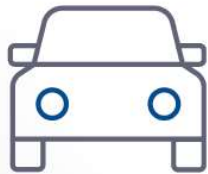
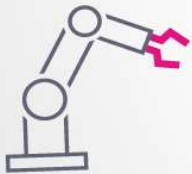




# RECA Group Conference 2023

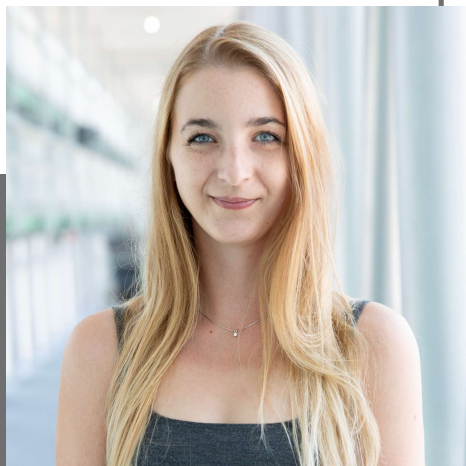
## Social Media *Workshop*



[www.reca.com](http://www.reca.com)



# Wir stellen uns vor:



**Vanessa  
Stöcklegger**

*Social Media Manager  
AT-Kellner & Kunz AG*

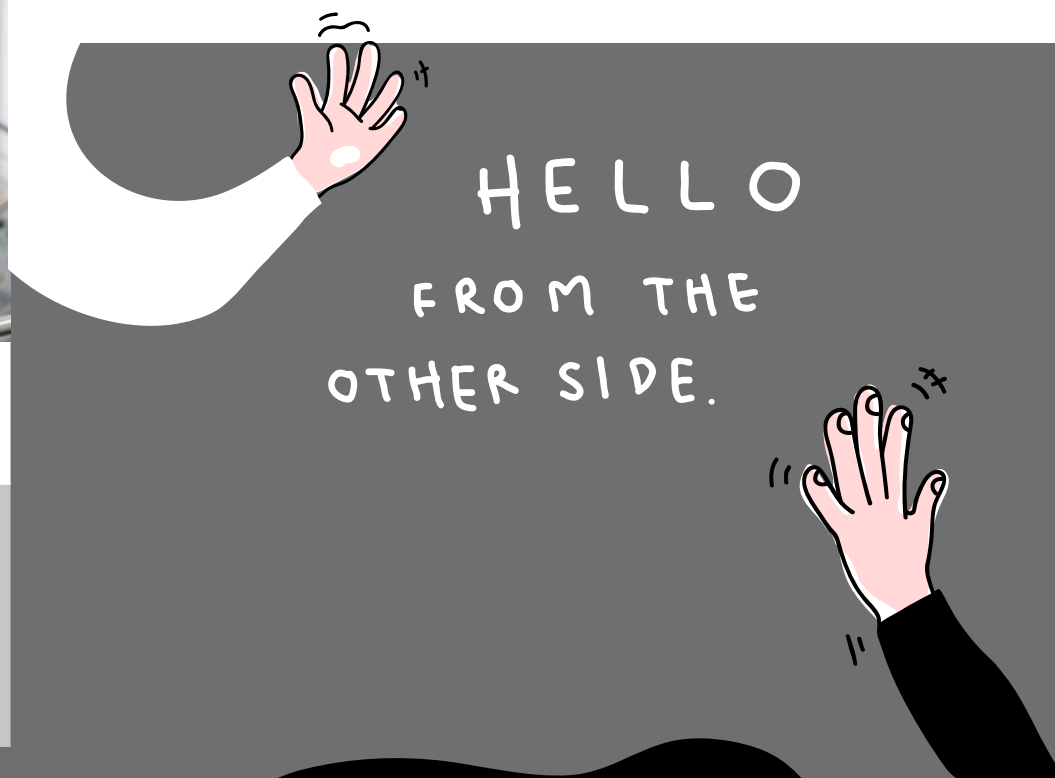
+43 7242 484-155  
[vanessa.stoecklegger@reca.co.at](mailto:vanessa.stoecklegger@reca.co.at)



**Isabelle  
Huber**

*Marketing & Digital Business  
DE-RECA Norm*

+49 7944 61-166  
[Isabelle.huber@recanorm.de](mailto:Isabelle.huber@recanorm.de)



