

GEMEINSAM ZUM ERFOLG

SOCIAL MEDIA GUIDE

2017

HAUFE.

SCHÄFFER
POESCHEL

INHALT

- 1 SOCIAL MEDIA**
Was Sie wissen sollten
- 2 AUTORENWEBSEITE ODER BLOG**
Schnell selbst angelegt
- 3 SOCIAL MEDIA KANÄLE**
Die wichtigsten schnell und einfach erklärt
- 4 RECHTLICHES**
Hinweise im Kontext von Social Media
- 5 ORGANISATORISCHES**
Last but not least ...

SOCIAL MEDIA

WAS SIE WISSEN SOLLTEN

1

ZIEL DES SOCIAL MEDIA GUIDES

- Wir bieten Ihnen einen leichten Einstieg in das Social Media Marketing
- Wir zeigen Ihnen, warum Online Marketing wichtig für Sie als Autor ist.

Ihr Buch und Sie als Experte werden wahrgenommen im digitalen Kosmos.

Sie sind dort präsent, wo Ihre Leser bereits sind.

Sie erhalten direktes und wertvolles Feedback Ihrer Leser und gewinnen neue Leser dazu.

Analoge und digitale Vermarktung gehen Hand in Hand und ergänzen sich dabei.

ZUR AUSWAHL DER IM GUIDE VORGESTELLTEN COMMUNITYS

- In den hier vorgestellten Communitys finden Sie Ihre Zielgruppe und Ihre potenziellen Leser.
- Ein eigenes Profil bei diesen Communitys anzulegen und zu pflegen, ist kein Hexenwerk.
- Nutzen Sie die Chancen dieser Kommunikationsformen!
- Jede der ausgewählten Communitys hat Ihre eigenen Spielregeln.
- In diesem Guide stellen wir Ihnen vor, wie Sie diese Regeln erfolgreich anwenden.

ZWEI STARKE VERLAGSMARKEN

HAUFE.

SCHÄFFER
POESCHEL

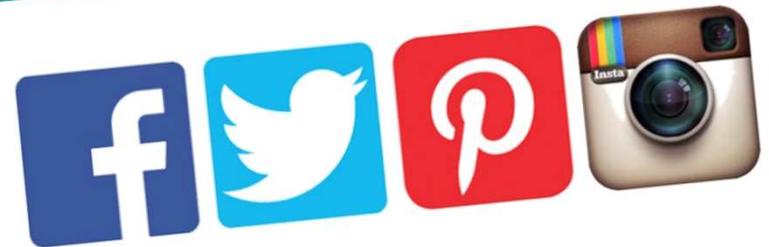
So machen wir Sie als Autor sichtbar!

- Wir vermarkten Ihr Buch im stationären **Buchhandel** sowie in den **Online-Shops** von **Haufe**, **Schäffer-Poeschel**, **Amazon**, **Thalia** und bei weiteren Online-Buchhändlern.
- Ihr Buch und Sie als Autor werden in unserer **Programmorschau** und im Rahmen unseres **Newsletter-** und **Direktmarketings** prominent vorgestellt.
- Unterstützend schalten wir **Print- oder Online-Anzeigen** Ihres Buches in Fachmedien und auf Google.
- Durch den Versand von **Rezensionsexemplaren** an Journalisten und an unser **Blogger-Netzwerk** machen wir aktiv auf Ihr Buch aufmerksam.

So machen wir Sie als Autor sichtbar!

- Auf der **Frankfurter Buchmesse** und auf diversen Fachmessen steht Ihr Buch im Fokus der Öffentlichkeit.
- Ihre Profile in den sozialen Netzwerken werden von uns im Rahmen unserer eigenen **Social-Media-Aktivitäten** thematisch miteinbezogen.
- Durch **digitale Leseproben** findet Ihr Buch den Weg zu wichtigen Rezensenten.
- Ihr Buch wird auf unseren **Social Media-Kanälen** wie z. B. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und Google+ zielgerichtet und zielgruppengerecht angekündigt.

In enger Zusammenarbeit mit Ihnen streben wir eine starke Präsenz und Vernetzung in der Online-Welt an. Dabei werden Sie Teil unserer umfassenden Social-Media-Strategie und profitieren von unserer Partnerschaft.



GO SOCIAL: TRETEN SIE MIT UNS INS DIGITALE RAMPENLICHT

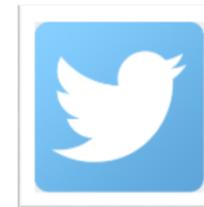


Knüpfen Sie ein Netzwerk zu Ihren Lesern!

SCHRITT 1

FINDEN SIE IHRE LESER!

- Auf welchen sozialen Kanälen bewegen sich Ihre potenziellen Leser?
- Folgende Auswahl wollen wir Ihnen in diesem Guide vorschlagen und näher erläutern:



- Nach einer Kennenlernphase werden Sie begeistert sein von der Vielzahl der Möglichkeiten!



SCHRITT 2

BEOBACHTEN SIE IHRE LESER UND HÖREN SIE ZU!

- Auf welchen sozialen Kanälen bewegen sich Ihre potenziellen Leser?
- Welche Themen beschäftigen Ihre Zielgruppe?
- Welche Beiträge kommen besonders gut an?
- Und welche lösen besonders große Interaktionen aus?
- In welchem Sprachstil wird kommuniziert und kommentiert?
- Wie agieren andere erfolgreiche Autoren?

2

SCHRITT 3

KOMMUNIZIEREN SIE MIT IHREN LESERN UND TRETEN SIE IN AKTION!

- Bringen Sie sich ein ...
 - durch das Teilen persönlicher Informationen: Lassen Sie Ihre Leser an Ihrer Arbeit teilhaben und zeigen Sie ihnen auch, was Sie begeistert!
 - durch aktives Kommentieren anderer Beiträge: Zeigen Sie Ihre Wertschätzung für andere Beiträge, weisen Sie in Ihren Kommentaren andere Aspekte auf und stoßen Sie dadurch eine Diskussion an!
 - durch das Anbieten von Informationen: Binden Sie Ihre Leser durch neue Inhalte, Ihr Know-how und Ihre Kompetenz!

3

TIPPS FÜR BILDFORMATE

FÜR FACEBOOK, TWITTER UND MEHR: ALLE SOCIAL-MEDIA-BILDGRÖSSEN FÜR 2017
IM ÜBERBLICK



Wie groß darf eigentlich das Channel-Bild bei [Youtube](#) sein? Und wie sieht das bei Twitter aus? Grundlage für einen erfolgreichen Social-Media-Auftritt sind neben hochwertigem Content auch die Grafiken. Genauso wie die sozialen Netzwerke selbst, verändern sich die Standardmaße für diese Grafiken regelmäßig. Damit Sie trotzdem auf dem aktuellen Stand bleiben, finden Sie hier die aktuellen Bildgrößen.

Ein Klick auf die Grafik bzw. den Link öffnet die vollständige Infografik.

Quelle: t3n.de

<http://t3n.de/news/wp-content/uploads/2017/03/social-media-image-sizes-2017.jpg>

WIE SIE MEHR INTERESSE FÜR IHR BUCH WECKEN:
**BEGEISTERN SIE IHRE LESER
MIT IHRER BUCHVORSCHAU!**

IHRE PERSÖNLICHE LESEPROBE

- Wir stellen Ihnen einen Auszug aus Ihrem Buch (20 %) sowie die Coverabbildung zur Verfügung – gerne schon, bevor das Buch erschienen ist. Damit können Sie Ihren Lesern auf vielfältige Weise digitale Leseproben zur Verfügung stellen und in diversen Kontexten auf Ihr Buch hinweisen.
- Bei der Erstellung der Leseprobe wird automatisch eine suchmaschinenoptimierte Landeseite erstellt, auf der die Leseprobe in allen wichtigen eBook-Formaten zum Download angeboten wird. Dazu erhalten die Nutzer eine Web-Ansicht der ausgewählten Seiten und können diese direkt im Browser lesen. Ein Beispiel finden Sie hier:
<http://www.weiterlesen.de/beispiel-SoMeGuide>
- Betten Sie die Leseprobe Ihres Buchs auf Ihrer eigenen Homepage ein.
- Schicken Sie Ihren Lesern in personalisierten E-Mails einen Link zur digitalen Vorschau Ihres Buchs.
- Posten Sie Ihre Leseprobe in Ihrem Facebook-Profil.
- Ihre digitale Buchvorschau ist auf allen mobilen Geräten bequem lesbar und in allen gängigen Formaten verfügbar. Das Entdecken Ihres Buchs wird Ihren Lesern viel Freude bereiten!

IHRE PERSÖNLICHE LESEPROBE

leseproben (kampagnen-modus aktiv) [?](#)



Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing
(EPUB, ePUB3, 15.04.2016, Haufe Fachbuch)
Marcus Stumpf

ISBN-13 Print: 9783648079720
ISBN-13 epub: 9783648079737
ISBN-13 MOBI: 9783648079737
Amazon ASIN: B01F3JWGZY

[zur liste](#) [timeline ansehen](#)

neue leseprobe erstellen [?](#) [zurück zur kampagne](#)

1. titel 2. einstellungen 3. link

Weiterführender Link (nur EPUB und MOBI)

An das Ende der Leseprobe werden automatisch ein oder mehrere Links eingebunden, die zu unterschiedlichen Shops führen, sodass der Leser den Titel dort direkt bestellen kann.

links in alle größeren shops (apple, amazon, ebook.de etc.)

individueller link

individuelle url

individuelle button-farbe

[abbrechen](#) [weiter](#)

Liegen uns schon alle notwendigen Informationen und Daten vor, um Ihre Leseproben und Beleg-/Rezensionsexemplare für Sie zu individualisieren? Bitte senden Sie uns ggf. Ihr Logo und einen Standardlink, auf den in jeder Leseprobe am Ende verwiesen werden soll. Wir hinterlegen diese Informationen und Daten gerne in Ihrem Stammdaten.

neue leseprobe erstellen [?](#) [zurück zur kampagne](#)

1. titel 2. einstellungen 3. link

preview-link wurde erstellt [+ neue leseprobe erstellen](#)

Teilen Sie diesen Link mit Lesern, über soziale Medien, Ihre Webseite, etc.

