

4.13 PRÄSENTATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Wie plane ich die Kommunikation in den Sozialen Medien?

Facebook, Instagram & Co funktionieren nach bestimmten Kriterien [→ 4.9 – Welche Sozialen Medien eignen sich für Öffentlichkeitsarbeit?]. Daher ist eine Kommunikationsstrategie sinnvoll, die folgende Aspekte berücksichtigt:

Zielgruppe kennen

- Nutzt sie die Sozialen Medien?
- Welche Wortwahl benutzt sie?
- Wozu möchte ich sie aktivieren?
- Welche Informationen sind für sie relevant?
- Wann ist sie häufig online und sieht meine Beiträge?



Zeitfenster einplanen

- Inhalte und mögliche Fotomotive suchen
- Zeitpunkt/Rhythmus der Veröffentlichungen planen
- Fotos erstellen, auswählen und bearbeiten [→ 4.1 – Was ist bei der Veröffentlichung von Fotos zu beachten?]
- Texte schreiben
- Überlegen, ob Werbung geschaltet werden soll, z. B. bei Facebook

Beiträge gezielt aufbauen

- Interessante Aspekte einbeziehen: Blick hinter die Kulissen, Menschen im Projekt vorstellen, häufig gestellte Fragen beantworten, ...

! Wird einem Wort ein # (Hashtag) vorangestellt, wird es mit Beiträgen, Fotos oder Videos verknüpft, die dieses Wort auch verwenden. Dadurch kann die Reichweite erhöht werden. Dies bedeutet, dass mehr Menschen dieser Beitrag angezeigt wird, z. B. im Newsfeed von Facebook.

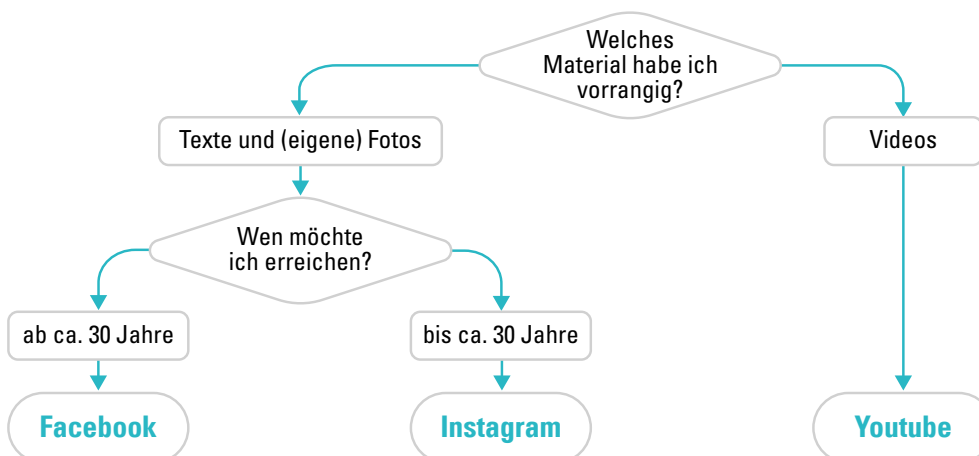


4.14 PRÄSENTATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Wann nutze ich welches Medium?

Um Projekte, Workshops oder Ausstellungen gezielt zu bewerben, überprüfen, ob eher mit Text oder Bild kommuniziert wird und danach das Medium auswählen:



! Facebook eignet sich für Veranstaltungsankündigungen und um Menschen auf die Website oder den Blog zu führen; Instagram für längere, wiederkehrende Projekte mit viel Bildmaterial. Für Pressemitteilungen sind beide ungeeignet.