Inhalt



RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

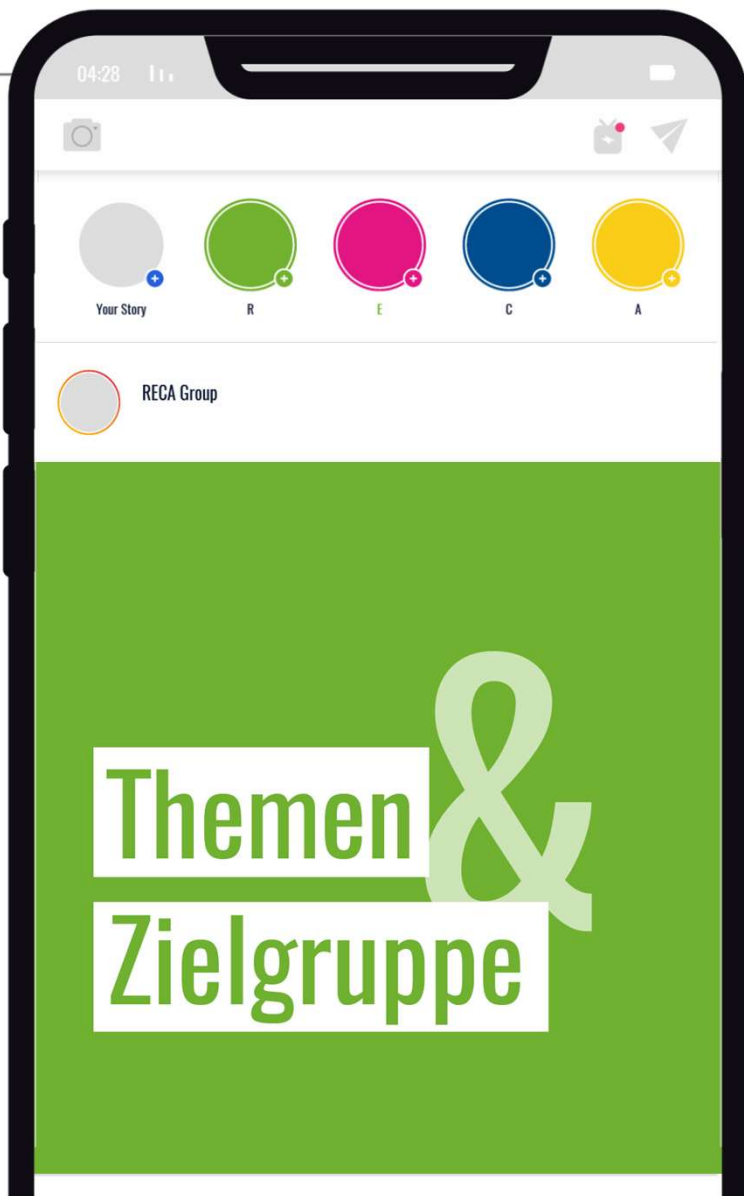
Inhalt



RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

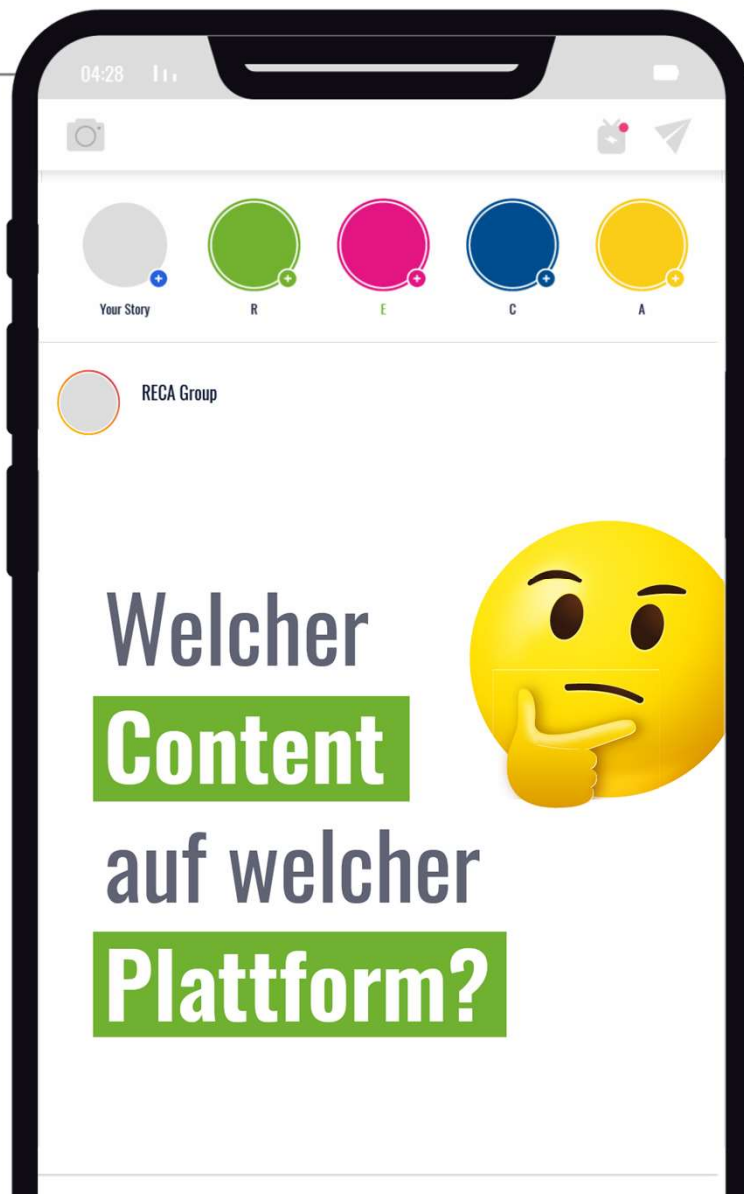
Inhalt



RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

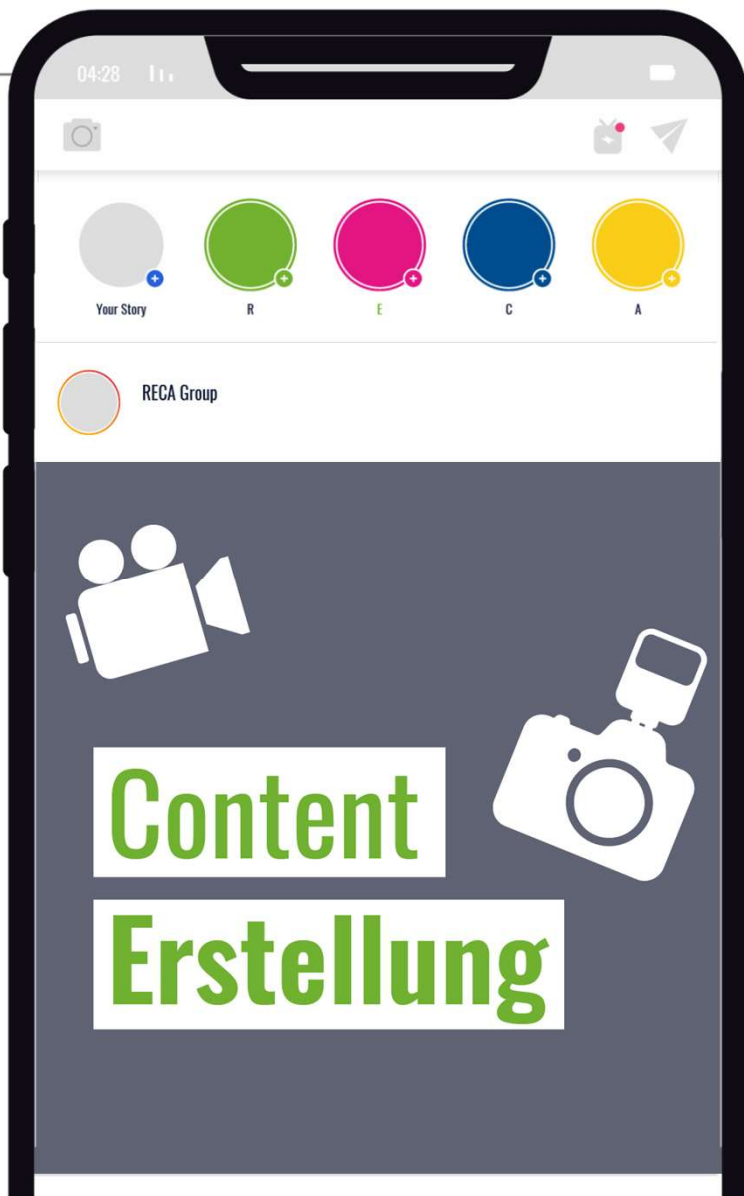
# Inhalt



RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

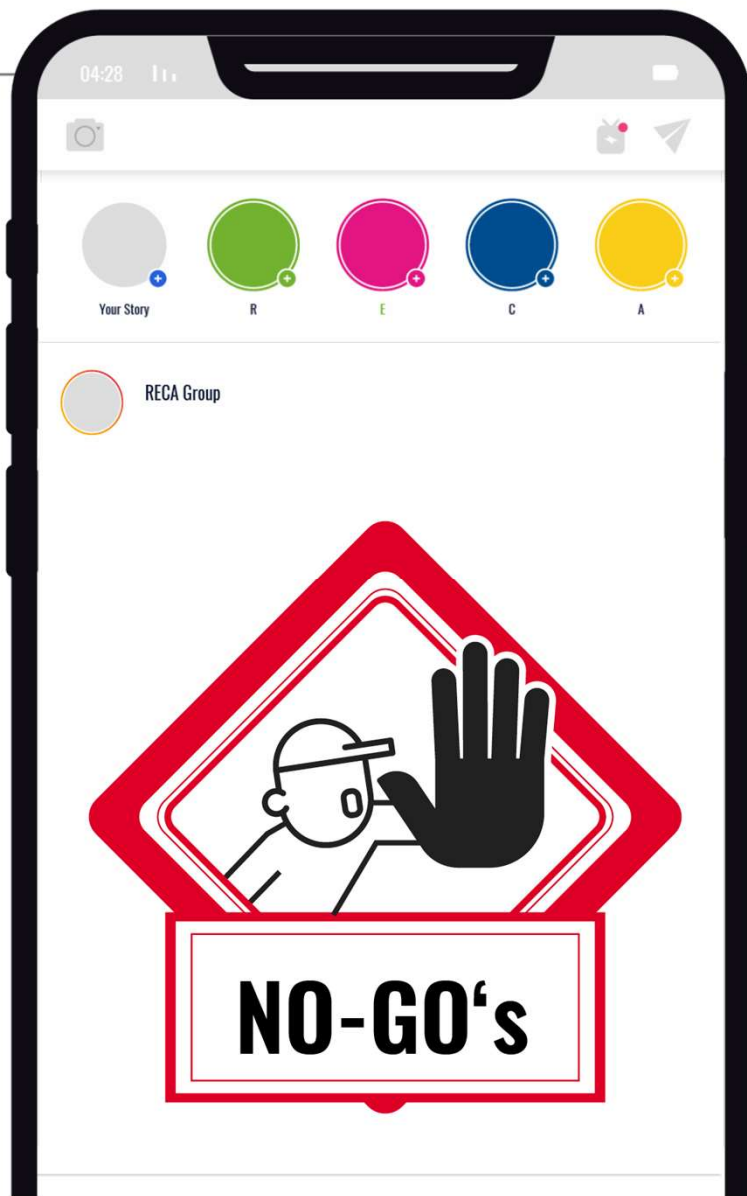
# Inhalt



RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

# Inhalt

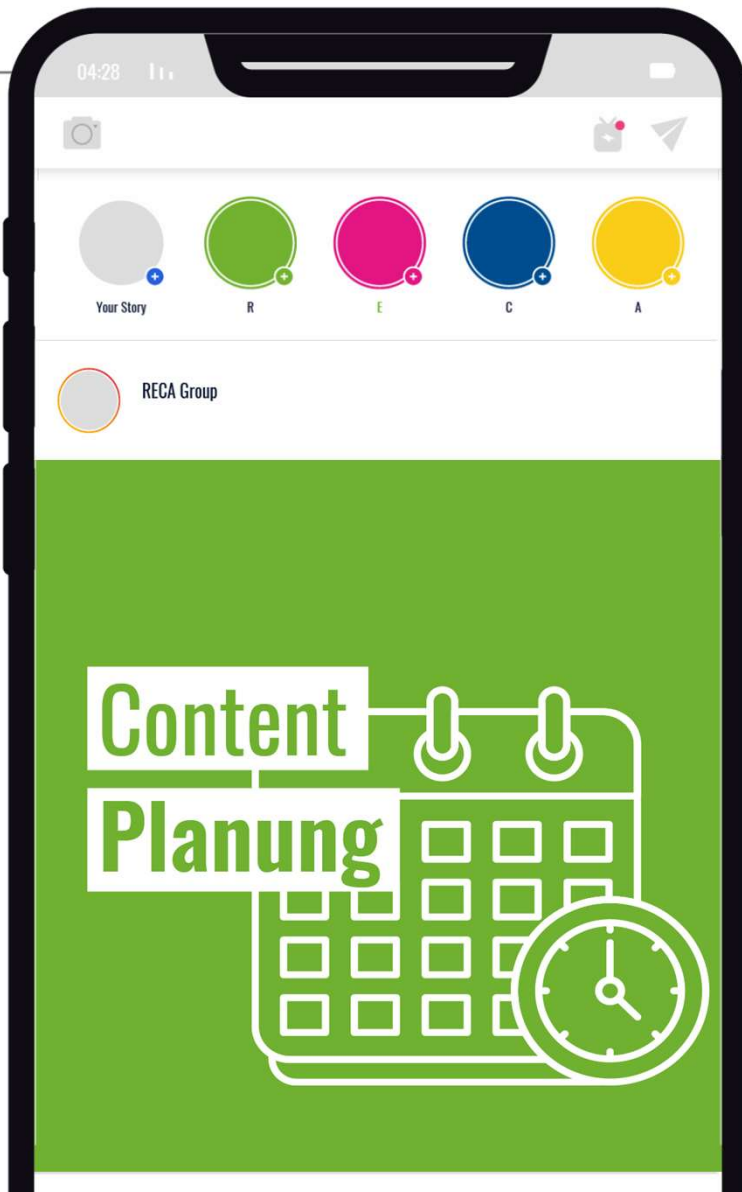


RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023