[» hier können sie den link selbst testen](#)

[» hier können sie den link als e-mail verschicken](#)

Seite in andere Seite einbetten (embedded)

Sie können den Inhalt der Seite auch ohne Rahmen und Logo in Ihre eigene Seite einbinden. Fügen Sie dazu den hier angegebenen Code in Ihre HTML-Seite ein. [?](#)

```
<script type="text/javascript" src="http://meine.readbox.net/external/embedredirect?u=http%3A%2F%2Fmeine.readbox.net"
```

QR-Code wurde erstellt



[↓ laden sie hier eine druck-version als zip herunter.](#)

IHRE PERSÖNLICHE LESEPROBE

HAUFE.

Ihre kostenlose Leseprobe
Stumpf, Marcus: Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing



Ähnliche Titel



Das Zeitalter des Experience Marketing

„German Marketing Angst“ – so lautet der Befund von Harald Ehren, langjähriger Chefredakteur der Kommunikationsagentur fischerAppelt, für den Gemütszustand der hiesigen Marketingbranche. Dahinter stecke ein spezifisch „teutonischer Wesenszug“, der sich auch im skeptischen Umgang mit der Digitalisierung zeige: die Furcht vor Kontrollverlust.

Vielleicht ist es diese German Marketing Angst, die viele am Glauben festhalten lässt, das Internet sei lediglich ein weiterer Touchpoint für die Verbreitung von Werbebotschaften. Dass dem nicht so ist, beschreibt Anne M. Schüller bereits sehr eindrücklich in ihrem Beitrag „Touchpoint Management – Begeisterung entlang der Customer Journey“, wenn sie von einem der „größten Change-Prozesse aller Zeiten“ spricht, der die Kommunikationshoheit zu den Konsumenten wandern lässt.

Denn in Wirklichkeit schafft das Internet komplett neue Marketing-Spielregeln. Das traditionelle Werbe-Schema – eine Kampagne wird kreiert, Spots werden geschaltet, Plakate werden geklebt – ist Geschichte. Die Werbe-Monologe von einst weichen einem transparenten Miteinander aus Meinungen, Beurteilungen und Diskussionen. Der vernetzte Konsument ist mächtiger denn je, die Lebensdauer falscher Werbeversprechen sinkt drastisch, der Kontrollverlust grassiert. Und es deutet nichts darauf hin, dass sich das in Zukunft ändern würde. Im Gegenteil.

Diese neue ökonomische Realität erfordert ein radikales Umdenken. Vernetzte Konsumenten erwarten transparente Informationen und ein ehrliches Eingehen auf ihre Bedürfnisse, in Echtzeit. Marketing findet zusehends auf Augenhöhe statt. Mehr noch: Das Internet macht den Kunden tatsächlich zum König. Und die neue Königsdisziplin des Marketing besteht darin,

kaufen



Download der Leseprobe als epub | mobi | azw
Copyright © 2017 readbox publishing GmbH.

WIE SIE MEHR INTERESSE FÜR IHR BUCH WECKEN:
**WECKEN SIE AUFMERKSAMKEIT
MIT EINEM BUCHTRAILER!**

IHR PERSÖNLICHER BUCHTRAILER

Zu ausgewählten Neuerscheinungen produzieren wir ein Kurzvideo in enger Abstimmung mit Ihnen. Alles, was Sie dafür tun müssen:

- Stellen Sie uns Infotexte zu Ihrem Buch zur Verfügung.
- Sagen Sie uns, was Ihnen aus inhaltlicher Sicht besonders wichtig ist.
- Versorgen Sie uns mit Bild-, Ton- oder Videomaterial, falls vorhanden.

Dazu erhalten Sie eine Checkliste von uns, an der Sie sich orientieren können. Ihr Vorteil:

- Es entsteht ein professionell gestaltetes Kurzvideo zu Ihrem Buch, eingebettet in die Corporate Identity der HAUFE Gruppe.
- Das Video können Sie über Ihre eigenen Social Media Kanäle teilen.

Ein Beispiel-Video folgt demnächst.

NUTZEN SIE DIE MÖGLICHKEITEN IHRES NETZWERKS
SOCIAL COMMUNITIES

SOCIAL COMMUNITIES

Ein paar wenige Grundregeln helfen Ihnen:

- Zeigen Sie aktives Engagement in den sozialen Netzwerken und treten Sie in Kontakt mit der Community.
- Beteiligen Sie sich an Diskussionen und beantworten Sie Fragen sowie Kommentare zu Ihren Beiträgen.
- Nehmen Sie Feedback an, werten Sie es aus und beherzigen Sie es.
- Beobachten Sie, welche Inhalte auf den unterschiedlichen Plattformen gut ankommen und Interaktion hervorrufen. Nutzen Sie Ihre Erfahrungswerte beim Teilen Ihrer eigenen Inhalte.
- Verlinken Sie Ihre unterschiedlichen sozialen Auftritte als Autor miteinander.
- Machen Sie sich einen Plan, welche Inhalte Sie wann veröffentlichen wollen.
- Bestimmen Sie feste Zeiten, wann Sie sich Ihren Social-Media-Aktivitäten widmen wollen.

PLATTFORMÜBERGREIFEND RICHTIG NUTZEN
DER HASHTAG

SOCIAL COMMUNITIES

- Verwendet man einen Hashtag (Raute) in einem Tweet, in einem Post auf Facebook, Instagram oder Google+, so wird dieser Beitrag für die Schlüsselwortsuche verfügbar gemacht und ist entsprechend zu finden, wenn nach dem Begriff gesucht wird.
- Hashtags auf Twitter und Instagram sind sehr populär und lassen schnell beliebte Themen erkennen. Auch auf Google+ werden sie eingesetzt, Ihre Beliebtheit auf Facebook nimmt zu. Die Suche nach einem Hashtag führt auch hier zu immer mehr zu interessanten Ergebnissen.
- Das jeweilige Netzwerk erkennt das Stichwort anhand der Raute und wird es beim veröffentlichten Beitrag als Verlinkung aktivieren.
- Bei Großereignissen oder brisanten Themen kursieren oft verschiedene Hashtag-Versionen. Hier gilt es, den meistgenutzten Hashtag zu verwenden. Mittlerweile wird oft auch ein offizieller Hashtag vom Veranstalter sowie austragenden Medien vorgegeben.
- Auch private Sammlungen an Tweets, Fotos und weiteren Postings können durch einen # einem Thema zugewiesen und somit besser kategorisiert werden.

AUTOREN-WEBSEITE ODER BLOG

EINFACH SELBST ANGELEGT

2

AUTORENWEBSEITE / BLOG

- Für Ihre Website oder Ihren Blog können Sie Services nutzen, die vorgefertigte „Schablonen“ für Ihren Auftritt bieten und Ihnen damit die ersten Schritte erleichtern, z. B. [About.me](#) (eine Seite als digitale Visitenkarte), [Mobirise.com](#), Blogger oder Wordpress.
- Verlinken Sie Ihre anderen Online- und Social-Media-Auftritte mit Ihrer Autoren-Webseite.
- Nutzen Sie Ihre Autoren-Webseite, um längere Texte zu veröffentlichen.
- Zeigen Sie in Ihren Blogposts Ihr Expertenwissen und bieten Sie Ihren Lesern einen Mehrwert an Information.
- Werden Sie Teil der Blogging-Community, teilen Sie Inhalte anderer Blogger und lernen Sie von Ihnen.

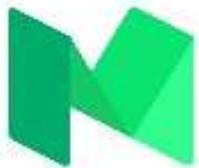


about.me

AUTORENWEBSEITE / BLOG

Einen eigenen Blog oder eine eigene Website zu pflegen, nimmt Zeit in Anspruch.

- Sollten Sie den Aufwand scheuen, gibt es eine Alternative für längere Texte:
 - [Medium.com](https://medium.com) ist eine einfach zu bedienende, aber qualitativ und optisch sehr hochwertige Plattform für Blogger.
 - Sie brauchen kein technisches Hintergrundwissen, die Funktionen sind einfach zu bedienen.
 - Die Plattform enthält auch „soziale“ Elemente: Andere Nutzer können Ihnen folgen und Ihre Texte sowie einzelne Passagen kommentieren. Selbstverständlich können Sie auch von Ihrer Website auf Ihre Beiträge verlinken und diese in den sozialen Medien teilen.



SOCIAL MEDIA KANÄLE

DIE WICHTIGSTEN SCHNELL UND EINFACH ERKLÄRT

3

FACEBOOK

FACEBOOK

FACTS



27 Mio. Nutzer
in Deutschland

1,6 Mrd.
Nutzer
weltweit

Unangefochten die Nummer Eins unter den sozialen Netzwerken!

- Größte Zielgruppe: Erwachsene zwischen 25 und 34 Jahren
- Gerade bei der Zielgruppe 45+ gewinnt Facebook stark an Bedeutung
- 65 % der Nutzer sind jeden Tag aktiv
- Die mobile Nutzung steigt rapide: 823 Millionen Nutzer sind nur noch mit ihrem Smartphone auf Facebook aktiv, also mehr als 50 % der Nutzer

FACEBOOK

PROFIL VS. FANSEITE



Richten Sie in Ihrer Funktion als Experte eine Fanseite auf Facebook ein. Damit Sie Ihre **Fanseite** erstellen können, brauchen Sie zunächst ein eigenes **Facebook-Profil**. Dazu ist eine Registrierung mit Ihrem Klarnamen auf der Facebook-Startseite nötig.

