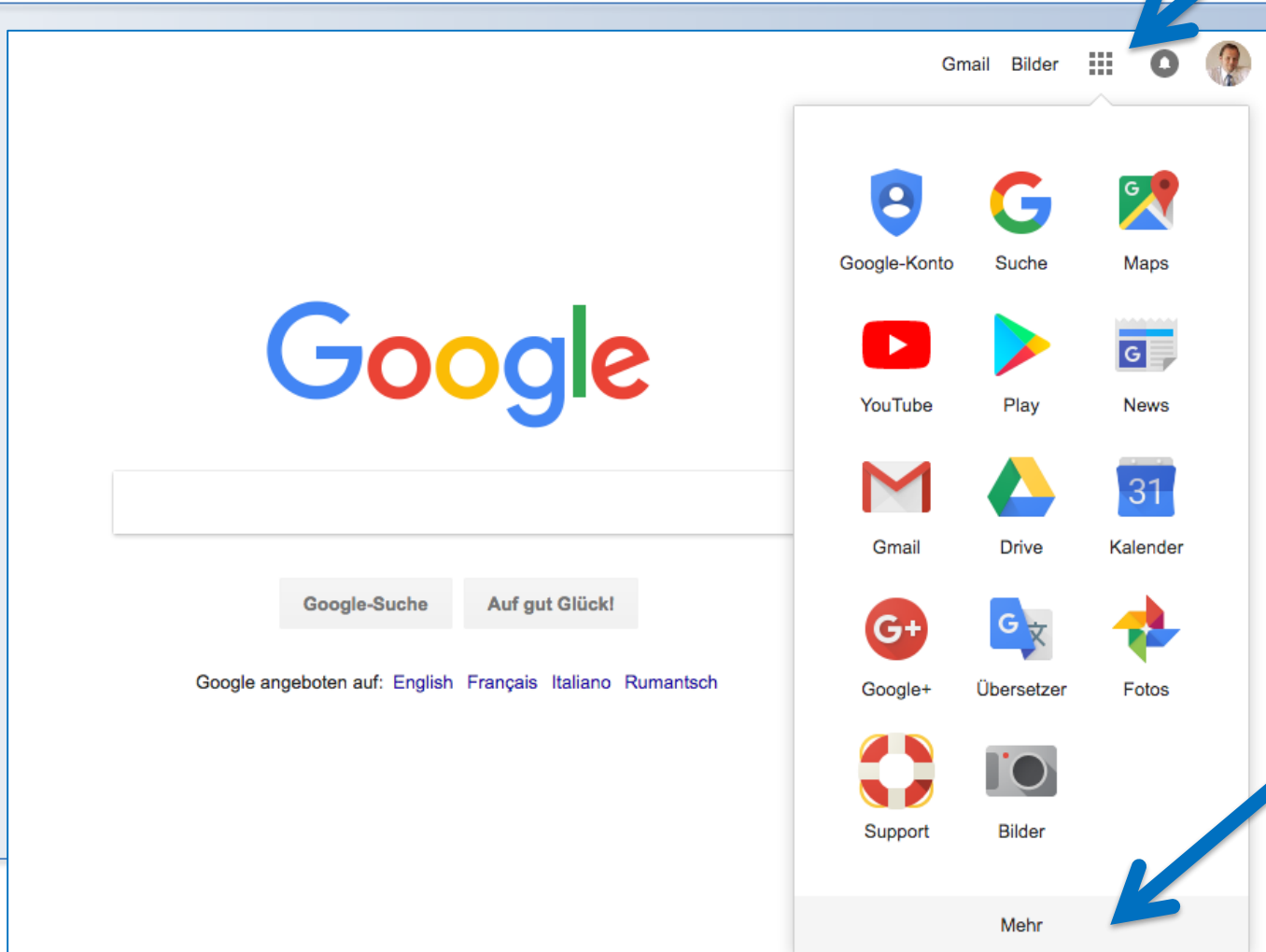
[Kurze Fragen beantworten](#)

Fragen und Antworten

[Als Erster eine Frage stellen](#)

[Fragen stellen](#)

Google My Business als SEO Grundlage



Gmail Bilder

Google-Konto Suche Maps

YouTube Play News

Gmail Drive Kalender

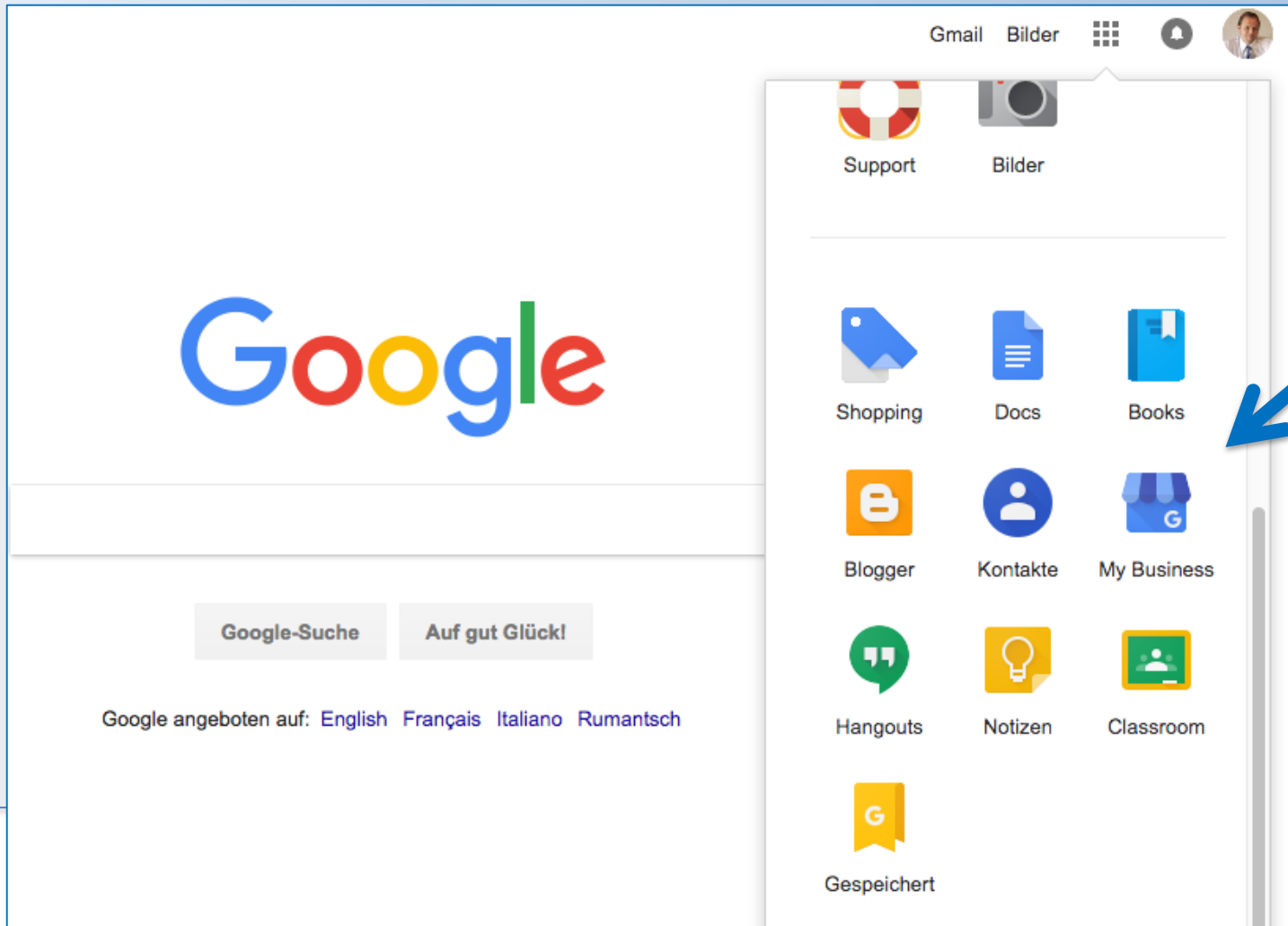
Google+ Übersetzer Fotos

Support Bilder

Mehr

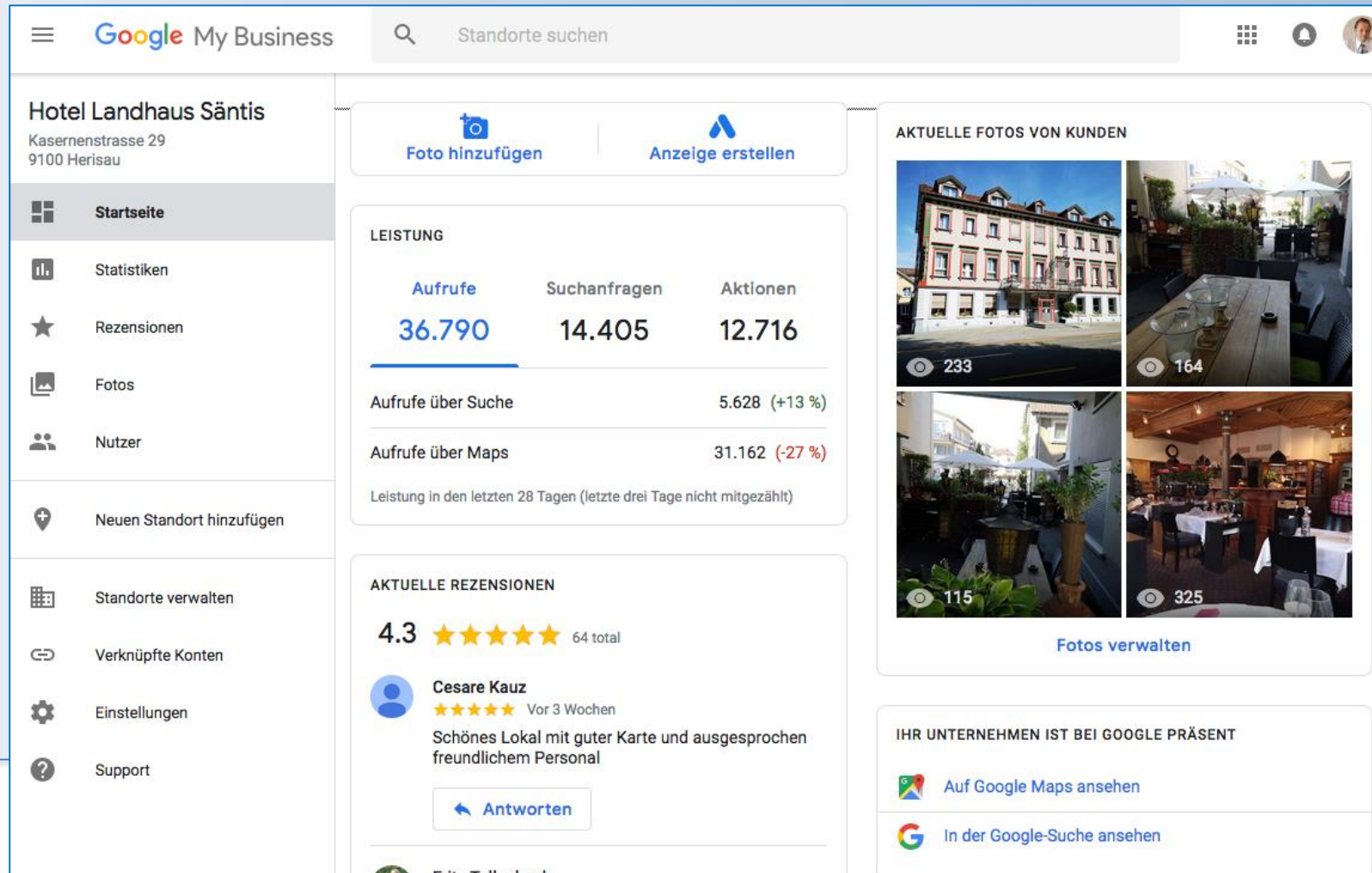
FINDEN

Kostenloses Tool von Google



FINDEN

Optimale Onlinepräsenz auf Google

Hotel Landhaus Säntis
Kasernenstrasse 29
9100 Herisau

LEISTUNG

Aufrufe	Suchanfragen	Aktionen
36.790	14.405	12.716
Aufrufe über Suche		5.628 (+13 %)
Aufrufe über Maps		31.162 (-27 %)

Leistung in den letzten 28 Tagen (letzte drei Tage nicht mitgezählt)

AKTUELLE REZENSIONEN

4.3 ★★★★★ 64 total

Cesare Kauz
★★★★★ Vor 3 Wochen
Schönes Lokal mit guter Karte und ausgesprochen freundlichem Personal

[Antworten](#)

AKTUELLE FOTOS VON KUNDEN

[Fotos verwalten](#)

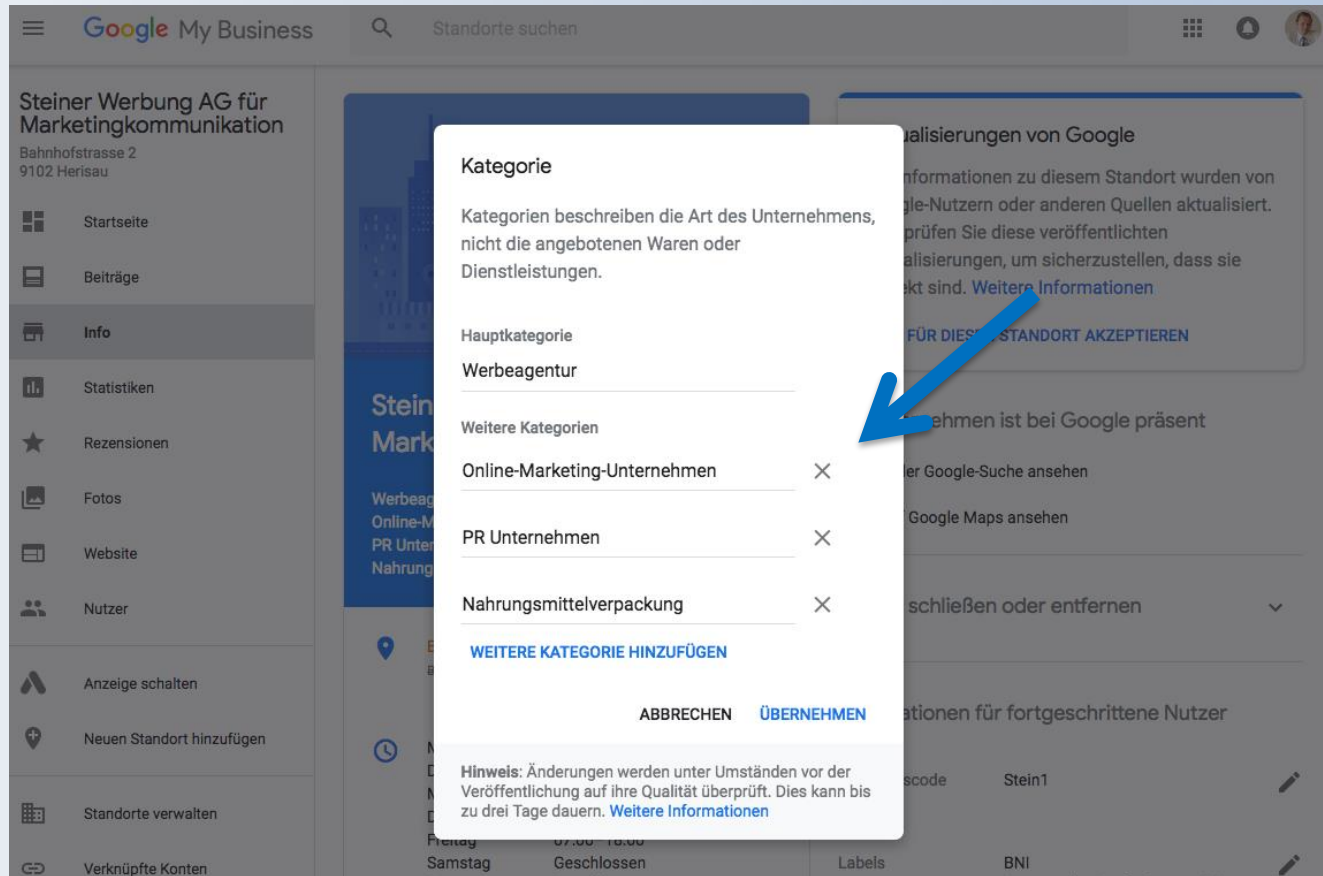
IHR UNTERNEHMEN IST BEI GOOGLE PRÄSENT

[Auf Google Maps ansehen](#)

[In der Google-Suche ansehen](#)

FINDEN

Mehr als eine Suchkategorie



The screenshot shows the Google My Business interface for 'Steiner Werbung AG für Marketingkommunikation'. A modal window titled 'Kategorie' is open, displaying a list of categories. A blue arrow points to the 'Online-Marketing-Unternehmen' category. The modal includes a description of categories, a list of selected categories with removal icons, and buttons for 'ABBRECHEN' and 'ÜBERNEHMEN'. A warning message at the bottom states that changes may take up to three days to publish.

Kategorie

Kategorien beschreiben die Art des Unternehmens, nicht die angebotenen Waren oder Dienstleistungen.