# Inhalt



**RECA Group**  
Conference 2023

24.10.2023

# Inhalt



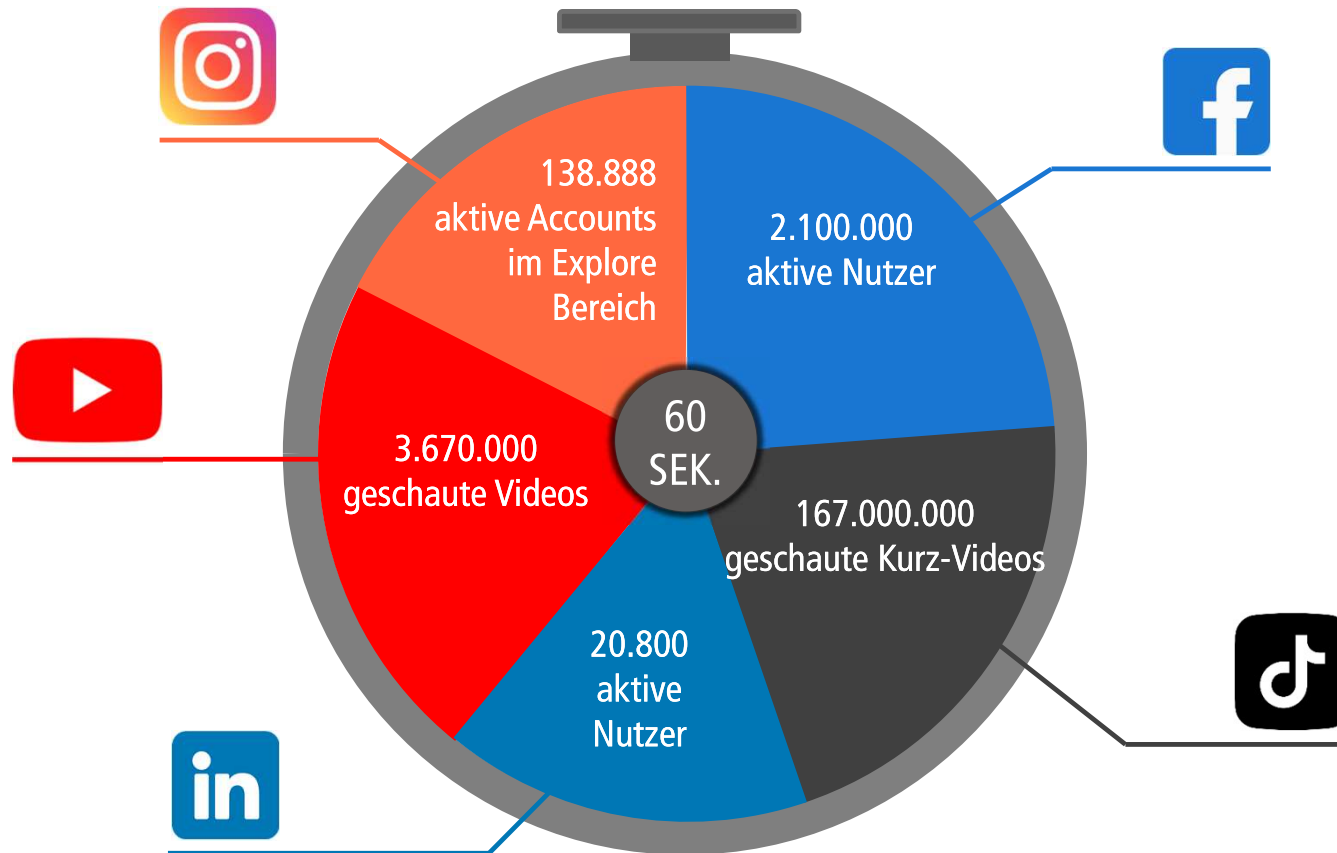
RECA Group  
Conference 2023

24.10.2023

10

# Wo hat Social Media Platz in der RECA Welt?

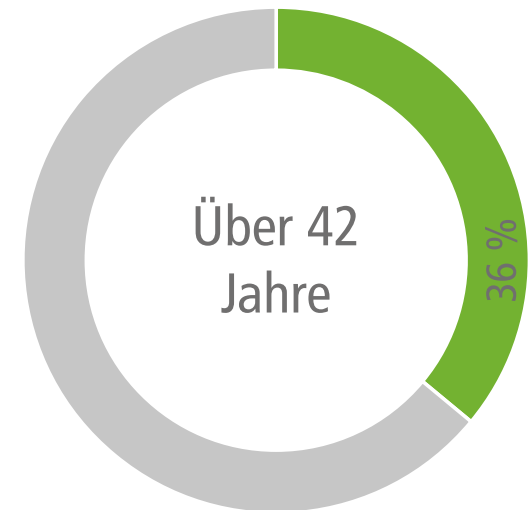
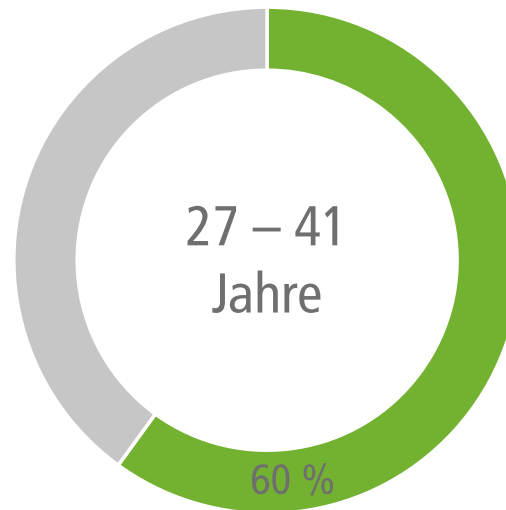
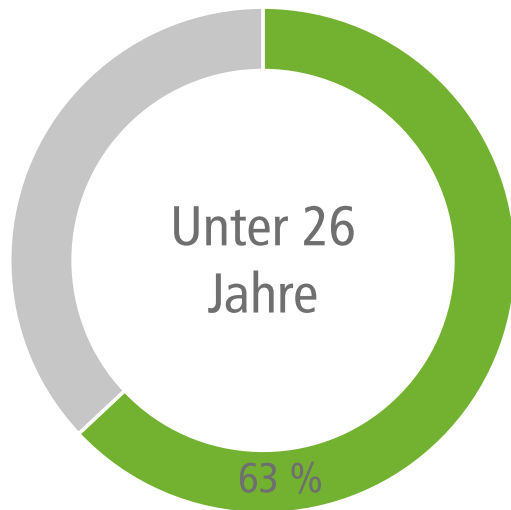
Social Media in 1 Minute



# Wo hat Social Media Platz in der RECA Welt?

Der Einfluss von Social Media im B2B Umfeld

“In meinem Privatleben zeigen mir die sozialen Medien Produkte, die ich in meiner beruflichen Praxis in Betracht ziehe.”



Die Grenzen zwischen beruflicher und privater Nutzung sozialer Medien verschwimmen.

# Mehrwert Social Media in der RECA Group

Bestehen am  
Markt/mit dem  
Wettbewerb

Bekanntheit als Marke  
und Arbeitgeber

Möglicher  
Sales-Channel

Interne  
Kommunikation

Multi-Kontakt-Strategie

Was bringt es uns eigentlich?

SEO

Schneller Kommunikationskanal/  
schnelle Informationsverbreitung

Interessenten/Kund:innen erreichen

# Ihr seid gefragt!



# Welche Plattform passt zum Unternehmen?

## Übersicht



- Welche Plattform verwendet die Zielgruppe?
- Welche Plattform verwendet die Konkurrenz?
- Welchen Content möchte ich posten?