Was sind die Unterschiede zwischen dem Facebook-Profil und der Facebook-Fanseite?

Facebook-Profil	Facebook-Fanseite
Für natürliche Personen, gewerbliche Profile sind nicht erlaubt	Für Marken, Unternehmen, Künstler und Autoren
Profil und geteilte Beiträge sind je nach Privatsphären-Einstellungen schwer auffindbar	Immer öffentlich – auch für nicht angemeldete Nutzer in Suchmaschinen auffindbar
Maximal 5.000 Freunde, Freundschaftsanfragen müssen bestätigt werden	Fanzahl und Likes sind unbegrenzt, Fans müssen nicht bestätigt werden
	Unterstützt bei der Imagepflege und erhöht die Bindung zu den Lesern
	Schaltung kostenpflichtiger Werbeanzeigen ist möglich (Facebook Ads)

FACEBOOK

VORTEILE EINER FANSEITE



Nutzen Sie als Autor die Vorteile der Facebook-Fanseite und binden Sie Ihre Leser an sich!

- Für Marken, Unternehmen, Künstler und Autoren
- Immer öffentlich
- Auch für Nicht-Facebook-Mitglieder in Suchmaschinen auffindbar
- Unbegrenzte Fanzahl und Likes!
- Zusätzlich ist Werbung auf Facebook möglich (Facebook Ads)

FACEBOOK

FANSEITE ANLEGEN



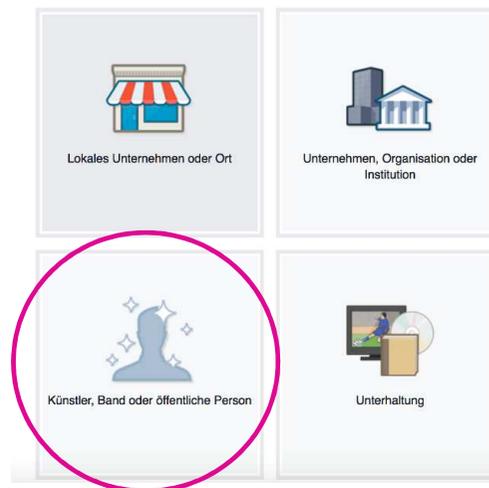
1

Wählen Sie in Ihrem persönlichen Menü die Option "Seite erstellen"



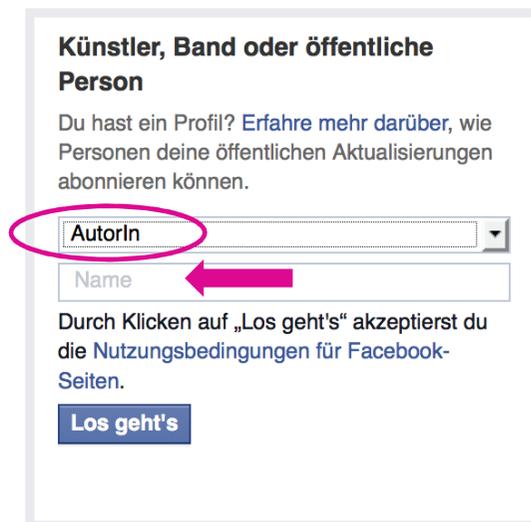
2

Über "Künstler, Band oder öffentliche Person" können Sie "AutorIn" auswählen.



3

Namen eintragen und "Los gehts"!



FACEBOOK

SEITENAUFBAU



Ihr Autorenfoto

Muss mind. 180 x 180 Pixel groß sein.
Achtung: Das Bild wird quadratisch zugeschnitten. Überlegen Sie sich genau, wie Sie sich darstellen wollen. Von Schnappschüssen aller Art sollten Sie Abstand nehmen.

Kurze Info über Sie

Im Reiter "Info" können Sie ausführlicher werden: Ihr Name, Ihre Bücher, eine kurze Vita etc.

Verlinkungen zu Ihren anderen Web- und Social Media-Auftritten

Ihr Titelbild

Muss mind. 399 x 150 Pixel groß sein. Verwenden Sie für das Titelbild Ihrer Seite ein eindeutiges Bild, das Ihre Seite repräsentiert. Das kann z. B. ein Abriss Ihrer Bücher sein. Seien Sie kreativ und testen Sie, was gut bei Ihren Lesern ankommt. Alle Titelbilder sind öffentlich, was bedeutet, dass jeder Besucher Ihrer Seite das Titelbild sehen kann.

Ihre Chronik mit Posts

FACEBOOK

IHRE FANS – IHRE COMMUNITY



So bauen Sie eine eigene Community auf!

- Gründen Sie die Seite für sich als Autor, nicht etwa nur für ein einzelnes Buch – so können Sie sie dauerhaft nutzen.
- Laden Sie zunächst Ihre Freunde ein, Ihre Seite zu liken und zu teilen, um Schritt für Schritt Ihr Netzwerk zu vergrößern.
- Liken Sie andere Autorensseiten, Seiten wichtiger Multiplikatoren, die Seiten der Haufe-Gruppe, auch die Seiten anderer Verlage und Dienstleister. Drücken Sie dazu auf der jeweiligen Facebook-Seite den Knopf “Gefällt mir”.
- Treten Sie Facebook-Gruppen bei, die Ihnen und Ihrem Buch thematisch entsprechen. Dies funktioniert, indem Sie auf der Facebook-Seite der jeweilige Gruppe den Knopf “Gefällt mir” klicken.
- Verlinken Sie Ihre Seite mit Ihren anderen Web-Präsenzen: Ihrem Blog, Ihren Accounts bei Twitter, Google+, Instagram, XING, LinkedIn etc.
- Und vor allem: Stellen Sie Ihren Fans wertvolle Inhalte zur Verfügung, die einen Mehrwert bieten. Content ist King und wird Ihre Anhängerschaft binden und wachsen lassen.
- Lesetipp: <http://www.epublizisten.de/2011/05/10-gebote-fuer-die-eigene-facebook-seite/>

FACEBOOK

IHRE INHALTE

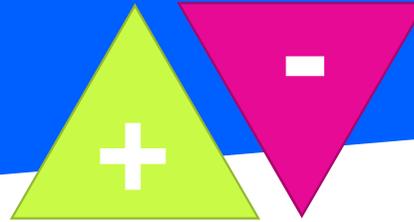


So kommunizieren Sie mit Ihren Fans!

- Posten Sie regelmäßig, aber nicht wahllos: ein bis zwei Posts täglich reichen völlig.
- Mixen Sie Ihre Beiträge: Interessante Links wechseln sich mit Fotos, Videos, fundierten Kommentaren oder auch Gewinnspielen ab.
- Beziehen Sie Ihre Fans mit ein: Wenn Sie das @-Zeichen vor den Namen einer Person oder Seite setzen, können Sie in Ihren Posts zu Personen oder Seiten verlinken.
- Laden Sie zur Interaktion ein, z. B. durch Fragen an Ihre Leser.
- Prüfen Sie regelmäßig, ob es neue Beiträge oder Kommentare auf Ihrer Seite gibt, und reagieren Sie darauf. Sagen Sie "Danke" und "Entschuldigung".
- Starten Sie Aktionen, wie z. B. eine Verlosung Ihres Buches. Als Gegenleistung können Sie zum Teilen Ihrer Seite auffordern.
- Werben Sie nicht zu offensiv, die Community wird Sie dafür abstrafen! Mischen Sie sich intelligent in Diskussionen und werben Sie indirekt für Ihr Buch: evtl. durch Auszüge einiger Passagen, die einen wertvollen fachlichen Beitrag leisten.
- Löschen Sie auf Ihrer Seite keine unerwünschten Kommentare, sondern setzen Sie sich konstruktiv mit ihnen auseinander.

FACEBOOK

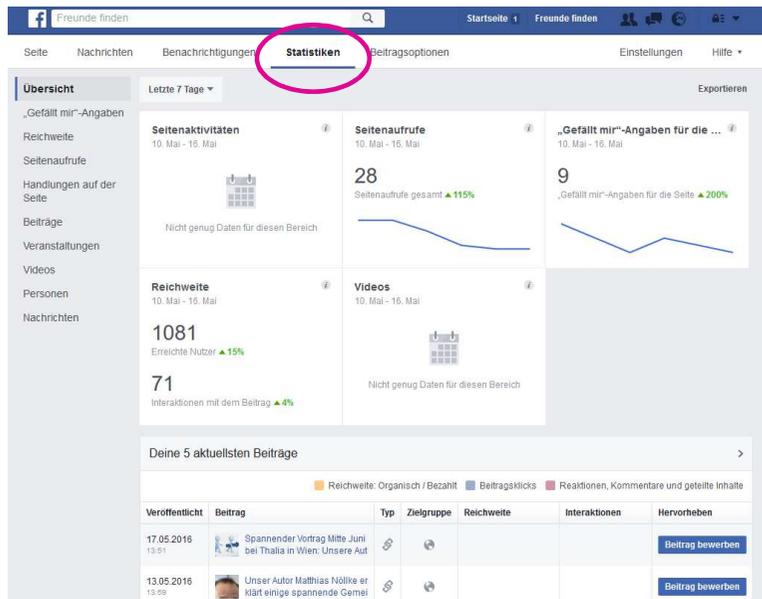
IHRE INHALTE



Steigern Sie die Interaktion mit attraktiven Inhalten!