Hauptkategorie

Werbeagentur

Weitere Kategorien

- Online-Marketing-Unternehmen ×
- PR Unternehmen ×
- Nahrungsmittelverpackung ×

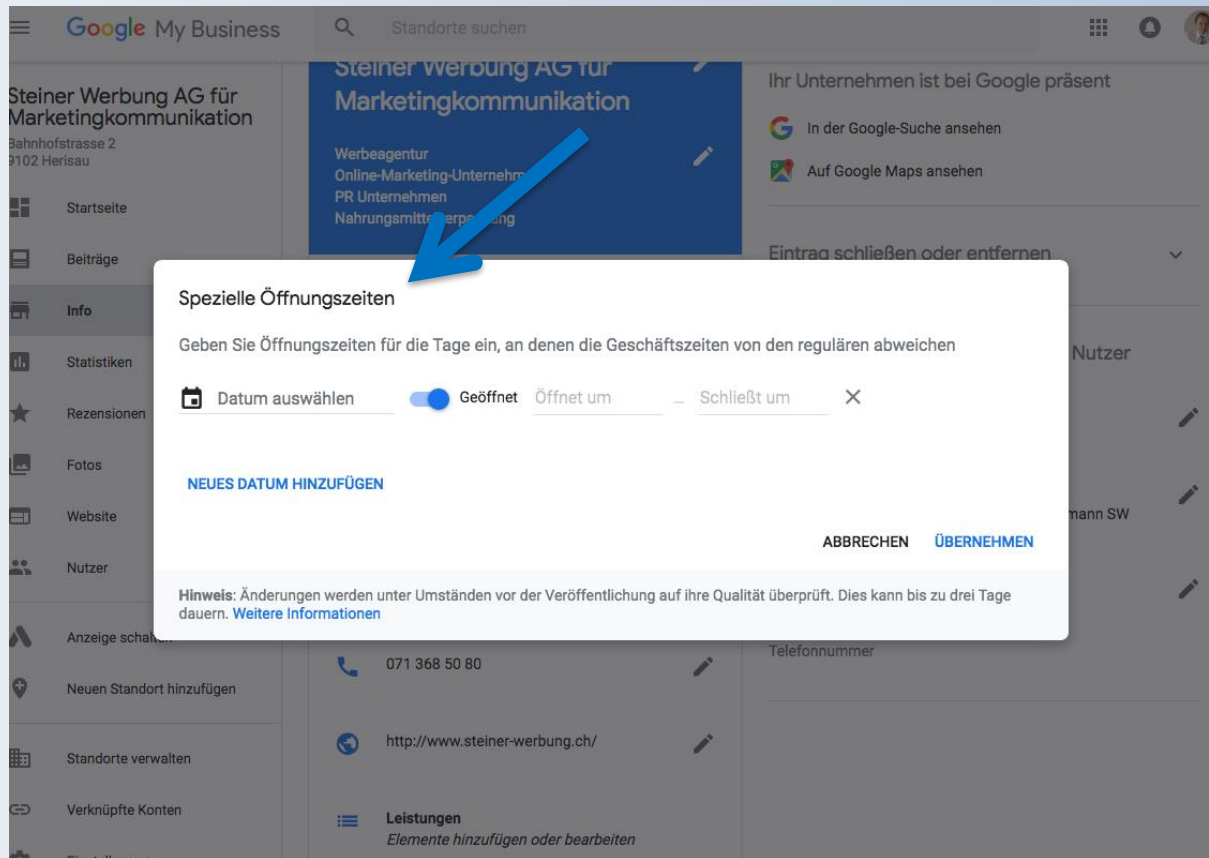
[WEITERE KATEGORIE HINZUFÜGEN](#)

[ABBRECHEN](#) [ÜBERNEHMEN](#)

Hinweis: Änderungen werden unter Umständen vor der Veröffentlichung auf ihre Qualität überprüft. Dies kann bis zu drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

FINDEN

Ferien- und Feiertage



Google My Business

Steiner Werbung AG für Marketingkommunikation

Werbeagentur
Online-Marketing-Unternehmen
PR Unternehmen
Nahrungsmittelherstellung

Ihr Unternehmen ist bei Google präsent

In der Google-Suche ansehen
Auf Google Maps ansehen

Eintrag schließen oder entfernen

Spezielle Öffnungszeiten

Geben Sie Öffnungszeiten für die Tage ein, an denen die Geschäftszeiten von den regulären abweichen

Datum auswählen Geöffnet Öffnet um Schließt um X

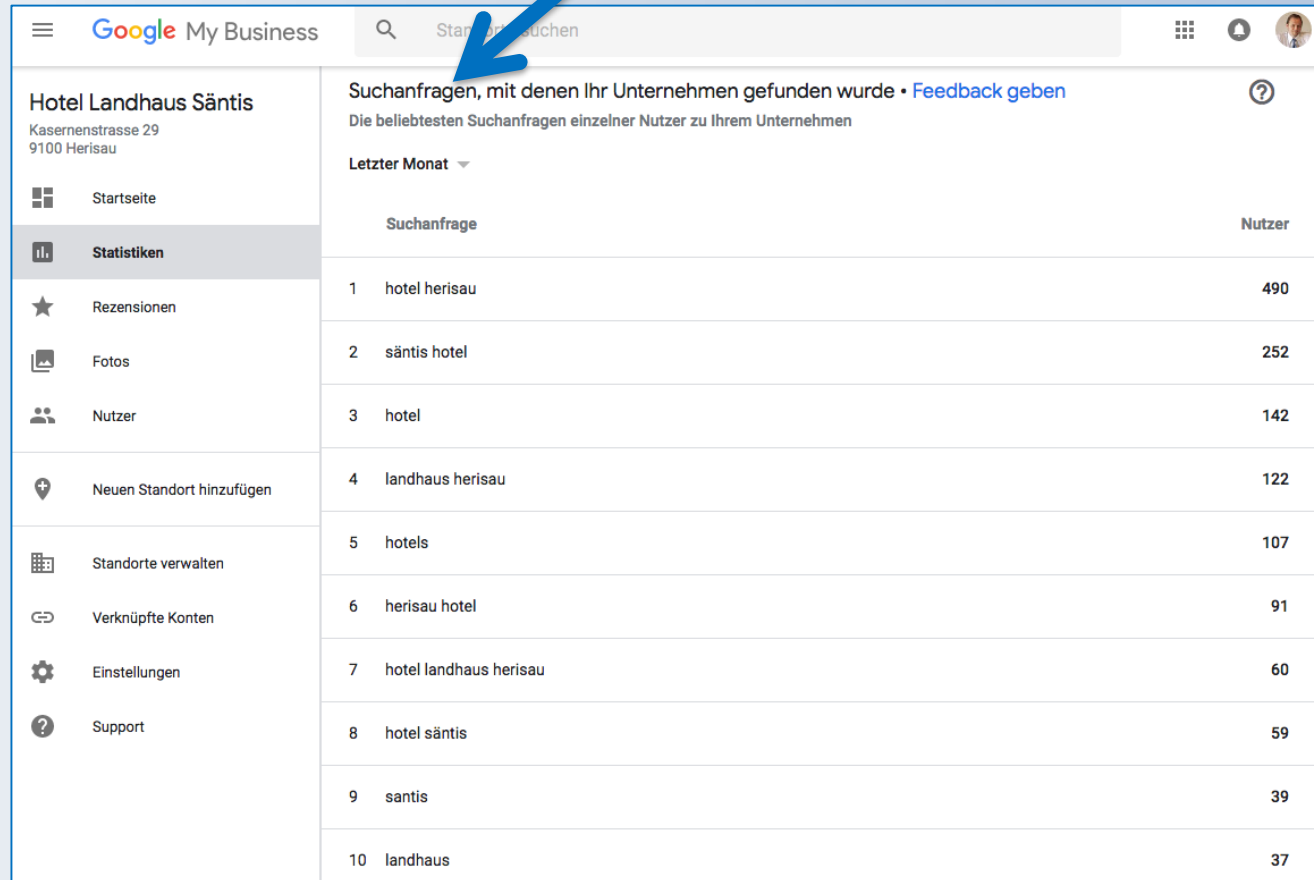
[NEUES DATUM HINZUFÜGEN](#)

[ABBRECHEN](#) [ÜBERNEHMEN](#)

Hinweis: Änderungen werden unter Umständen vor der Veröffentlichung auf ihre Qualität überprüft. Dies kann bis zu drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

FINDEN

Lernen wie die Kunden suchen



Google My Business

Suchanfragen, mit denen Ihr Unternehmen gefunden wurde • [Feedback geben](#)

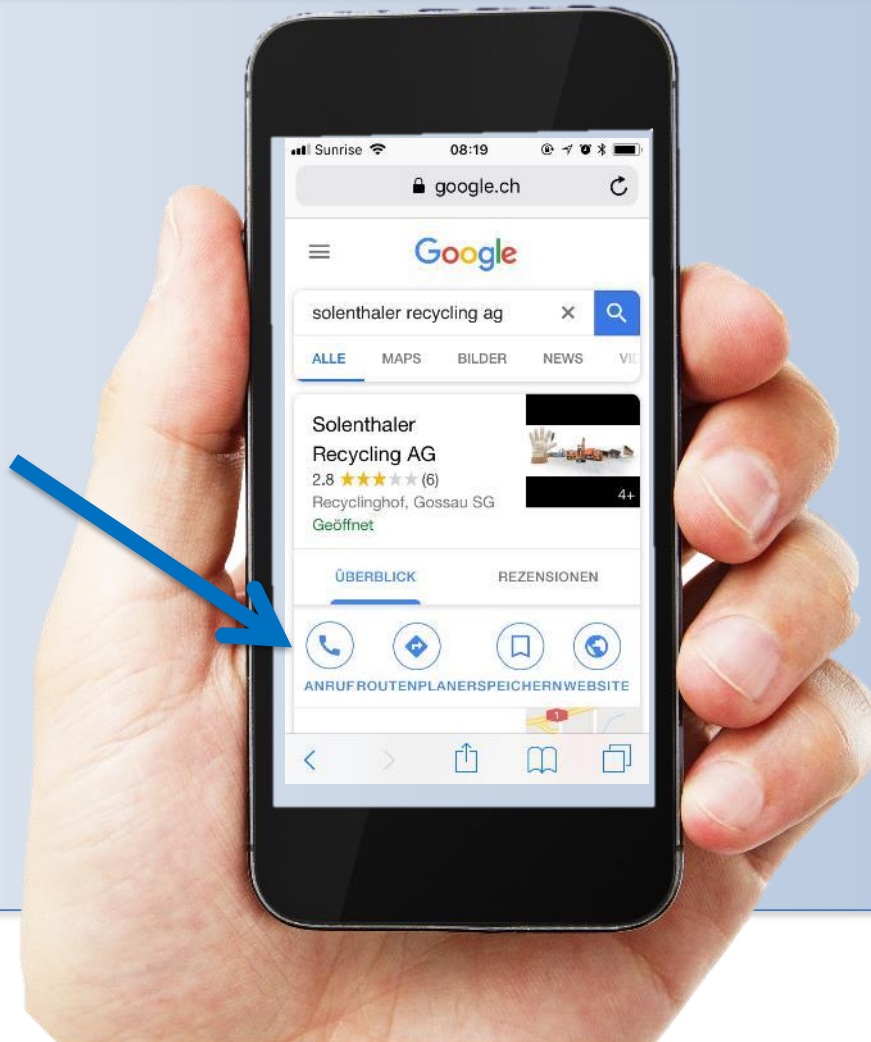
Die beliebtesten Suchanfragen einzelner Nutzer zu Ihrem Unternehmen

Letzter Monat ▾

Suchanfrage	Nutzer
1 hotel herisau	490
2 säntis hotel	252
3 hotel	142
4 landhaus herisau	122
5 hotels	107
6 herisau hotel	91
7 hotel landhaus herisau	60
8 hotel säntis	59
9 santis	39
10 landhaus	37

FINDEN

Optimale Präsenz auf dem Handy



FINDEN



Vorteile auf einen Blick

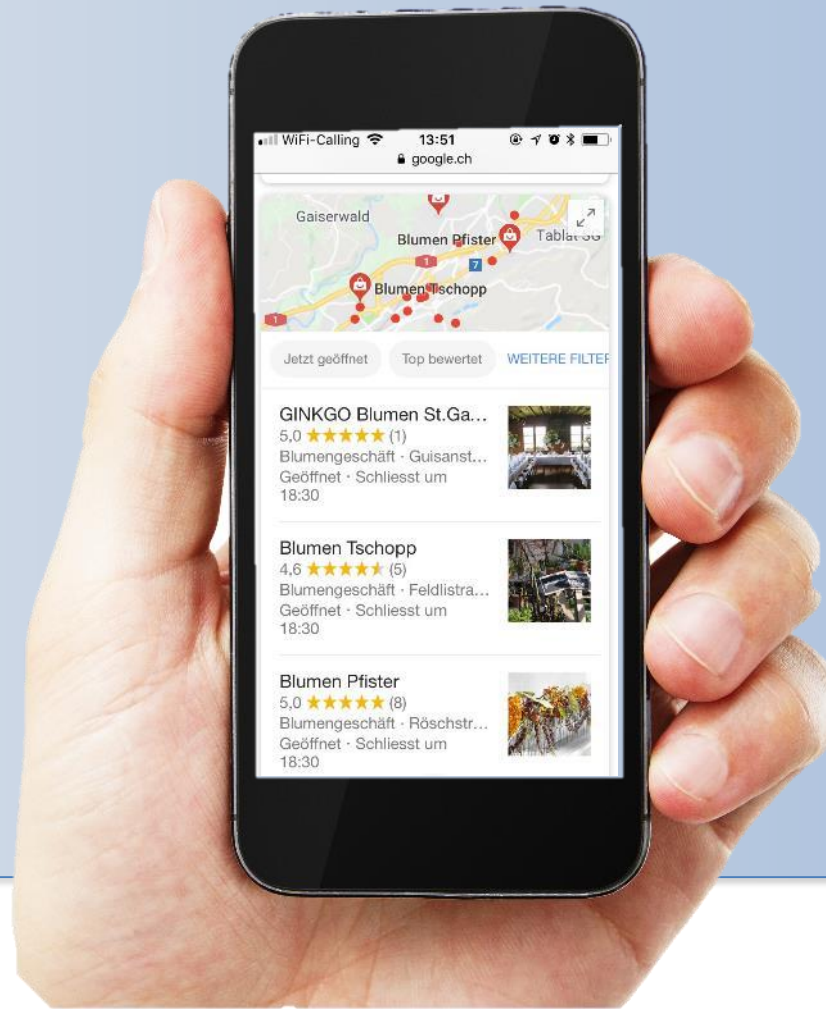


In verschiedenen Kategorien gefunden werden
Optimale Präsenz auf dem Handy
Aktionen und Posts
Suchverhalten der Kunden kennen
Bewertungen (Rezensionen) im Ueberblick
Direkter Zugang auf Adwords
Zukünftige gewinnt Chat-Funktion an Bedeutung
Google wird die Dienstleistungen ausbauen
(Hotels, Restaurants etc.)

FINDEN



Ranking „Blumen St.Gallen“



FINDEN



So verbessern Sie das Ranking

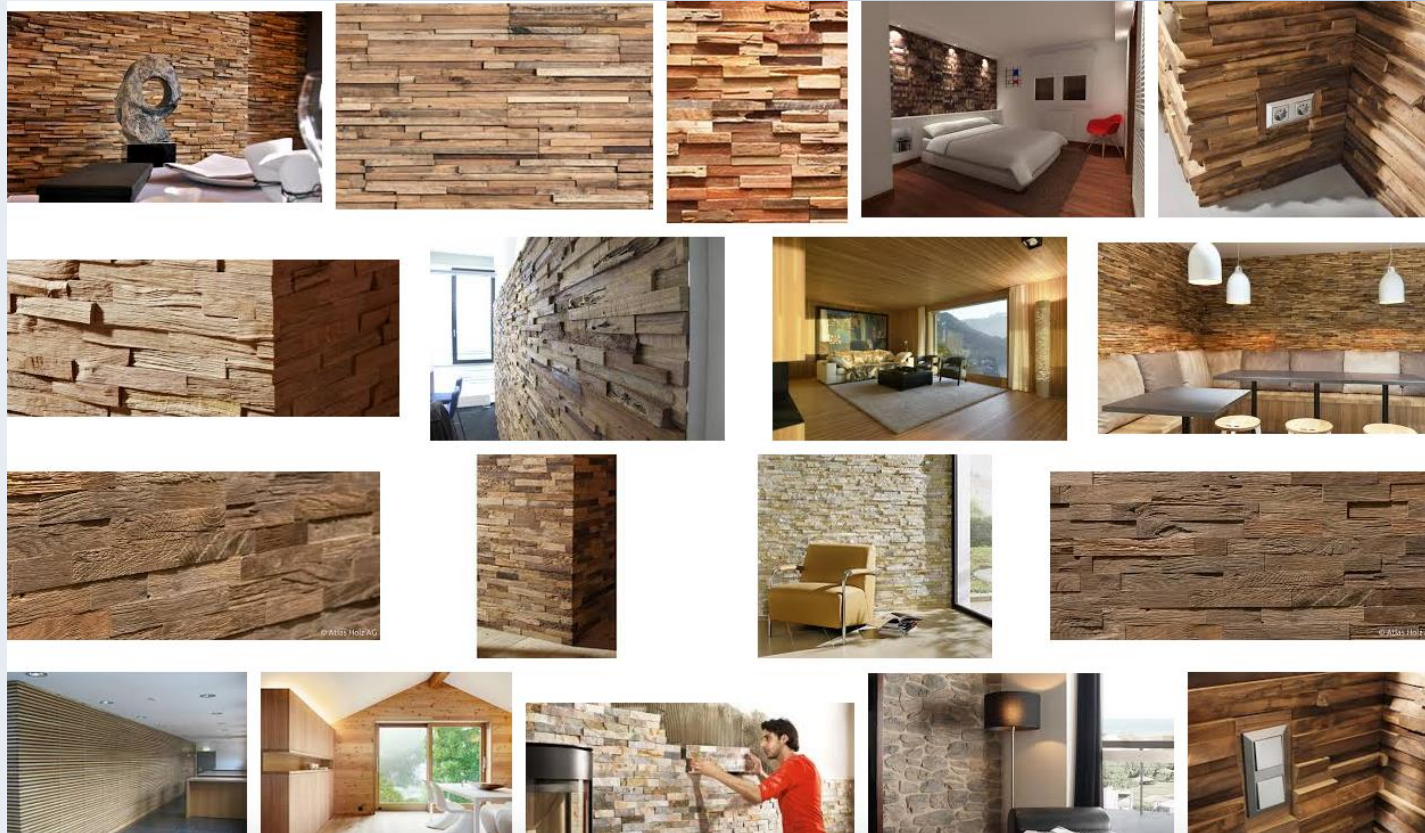


- My Business Eintrag (gratis)
- Lückenlose Daten
- Standort bestätigen
- Öffnungszeiten
- Rezensionen verwalten, beantworten
- Fotos hinzufügen

FINDEN



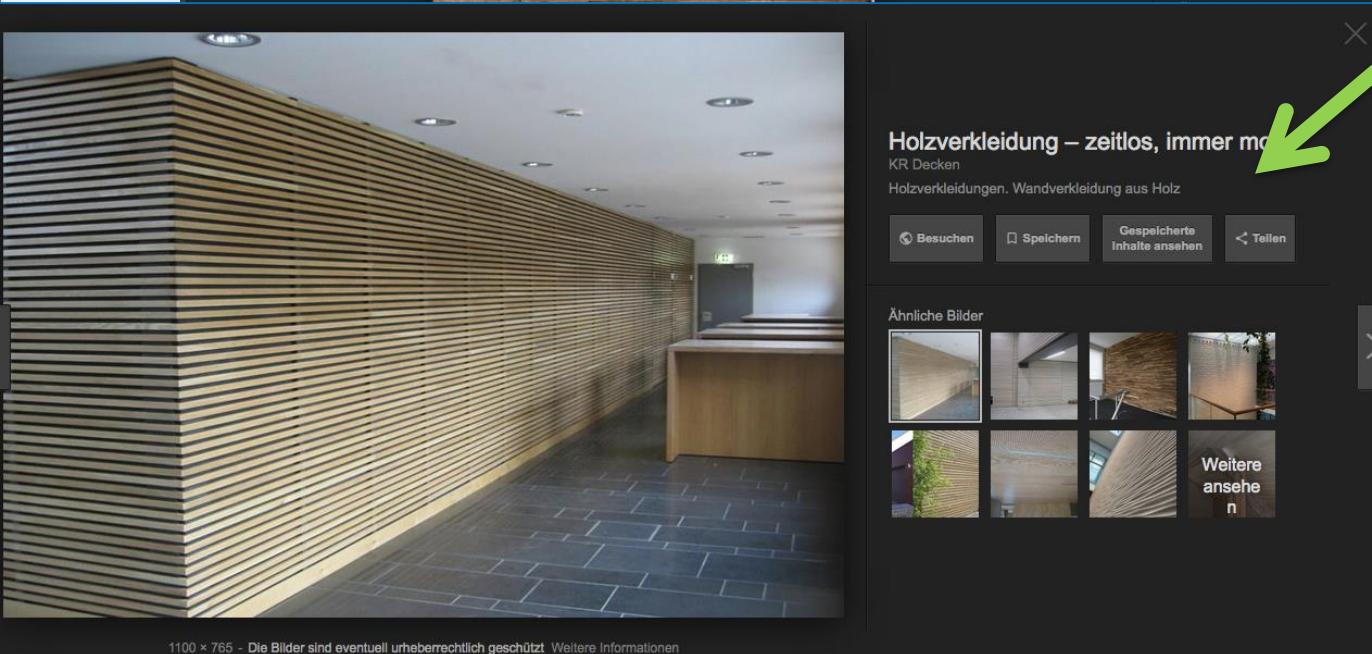
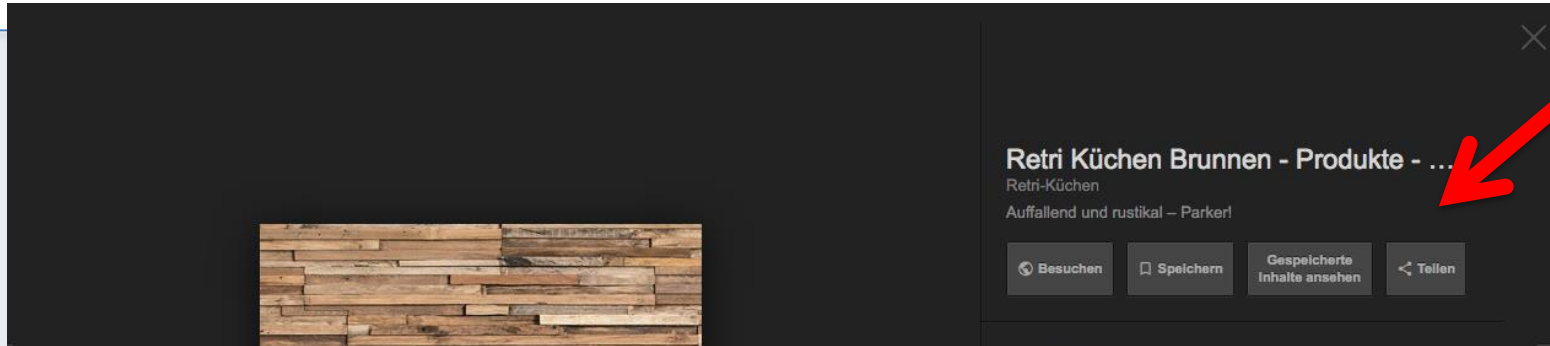
Über Bilder suchen (Wand Holz)