**WICHTIG! Business Account**

# Zielgruppen von Social-Media-Plattformen

- Instagram: jüngere Kund:Innen, Interessenten, Bewerber:innen
- Facebook: „ältere“ Kund:Innen, Interessenten, Bewerber:innen
- LinkedIn: Geschäftspartner, Leiter:in Einkauf, Geschäftsführer:in, Industriekund:innen, Professionals
- YouTube: „breite“ Masse, jung bis alt, sowohl Kund:innen, Interessenten als auch Bewerber
- TikTok: junge Zielgruppe



# Marktanalyse

## Nutzt die Möglichkeiten der Plattformen

**Insights**  
Performance-Ergebnisse einsehen und mehr

Werbekonto: 230907830360412 - Kellner & Kunz ...  
Letzte 28 Tage: 06.09.2023

**Benchmarking**  
Unternehmensvergleich **Interessante Unternehmen**  
Vergleiche deine Unternehmens- und Content-Performance mit der Performance ähnlicher Unternehmen auf Facebook

+ Unternehmen hinzufügen

Seite	„Gefällt mir“-A...	Änderung der...	Ver. Inh.
RECA NORM GmbH Herzlich willkommen auf der Facebook Seite der RECA NORM! / Impr...	6.843	↑ 17	12
Kellner & Kunz AG Kellner & Kunz AG - Ihr Partner für Werkzeuge, Befestigungstechnik ...	5.606	↑ 28	16

**Unternehmen auf Facebook, die du hinzufügen könntest**

dm drogerie markt Österreich  
Seite gefällt 576.468 Mal | Hier bin ich Mensch! Willkommen auf der offiziellen dm Fanpage! ...

Du kannst deaktivieren, wenn du nicht möchtest, dass andere Unternehmen deine Facebook-Seite oder dein Facebook-Profil zu ihrer Liste hinzufügen können. Du hast dann aber keinen Zugriff mehr auf dieses Feature.

**Kellner & Kunz AG**  
2.197 Follower:innen

+ Erstellen  
Mitgliederansicht

**Analysen**  
Inhalte Besucher:innen Follower:innen Leads **Mitbewerber** Beschäftigte als Markenbotschafter:innen

3. Sept. 2023 bis 2. Okt. 2023  
Unternehmen bearbeiten Exportieren

























**Tracking und Benchmarking der Leistung Ihrer Unternehmensseite starten**  
Bearbeiten Sie die Liste Ihrer Mitbewerber, um bestimmte Unternehmensseiten auf LinkedIn gezielt zu verfolgen.  
Mehr erfahren

**Follower:innen**  
Sortiert nach neuen Follower:innen

Unternehmensseite	Follower:innen insgesamt	Neue Follower:innen
1  Würth Group	105.101	1.866
2  Böhlhoff Gruppe	19.499	368
3  Würth Industrie Service GmbH & Co. KG	11.196	194
4  Schachermayer GmbH	3.270	147
5  RECA NORM	3.227	108
6  Kellner & Kunz AG	2.197	64
7  RECA FRANCE	3.878	50
8  RECA Hispania	1.188	21

# Themenbereiche

Welche Themen passen auf welche Plattform?

UNTERNEHMEN	PRODUKTE	INDUSTRIE	HANDWERK	HUMAN RESOURCES	EVENTS	SOZIALES
						
						
						
						
						

# Themenbereiche

Fazit:

Grundsätzlich findet man Content zu fast allen Themenbereichen auf fast allen Plattformen.

Wichtig ist eine **genaue Recherche** um zu entscheiden, welche Plattform man verwendet.  
Lieber **eine Plattform REGELMÄSSIG** bespielen als zu viele Plattformen unregelmäßig.

**WICHTIG!** Die Art von Content und die textliche Sprache unterscheidet sich je Plattform.

# Contentideen

Zur Contentfindung/planung empfehlen wir regelmäßige Abstimmungen mit den zuständigen Abteilungen  
-> Redaktionsmeeting