- Lassen Sie Ihre Leser durch Ihre Posts und Beiträge an Ihrer Arbeit als Autor teilhaben.
- Fordern Sie gezielt zur Interaktion auf – zum Beispiel durch eine Frage und binden Sie Ihre Fans in Ihr Work in Progress-Stadium ein.
- Kombinieren Sie Text, Bilder, Videos und Links. (Achten Sie beim Posten von fremden Inhalten darauf, keine Urheber- und/oder Persönlichkeitsrechte Dritter zu verletzen!)
- Postings zwischen 11 und 16 Uhr sowie nach 19 Uhr erzielen die größte Reichweite.
- Bleiben Sie in Ihrer Sprache klar und verständlich und werden Sie nicht zu umfangreich.
- Besetzen Sie Ihr Thema und das Ihres Buches. Zeigen Sie, dass Sie Experte sind und geben Sie Einblick in Ihr Wissen. Lassen Sie Ihre Fans davon profitieren und machen Sie neugierig auf mehr.
- Bei aller spannender Vorab-Information: Werben Sie nicht ausschließlich und zu offensiv für Ihr Buch!
- Hohe Interaktionsraten verschaffen auch Live-Videos. Eine Live-Übertragung z.B. von einem Buch-Event startet man durch Auswahl der Funktion “Live” im Posting-Feld des News-Feed (“Was machst du gerade?”).

FACEBOOK STATISTICS



Wie Sie den Erfolg Ihrer Autoreseite messen können!

- Auf Ihrer Startseite finden Sie oben links die Statistiken zu Ihrer Seite.
- Ab 30 Fans können Sie dieses wertvolle Tool nutzen.
- Sie erhalten Daten...
 - zu den Aktivitäten auf Ihrer Seite
 - zur Entwicklung Ihrer Fanzahl
 - zu Ihren Posts, die besonders wirksam waren (Reichweite und Interaktion)
 - zur demografischen Struktur Ihrer Fans
- Mithilfe dieses Werkzeugs können Sie nun entscheiden, welche Beiträge Sie wann und wie posten möchten.
- Mehr Info zum Interpretieren der Statistiken: <https://sandraholze.com/6-facebook-statistiken-fur-die-erfolgsmessung/>

AMAZON

AUTORENSEITE

AMAZON

IHRE VISITENKARTE



Ihre Visitenkarte beim größten Buchhändler der Welt!

- Sie erreichen mehr Leser und können Ihre Bücher vorstellen - schlicht, vorteilhaft und kostenlos.
- Info zur Amazon Author Central <https://authorcentral.amazon.de/gp/help?ie=UTF8&topicID=200497410>

amazon AuthorCentral [Melden Sie sich jetzt an](#) [Hilfe](#) | [Hallo. Kennen wir Sie?](#) | [Anmelden](#)

Amazon Author Central

Willkommen in Author Central, einem kostenlosen Service von Amazon. Autoren erreichen mehr Leser, können Bücher vorstellen und beim Aufbau eines besseren Amazon-Büchershops helfen.

Wir lieben Bücher. Und Bücher fangen bei den Autoren an. Sie gehören als Autor bei Amazon einer besonderen Gruppe an. In Author Central können Sie die neuesten Informationen zu Ihrer Person und zu Ihren Büchern veröffentlichen. Sie können Ihre Bibliografie anzeigen und bearbeiten, einem persönlichen Profil ein Foto und eine Biographie hinzufügen, fehlende Bilder von Bucheinbänden hochladen und ein Blog nutzen, um mit Lesern in Kontakt zu treten.

Ein Beispiel dafür, wie wir diese Informationen an Kunden weitergeben, finden Sie auf den Autorensseiten. Wir haben die Autorensseiten erfunden, damit Kunden ihre Lieblingsautoren schneller finden und neue Autoren entdecken können. (Sehen Sie sich die Autorensseiten von [Cornelia Funke](#) oder [Andreas Franz](#) an.)

Author Central hilft Ihnen auch, wenn Sie möchten, dass Ihre Bücher durch Suchprogramme wie Search Inside the Book und Kindle durchsucht werden sollen, damit jeder Kunde sie durchblättern und kaufen kann.

Wenn Sie der Autor eines Buches in unserem Katalog sind, sind Sie berechtigt, Author Central beizutreten. Sie können über Ihr Kundenkonto bei Amazon.de mit der Benutzung anfangen (gegebenenfalls ein neues Konto erstellen).

Wenn Sie Author Central erstmalig nutzen, freuen wir uns über Ihr regelmäßiges Feedback. Unser Serviceteam für Autoren beantwortet gerne Ihre Fragen, nimmt Anregungen und Feedback entgegen und gibt Ihnen die Anleitung.

[Author Central beitreten](#)

AMAZON

AUTORENSEITE ANLEGEN



So können Sie sich anmelden:

- Ganz einfach: Über Ihr persönliches Amazon-Kundenkonto!
- Sind Sie noch kein Amazon-Kunde, müssen Sie sich zunächst registrieren – über die die Eingabe Ihrer E-Mail-Adresse und der Auswahl „Ich bin ein neuer Kunde“ gelangen Sie zum Registrierungsformular.
- Bestätigen Sie in einem nächsten Schritt Ihre Identität durch die Nennung Ihres Autorennamens.



Willkommen bei Author Central!

Um anzufangen, melden Sie sich an Ihrem Amazon.de-Kundenkonto an. Wenn Sie Ihr Kundenkonto für die Registrierung bei der Autorenzentrale (Autor Central) verwenden, können wir Ihre Kundendaten verwenden, um Ihre Identität zu prüfen (indem wir beispielsweise Ihre E-Mail-Adresse mit Ihrem Verlag abgleichen). Ansonsten bleiben Ihre Kundendaten (wie Produktrezensionen oder Verkaufsverläufe) jedoch geheim.

Anmelden

Was ist Ihre E-Mail-Adresse (Telefon für mobile Konten)?

E-Mail oder
Mobiltelefonnummer:

Haben Sie ein Passwort für Amazon.de?

- Ich bin ein neuer Kunde.
(Sie werden später gebeten, ein Passwort anzugeben)
- Ich bin bereits Kunde,
und mein Passwort ist:

[Weiter \(über den Sicherheitsserver\)](#)

[Haben Sie Ihr Passwort vergessen?](#)

Author Central beitreten: Bestätigen Sie Ihre Identität

Helfen Sie uns bitte, Ihre Bücher im Amazon.de Katalog zu finden und zu identifizieren.

Was ist Ihr Autorennamen?

Mein Autorennamen ist

[Weiter](#)

AMAZON

AUTORENSEITE PFLEGEN



Und so legen Sie los:

- Verwenden Sie dann die Suche nach Ihrem Autorennamen, um Ihre Bücher hinzuzufügen. Später können Sie Ihre Bibliografie über den Button „Titel hinzufügen“ ergänzen.
- Schreiben Sie eine kurze Biografie und laden Sie ein Profilfoto hoch. Klicken Sie dazu den Profil-Reiter. Und gehen auf „Biografie hinzufügen“ oder „Bild bearbeiten“.
- Sie können weitere Fotos und auch Videos für Ihre Leser bereitstellen.
- Verknüpfen Sie Ihre Autorenseite mit Ihrem Twitter-Account und Ihrer eigenen Webseite. Machen Sie Ihre Amazon-Autorenseite dadurch dynamischer.

Und fertig ist Ihr Profil im Amazon-Universum!

Author Central beitreten: Bestätigen Sie Ihre Identität

Schritt 2 von 3

Verwenden Sie die nachfolgende Suche, um ein von Ihnen geschriebenes Buch zu identifizieren. Sie können nach Titel, Autor, oder ISBN suchen.

Suche:

Seite 1 von 7 (82 items)



Prinzip kostenlos: Wissen verschenken - Aufmerksamkeit steigern - Kunden gewinnen 
Kerstin Hoffmann



AMAZON

KUNDENREZENSIONEN



Für den Verkauf Ihres Buchs bei Amazon sind gute Bewertungen enorm wichtig. Dabei sollte ein **Mittelwert von 3,8** (im Amazon-System) nicht unterschritten werden – so lange zeigt Amazon nämlich noch 4 Sternchen an. Amazon präsentiert dabei zuoberst die hilfreichste positive und die hilfreichste negative Rezension, danach folgen die einzelnen Bewertungen, standardmäßig nach der Hilfreich-Quote sortiert.

Kundenrezensionen



4.5 von 5 Sternen



Sagen Sie Ihre Meinung zu diesem Artikel

[Kundenrezension verfassen >](#)

[Alle 36 Kundenrezensionen anzeigen >](#)

Die hilfreichsten Kundenrezensionen

5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich

AMAZON

KUNDENREZENSIONEN



Wie kommen Sie zu unabhängigen Kundenrezensionen?

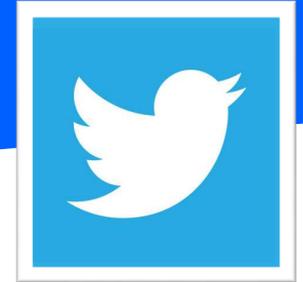
- Bitten Sie Ihre Leser explizit und mit direktem Link zur Rezensionsseite, Ihnen bei Gefallen des Buches eine Bewertung zu hinterlassen. Darauf hinweisen können Sie z. B. im Rahmen einer Buchverlosung, die Sie über Ihre sozialen Kanäle starten.
- Eine wertvolle Quelle für positive Rezensionen sind Buchblogger. Auch wir bieten unserem Blogger-Netzwerk Ihr Buch zur Rezension an. Viele der Blogger sind auch auf Amazon als Rezensenten aktiv!
- Sehen Sie davon ab, Verwandte, Freunde und Bekannte aus Gefälligkeit um eine Rezension zu bitten. Solchen Rezensionen ist anzumerken, dass sie nicht von „echten Lesern“ stammen.
- Unterlassen Sie es, Rezensionen zu kaufen oder Besprechungen mit anderen Autorenkollegen aus Gefälligkeit zu tauschen. Der Amazon-Algorithmus erkennt derartige „Abkürzungen“ und bestraft sie durch negatives Ranking.