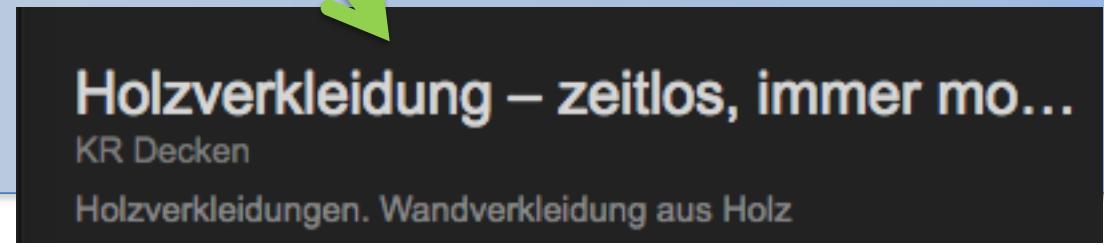
FINDEN



Bilder beschriften mit Keywords



FINDEN





Über Bilder gefunden werden

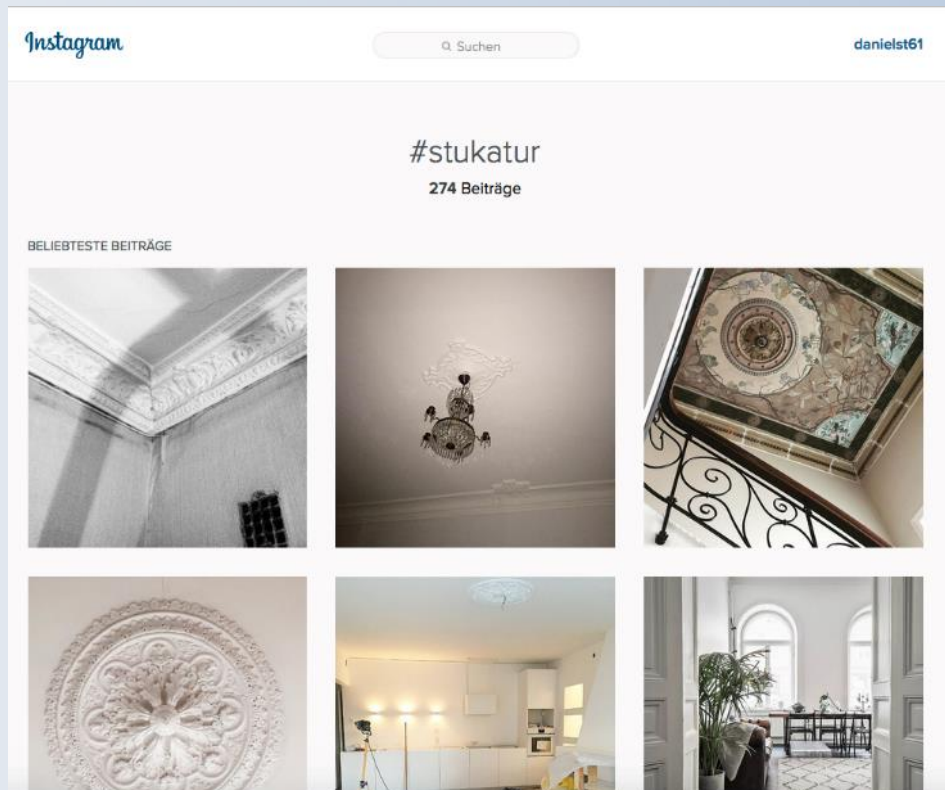


keine Dateinamen wie IMG_1543.jpg
Dateiname mit Keywords
Bildkopien (Facebook, Instagram, etc.)
Umgebender Text

FINDEN

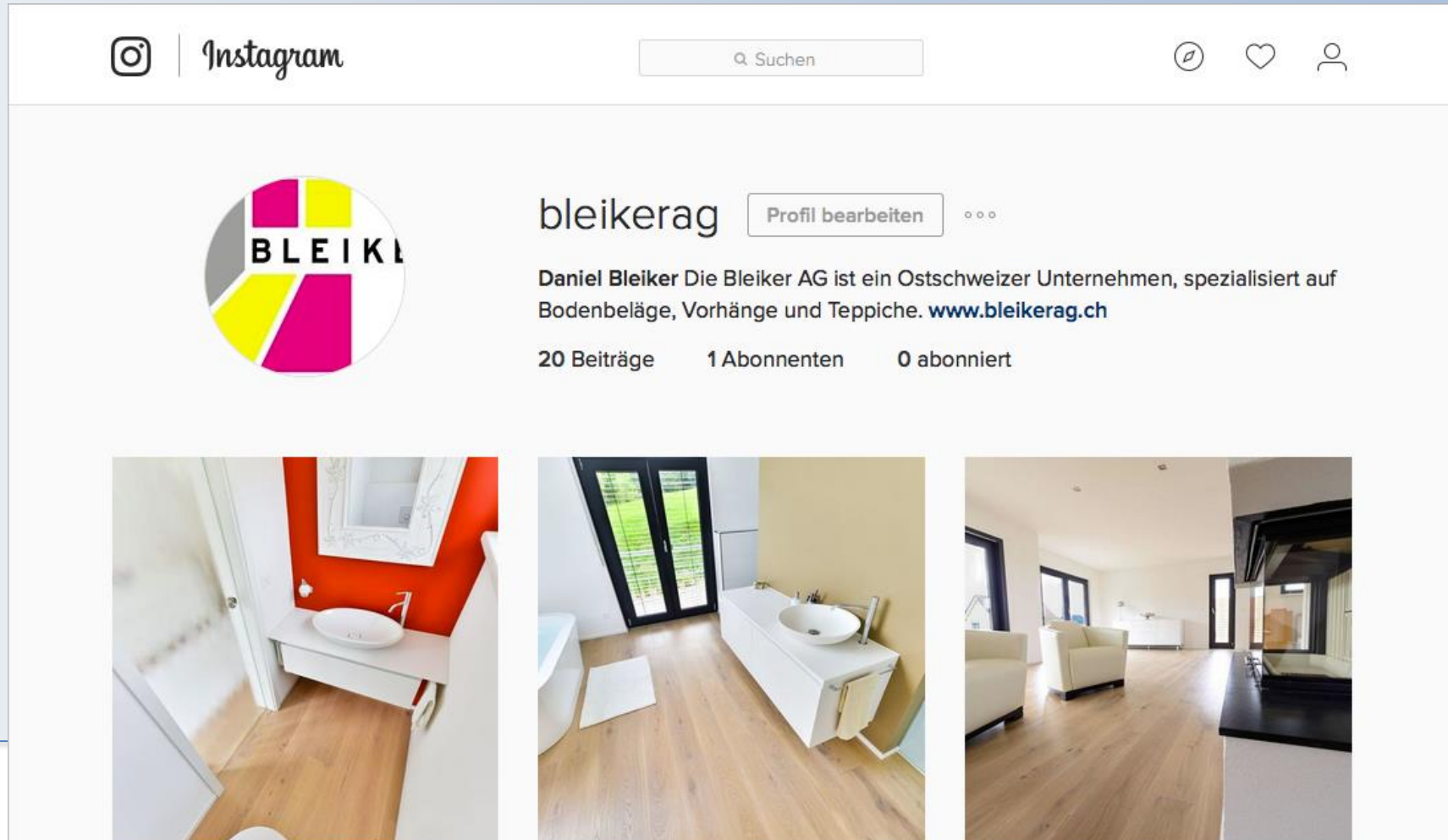


wo Junge nach Ideen suchen



FINDEN

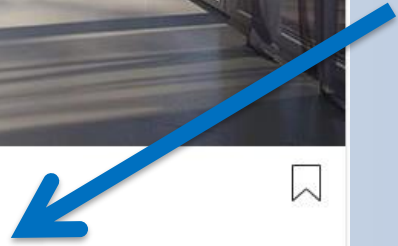
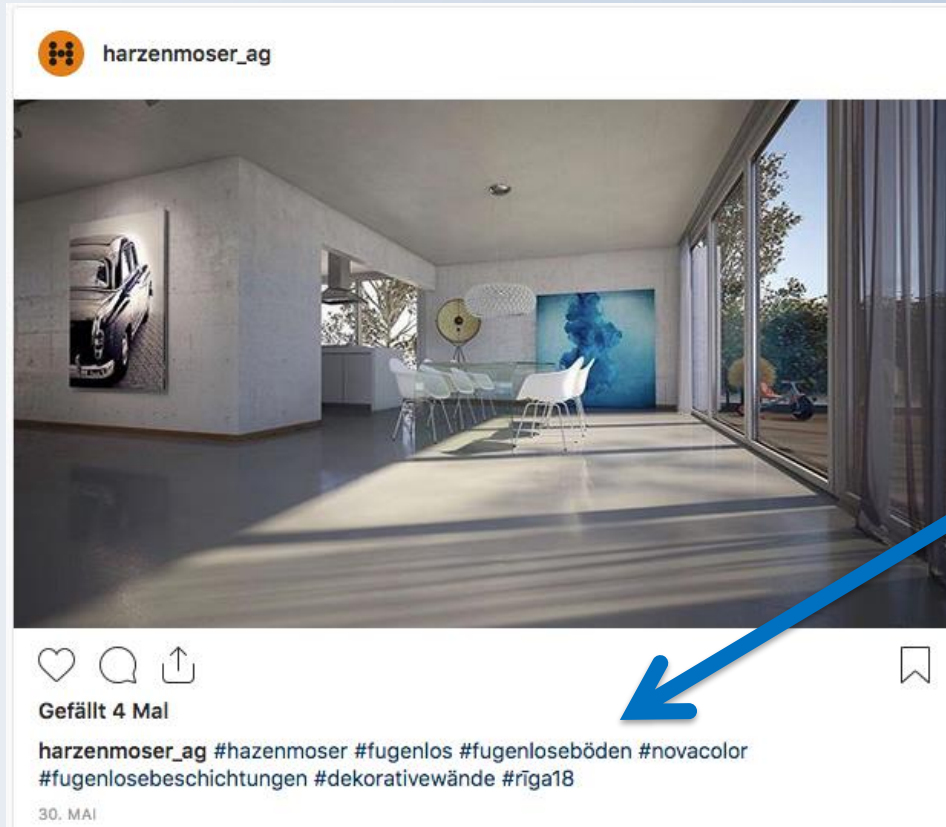
Als Unternehmen präsent sein



The screenshot shows the Instagram profile for 'bleikerag'. The profile picture is a circular logo with the word 'BLEIKER' in the center, surrounded by four colored quadrants (yellow, pink, grey, and yellow). The bio reads: 'Daniel Bleiker Die Bleiker AG ist ein Ostschweizer Unternehmen, spezialisiert auf Bodenbeläge, Vorhänge und Teppiche. www.bleikerag.ch'. Below the bio, it shows '20 Beiträge', '1 Abonnenten', and '0 abonniert'. The main feed area displays three photos: a bathroom with a white vanity and orange wall, a bathroom with a white vanity and light wood floor, and a living room with light wood floors and white furniture.

FINDEN

Hashtags



FINDEN



Der Verband online?



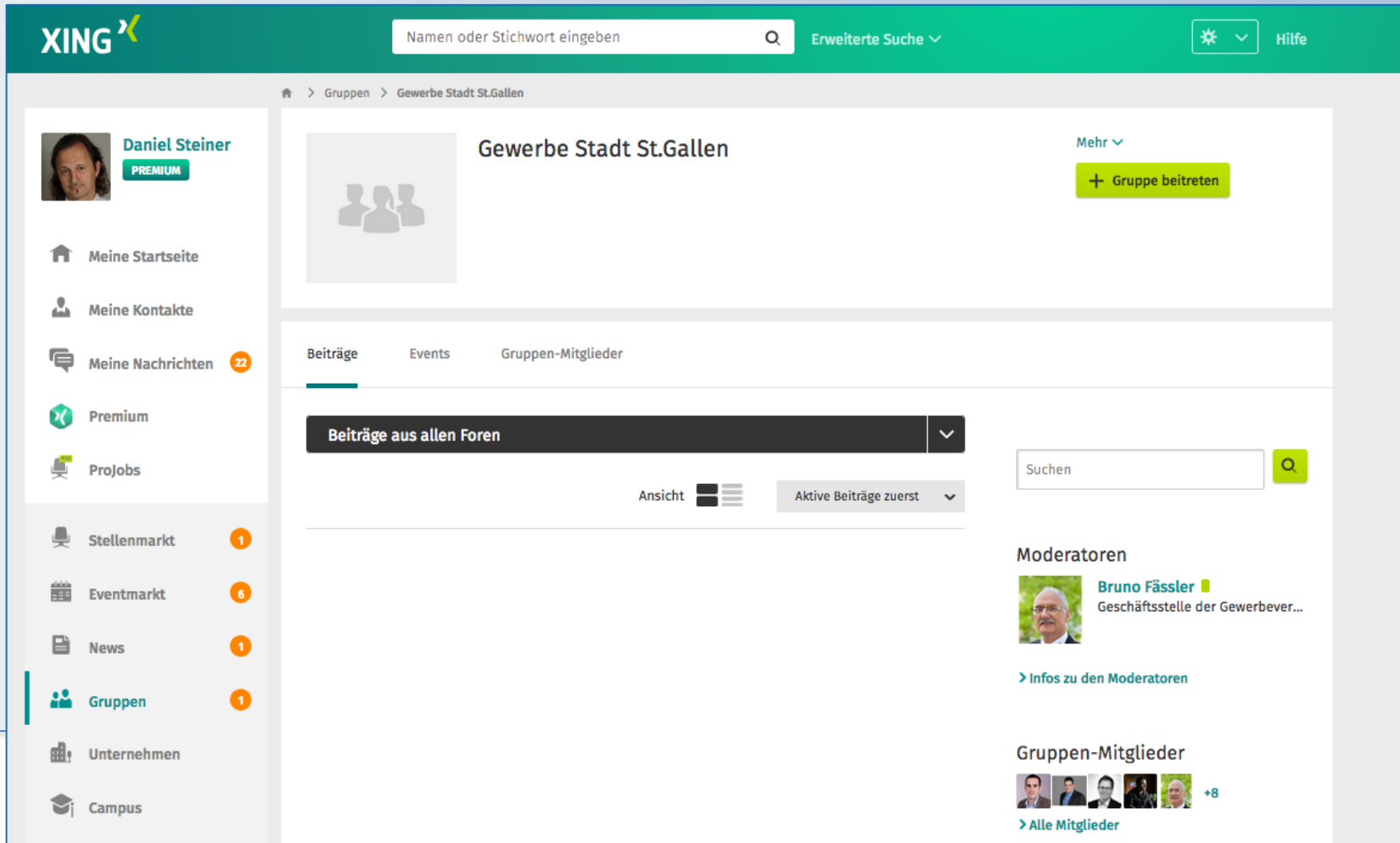
Ein Gewerbeverband ist ein Netzwerk und erarbeitet innovative und nachhaltige Lösungen für die zukünftigen Herausforderungen:

- Xing-Gruppe nicht aktiv
- nur ein Mitarbeiter auf Xing
- keine Events auf Xing

FINDEN



Gewerbe Stadt St.Gallen



XING Erweiterte Suche Hilfe

Home > Gruppen > Gewerbe Stadt St.Gallen

Daniel Steiner PREMIUM

Meine Startseite
Meine Kontakte
Meine Nachrichten 22
Premium
ProJobs
Stellenmarkt 1
Eventmarkt 6
News 1
Gruppen 1
Unternehmen
Campus

Gewerbe Stadt St.Gallen Mehr
+ Gruppe beitreten

Beiträge Events Gruppen-Mitglieder

Beiträge aus allen Foren

Suchen

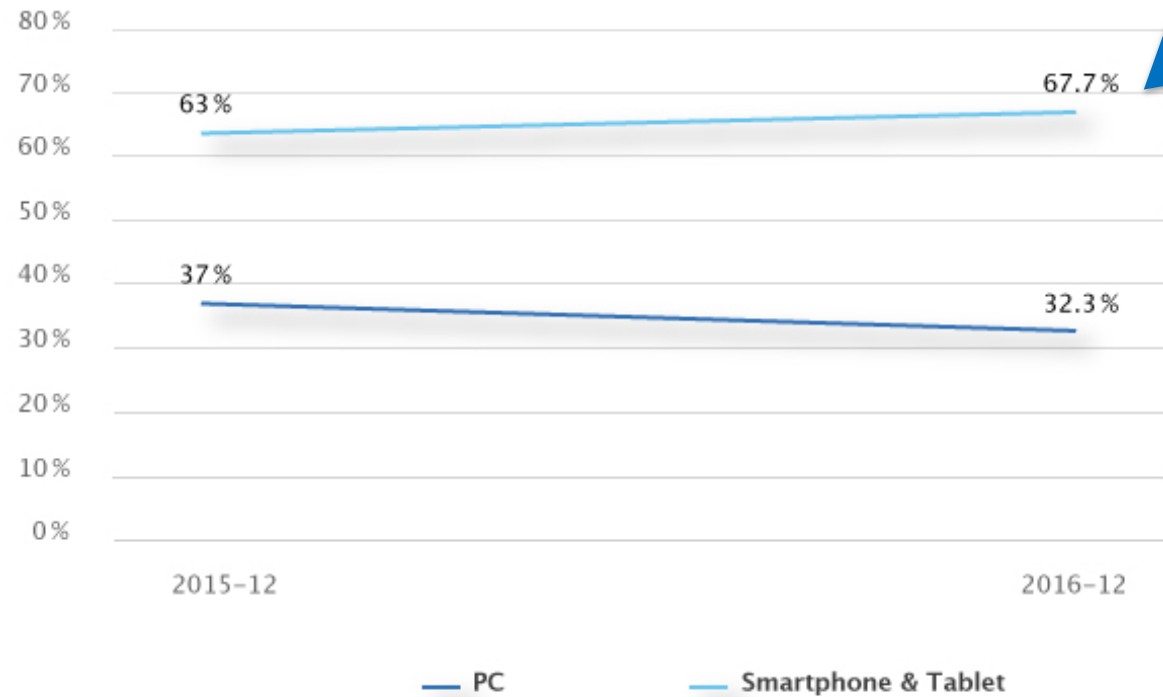
Moderatoren
Bruno Fässler
Geschäftsstelle der Gewerbever...
> Infos zu den Moderatoren