# Welche Arten von Content gibt es?

Organisch

Paid

Feed-Post

Story

Bild

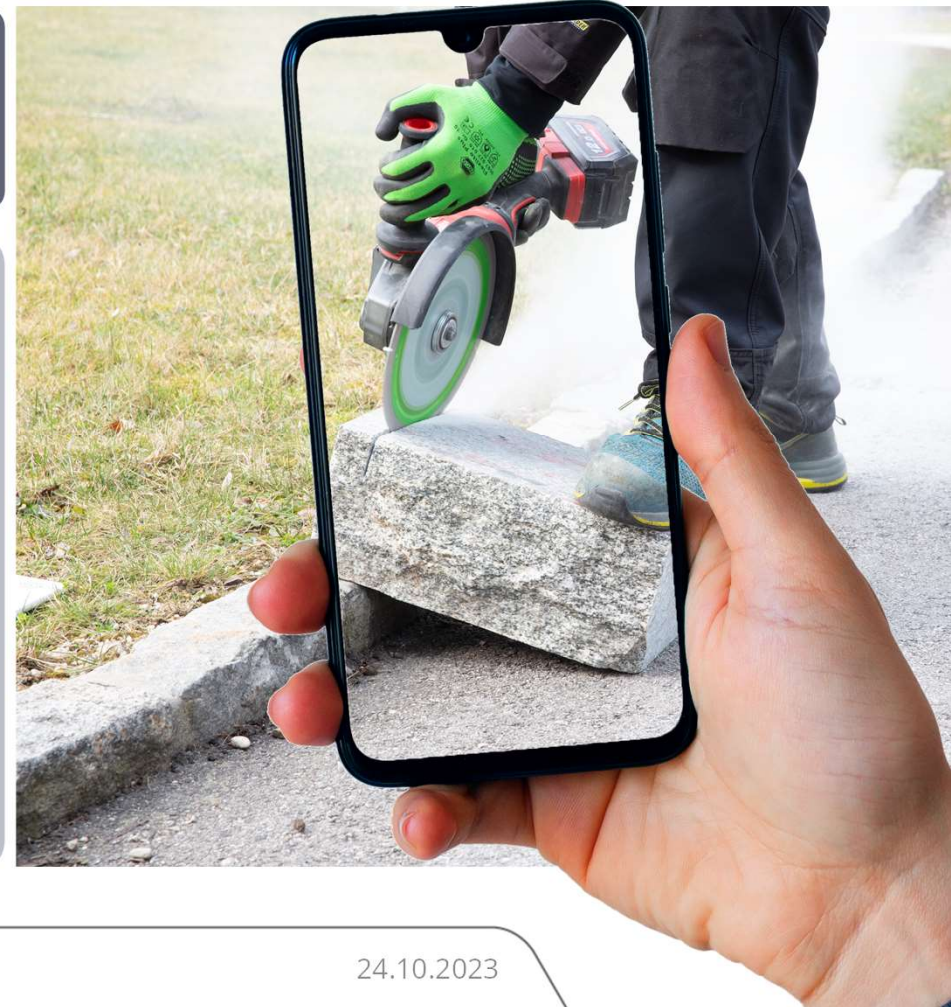
Video

Alle  
Formate

Einzel

Karusell

Reel

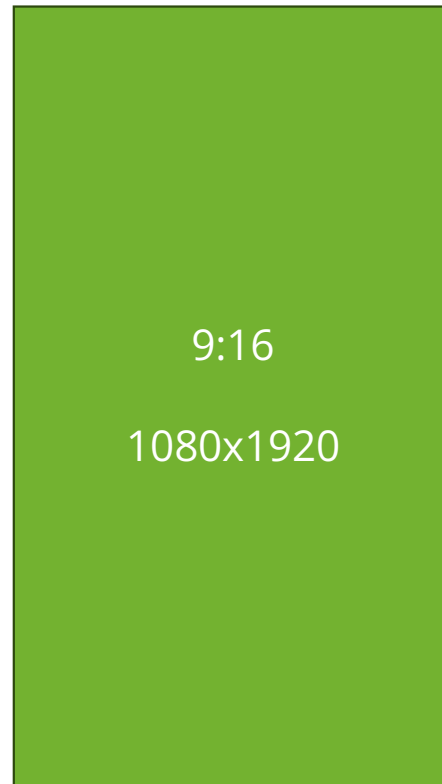


# Formate

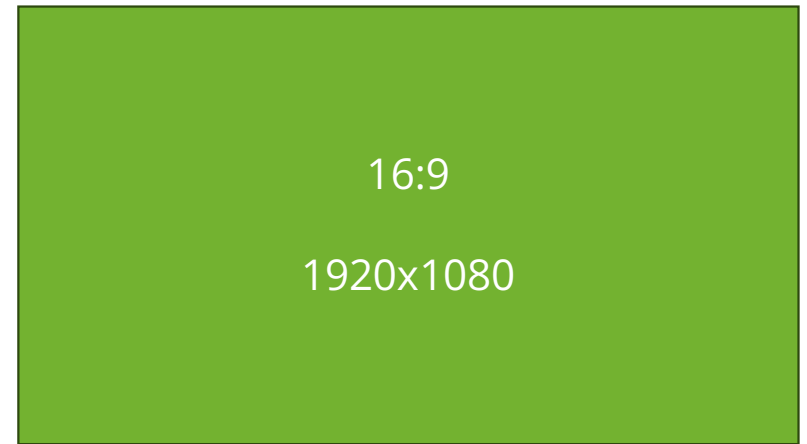
Bild & Video



Feedpost



Story & Kurzvideo



Video & Feedpost

# Ihr seid gefragt!



# Contenterstellung

## Worauf muss man achten?

- Kurzfristige Themen / Live Berichte - Story
- Langfristige Themen – Feedpost
- (wiederkehrende) Hashtags verwenden
- Höflicher & respektvoller Umgang
- Keine klickbaren Links auf Instagram
- LinkedIn ist textlastiger als Instagram & Facebook
- Verwendung von Emojis (bewusster Einsatz)
- LinkedIn weniger Emojis als auf Instagram & Facebook





# Ihr seid gefragt!





Privater Content

Vertrauliche  
Informationen

Party-“Exzesse”

Missachtung  
Datenschutz

Schlechte Bild-  
/Videoqualität

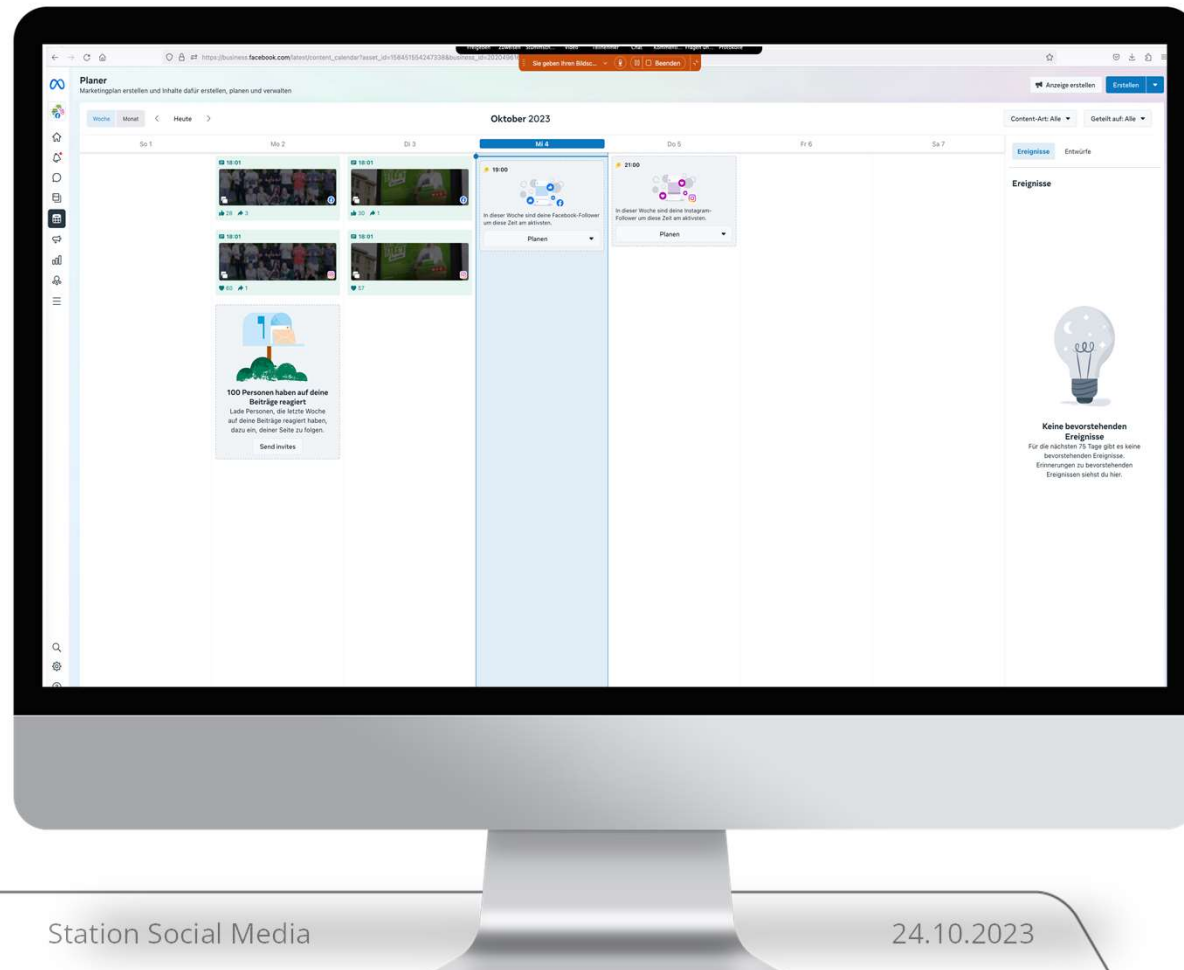
Politischer Inhalt

# Contentplanung

Wie plane ich den Content ein?