TWITTER

TWITTER

FACTS



Bis zu 11 Mio.
Nutzer in
Deutschland

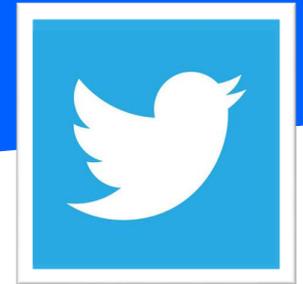
Weltweit bis
zu 320 Mio.
Nutzer

Wie 140 Zeichen – Die schnellste Art des Netzwerks!

- Zielgruppe: Twitter wird v. a. von jüngeren Menschen genutzt (18-29 Jahre: 27% und 30-34 Jahre: 16%)
- ca. 190.000.000 Kurznachrichten (Tweets) werden pro Tag verschickt
- Wichtigste Funktionen: Tweets, Hashtags, Folgen, Retweeten
- Twitter-User sind online meist sehr aktiv und demnach wertvolle Multiplikatoren in der digitalen Welt

TWITTER

PROFIL ANLEGEN



1

Geben Sie Ihren vollständigen Namen und Ihre E-Mail-Adresse oder Telefonnummer an. Bestimmen Sie ein Passwort für Ihren Account.

Melde Dich noch heute bei Twitter an.

Indem Du Dich registrierst, stimmst Du den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Datenschutzbestimmungen sowie der Nutzung von Cookies zu. Andere werden Dich mittels Deiner

2

In einem nächsten Schritt können Sie Ihre Telefonnummer angeben. Diesen Schritt können Sie aber auch überspringen.

Telefonnummer eingeben

Deine Telefonnummer schützt Deinen Account, verbindet Dich mit Freunden und vereinfacht das Anmelden.

[Überspringen](#)

Wir werden einen Bestätigungscodem an diese Nummer senden.

3

Dann wählen Sie einen Nutzernamen.

Wähle einen Nutzernamen.

Keine Sorge, Du kannst es jederzeit ändern.

Vorschläge: aKTiktgOAilaqQl | BAKYU31AhXtfflz | uN3mOKNsCTVaZxs | qKrm1MkooxyDay0y | JfQV47Mu2K87GsE

[Überspringen](#)

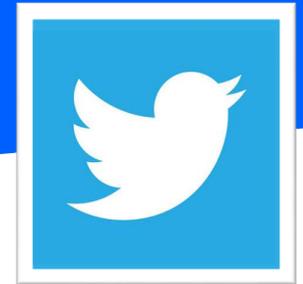
4

Bevor es losgeht, können Sie Ihre Interessen angeben. Auf deren Grundlage schlägt Ihnen Twitter Profile anderer Twitterer vor, denen Sie folgen können.

Woran bist Du interessiert?

TWITTER

IHR PROFIL



Ihr Headerbild

Folgen und gefolgt werden

Ihr Autorenfoto

Ihr Name und Ihr Benutzername und

Kurzbeschreibung

Knapp ist auch hier Trumpf Beschreiben Sie sich in ein paar Worten. Auf alle Fälle sollten Sie auf Ihre Webpräsenz verlinken!

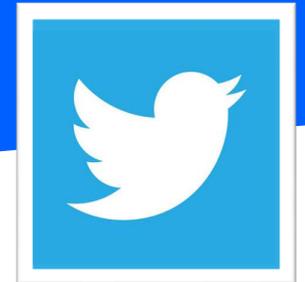
The screenshot shows a Twitter profile for Zamyat M. Klein (@ZamyatSeminare). The profile includes a header image of a dirt path, a profile picture of a woman, and a bio. The bio mentions she is a creative trainer, author, and blogger, and lists her location (Lohmar), website (zamyat-seminare.de), and birth year (1949). The statistics section shows 13,7 thousand tweets, 777 followers, 1,964 people she follows, 2,028 likes, and 6 lists. A tweet is visible in the timeline with the text 'Guten Morgen, günaydın, sabah al nur!' and a photo of a woman on a beach.

TWEETS	FOLGE ICH	FOLLOWER	GEFÄLLT MIR	LISTEN
13,7 Tsd.	777	1.964	2.028	6

Ihre Timeline mit Tweets (max. 140 Zeichen) und Retweets

TWITTER

DIE WICHTIGSTEN FUNKTIONEN



- Auf Tweets öffentlich antworten, dadurch direkt mit anderen Nutzern in Kontakt treten und interagieren.
- Tweets öffentlich retweeten, Reichweite steigern und dadurch das eigene Netzwerk vergrößern.
- Tweets öffentlich favorisieren, Anerkennung zeigen und danke sagen. Ihre Favoriten können Sie jederzeit abrufen, so dass diese Funktion auch als Lesezeichen dient, um die Tweets später nochmal zu lesen.
- Weitere Funktionen: Sie können den Tweet per privater Direktnachricht mit einem anderen Twitterer teilen, den Link zum Tweet kopieren oder ihn als Code in die eigene Webseite einbetten.



Zamyat M. Klein @ZamyatSeminare · 30. Apr.

Nein, es kann nicht jeder "einfach so" gute Online-Seminare und Kurse geben! Ein "böser" Blog-Beitrag bit.ly/1SCVgP1



Auf den Tweet
antworten



Retweeten



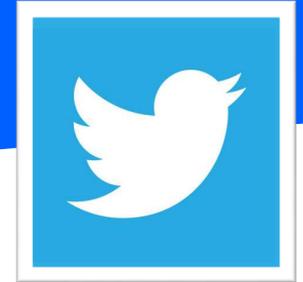
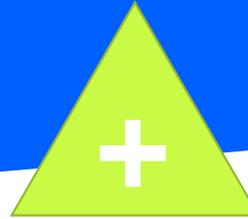
Faven



Weitere
Funktionen

TWITTER

SO GEHT'S RICHTIG



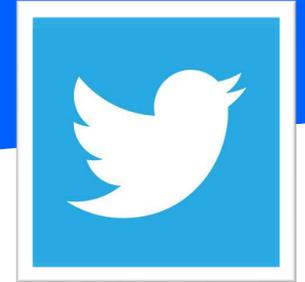
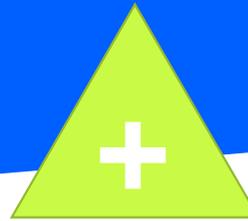
Gewinnen Sie Follower und kommunizieren Sie mit ihnen!

- Verwenden Sie Ihren echten und vollständigen Autorennamen.
- Folgen Sie anderen Nutzern, die Sie inspirierend finden, und die sich in Ihrer thematischen Fachwelt bewegen.
- Treten Sie in Kontakt mit ihnen, antworten Sie auf Tweets, unterstützen sie sich gegenseitig.
- Nehmen Sie an Gesprächen und Debatten Ihrer Themenwelt teil. Zeigen Sie Ihre Expertise!
- Retweeten Sie andere Autoren und interessante und originelle Tweets.
- Twittern Sie über das, was Sie interessiert und bewegt. Machen Sie Ihren Auftritt zu dem eines Fachmanns!
- Tipps für Einsteiger: <http://www.mr-gadget.de/howto/2013-03-20/anleitung-twitter-fur-einsteiger-tipps-und-tricks-fur-den-microblogging-dienst-2>



TWITTER

SO GEHT'S RICHTIG

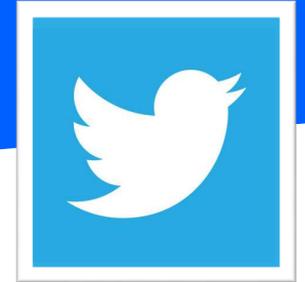
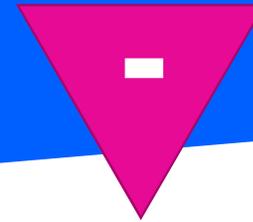


Gewinnen Sie Follower und kommunizieren Sie mit ihnen!

- Reagieren Sie, wenn Sie in einem Tweet erwähnt werden. Bedanken Sie sich, antworten Sie, geben Sie Auskunft oder Tipps!
- Twittern Sie zu unterschiedlichen Uhrzeiten, um mit unterschiedlichen Twitterern in Kontakt zu kommen.
- Verwenden Sie Hashtags #, so machen Sie wichtige Schlüsselbegriffe auffindbar und Sie können Trendthemen für sich nutzen, z. B. #SocialMedia.
- Empfehlen Sie gute Twitter-Auftritte mit #ff ("FollowFriday"). Der FollowFriday ist ein Format, bei dem Twitterer an jedem Freitag lesenswerte Webseiten und Personen auf Twitter weiterempfehlen – So steigern Sie Ihre eigene Reichweite!
- Erstellen Sie einen ausgewogenen Mix aus Texten, Bildern und Videos. Ein einfacher Redaktionsplan kann Ihnen bei der Planung helfen!
- Verlinken Sie zu Ihren weiteren Webprofilen. Verwenden Sie Ihren echten und vollständigen Autorennamen.
- Folgen Sie anderen Nutzern, die Sie inspirierend finden, und die sich in Ihrer thematischen Fachwelt bewegen.