Gruppen-Mitglieder
+8
> Alle Mitglieder

FINDEN

Mit dem Handy aufs Web

Web-Besuche (Visits) | nach Device



FINDEN

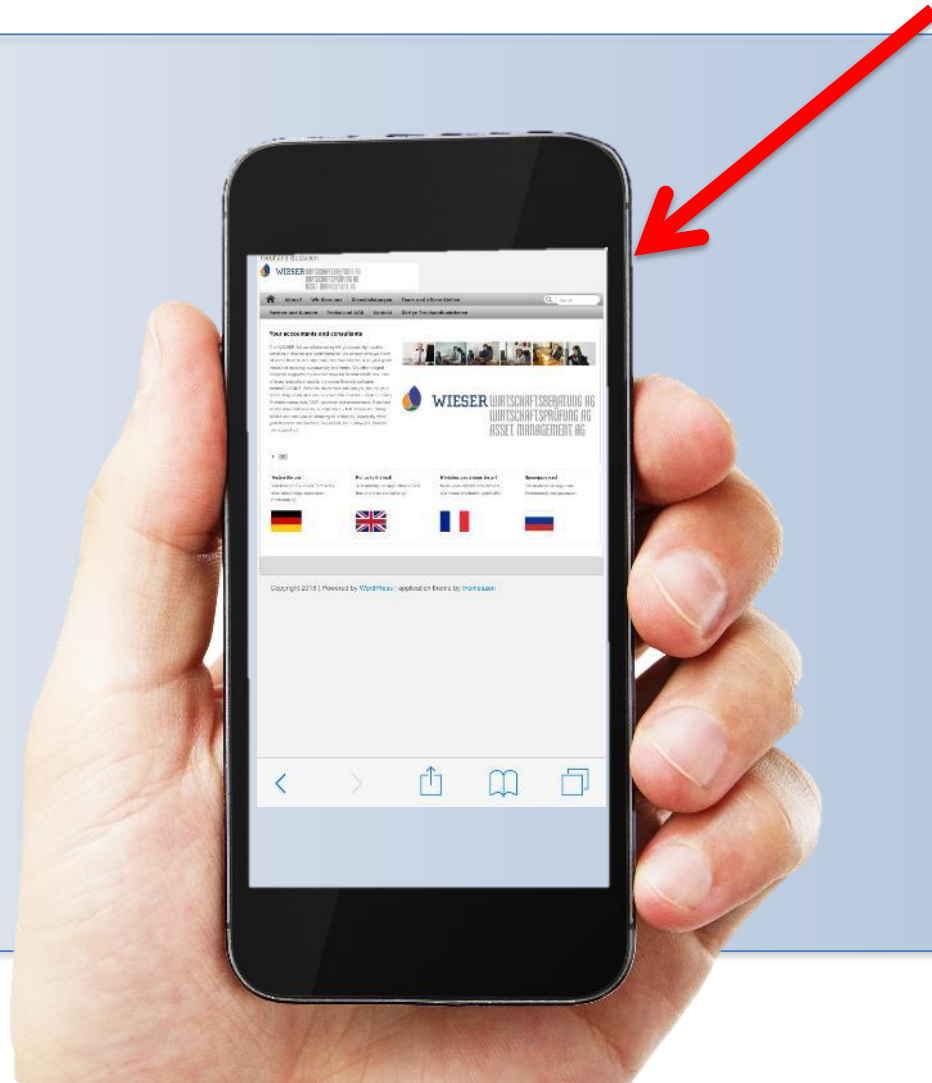


Responsive Webseiten



FINDEN

Nicht bedienbar



FINDEN

Responsive Webseiten



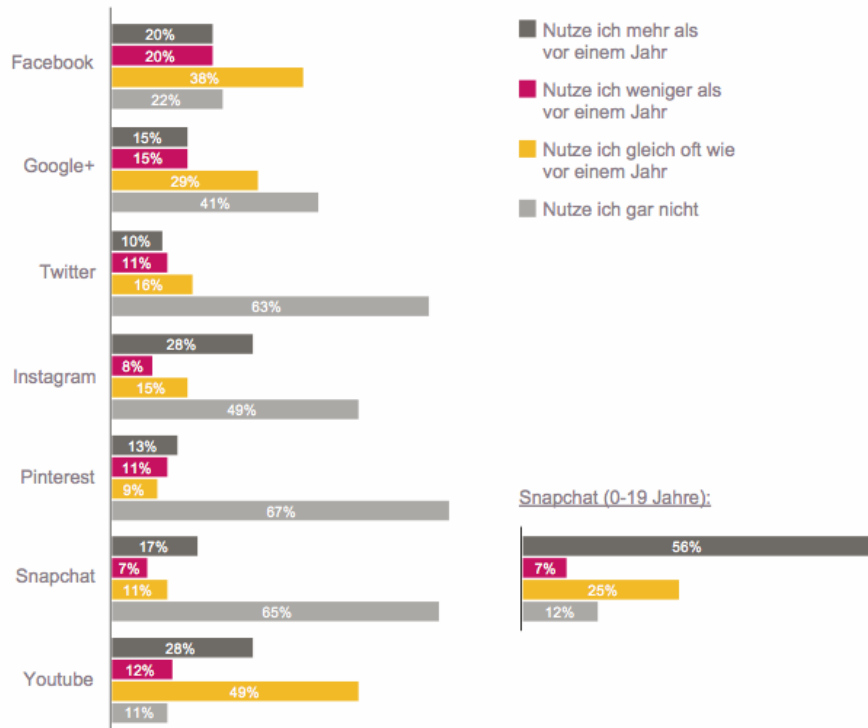
2) Gezielte Werbung und Verkaufsförderung

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |



i Wo Sie die Kunden finden

Welche Social Media Tools nutzen Sie wie intensiv?

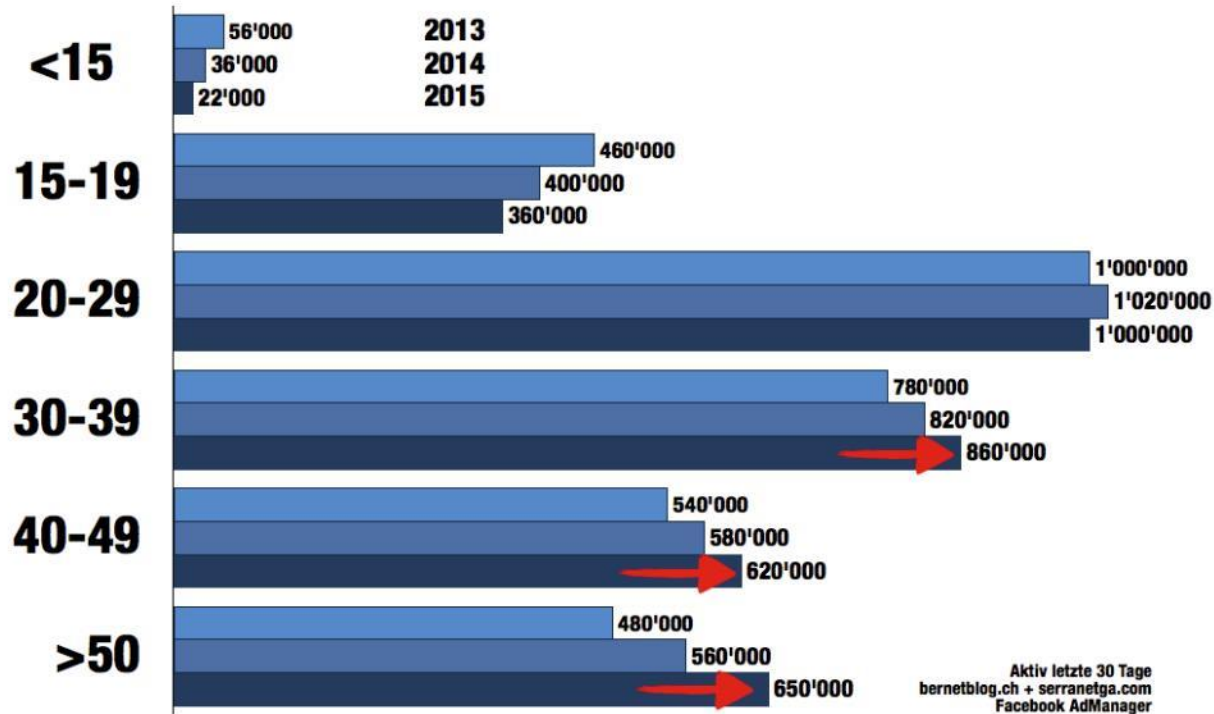


KUNDEN

Nichts für Junge aber für Ihre Kunden



Facebook: Entwicklung Altersklassen Schweiz




KUNDEN

Call to action (Posten und auffordern ...)



Füge einen Button zu deiner Seite hinzu

Vorschau



Gefällt dir Abonniert Teilen ... Button auf Seite hinzufügen

1. Schritt: Welcher Button soll angezeigt werden?

Über den Button oben auf deiner Seite wird zu einer bestimmten Handlung aufgerufen. Der Button wird auf deiner Seite und in Suchergebnissen beim Aufrufen deiner Seite angezeigt. Er kann jederzeit bearbeitet werden.

- Termin vereinbaren
- Dich kontaktieren
- Infos zu deinem Unternehmen
- Einkaufen oder spenden
- Deine App herunterladen oder dein Spiel spielen

KUNDEN



Posts bringen selten Reichweite aber Werbung



- Einzigartige Werbetoole
- Gezieltes Targeting (Zielgruppe)
- Verschiedene Ziele
- Gutes PreisLeistungsverhältnis











KUNDEN



Posten versus werben

Alle veröffentlichten Beiträge

Reichweite: Organisch / Bezahlt | Beitragsklicks | Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

Veröffentlicht	Beitrag	Typ	Zielgruppe	Reichweite ⁱ	Interaktionen	Hervorheben
31.05.2018 16:26	 Maler Lehre		🌐	228	6 12	Beitrag bewerben
26.05.2018 11:22	 Suchst du noch eine Lehrstelle oder ein	📄	🌐	1,1K	44 19	Promotion anzeigen
20.04.2018 16:35	 Algen und Schimmel nachhaltig	📄	🌐	580	47 18	Beitrag bewerben
11.04.2018 07:52	 Bin stolz auf meine Mitarbeiter Steffi und	📄	🌐	326	166 39	Beitrag bewerben
24.02.2018 19:54	 Ab morgen sind die rund 90 komplett	📄	🌐	95	33 7	Beitrag bewerben
07.04.2017 22:50	 Fassadenrenovation Ulrich-Röschstrasse	📄	🌐	64	1 5	Beitrag bewerben
13.03.2017 12:21	 Die Harzenmoser Maler + Gipser hat	🔗	🌐	71	2 5	Beitrag bewerben
13.03.2017 12:21	 Die Harzenmoser Maler + Gipser	📹	🌐	430	89 13	Beitrag bewerben
13.03.2017 11:02	 Grenzenlos fugenlos	📄	🌐	6	47 0	Beitrag bewerben
13.03.2017 10:48	 Es ist jetzt noch einfacher, Die	🔗	🌐	6	0 1	Beitrag bewerben



KUNDEN



Die Hälfte stört Werbung nicht















KUNDEN

Gezielt werben



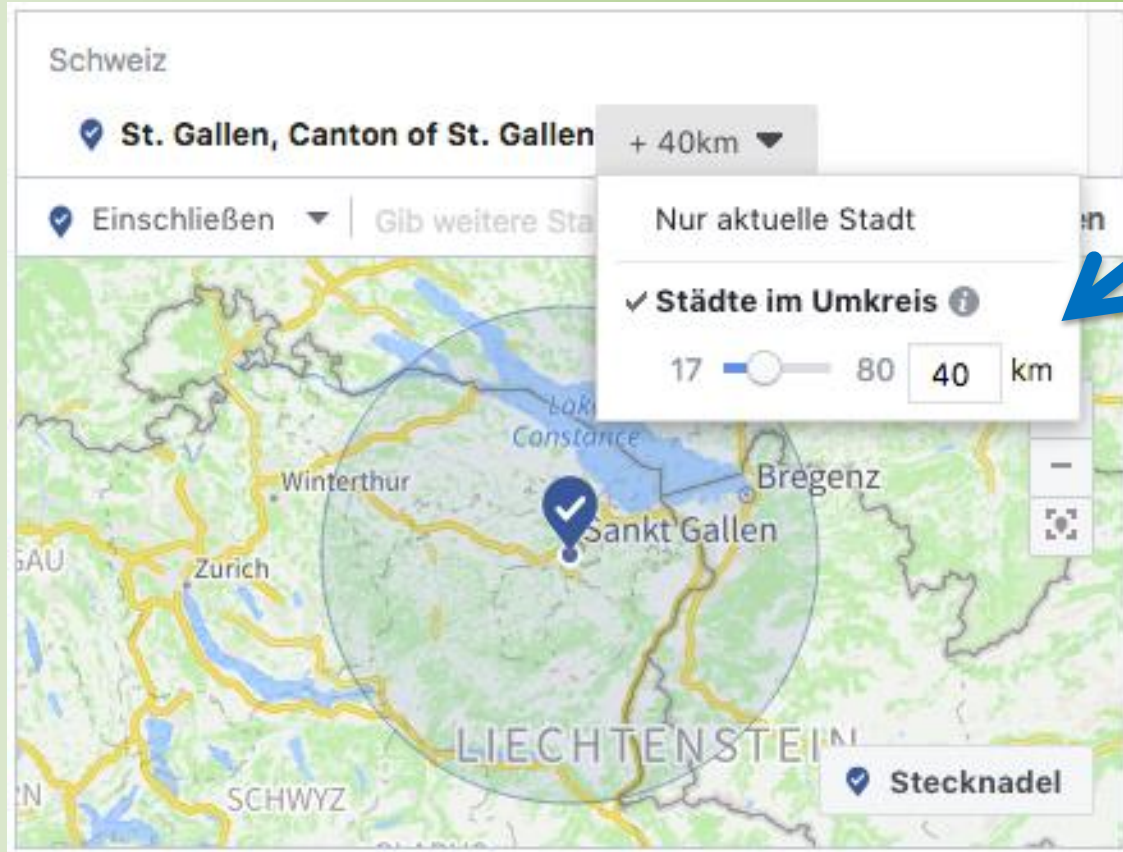
Wie lautet dein Marketingziel? [Hilfe: Ein Ziel auswählen](#)

Bekanntheit	Erwägung	Conversion
 Markenbekanntheit	 Traffic	 Conversions
 Reichweite	 Interaktionen	 Katalogverkäufe
	 App-Installationen	 Besuche im Geschäft
	 Videoaufrufe 	
	 Leadgenerierung	
	 Nachrichten	



KUNDEN

Lokal und regional werben




KUNDEN



Potenzielle Kunden suchen Sie

Detailliertes Targeting

Personen **EINSCHLIESSEN**, auf die mindestens **EINES** der folgenden Merkmale zutrifft 

Demografische Angaben > Lebensereignisse

Kürzlich umgezogen



Demografie, Interessen oder Verhaltens... | **Vorschläge** | **Durchsuchen**

Personen ausschließen oder Zielgruppe eingrenzen

KUNDEN



Targeting nach Interesse

Interessen > Zusätzliche Interessen

Recycling

Demografie, Interessen oder Verhaltensw... | **Vorschläge** | Durchsuchen

Zero waste	Interessen
Nachhaltigkeit	Interessen
Umweltschutz	Interessen
Sustainable products	Interessen
Verwertung von Kunststoffabfällen	Interessen
Naturschutz	Interessen
Sustainable living	Interessen
Plastic pollution	Interessen
Ökologie	Interessen

KUNDEN

Regionale Mode-Zielgruppen



Demografie, Interessen oder Verhaltensw... | **Vorschläge** | **Durchsuchen**

▼ Einkaufen und Mode	<input type="checkbox"/>
▶ Bekleidung	
▶ Einkaufen	
▶ Modeaccessories	
▶ Schönheit	
Spielzeuge	<input type="checkbox"/>
▶ Essen und Trinken	<input type="checkbox"/>
▶ Familie und Beziehungen	<input type="checkbox"/>
▶ Fitness und Wellness	<input type="checkbox"/>

KUNDEN



Berufsgruppen ansprechen

Branchen	
Architektur und Ingenieurwesen	<input type="checkbox"/>
Baugewerbe und Abriss	<input type="checkbox"/>
Bildung und Bibliotheken	<input type="checkbox"/>
Bio-, Physik- und Sozialwissenschaften	<input type="checkbox"/>
Dienstleistungen im Bereich Schutz und Sicherheit	<input type="checkbox"/>
Essen und Restaurants	<input type="checkbox"/>
Gemeinnützige und soziale Dienste	<input type="checkbox"/>
Gesundheit- und Sportwesen	<input type="checkbox"/>

KUNDEN



Reise-Zielgruppen

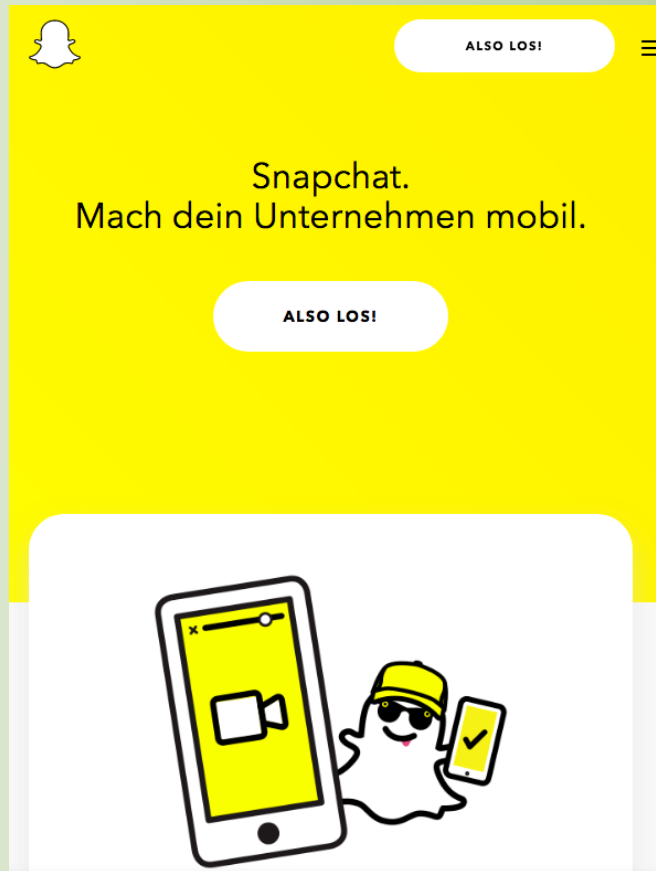


Demografie, Interessen oder Verhaltensw... | [Vorschläge](#) | [Durchsuchen](#)

- ▶ **Multikulturelle Interessen**
- ▶ **Nutzer von Mobilgeräten**
- ▼ **Reisen**
 - Pendler**
 - Vielreisende**
 - Vor 1 Woche von einer Reise zurückgekehrt**
 - Vor 2 Wochen von einer Reise zurückgekehrt**
- ▶ **Soccer**
- ▶ **Weitere Kategorien**

KUNDEN

Und für ganz junge Zielgruppen < 20 J.