- Direkt über die Plattformen
- Drittanbieter

META Business Suite

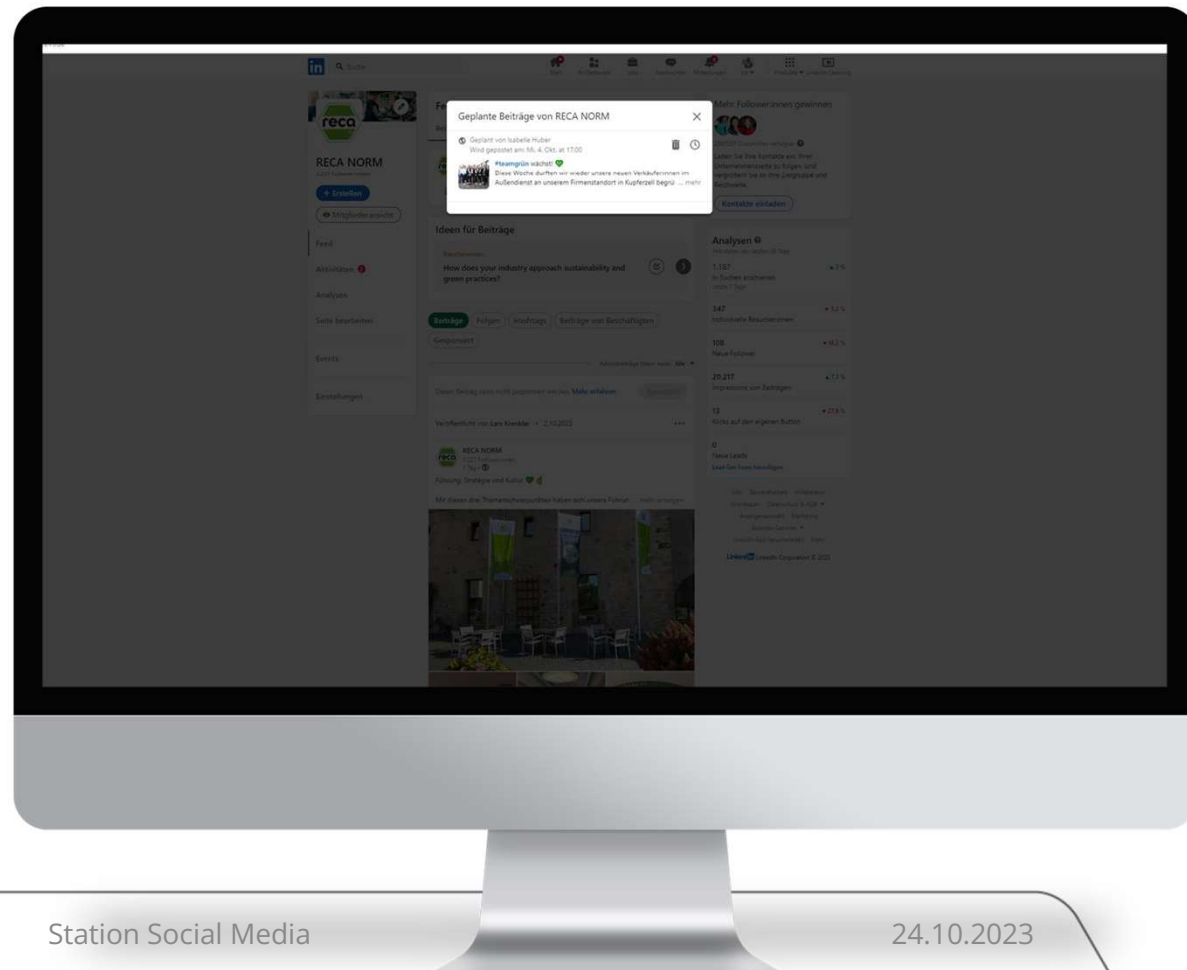


# Contentplanung

Wie plane ich den Content ein?

- Direkt über die Plattformen
- Drittanbieter

LinkedIn



# Contentplanung

Wie plane ich den Content ein?