TWITTER

DAS SOLLTEN SIE VERMEIDEN



- Retweeten Sie niemals fremde Tweets, ohne den Urheber zu erwähnen. Nennen können Sie andere Twitterer, indem Sie ihrem Twitter-Namen das Zeichen @ voranstellen!
- Nutzen Sie Ihren Account nicht ausschließlich als Werbeplattform für die eigenen Publikationen. Finden Sie den richtigen Mix!
- Halten Sie Maß bei der Anzahl Ihrer Tweets. Spammen Sie Ihre Follower nicht zu!
- Folgen Sie nicht jedem x-beliebigen User. Konzentrieren Sie sich bei Ihrer Auswahl auf potenzielle Multiplikatoren!
- Vermeiden Sie hitzige Debatten ohne inhaltlichen Mehrwert für Ihre Follower.

YOUTUBE

YOUTUBE

FACTS



Die "zweitgrößte Suchmaschine" der Welt

- Täglich werden Videos mit einer Gesamtdauer von mehreren 100 Mio. Stunden wiedergegeben und Milliarden Aufrufe generiert.
- Die Anzahl an täglichen YouTube-Nutzern ist seit März 2014 um 40 % gestiegen.

6 Mio. Nutzer
in Deutschland

1 Mrd. Unique
Visitors
weltweit

YOUTUBE

IHR EIGENER KANAL



So können Sie sich anmelden:

- Mit einem Google-Konto können Sie Videos ansehen, positive Bewertungen abgeben und Inhalte abonnieren.
- Um Playlists hochladen, kommentieren oder einrichten zu können, müssen Sie einen öffentlichen YouTube-Kanal erstellen.
- Dazu melden Sie sich in YouTube an und führen eine Aktion durch, für die ein Kanal erforderlich ist. Hierbei kann es sich um das Hochladen von Inhalten, das Posten eines Kommentars oder das Erstellen einer Playlist handeln.
- Wenn Sie noch keinen Kanal haben, erscheint nun eine Aufforderung zur Erstellung eines Kanals.
- Sie können Ihren neuen Kanal einer Kategorie zuweisen, z. B. "Produkt oder Marke".
- Videos können Sie innerhalb Ihres Kanals öffentlich oder privat hochladen. Letztere sind nur für Personen sichtbar, für die Sie sie freigeben.
- Ein zusätzliches Plus: Ihr neuer Kanal hat automatisch eine Seite bei Google+.

YOUTUBE

IHR EIGENER KANAL



Haben Sie Ihren Kanal erstellt, können Sie diesen unter **“Mein Kanal”** verwalten.

Hier können Sie eine **Beschreibung** Ihres Kanals angeben sowie auf Ihre **weiteren Webprofile** verweisen.

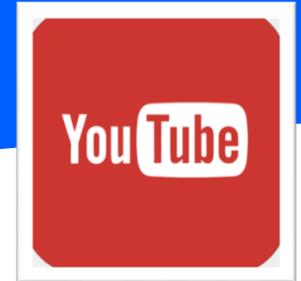
Ihr **Profil- und Kanalbild** können Sie hier hinzufügen oder ändern.

Auch Ihre hochgeladenen **Videos**, erstellte **Playlists**, **Favoriten** und **Abos** können Sie hier managen.

The screenshot shows the YouTube channel management interface for 'André Pleintinger'. The left sidebar contains navigation options: Start, Mein Kanal, Trends, Abos (5), Verlauf, and Später ansehen. Below this is a list of subscriptions including BIBLIOTHEK, Red Bull, PaperC, Fabian Kern, Lexware, Journalistenakademie, The North Face, MAMMUT, European Outdoor Fil..., Journalistenakad..., KaoruFandub, and boersenverein. The main content area shows the channel banner with a 'Kanalbild hinzufügen' button, the channel name 'André Pleintinger', and a '0 Abonnenten' button. Below the banner are sections for 'Uploads', 'Erstellte Playlists', 'Videos, die mit "Mag ich" bewertet wurden', and 'Abos', each with a brief description of the content.

YOUTUBE

DIE WICHTIGSTEN FUNKTIONEN



Wie entsteht Traffic bei einem Video?

Video öffentlich **teilen** oder einer **Playlist hinzufügen**

Video öffentlich **komentieren**

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top is a video player with a progress bar at 0:50 / 0:53. Below the player is the video title "Kein Platz mehr im Regal? #neugierbrauchtplatz paperc.com" and the channel name "PaperC". The video has 253 views, 6 likes, and 0 dislikes. Below the video information are the options "Hinzufügen", "Teilen", and "Mehr". The "Mehr" option is highlighted with a pink arrow. Below the video information is the publication date "Veröffentlicht am 05.02.2015" and a link "Jetzt beim Kreativ-Gewinnspiel mitmachen und tolle Preise gewinnen: http://goo.gl/QFpDN2". Below the video information is the "KOMMENTARE" section with a text input field "Öffentlichen Kommentar posten...".

Video **liken** oder **disliken**

Video **melden** oder **Statistik abrufen** (unter „Mehr“)

YOUTUBE

VIDEO EINSTELLEN



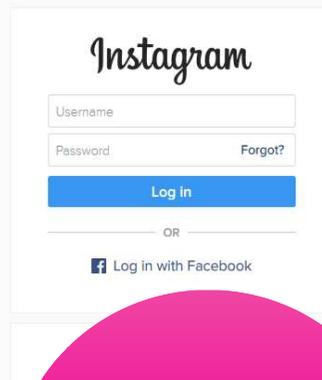
- Auf Ihrem Kanal können Sie nun Videos öffentlich oder privat hochladen.
- Ihr Trailer muss in den Formaten WebM, MPEG4, 3GPP, MOV, AVI, MPEGPS, WMV oder FLV konvertiert sein, damit Sie ihn hochladen können. Ihr Video darf max. 15 Minuten lang sein.
- Sie können Ihr Video bei YouTube online bearbeiten und mit Kommentaren versehen.
- Direkt nach dem Upload können Sie Thumbnails, also kleine Vorschaubilder, auswählen.
- Standardmäßig gibt der Video-Uploader von YouTube einen Kurzlink zu Ihrem Video an, den Sie mit Ihren Lesern teilen können.
- Geben Sie Ihrem Video einen präzisen Titel, der relevante Suchwörter enthält, eine detaillierte Beschreibung sowie relevante Tags, sodass Ihr Video in der YouTube-Suche besser gefunden werden kann.
- Weisen Sie in der Beschreibung Ihres Trailers auf Ihre weiteren Social Media-Auftritte hin.



INSTAGRAM

INSTAGRAM

FACTS



9 Mio. Nutzer
in Deutschland
Weltweit 400
Mio. Nutzer

Die mobile Foto-Community für Ihre Bücher!

- Täglich werden bei Instagram weltweit 80 Mio. Fotos eingestellt.
- Mehr als 40 Milliarden Bilder sind auf der Plattform gespeichert.
- Über 500 Mio. täglich aktive Nutzer, davon 10 Mio. in Deutschland.
- Die Community wächst weltweit weiter im dreistelligen Millionenbereich pro Jahr.
- Die Interaktionsrate hat sich seit 2014 vervierfacht.
- Die Nutzung ist überwiegend mobil.

INSTAGRAM

IHR PROFIL



Instagram

Registriere dich, damit du die
Fotos und Videos deiner Freunde
sehen kannst.

 Mit Facebook anmelden

ODER

Registrieren

Durch deine Registrierung stimmst
du unseren **Nutzungsbedingungen**
und **Datenschutzrichtlinien** zu.

So können Sie sich anmelden

- Geben Sie Ihre E-Mail-Adresse und Ihren vollständigen Namen an.
- Ergänzen Sie Ihren gewünschten Nutzernamen und ein Passwort für Ihren Instagram-Account.
- Alternativ dazu können Sie sich auch mit Ihrem Facebook-Account anmelden.
- Durch die Registrierung stimmen Sie den Nutzungsbedingungen sowie den Datenschutzrichtlinien von Instagram zu.

INSTAGRAM

IHR PROFIL



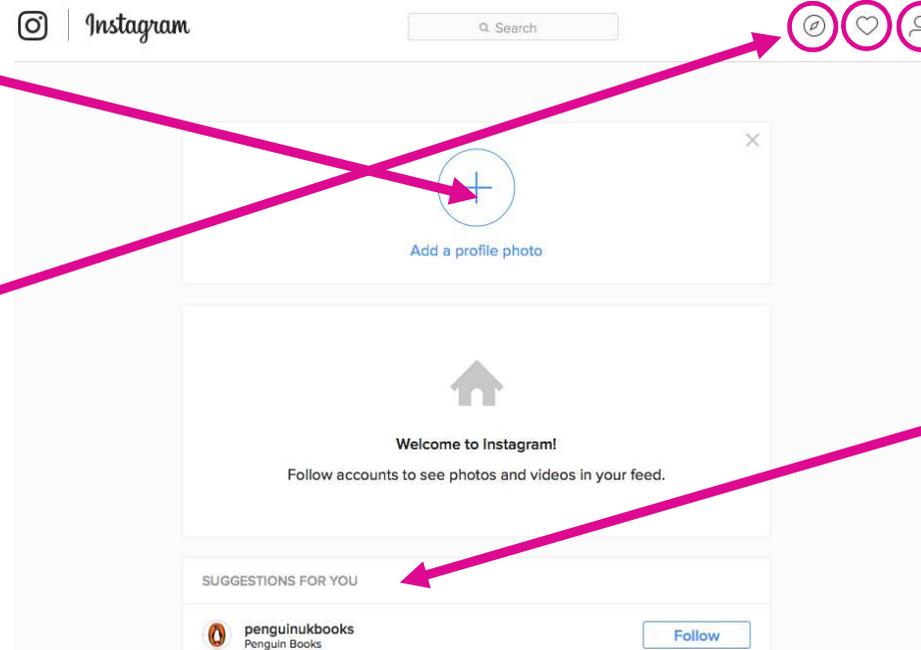
Hier finden Sie Ihre **Benachrichtigungen**, wie Kommentare und Likes zu Ihren Bildern und Videos.