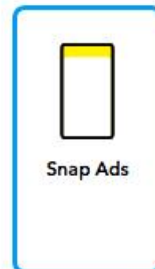
KUNDEN

Werben auf Snapchat



Snap Ads

Die original vertikale Video-Anzeige - jetzt mit genau auf deine Werbeziele abgestimmten Anhängen.



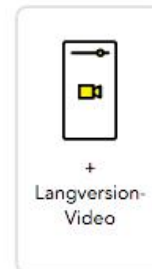
Snap Ads



+ Webansicht



+
Aufforderung
zum App-
Download



+
Langversion-
Video

Snap Ads sind full-screen, 100% sichtbar und immer mit Ton.

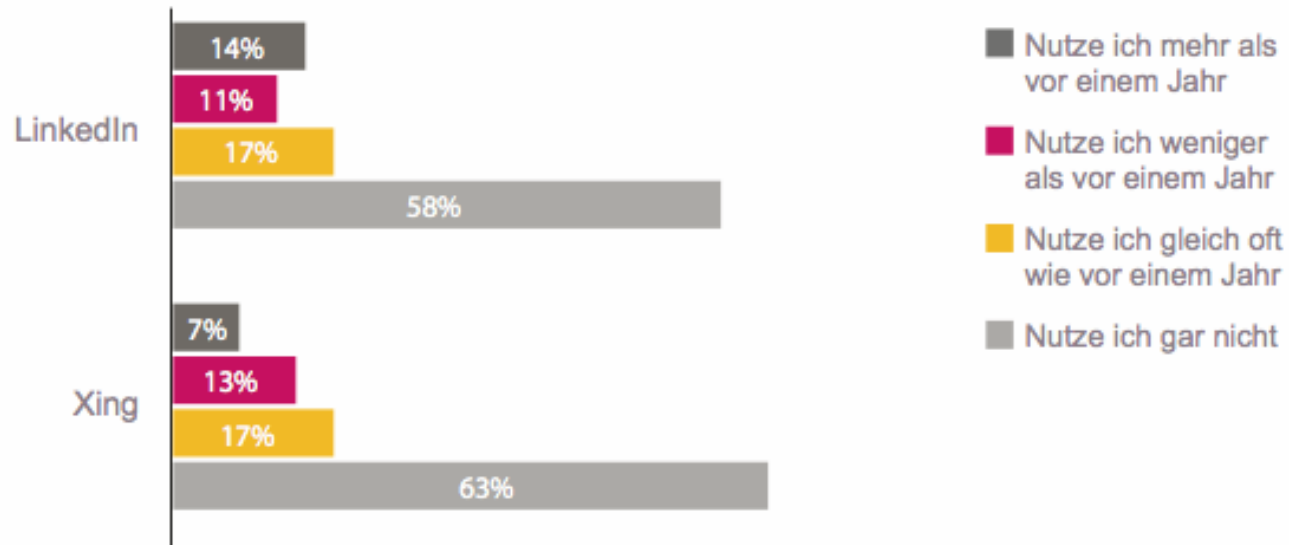
KUNDEN

Business Netzwerke



KUNDEN

Wie oft nutzen Sie folgende berufliche soziale Netzwerke?





Business to Business: Leads generieren

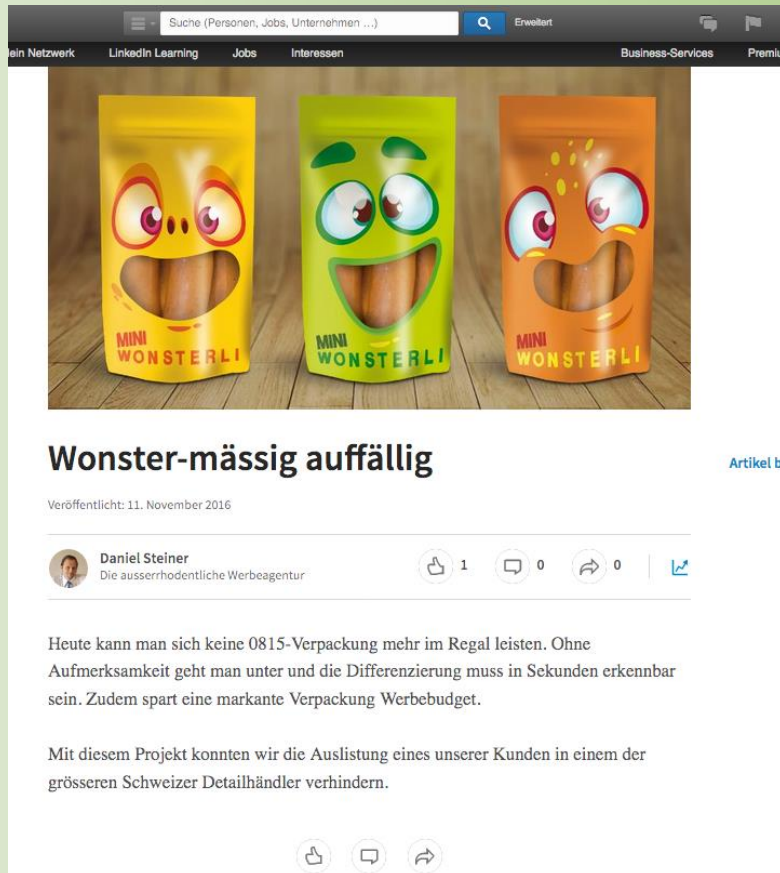


- Xing und LinkedIn
- Beiträge schreiben (LinkedIn)
- Interessante Werbetoools (Xing/LinkedIn)
- Gezielt nach Geschäftsleuten suchen (Kanal wechseln bei der Akquisition)
- Gruppenfunktion nutzen
- Netzwerke aufbauen und festigen

KUNDEN




Artikel schreiben – Interessenten finden



Suche (Personen, Jobs, Unternehmen ...)

Erweitert

Mein Netzwerk LinkedIn Learning Jobs Interessen Business-Services Premium



Wonster-mässig auffällig

Artikel be

Veröffentlicht: 11. November 2016

Daniel Steiner
Die ausserrhodentliche Werbeagentur

1 0 0

Heute kann man sich keine 0815-Verpackung mehr im Regal leisten. Ohne Aufmerksamkeit geht man unter und die Differenzierung muss in Sekunden erkennbar sein. Zudem spart eine markante Verpackung Werbebudget.

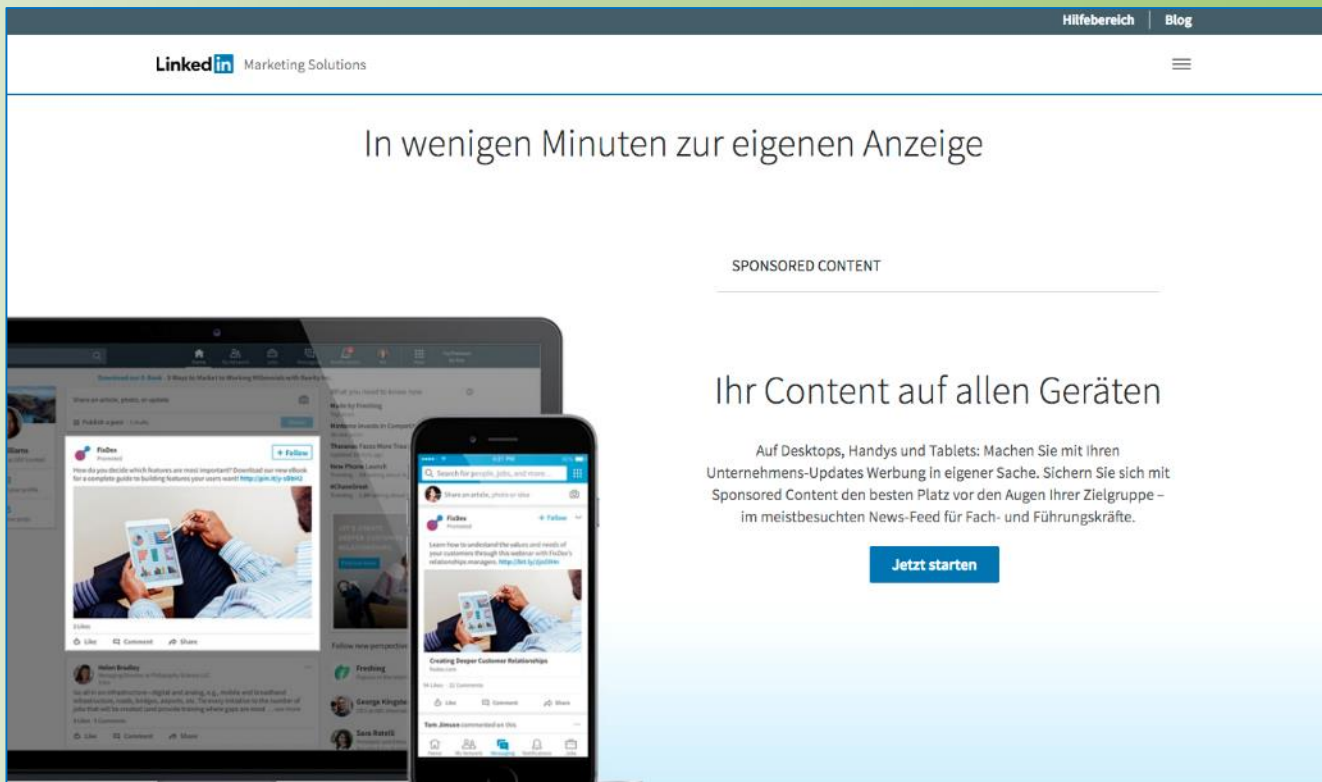
Mit diesem Projekt konnten wir die Auslistung eines unserer Kunden in einem der grösseren Schweizer Detailhändler verhindern.

1 0 0

KUNDEN



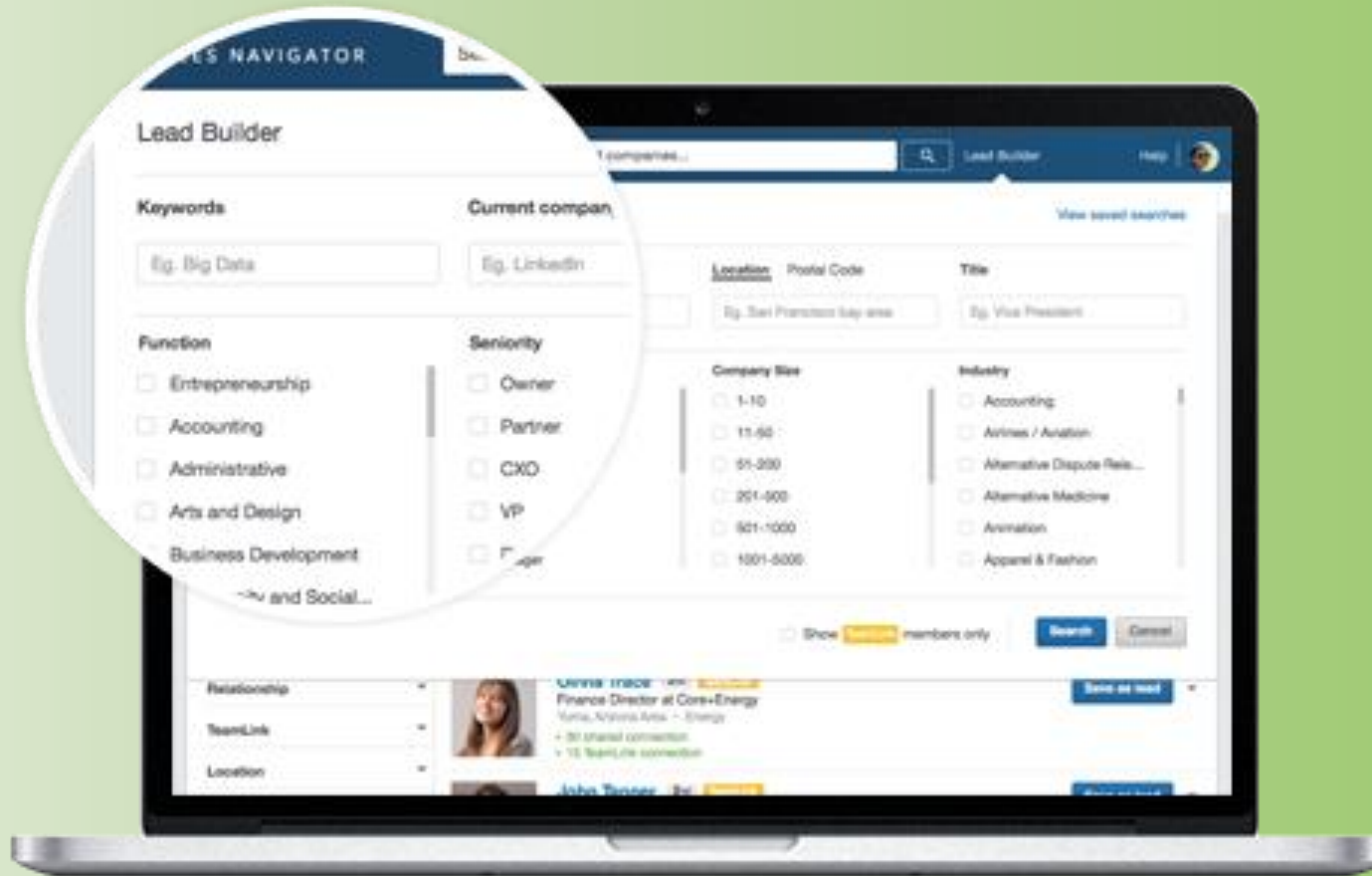
Mit Sponsored Content Leads generieren



The screenshot shows the LinkedIn Marketing Solutions interface. At the top, there are links for 'Hilfereich' and 'Blog'. The main heading reads 'In wenigen Minuten zur eigenen Anzeige'. Below this, a section titled 'SPONSORED CONTENT' is visible. The central text says 'Ihr Content auf allen Geräten' (Your content on all devices). Below this, a paragraph explains: 'Auf Desktops, Handys und Tablets: Machen Sie mit Ihren Unternehmens-Updates Werbung in eigener Sache. Sichern Sie sich mit Sponsored Content den besten Platz vor den Augen Ihrer Zielgruppe – im meistbesuchten News-Feed für Fach- und Führungskräfte.' A blue button labeled 'Jetzt starten' (Start now) is positioned at the bottom of this section. To the left, there are three overlapping device screens (desktop, tablet, and smartphone) displaying a sponsored post from 'Fidus' about 'How do you decide which features are most important?'.

KUNDEN

Mit Sales Navigator Leads generieren



KUNDEN

3) Lehrlinge und Fachkräfte finden

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |

Recruiting mit LinkedIn



MITARBEITER



Recruiting mit Xing



03 XING eRecruiting 2.0 Effizient Fach- und Führungskräfte finden!



3 Lösungen für Ihr Recruiting-Geschäft

<p>1</p> <p>Jobanzeige aufgeben</p> <ul style="list-style-type: none">• XING Jobs 	<p>2</p> <p>Kandidaten direkt suchen</p> <ul style="list-style-type: none">• Recruiter-Mitgliedschaft 	<p>3</p> <p>Employer Branding</p> <ul style="list-style-type: none">• Unternehmensprofile• Professionelle Gruppen 
--	--	---


MITARBEITER




Job-Anzeige auf Facebook (neu)



Beitragsdetails

 **Auto-Zentrum West AG** hat einen Job gepostet.
Gepostet von Daniel Steiner [?] · 26. Juni · 🌐



Automechaniker

Wir suchen einen gelernten Automechaniker. Von Vorteil wäre Berufserfahrung der Marke Ford, Maserati oder Jeep. Fundierte Ausbildung und...

ST GALLEN, SWITZERLAND · VOLLZEIT [Jetzt bewerben](#)

MITARBEITER

Alle erreichen, nicht nur „Suchende“



Demografie, Interessen oder Verhaltensw...	Vorschläge	Durchsuchen
Paint Specialist	Berufsbezeichnungen	
Painting Contractor	Berufsbezeichnungen	
Mechaniker	Berufsbezeichnungen	
Painter Supervisor	Berufsbezeichnungen	
Kfz-Mechatroniker	Berufsbezeichnungen	
Maler und Lackierer	Interessen	
Autobody Technician	Berufsbezeichnungen	

MITARBEITER

4) Mehr Wirkung und Effizienz

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |



Videos für mehr Aufmerksamkeit



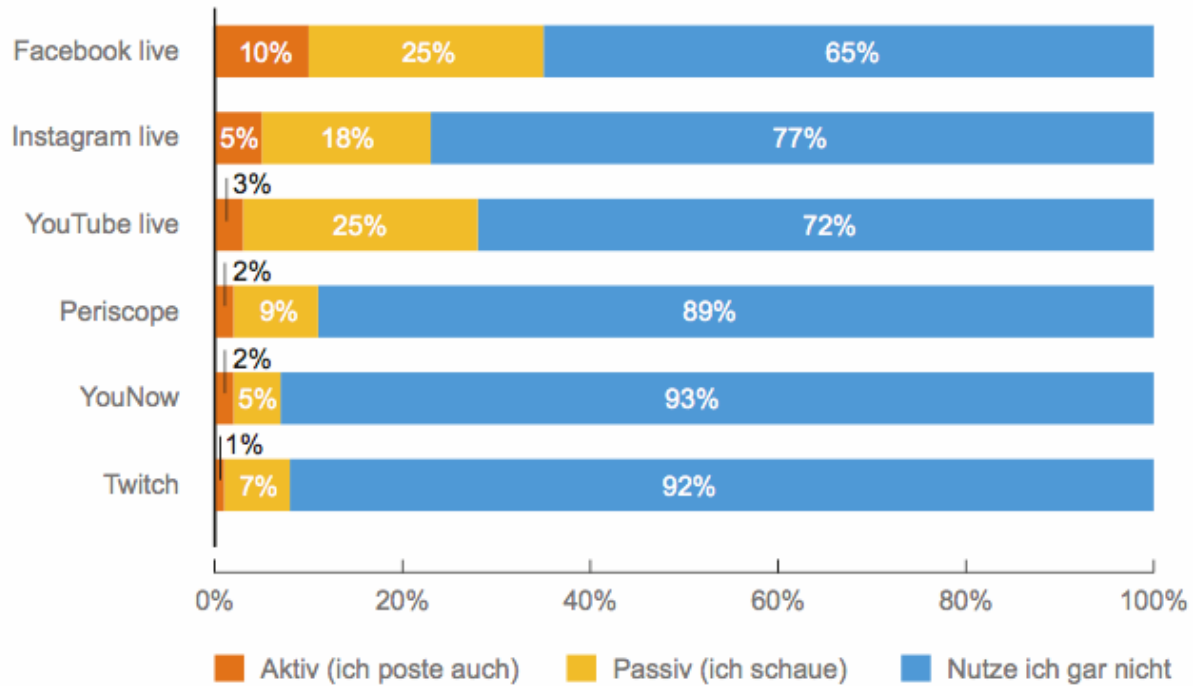
Jüngere Zielgruppen
Mehr Emotionen
Höhere Aufmerksamkeit
Längere Verweildauer
Bessere Erinnerung
Möglichkeit für Mehrwerte (Tutorials,
Unterhaltung, Demonstration)

WIRKUNG

Web goes Video



Welche Livestreaming Apps nutzen Sie?



