Petra Emmerich – Texterin – [www.I-KONtext.de](http://www.I-KONtext.de) - insta: ikontexttaunus FB: I-KONtext



**SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN 6/19:**

**FACEBOOK: „Mir gefällt Wandern“**

**INSTAGRAM: Schöne Fotos von Wanderungen**

**XING/LINKEDIN: „Zu meinen Skills gehört die Ausarbeitung der besten Wanderrouten“**

**TWITTER: Ich wandere gerade**

**YOUTUBE: Wandervideo**

**PINTEREST: Die besten Rezepte für Proviant beim Wandern**

**SPOTIFY: Ich höre mir gerade „Das Wandern ist des Müllers Lust“ an**

Facebook: Nicht mehr so starke Zuwachsraten, aber nicht unterschätzen.

2,32 Mrd. User (mit Insta und whatsApp und Messernger sogar 2,7 Mrd)

Die meisten Nutzer

Größte Reichweite

Stärkung der Kundenbindung

Laserscharfe Zielgruppen

Mit uninspirierten Beiträgen kommt man bei FB nicht weit. Eigene relevante Inhalte sind wichtig. Aufbereitet, informativ, unterhaltsam.

Instagram: Stark im Aufwärtstrend

800 Mio User

Fotosharing und Videosharing

Kurzweilige optisch anspruchsvolle Beiträge

Gute Fotos

Gehört zu Facebook

Alle Altersgruppen vertreten, aber wenn Frauen 16-40 die Zielgruppe  
 sind, findet man die gut auf Insta

Kurze interessante und regelmässige Teaser , um auf den BLOG und auf die homepage zu locken. Hashtags verwenden, jedoch nicht mehr als 27

YouTube: Videosharing

„Broadcast yourself:“ Nicht nur konsumieren und kommentieren,

sondern auch produzieren

1,5 Mrd. Menschen

Pro Minute werden 300 Stunden Videomaterial hochgeladen

Gehört zu Google

Sehr effektiv, aber auch sehr aufwändig

LinkedIN: Business Netzwerk international

Profil pflegen

Gute Artikel nutzen, um das Netzwerk zu pflegen

XING: Business Netzwerk DACH

Wie LinkedIN. Fast alle in Deutschland nutzen es geschäftlich

Lest auch die Liste „die häufigsten 20 Fehler“ und „LINKSAMMLUNG“

Schreibt mir gern auf [www.I-KONtext.de](http://www.I-KONtext.de) - insta: ikontexttaunus FB: I-KONtext, wenn Euch noch mehr einfällt

Petra