Hier kommen Sie zu Ihrer **Profilseite**.

Instagram schlägt Ihnen **andere User** vor, denen Sie folgen können.

Laden Sie hier ein passendes **Profilbild** hoch.

Lassen Sie sich treiben und entdecken Sie **andere Bilder** und **interessante Profile**.



INSTAGRAM

IHR PROFIL



Ihr Profilbild

Beschreiben Sie sich kurz und verlinken auf Ihre Webpräsenz!

Entdecken Sie hier andere User und Ihre Bilder

Tipp: Indem Sie den Bildschirm nach links wegwischen, gelangen Sie zu Instagram Direct. Dort haben Sie die Möglichkeit, Live Videos aufzunehmen (s. nächste Seite).

Suchen Sie gezielt nach Beiträgen!

Ihre hochgeladenen Fotos und Videos, Ihre Abonnenten und Ihre Abos

Hier können Sie Ihr Profil bearbeiten!

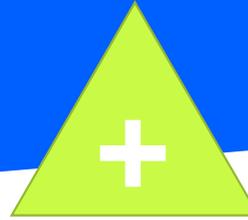
Hier schießen Sie Fotos oder laden Ihre Beiträge hoch! Anschließend können Sie Ihre Bilder bearbeiten.

Hier finden Sie Ihre **Benachrichtigungen**, wie Kommentare und Likes zu Ihren Bildern und Videos.

Hier gelangen Sie zu Ihren Profil-Einstellungen

INSTAGRAM

SO GEHT'S RICHTIG

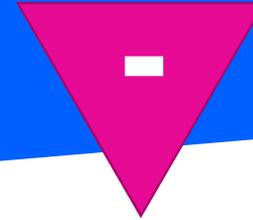


So gewinnen Sie Follower und bauen Ihre Community auf:

- Konzentrieren Sie sich auf gute Fotos! Standbilder mit Personen erhalten auf Instagram die meisten Likes.
- Bieten Sie Ihren Lesern eine ausgewogene Kombination an Fotos! Wechseln Sie ab zwischen allgemeinen Bildern zu Ihrem Expertenthema und persönlichen Beiträgen.
- Erwähnen Sie andere Nutzer mit @Nutzername in der Bildunterschrift (max. 2.200 Zeichen)! Ein Text mit ca. 250 Zeichen funktioniert dabei am besten. Die Interaktion bei Ihren Beiträgen wird steigen.
- Versehen Sie Ihre Posts mit thematisch passenden Hashtags wie z. B. #Buchtipp, #lesen, #fuehrung etc. und fügen Sie einen Ort hinzu! Durch Hashtags sind interessante Accounts und Inhalte für Instagram-Nutzer einfacher zu finden. Das User-Engagement auf Ihrem Account wird zunehmen.
- Aktivieren Sie Ihre anderen Community-Accounts wie Facebook und Twitter, um Ihre Bilder automatisch auch dort zu teilen.
- Liken und kommentieren Sie andere Beiträge und folgen anderen Nutzern!
- Mit Instagram Live Video können Sie einen bis zu 1-stündigen Live-Stream starten und so aktuelle Geschehnisse ganz unmittelbar mit Ihren Followern teilen. Die Live-Videos bleiben nur so lange abrufbar, bis die Übertragung beendet wurde – danach verschwinden sie.

INSTAGRAM

DAS SOLLTEN SIE VERMEIDEN

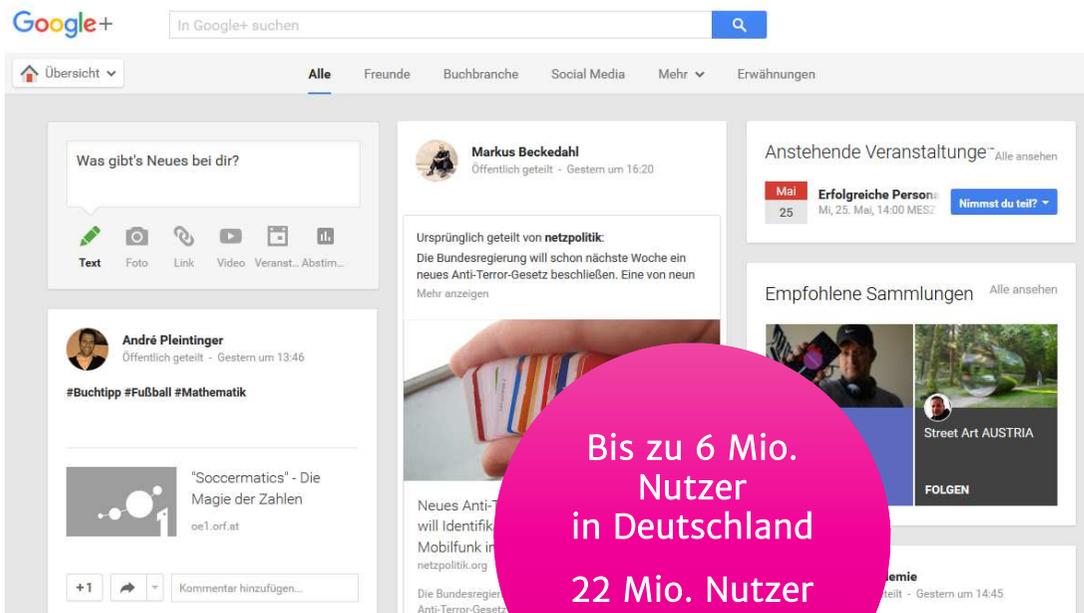


- Schlechte Bilder posten: Ein paar einfache Grundlagen der Fotografie sollten Sie beachten; zudem stehen auch Bildbearbeitungsanwendungen zur Verfügung.
- Fremde Bilder verwenden: Wenn Sie unbedingt Content von anderen Usern verwenden wollen, sollten Sie diese vorher fragen, auch wenn dies z.B. in AGBs nicht explizit verlangt wird.
- Posten um des Postens willen: Wenn es nicht irgendwie relevant ist oder zu Ihrem Thema passt, sollten Sie im Zweifelsfall auf ein Posting verzichten.
- Kein Link in der Biografie: Die persönlichen Angaben sind der einzige Ort, in dem Sie auf Ihre Website verweisen können. Nutzen Sie diese Gelegenheit für mehr Traffic!
- Die falschen Hashtags verwenden: Achten Sie darauf, relevante Begriffe mit Hashtags zu versehen. Nur so werden Sie gefunden. Allgemeine Hashtags wie #tipps, #training, #mehrerfolg etc. bringen etwas Aufmerksamkeit. Wenn Sie das Engagement jedoch nachhaltig erhöhen wollen, sollten Sie thematisch spezifische Hashtags zu Ihrem Fachbereich verwenden.

GOOGLE+

GOOGLE+

FACTS



Bis zu 6 Mio.
Nutzer
in Deutschland
22 Mio. Nutzer
weltweit

Präsenz im Google-Universum

- 65% aller User sind männlich, 35% weiblich
- Plattform für Produzenten zum Ideen- und Informationsaustausch
- Der Topvorteil: Ihre Beiträge sind absolut suchmaschinenrelevant

GOOGLE+

ANMELDEN



Create your Google Account

One account is all you need

One free account gets you into everything Google.



Take it all with you

Switch between devices, and pick up wherever you left off.



Name
First Last

Choose your username
 @gmail.com
I prefer to use my current email address

Create a password

Confirm your password

Birthday
Month Day Year

Gender
I am...

Mobile phone
 +43

Your current email address

Location
Austria (Österreich)

So können Sie sich anmelden:

- Haben Sie bereits ein Google-Konto, z. B. durch Gmail oder Youtube, müssen Sie sich lediglich bei Google+ mit Ihrer E-Mail-Adresse und Ihrem Passwort einloggen.
- Eine Registrierung ist nur nötig, wenn Sie noch kein Google-Konto haben.
- Ist das der Fall, rufen Sie folgende Seite auf:
<https://accounts.google.com/SignUp>
- Hier können Sie in wenigen Schritten Ihr Google-Konto für alle Google-Dienste (Gmail, YouTube, Picasa, Drive etc.) einrichten (siehe Bild rechts).
- In wenigen Klicks gelangen Sie dann zu Ihrem Google+ Konto.

GOOGLE+

IHR PROFIL



Hier finden Sie das **Menü**. Sie können wechseln zwischen Ihrem Profil, der Übersicht, Personen und Kreise, Sammlungen etc.