WIRKUNG

Web goes Video



facebook

TV-Spots und Facebook Video Ads
**ZUSAMMEN
MEHR BÄM!**

Steigerung der Kaufwahrscheinlichkeit
+117%
bei Kontakt mit beiden Medien *

Sowohl TV- als auch Facebook-Bewegtvidokampagnen bewirken eine Steigerung der Kaufwahrscheinlichkeit der beworbenen Produkte. Laut unserer neuesten GfK-Studie zeigten Haushalte, die Kontakte mit derselben Kampagne auf beiden Medien hatten, sogar eine mehr als doppelt so hohe Steigerung (117%) der Kaufwahrscheinlichkeit im Vergleich zu Haushalten, die lediglich über TV erreicht wurden. Die Kombination beider Medien stellt einen effizienten Weg dar, um Zielgruppen effizient und in wirksamen Kontaktfrequenzen zu erreichen.




WIRKUNG



Videos auf Facebook



<input type="checkbox"/>	Name der Anzeigengruppen		Auslieferung	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Budget	Ausgegebener Betrag
<input type="checkbox"/>	Beitrag: „Gartenbeleuchtung. Verlängern Sie die Abende im...“		• Vor Kurzem beendet	830 10-sekündi...	4.225	7.664	0,06 Fr. Pro 10-sekүн...	50,00 Fr. Laufzeit	50,00 Fr. von 50,00 Fr.

WIRKUNG

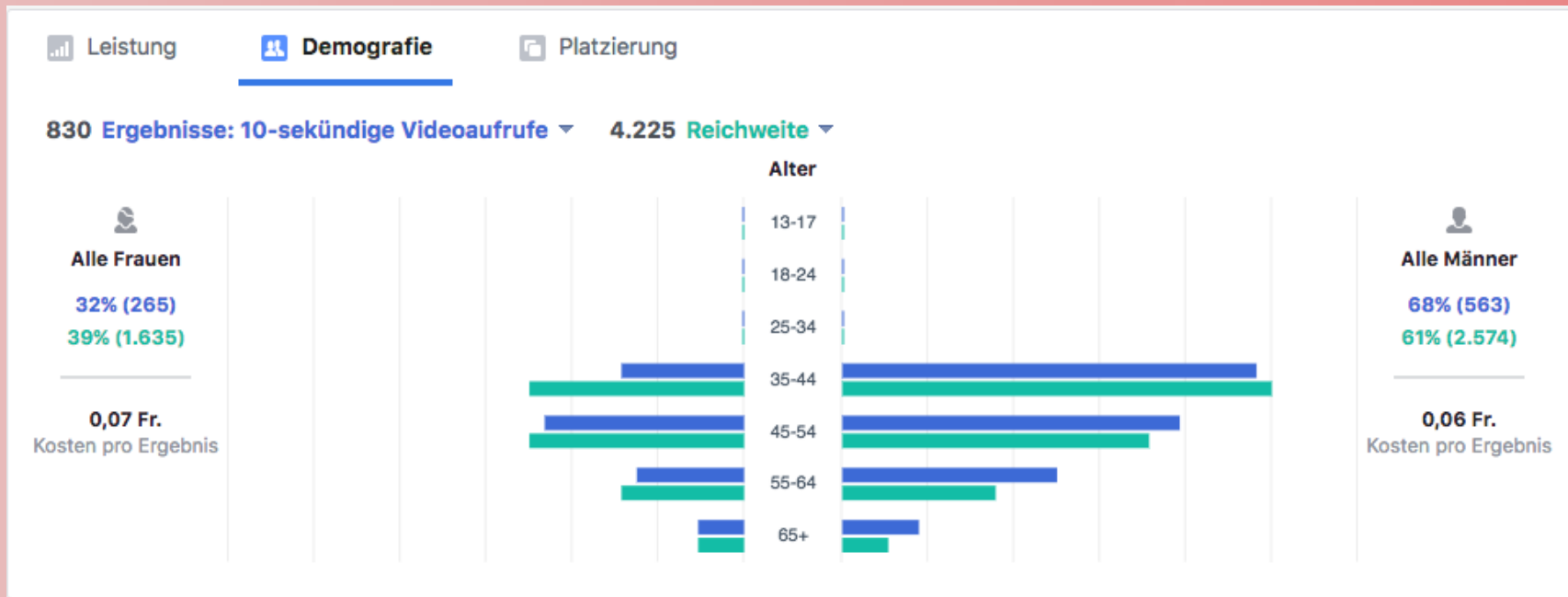


Einfaches Controlling



WIRKUNG

Starke Wirkung – tiefe Kosten



WIRKUNG

YouTube – die zweitgrösste Suchmaschine



- Riesige Reichweite (87%)
- Verknüpfung mit Google-Diensten
- Suchmaschinenrelevant
- Kanal (abonnierbar)
- immer mehr mobil und professionell genutzt
- Kundenlösungen bieten

WIRKUNG

Eigenes Video aber kein Kanal

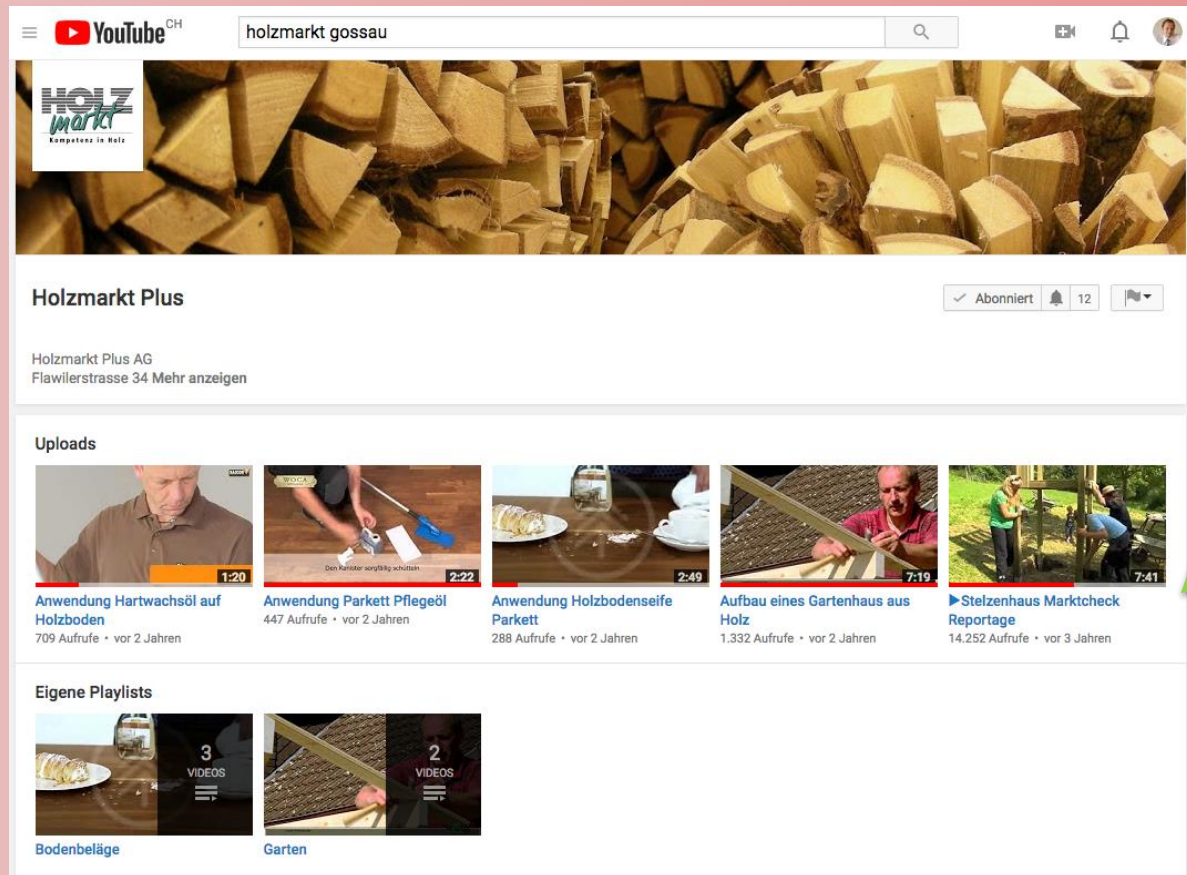


The screenshot shows a YouTube search interface for 'H. Fatzer'. The search bar at the top contains the text 'H. Fatzer'. Below the search bar, there are two video results:

- 1A.TV - H. Fatzer AG, St. Gallen (Video)**
clips1a
vor 1 Jahr • 675 Aufrufe
Video-Homepage <http://1a.tv/> Video-Firmenverzeichnis H. Fatzer AG
Harzbüchelstrasse 14 9000 Sankt Gallen Telefon: +41 71 ...
- H. Fatzer AG**
E-Druck St.Gallen
vor 6 Jahren • 2.184 Aufrufe
Firmenportrait.

WIRKUNG

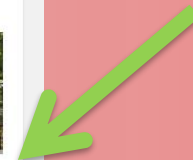
Dienstleistungen für Kunden



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Holzmarkt Plus'. The channel name is 'Holzmarkt Plus' and the location is 'Flawilerstrasse 34 Mehr anzeigen'. The 'Uploads' section features five videos:

- Anwendung Hartwachsöl auf Holzboden** (1:20) - 709 Aufrufe • vor 2 Jahren
- Anwendung Parkett Pflegeöl** (2:22) - 447 Aufrufe • vor 2 Jahren
- Anwendung Holzbodenseife Parkett** (2:49) - 288 Aufrufe • vor 2 Jahren
- Aufbau eines Gartenhaus aus Holz** (7:19) - 1.332 Aufrufe • vor 2 Jahren
- Stelzenhaus Marktcheck Reportage** (7:41) - 14.252 Aufrufe • vor 3 Jahren

The 'Eigene Playlists' section shows two playlists: 'Bodenbeläge' (3 VIDEOS) and 'Garten' (2 VIDEOS).



WIRKUNG



Tipps



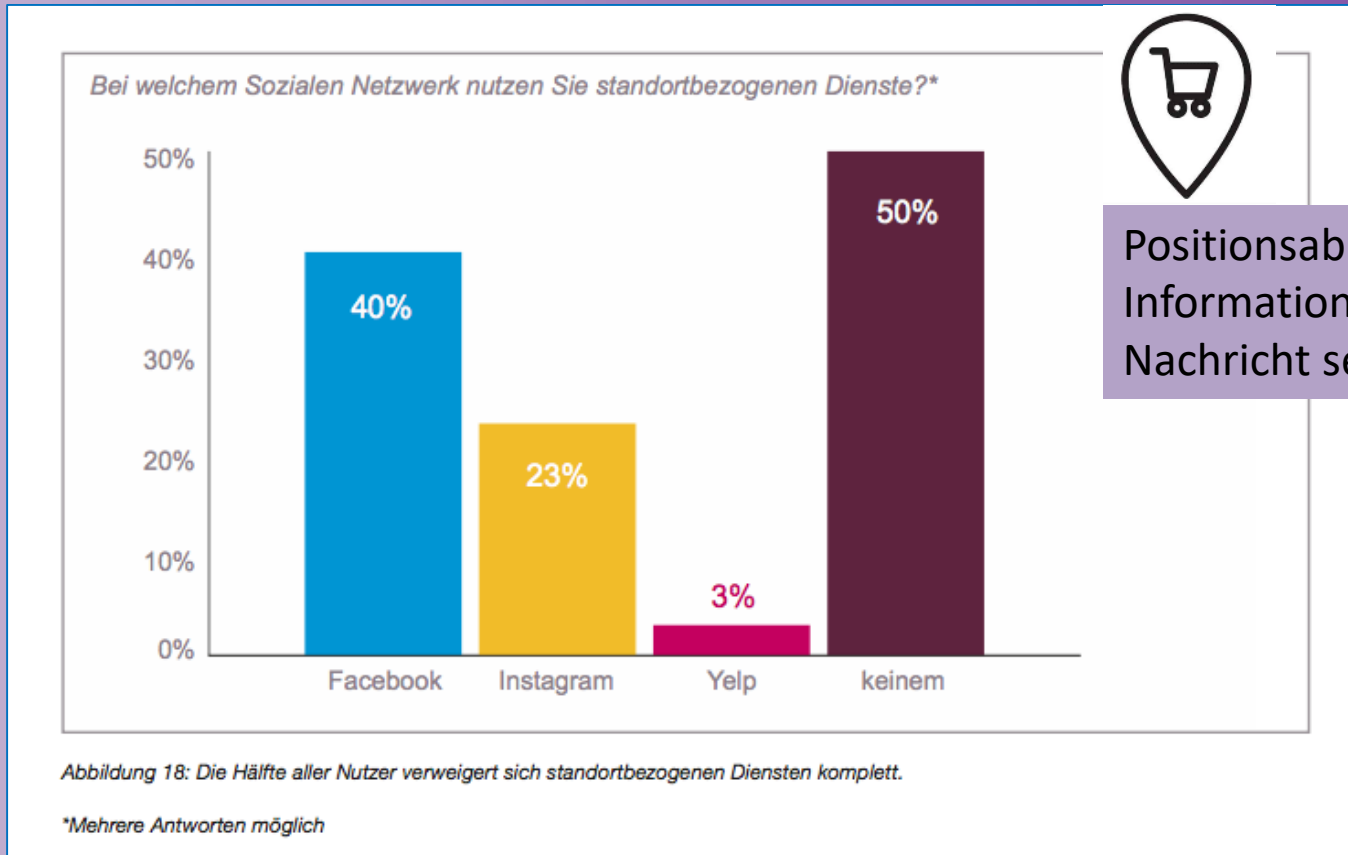
- Kanal einrichten (falls eigene oder Lieferanten-Videos vorhanden) Youtube (+ Vimeo)
- Kanal designen
- Aussagekräftiges Video-Vorschaubild
- Videobeschreibung und verwendet passende
- Youtube Tags
- Verlinken mit Website und Social Media
- Werbemöglichkeiten prüfen
- Playlists verwenden
- *Deaktivieren „weitere Video-Empfehlungen“ unterhalb des Embed Codes auf der Youtube Video Seite. "Mehr anzeigen" und Haken entfernen bei "Nach Ende des Videos vorgeschlagene Videos einblenden"*

WIRKUNG

5) Kunden ins Geschäft bringen

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |

Konkurrenz durch Online-Shops



Positionsabhängige Informationen als Push-Nachricht senden

SHOPPING

Mehr Ladenfrequenz dank Onlineshop?









Die Landi-Läden haben 2017 nach einem Jahr der Stagnation ihren Umsatz auf 1,34 Milliarden Franken steigern können. Die Zunahme um drei Prozent kam vor allem dank mehr Kundschaft und der Einführung des Online-Shops zustande.

Die Kundenfrequenzen in den 273 Landi-Läden stiegen im Vergleich zum Vorjahr um über fünf Prozent, wie die Landi Schweiz AG am Donnerstag mitteilte. Vor allem das Sortiment Garten und Pflanzen sei stark nachgefragt worden. Der Mehrumsatz dort betrug mehr als sieben Prozent.

SHOPPING

Facebook bringt Kunden ins Geschäft



 Markenbekanntheit	 Traffic	 Conversions
 Reichweite	 Interaktionen	 Katalogverkäufe
	 App-Installationen	 Besuche im Geschäft



SHOPPING



Angebote nur im Geschäft einlösbar



Angebot erstellen

Informationen zum Angebot

Titel des Angebots 0 / 50
20 % Rabatt auf alle Bücher

Details 0 / 250
Sage mehr über dieses Angebot

Enddatum 17.9.2018 **Endzeit** 00:00

Einlösen des Angebots

Art des Promotincodes
Kein Code Ein Code Individuelle Codes

Gesamtanzahl der verfügbaren Angebote
1000

Erweiterte Optionen

Verbirg die **Share**-Option für dein Angebot. Personen können weiterhin einen Link kopieren und in dein Angebot einfügen und Freunde in den Kommentaren markieren. [Learn more.](#)

Detailseite Benachrichtigung E-Mail

20 % Rabatt auf deinen nächsten Einkauf
100 Personen haben dieses Angebot erhalten
Läuft am 17. September 2018 ab
Nur im Geschäft

Für später speichern Als genutzt markieren Angebot teilen

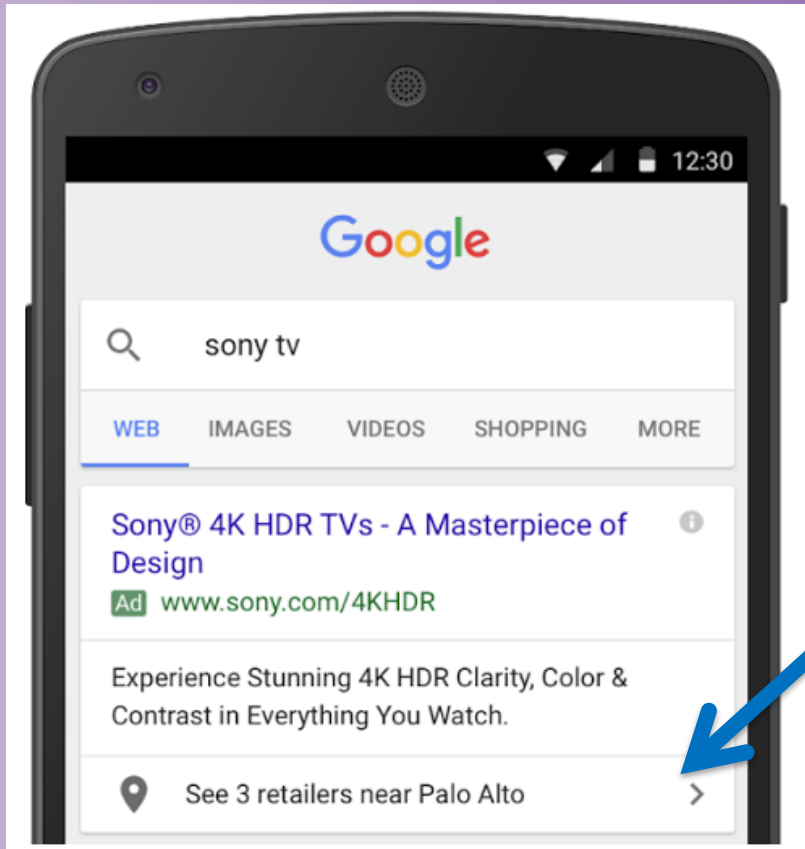
Details
Hier kannst du weitere Informationen zu deinem Angebot eingeben.

Nutzungsbedingungen
Hier findest du wichtige Regeln und rechtliche Informationen zu deinem Angebot.