- Direkt über die Plattformen
- Drittanbieter

Brandwatch

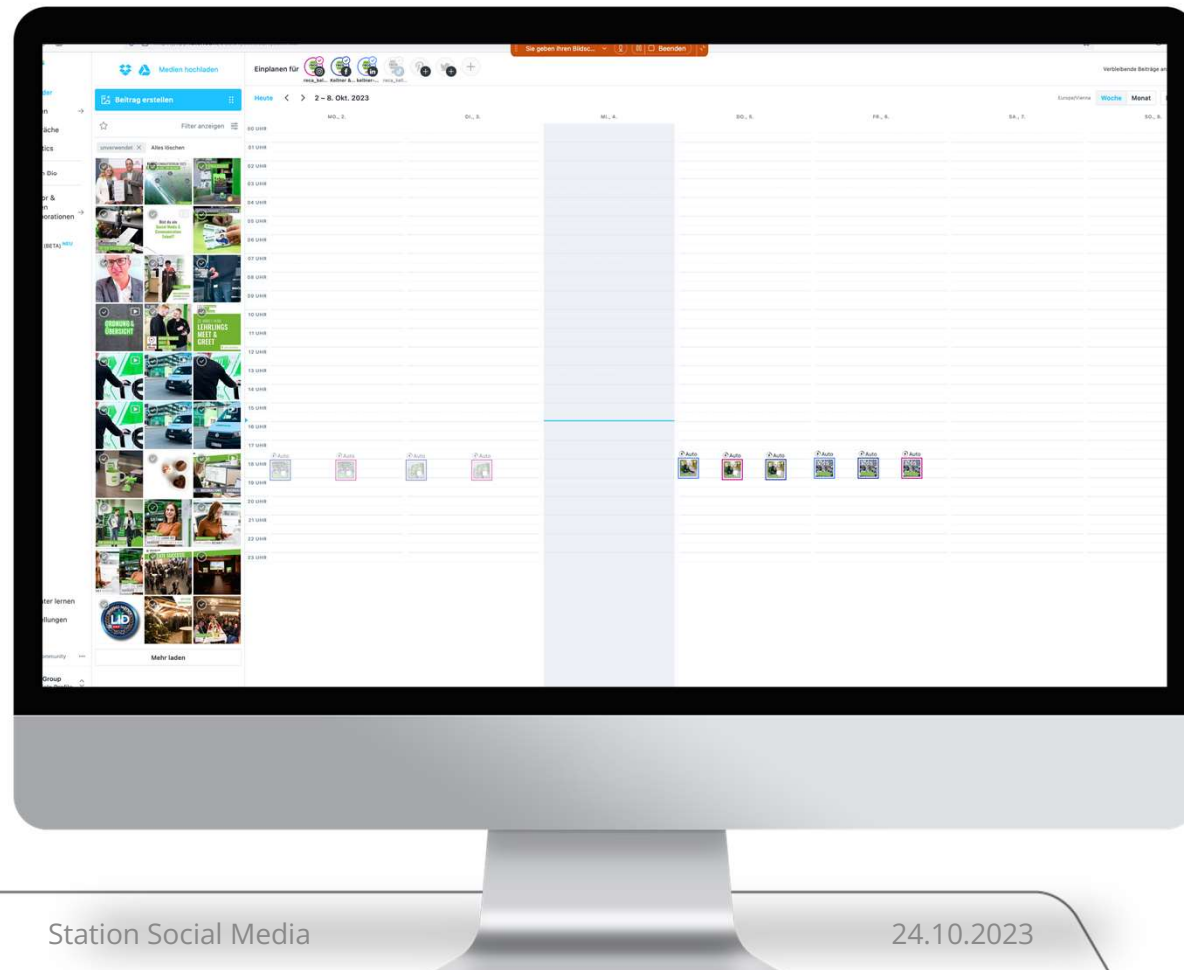


# Contentplanung

Wie plane ich den Content ein?

- Direkt über die Plattformen
- Drittanbieter

Later.com



# Reporting

Welche Kennzahlen sind für uns relevant?



Follower



Org./paid Reichweite



Videoaufrufe



Engagement Rate

**WICHTIG! Setzt euch Ziele und überprüft diese regelmäßig.**

# Key Takeaways

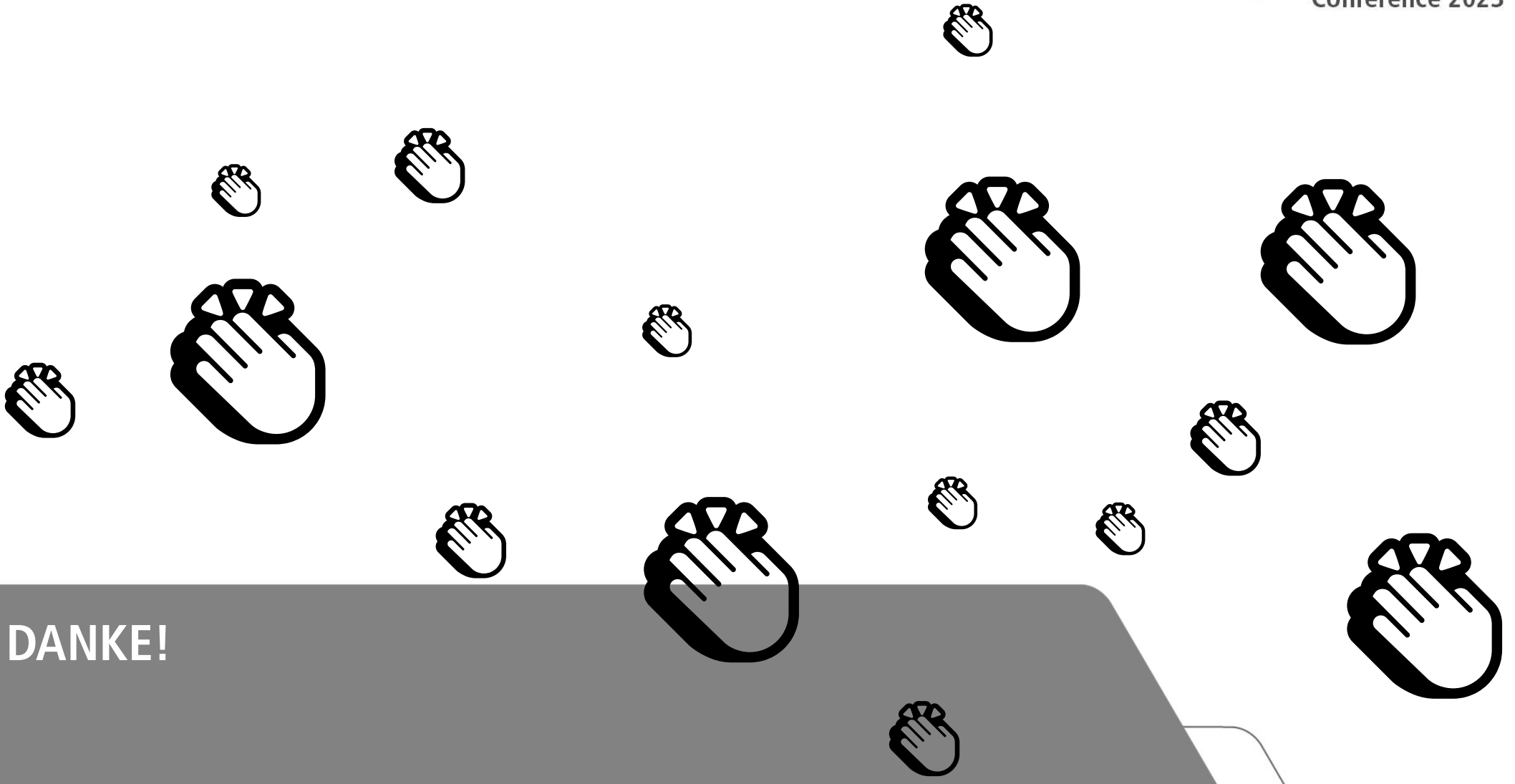
- 1 Social Media ist ein weiterer Kontaktpunkt, um unsere Kund:innen/Interessenten zu erreichen und als Marke/Arbeitgeber aufzutreten.
- 2 Strategy is king! Überlegt euch, welche Ziele/Zielgruppe ihr mit Social Media erreichen möchtet und überprüft diese regelmäßig.
- 3 Weniger ist mehr! Startet lieber mit einem Kanal, den ihr kontinuierlich bespielt als mit mehreren, die selten bespielt werden
- 4 Wählt die Plattform nach Ziele/Zielgruppe aus und bespielt den Kanal mit passendem Content.





# Noch Fragen?

**DANKE!**



DANKE!