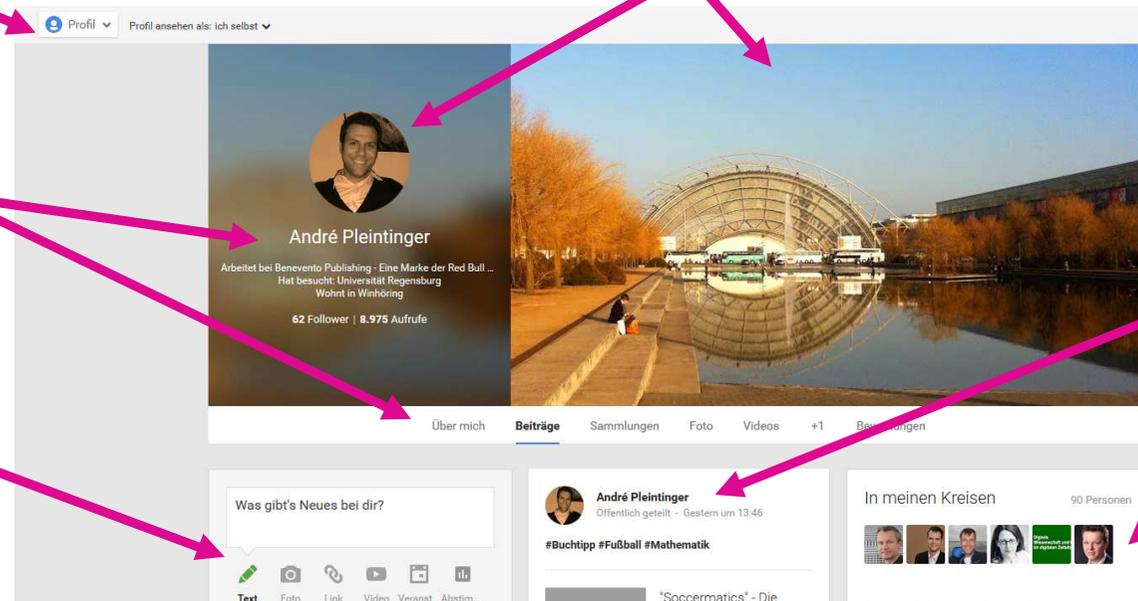
Laden Sie ein ansprechendes **Profilfoto** und ein passendes **Titelbild** hoch

Unter dem Reiter **Über mich** können Sie sich selbst kurz beschreiben. Eine Kurzfassung erscheint oben unter Ihrem Profilbild

Das Eingabefenster: Teilen Sie Ihre **Beiträge** (Texte, Fotos, Links, Videos, Veranstaltungen oder Abstimmungen)

Hier erscheinen Ihre geteilten **Beiträge**

Hier sehen Sie die Personen, die Sie zu Ihren **Kreisen** hinzugefügt haben



GOOGLE+

WARUM GOOGLE+ SO WICHTIG IST



- Ranking in den Suchergebnissen: Bei vielen Themen tauchen Einträge auf Google+ noch vor den jeweils relevanten Webseiten auf.
- Der Fokus liegt statt auf (Fan-)Seiten (vgl. Facebook) auf Profilen. Dort können sich natürliche Personen (Autoren, Freiberufler etc.) bestens profilieren und Ihren Lesern von der besten Seite zeigen.
- Aktive genutzte Profile befinden sich in den Google Suchergebnissen sehr weit oben. Sie sind oft deutlich sichtbarer, als die individuell gepflegte Webseite.
- Im Gegensatz zu anderen Netzwerken kommen auf Google+ auch längere Beiträge gut an – wenn diese inhaltlich für die Community interessant sind.
- Google+ wird aktuell hauptsächlich von ernsthaft am Thema interessierten Personen genutzt, viele Influencer sind auf der Plattform aktiv. So finden Austausch und Diskussion meist auf einem hohen Niveau statt. Profitieren Sie davon und zeigen Sie Ihr Fachwissen in kompetenten Beiträgen!
- Google+ Beiträge sowie Google+ Profile werden bei der größten Suchmaschine der Welt besonders berücksichtigt.
- Sie erscheinen bei der Google Suche sehr prominent auf der rechten Seite der Suchergebnisse.

GOOGLE+

INHALTE KURATIEREN



Google+ Sammlungen:

- Sie haben die Möglichkeit, Ihre Beiträge zu verschiedenen Themen an einem Ort auf Google+ zu sammeln und „anzupassen“ (s. u.) So schaffen Sie mehr Übersicht für Ihre Follower.
- Mit Sammlungen können Sie Beiträge zu bestimmten Themen nur mit den Personen teilen, die diese gemeinsamen Interessen mit Ihnen haben.
- Ihre Follower können auswählen, welchen Sammlungen sie folgen möchten.

The screenshot shows the Google+ 'SAMMLUNGEN' (Collections) interface. At the top, there is a blue header with the word 'SAMMLUNGEN' in white, followed by the subtitle 'GRUPPIEREN SIE IHRE BEITRÄGE NACH THEMEN.' Below this, there are three main sections, each with an icon and a title:

- ERSTELLEN** (Create): Represented by a plus sign and a pencil icon. The text below reads: 'Erstellen Sie Sammlungen für Ihre Interessen. Posten Sie Videos, Fotos und mehr.'
- GEFUNDEN WERDEN** (Be Found): Represented by a heart icon. The text below reads: 'Andere können allen Ihren öffentlichen Sammlungen folgen oder nur bestimmte auswählen, die ihnen gefallen.'
- ANPASSEN** (Customize): Represented by a pencil and three 'x' marks icon. The text below reads: 'Machen Sie Ihre Sammlungen attraktiver – mit selbst gewählten Namen und eigenen Titelbildern.'

GOOGLE+

INHALTE KURATIEREN



Google+ Kreise:

- Organisieren Sie Ihre Follower in unterschiedlichen Gruppen und steuern so, wer Ihre geteilten Inhalte über Google+ sieht.
- Entscheiden Sie, ob Sie Ihren Beitrag öffentlich oder privat (nur für bestimmte Personen oder Kreise) teilen wollen.

----- ↓ Personen in Kreise ziehen, um ihnen zu folgen und Inhalte mit ihnen zu teilen -----



GOOGLE+

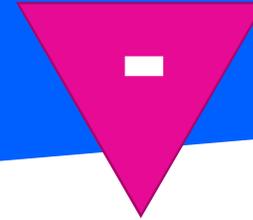
RICHTIG KOMMUNIZIEREN



- Verknüpfen Sie Ihr Google+ Profil mit den relevanten Google-Diensten, z. B. YouTube.
- Erwähnen („taggen“) Sie Marken, Unternehmen und Personen in Ihren Posts durch @Name. Dadurch können Sie die Interaktion steigern und treten in Kontakt zu wichtigen Influencern.
- Verwenden Sie relevante Hashtags, um Ihre Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen.
- Unter Angesagte Beiträge finden Sie die beliebtesten und interessantesten Beiträge auf Google+. Auch trendige Hashtags können Sie hier erkunden.
- Antworten Sie auf Kommentare zu Ihren Beiträgen und beginnen Sie eine Konversation. Fördern Sie Interaktion!
- Liken Sie Beiträge anderer Nutzer mit +1 und/oder teilen Sie sie.
- Finden Sie relevante Google+ Communities zu Ihren Themen und tragen selbst Inhaltliches bei.

GOOGLE+

WAS SIE VERMEIDEN SOLLTEN



- Beschränken Sie sich nicht auf das Crossposting von Beiträgen aus Ihren anderen Communities. Schneiden Sie Ihre Inhalte immer individuell auf das jeweilige Netzwerk zu.
- Richten Sie Ihre Beiträge nicht nur auf kurzfristige SEO-Tauglichkeit aus, sondern feilen an nachhaltiger Reichweite durch Posts, die Interaktion und Kommunikation befördern.
- Versäumen Sie es nicht, Ihre weiteren Accounts mit Ihrem Google+ Profil zu verknüpfen.
- Vermeiden Sie thematische Abweichungen. Ihre Kernthemen sollten auch auf Google+ im Zentrum stehen.
- Obwohl auf Google+ gerne längere Texte rezipiert werden, sollten Sie auf reine Textwüsten verzichten. Deshalb: Lockern Sie Ihre Posts mit Vollbildern (800 x 600 px) und Videos (ggf. aus dem eigenen YouTube-Kanal) auf!

RECHTLICHES

HINWEISE IM KONTEXT VON SOCIAL MEDIA

4

RECHTLICHES

- Die Impressumspflicht gilt für alle Social Networks, Onlineforen und natürlich auch für Webseiten und Blogs. Das Impressum muss innerhalb von zwei Klicks erreicht werden.
- Verwenden Sie keine fremden Inhalte ohne diese korrekt zu zitieren.
- Beachten Sie bei all Ihren Beiträgen das Urheberrecht sowie andere Persönlichkeitsrechte.
- Die HAUFE Gruppe kann keinerlei Haftung für die Social Media-Aktivitäten der Autoren übernehmen. Die Verantwortung für all seine Social-Media-Präsenzen liegt beim Autor.

Hilfreiche Hinweise und Tipps zum Thema Recht 2.0 finden Sie hier: <http://rechtzweinull.de/>



ORGANISATORISCHES

LAST BUT NOT LEAST ...

5

ZEITPLAN

- Im Idealfall starten Sie bereits zu Beginn des Schreibprozesses Ihr Online-Marketing.
- Berichten Sie konstant über Ihre Fortschritte und lassen Sie Ihre Leser aktiv teilhaben.
- Beleuchten Sie zentrale Wegmarken zu Ihrem Buch ganz besonders: den fertigen Trailer, das Cover, die Leseprobe Ihres E-Books, den Erscheinungstermin etc.
- Beginnen Sie mit Ihren Marketing-Aktivitäten nicht erst, nachdem das Buch erschienen ist. Buchvermarktung ist von Anfang an sinnvoll, also schon während Sie noch schreiben.
- Sprechen Sie sich mit uns ab, wir unterstützen Sie gerne!

ANSPRECHPARTNER



JÜRGEN FISCHER

Produktmanager

+49 89 89517221
juergen.fischer@
haufe-lexware.com

HAUFE.



MARIELOUISE BAU

Marketing Managerin

+49 711 2194171
bau@schaeffer-poeschel.de

SCHÄFFER
POESCHEL

HAUFE-LEXWARE GMBH & CO. KG
SCHÄFFER-POESCHEL VERLAG FÜR WIRTSCHAFT · STEUERN · RECHT GMBH

© 2017

HAUFE.

SCHÄFFER
POESCHEL