Abbrechen Erstellen

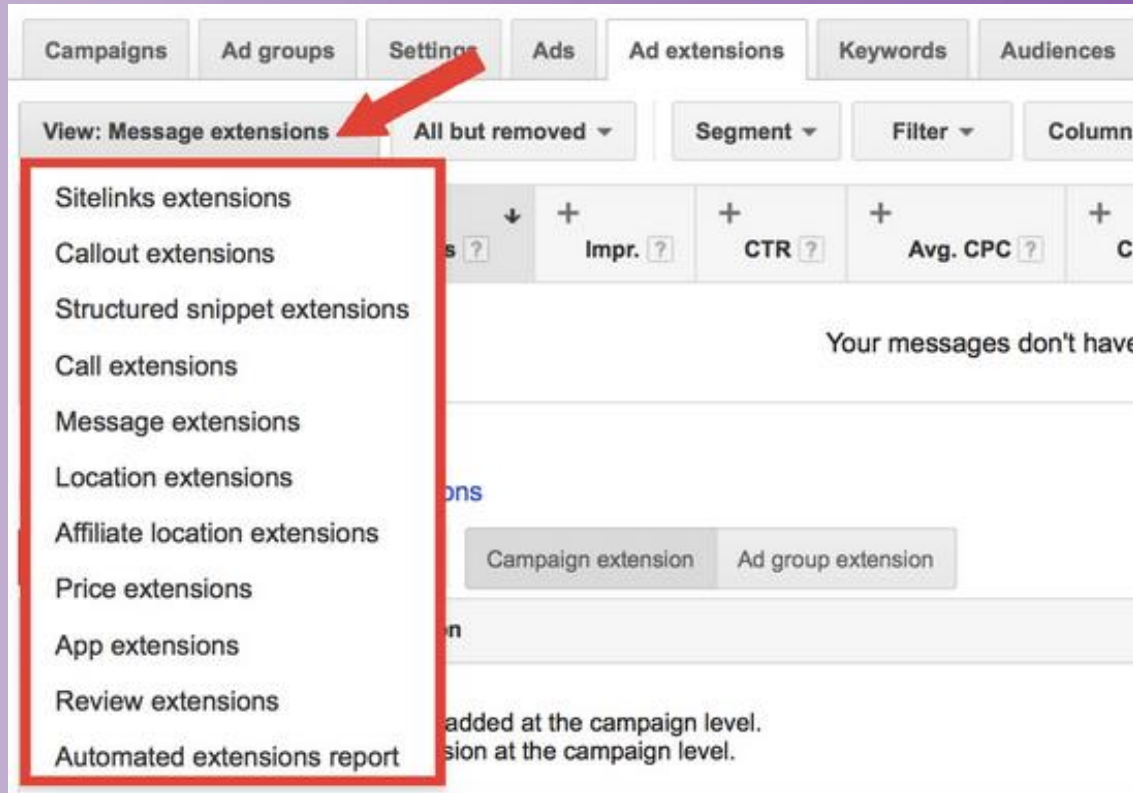
SHOPPING

Adwords mit Link zum Geschäft



SHOPPING

Affiliate Location Extensions

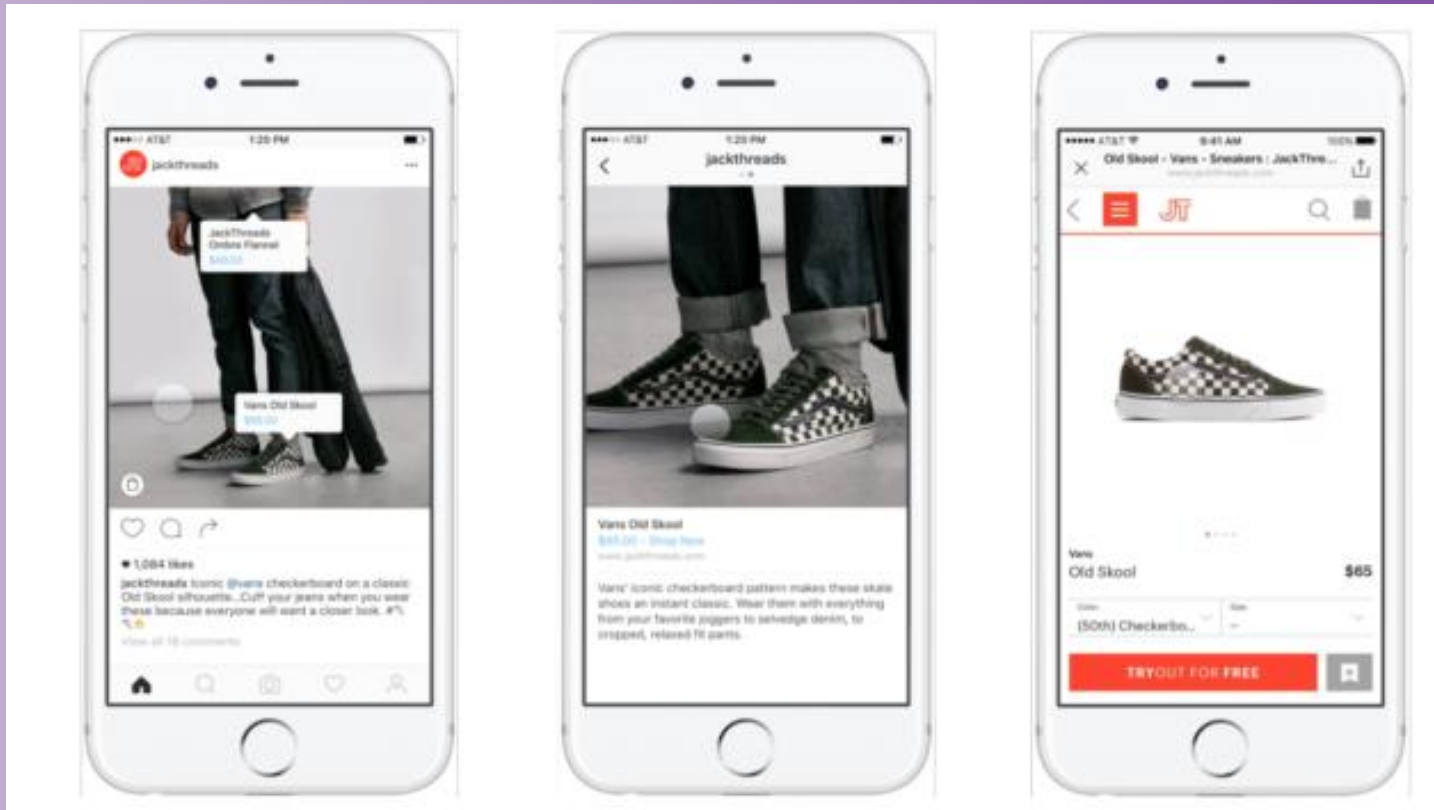


The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Settings' tab selected. A red arrow points to the 'View: Message extensions' dropdown menu, which is open and lists various extension types. The 'Affiliate location extensions' option is highlighted with a red box.

- Sitelinks extensions
- Callout extensions
- Structured snippet extensions
- Call extensions
- Message extensions
- Location extensions
- Affiliate location extensions**
- Price extensions
- App extensions
- Review extensions
- Automated extensions report

SHOPPING

Shoppable Posts – Junge suchen Inspiration auf Insta

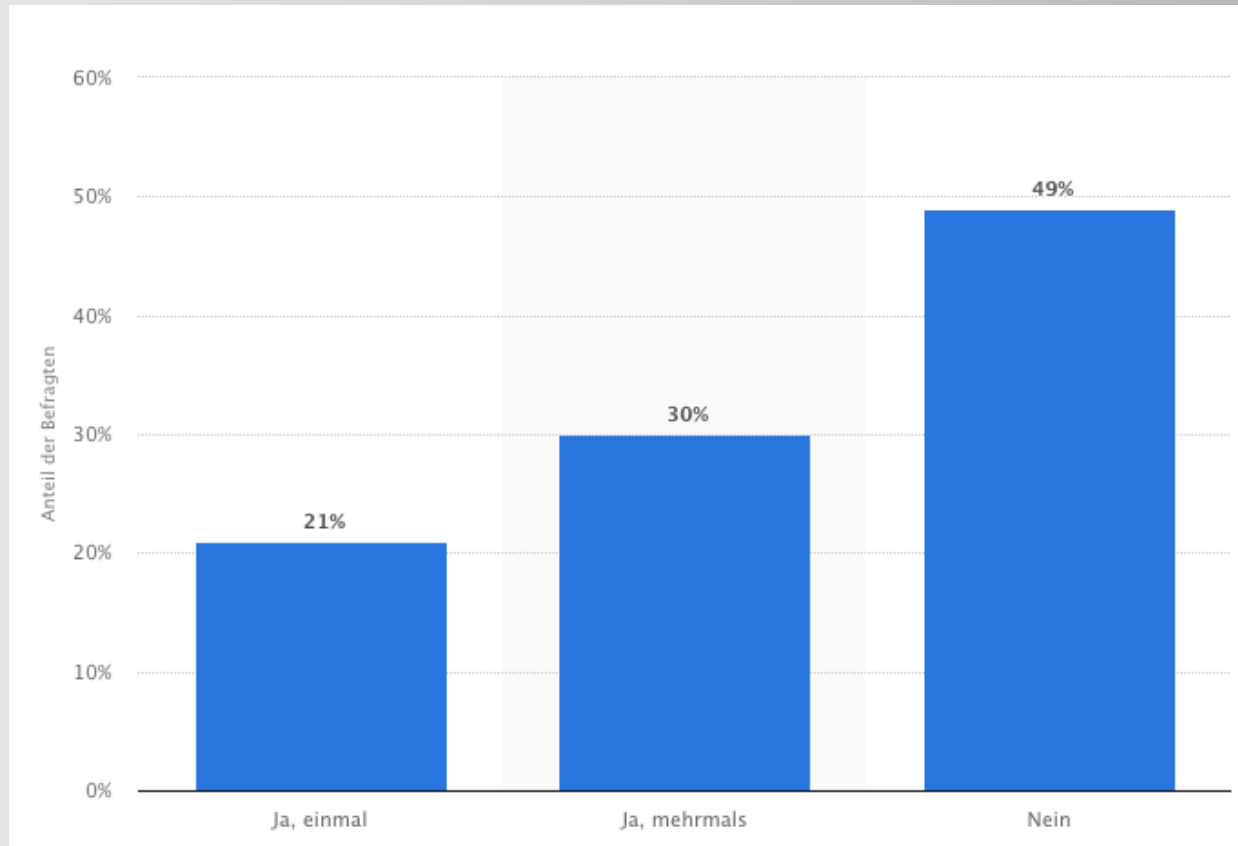


SHOPPING

6) Image verbessern

- | | |
|---|---|
| 1) Nicht gefunden werden | > optimale Online-Präsenz durch SEO |
| 2) Wenig Frequenz im Laden
Neue Kunden zu finden
Wenig Teilnehmer an Events | > Werbung und Verkaufsförderung
mit Targeting und Social Media Marketing-Tools |
| 3) Lehrstellen nicht besetzt
Fachkräfte schwierig zu finden | > gezielt auf Social Media rekrutieren |
| 4) Abnehmende Werbewirkung | > Wirkung und Effizienz steigern mit Videos |
| 5) Starke Konkurrenz durch Online-Shops | > Location based Services |
| 6) Schlechte Bewertungen/Image | > Social Media als Imagefaktor |

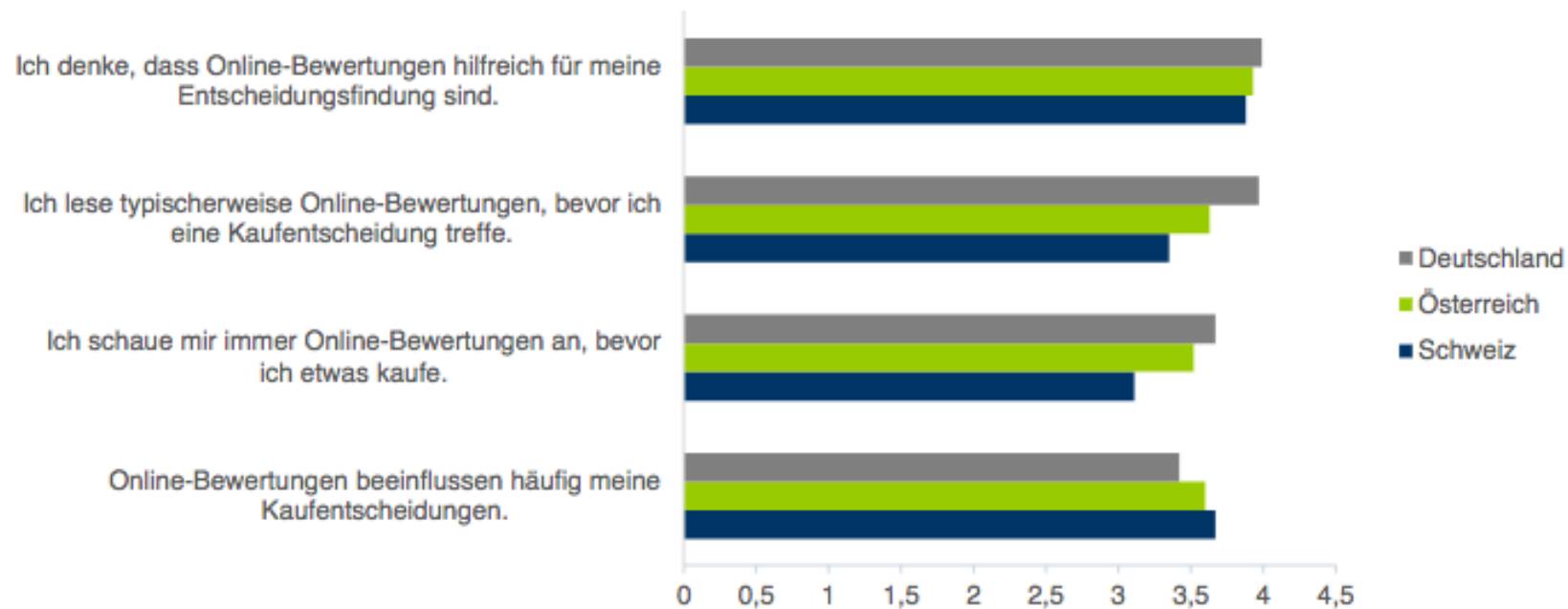
Aufgrund von Bewertungen etwas nicht gekauft



IMAGE

Aufgrund von Bewertungen etwas nicht gekauft

Einstellung gegenüber Online-Bewertungen



IMAGE

Bewertungen

Nicht nur ein Thema für Hotels und Restaurants

Als Arbeitgeber auf Kununu

Als Unternehmen auf Google, Facebook

IMAGE

Bewertungen als Arbeitgeber auf Kununu




kununu Workplace insights that matter Arbeitgeber suchen MEIN KUNUNU [ARBEITGEBER BEWERTEN](#)

Debrunner Acifer AG als Arbeitgeber

Schweiz, 26 Standorte • Branche Handel / Konsum

Übersicht 30 Bewertungen Fragen

★★★★☆ 3,05 KUNUNU SCORE 73% WEITEREMPFEHLUNG 0 ARBEITGEBER-KOMMENTARE 12.361 PROFILAUFRUFE [DIESEN ARBEITGEBER BEWERTEN](#)



28 Mitarbeiter sagen

SEHR GUT (10)	—
GUT (6)	—
BEFRIEDIGEND (3)	—
GENÜGEND (9)	—

3,04 ★★★★★

1 Bewerber sagt

SEHR GUT (1)	—
GUT (0)	—
BEFRIEDIGEND (0)	—
GENÜGEND (0)	—

4,20 ★★★★★

1 Azubi sagt

SEHR GUT (0)	—
GUT (0)	—
BEFRIEDIGEND (1)	—
GENÜGEND (0)	—

2,11 ★★★★★



IMAGE



Bewertung als Lehrbetrieb






2,11
☆☆☆☆☆

10.Juli 2018 • Lehrling
Könnte einiges besser sein.

Die Ausbilder	3,00	★★★★☆
Spasfaktor	2,00	★★☆☆☆
Aufgaben/Tätigkeiten	2,00	★★☆☆☆
Abwechslung	2,00	★★☆☆☆
Respekt	2,00	★★☆☆☆
Karrierechancen	2,00	★★☆☆☆
Betriebsklima	3,00	★★★★☆
Ausbildungsvergütung	1,00	★☆☆☆☆
Arbeitszeiten	2,00	★★☆☆☆

ID: TEZvWFw= • [Als Arbeitgeber kommentieren](#)

FIRMA
Debrunner Acifer AG

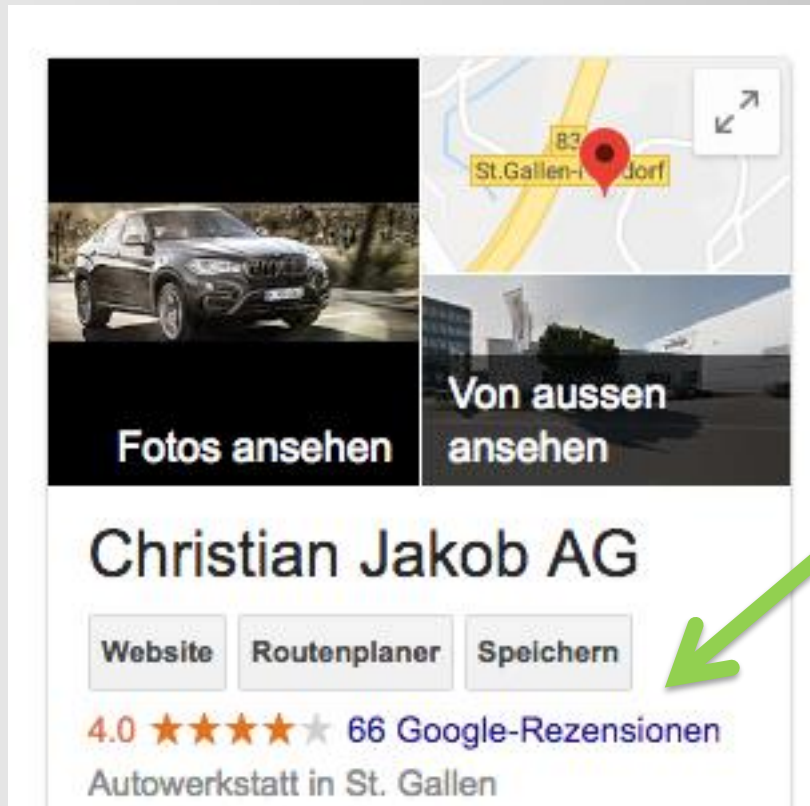
STADT
St. Gallen

JOBSTATUS
**Ausbildung abgeschlossen
in 0**

UNTERNEHMENSBEREICH
Vertrieb / Verkauf

IMAGE

Bewertungen bei Google/Local Search



Fotos ansehen

Von aussen ansehen

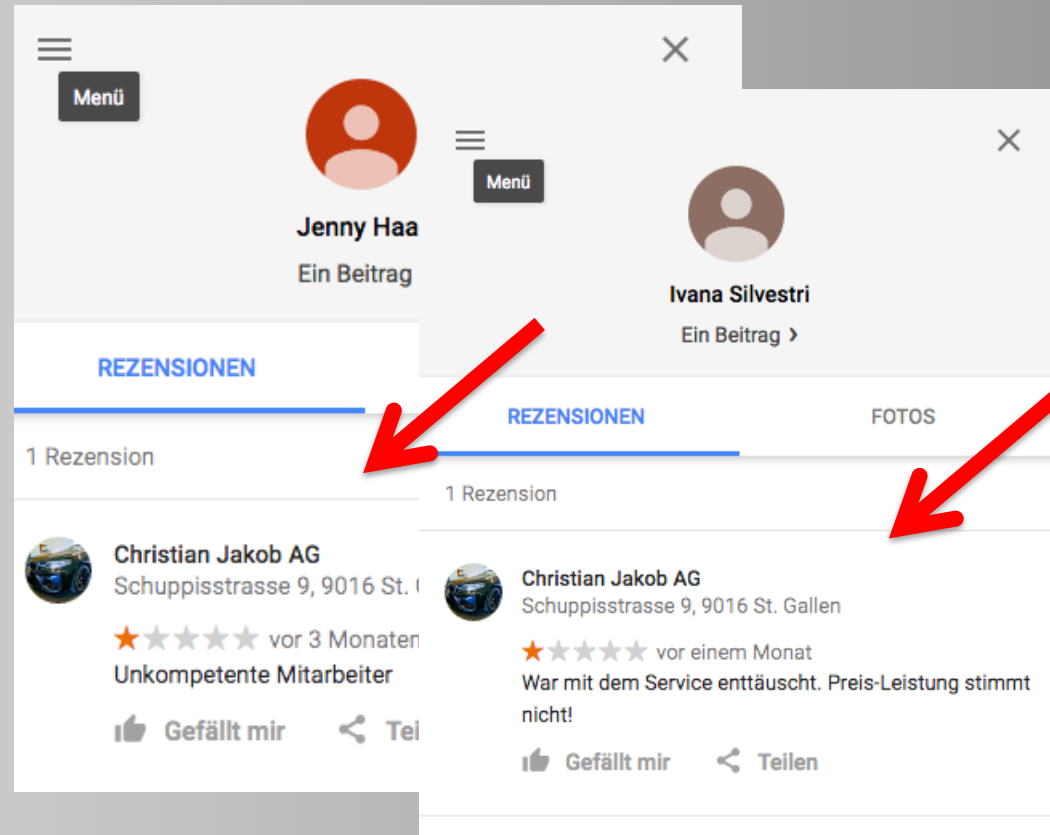
Christian Jakob AG

Website Routenplaner Speichern

4.0 ★★★★★ 66 Google-Rezensionen

Autowerkstatt in St. Gallen

Green arrow points to the 'Speichern' button.



Menü

Jenny Haa
Ein Beitrag

Ivana Silvestri
Ein Beitrag >

REZENSIONEN

1 Rezension

REZENSIONEN

FOTOS

1 Rezension

Christian Jakob AG
Schuppisstrasse 9, 9016 St. Gallen

★★★★★ vor 3 Monaten
Unkompetente Mitarbeiter

Gefällt mir Teilen

Christian Jakob AG
Schuppisstrasse 9, 9016 St. Gallen

★★★★★ vor einem Monat
War mit dem Service enttäuscht. Preis-Leistung stimmt nicht!

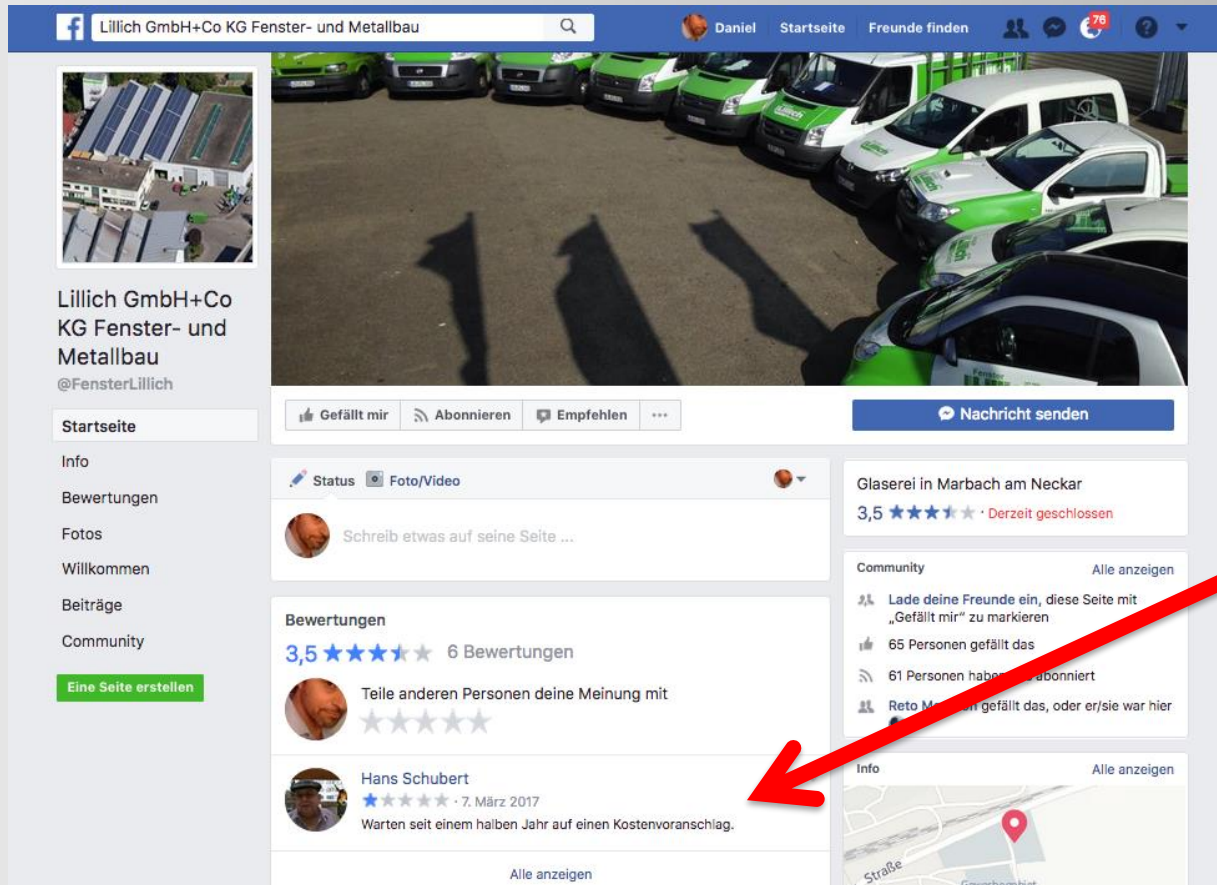
Gefällt mir Teilen

Red arrows point to the 'REZENSIONEN' tabs in both screenshots.

IMAGE



Reklamationen



Lillich GmbH+Co KG Fenster- und Metallbau

Startseite

Info

Bewertungen

Fotos

Willkommen

Beiträge

Community

Eine Seite erstellen

Gefällt mir Abonnieren Empfehlen ...

Nachricht senden

Status Foto/Video

Schreib etwas auf seine Seite ...

Bewertungen

3,5 ★★★★★ 6 Bewertungen

Teile anderen Personen deine Meinung mit

Hans Schubert
★★★★★ · 7. März 2017
Warten seit einem halben Jahr auf einen Kostenvorschlag.

Alle anzeigen

Glaseri in Marbach am Neckar
3,5 ★★★★★ · Derzeit geschlossen

Community Alle anzeigen

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

65 Personen gefällt das

61 Personen haben abonniert

Reto M... gefällt das, oder er/sie war hier

Info Alle anzeigen

Strasse Gewerbegebiet

IMAGE



Kunden, die Dampf ablassen



Sead Strkonjic – 1 • Schrecklich da macht mer en termin ab und wartet wie en mongo 📍
Sorry das chans echt nöd sie. Sit 3beschisseni std am warte.

Gaht gar nöd 📍📍📍

Gefällt mir · Kommentieren · vor etwa 7 Monaten · 18 Bewertungen · 🌐

2 Personen gefällt das.

Grütter Rolf Bei mir wurde falsche diagnose gemacht und jetzt ein IV fall 😡😡😡
Gefällt mir · Antworten · 28. Oktober um 03:48

Grütter Rolf Ach noch ganz vergessen zu sagen Betrunkene haben vorrang 😂😂😂😂😂😂😂😂 traurig aber wahr 😡😡😡
Gefällt mir · Antworten · 28. Oktober um 04:07

Komentieren ... 🗨️ 📷 GIF 🗨️

Weitere Bewertungen ▾



IMAGE

Wenn Kunden warten müssen



Rita Meyer – 2+ Aufnahme 2 stunden warten ein sogenannter psychischer Notstand ist halt nicht so wichtig keine medis gegen schmerzen gekriegt sodass ich völlig entnervt die Klinik ohne irgend ein Hilfsmittel verliess ...keine gute Leistung

Gefällt mir · Kommentieren · vor etwa 3 Jahren · 1 Bewertung · 

Grütter Rolf gefällt das.

Grütter Rolf Meiner meinung nach sind die unfähig, den Betrunkenen wird im Notfall mehr geholfen als denn echten Patienten

Gefällt mir · Antworten · 28. Oktober um 03:52

Kommentieren ...    

IMAGE



Bewertungen blockieren

Blockierungen verwalten

Eingeschränkte Liste Wenn du Freunde zur eingeschränkten Liste hinzufügst, können sie auf Facebook [Liste bearbeiten](#) keine Beiträge sehen, die du nur mit Freunde teilst. Sie können möglicherweise weiterhin Inhalte sehen, die du Öffentlich oder in der Chronik eines gemeinsamen Freundes teilst, und Beiträge, in denen sie selbst markiert sind. Facebook benachrichtigt deine Freunde nicht, wenn du sie zur eingeschränkten Liste hinzufügst. [Erfahre mehr.](#)

Personen blockieren Sobald du jemanden blockierst, kann diese Person nicht mehr sehen, was du in deiner Chronik postest, dich nicht mehr markieren, dich nicht zu Veranstaltungen oder Gruppen einladen, keine Unterhaltungen mit dir beginnen oder dich als FreundIn hinzufügen. Hinweis: Das gilt nicht für Anwendungen, Spiele oder Gruppen, denen ihr beide angehört.

Personen blockieren

Du hast niemanden zu deiner Blockierliste hinzugefügt.

Nachrichten blockieren Wenn du hier die Nachrichten und Videoanrufe von jemandem blockierst, kann dich diese Person auch nicht mehr in der Messenger-App kontaktieren. Nur wenn du die Blockierung des Profils dieser Person aufhebst, kann sie in deiner Chronik posten, dich markieren und deine Kommentare oder Beiträge kommentieren. [Mehr dazu.](#)

Nachrichten blockieren von

App-Einladungen blockieren Sobald du App-Einladungen von einer Person blockierst, werden zukünftige App-Anfragen von dieser Person automatisch ignoriert. Um Einladungen von einem bestimmten Freund zu ignorieren, klicke unten in der neuesten Anfrage auf „Alle Einladungen von diesem/dieser FreundIn ignorieren“.

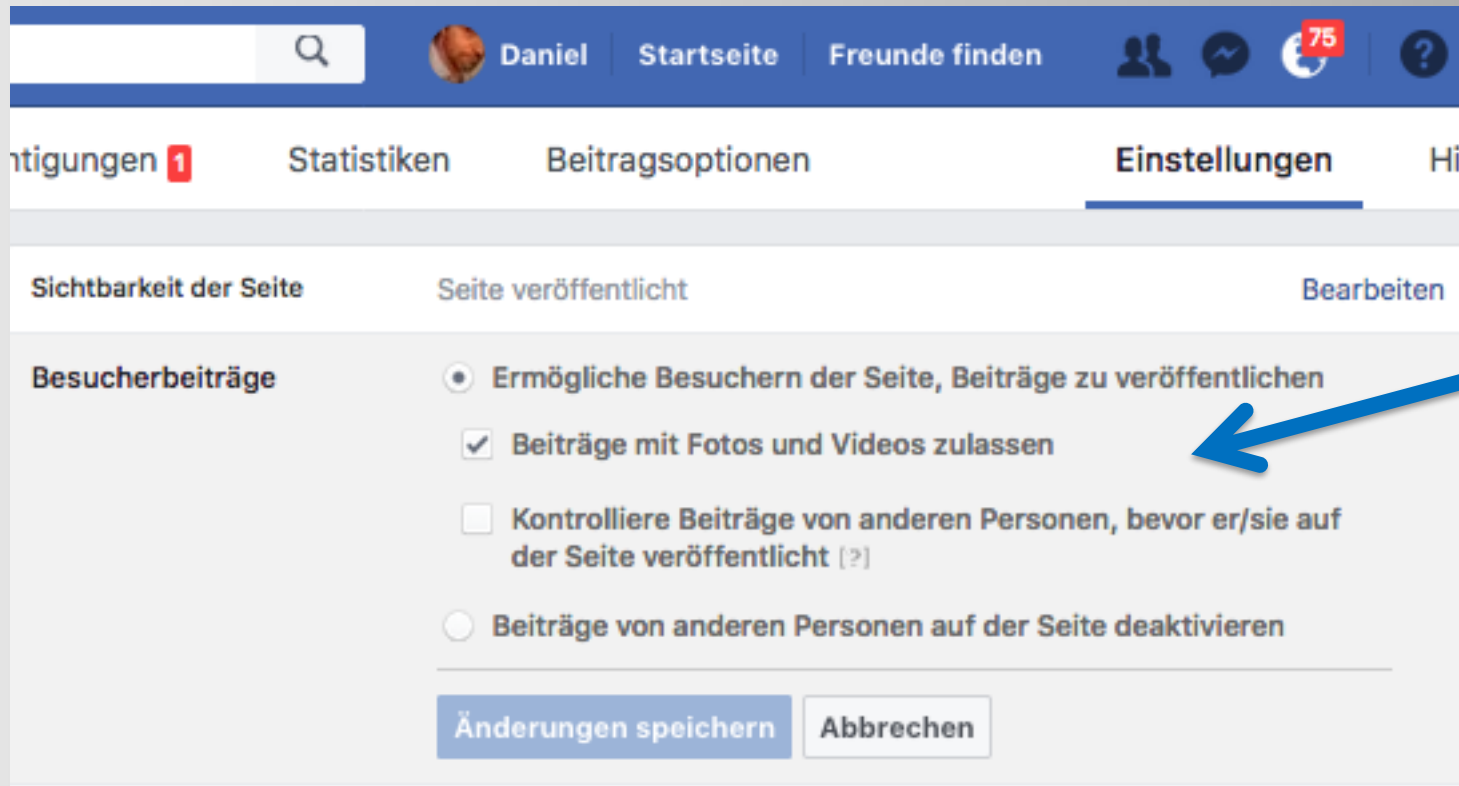
Einladungen blockieren von

Veranstaltungseinladungen blockieren Wenn du Veranstaltungseinladungen von jemandem blockierst, werden alle zukünftigen Veranstaltungseinladungen von diesem Freund automatisch ignoriert.

Einladungen blockieren von

IMAGE

Zulassen aber zuerst kontrollieren



The screenshot shows the Facebook settings page for a page named 'Daniel'. The 'Einstellungen' (Settings) tab is selected. Under the 'Besucherbeiträge' (Visitor posts) section, the following options are visible:

- Ermögliche Besuchern der Seite, Beiträge zu veröffentlichen
- Beiträge mit Fotos und Videos zulassen
- Kontrolliere Beiträge von anderen Personen, bevor er/sie auf der Seite veröffentlicht [?]
- Beiträge von anderen Personen auf der Seite deaktivieren

Buttons at the bottom: **Änderungen speichern** and **Abbrechen**. A blue arrow points to the 'Beiträge mit Fotos und Videos zulassen' option.

IMAGE

Reihenfolge optimieren



IMAGE

Rangfolge für
Kommentare

Relevanteste Kommentare standardmäßig anzeigen. [?]

Änderungen speichern Abbrechen

Sportzentrum Herisau


Daniel Startseite Freunde finden

Seite Postfach 7 Termine Benachrichtigungen 1 Statistiken Beitragsoptionen **Einstellungen** Hilfe

- Allgemein
- Nachrichten
- Seite bearbeiten
- Beitragsattribution
- Benachrichtigungen
- Messenger-Plattform
- Rollen für die Seite
- Personen und andere Seiten
- Bevorzugte Seitenzielgruppe
- Apps und Dienstleistungen von Partnern
- Branded Content**
- Instagram
- Empfohlen
- Crossposting
- Support-Postfach

Branded Content-Einstellungen

Branded content is a post that features or is influenced by a business partner for an exchange of value. Business partners and creators can control which Page can tag their Page on branded content posts. [Mehr dazu](#)



Bereiche [Branded Content-Insights](#)

[Page Approvals](#) [Bereich wechseln](#)

[Blocked Pages](#) [Bereich wechseln](#)

Seitenbestätigungen

Aktiviere diese Option, damit dich nur bestätigte Seiten in Branded Content-Beiträgen markieren können. AUS

Blockierte Seiten

Diese Seiten können deine Seite nicht in Branded Content-Beiträgen markieren. [Mehr dazu](#)

Automatisch antworten



IMAGE

Antwortassistent

Sofortantworten an alle Personen senden, die deiner Seite eine Nachricht senden

Sofortnachrichten sind eine gute Möglichkeit, um mitzuteilen, dass du in Kürze antworten wirst.

Reaktionszeit

Aktuelle Einstellung: „Antwortet i.d.R. innerhalb eines Tages“

Damit die Antwortzeit auf deiner Seite angezeigt wird, musst du mindestens 75% der Nachrichten innerhalb eines Tages oder schneller beantworten.

Aktuelle Einstellung: „Antwortet i.d.R. innerhalb eines Tages“ bei einer Reaktionsquote von 54 %.



Verhaltensregeln bei Bewertungen



IMAGE

- Regelmässig kontrollieren
- Aktiv Bewertungen einholen
- Automatische Information einrichten
- Trolls nicht füttern
- Löschen wo unangebracht
- Stellung nehmen als Arbeitgeber
- Gespräch suchen (auf einem anderen Kanal)

Konsequenz = Content Marketing

- Content (dt. Informationsinhalt)
- Marketing-Technik, die mit informierenden, beratenden, lösungsorientierten Inhalten die Zielgruppen situationsgerecht (Phase) auf den richtigen Kanälen (Touchpoints) anspricht
- Inhaltsplanung über alle Kanäle

Bsp:

- Wahrnehmung durch Facebook-Werbung
- Gefunden werden dank Google Adwords
- Beispiele zeigen auf der Website (Inspiration)

und zu guter letzt

Ein Gymnastikprogramm allein macht noch nicht fit
Learning by doing
trial & error

Daniel Steiner, Steiner Werbung AG, Bahnhofstrasse 2, 9102 Herisau,
www.steiner-werbung.ch, info@steiner-werbung.ch
071 368 50 80

Diese Präsentation online:

Ab jetzt:

www.fhsg.ch/praxisprojekte

Ab morgen:

www.gewerbestadtsg.ch

Veranstaltungsreihe Gewerbe Stadt St.Gallen und FHS St.Gallen

21.09.2018 – zum 18. Mal

- 17.00 Uhr Begrüssung
Gian Bazzi, Präsident Gewerbe Stadt St.Gallen
- 17.05 Uhr Fachvortrag
"Social Media, dabei sein bringt nichts – damit arbeiten schon"
- Daniel Steiner**
Lehrbeauftragter an der FHS St.Gallen und Inhaber Steiner Werbung AG
- 18.25 Uhr** **Schlusswort**
Prof. Dr. Sebastian Wörwag, Rektor FHS St.Gallen
- 18.30 Uhr Apéro