

Marketing Strategie

DEIN FAHRPLAN



Das Fundament



Deine Werkzeuge



Deine Online
Aktivitäten



Deine Offline Aktivitäten


Deine Marketing Strategie

Wir fokussieren uns auf **EINEN WEG**

1 

Entscheidung

Wir wählen EIN
Geschäftsmodell, EINE
Zielgruppe

2 

Fokussierung

Wir bleiben dran, ziehen
es durch, stellen den
Weg nicht in Frage

3 

Optimierung

Wir werten aus, wir
optimieren, wir passen
an.
Wir stellen *uns* in Frage

4 

Duplizieren

Wir verwenden die
Strategie auch für
andere
Geschäftsmodelle und
Zielgruppen



Sales Funnel

Customer Journey



Aufmerksamkeit

Social Media, Blogartikel, Podcast, PR, Radio, TV, Akquise, Bewertungen, SEO, Werbeanzeigen, persönliche Empfehlung,...

Erziehung

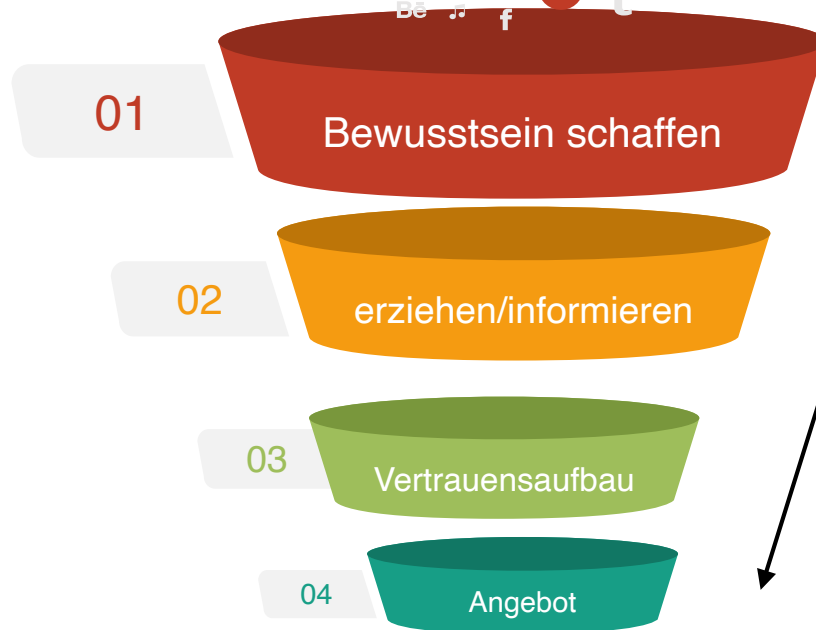
Projektbeispiele, Videos, Erfolgsgeschichten, Tipps, Blick hinter die Kulissen,

Vertrauen und Bindung

Bewertungen, Checklisten, Community, Umfragen, Partner-Programm,

Angebot

kostenlose Erstberatung, Gutscheine, Telefonat



Automatisierung

E-Mail-Marketing

Autoresponder

persönlich



Social Media

WO soll ich posten?



Entscheidend ist:
auf welchen Plattformen ist dein Kunde unterwegs

siehe Aufgabe 3 aus Modul 1 :
Das ist mein Wunschkunde

Social Media

WO soll ich posten?



Empfehlung

Erstelle einen Account auf den Plattformen deines Kunden

Befülle ihn mit guten Inhalten
(und Verweis auf Freebie)

Du wirst von aktiv
suchenden Kunden gefunden

Erwarte keine Resonanz
ohne Aktivität

**Konzentration auf 1-2 Kanäle
für die Neukundengewinnung**

Social Media

Welche Plattformen sind für mich interessant ?



TikTok



Facebook



Instagram



You Tube



Pinterest



LinkedIn
und/oder Xing



Houzz
(Homify, Möbel24,
CouchStyle)



Social Media

Welche Plattformen sind für Neukundengewinnung interessant ?



Entscheidend ist:

- dass sich deine Zielgruppe dort aufhält
- dass Du Dich mit der Plattform identifizieren kannst
- dass die Plattform zu deinem Image passt

nicht so wichtig:

ob Du bereits Wissen hast...

Bedienung und Besonderheiten sind lernbar

Social Media

Grundregeln **für den Erfolg**



Erfolg durch MEHRWERT

Erst ganz viel Geben - dann Bekommen



HILFSBEREITSCHAFT

Zeige, dass Du WIRKLICH helfen möchtest und kannst. (Community Engagement)



1/3 REGEL

Ein Drittel Mehrwert
Ein Drittel Persönlichkeit
Ein Drittel Engagement



TECHNISCHE Voraussetzungen

Ermögliche dem Follower mit 1-2 Klicks zu DEINEM Ziel zu kommen (Freebie)



80/20 REGEL

80% informieren, unterhalten
20% Werbung



ZIELE definieren

Ziel 1: E-Mail Adresse
weitere Ziele: Follower Aufbau, Likes,



Social Media

Für **welche** Plattformen soll ich mich entscheiden?

Entscheidend ist:

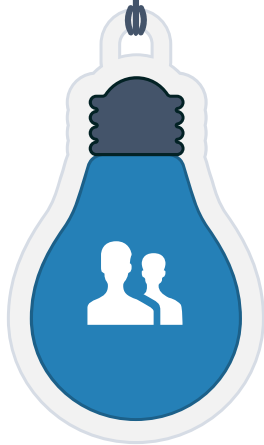
- Frequenz
- Konsistenz
- **Regelmäßigkeit**
- **Durchhaltevermögen**

Die **Entscheidung** für einen **Social Media Kanal** fällt für **viele Monate/Jahre** - nicht Tage/Wochen



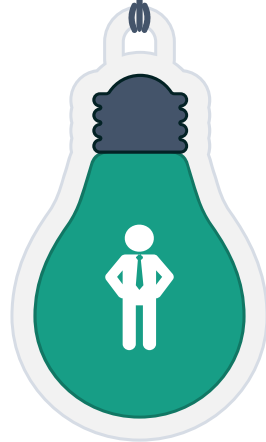
Instagram

Hier ein paar interessante **Fakten**



> 2 Milliarden
Nutzer monatlich

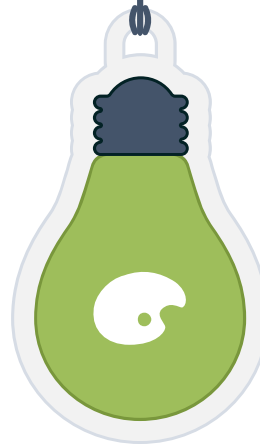
über 60%
loggen
sich täglich ein



51,6% Männer
48,4% Frauen

45% leben in der Stadt
41% in Vororten
25% auf dem Land

71%
sind unter 35 Jahre



Postings:
71,2 % Fotos
16,6% Videos

bekannte Marken
posten im Schnitt:
1,5 / Tag
6,7 / Woche



Bindungsrate
Posting von:

Video **1,87**
Bild **1,11**



Vergleich zu Facebook:
Mehr Engagement
auf Instagram für:

Bilder **23%**
Videos **38%**

Instagram

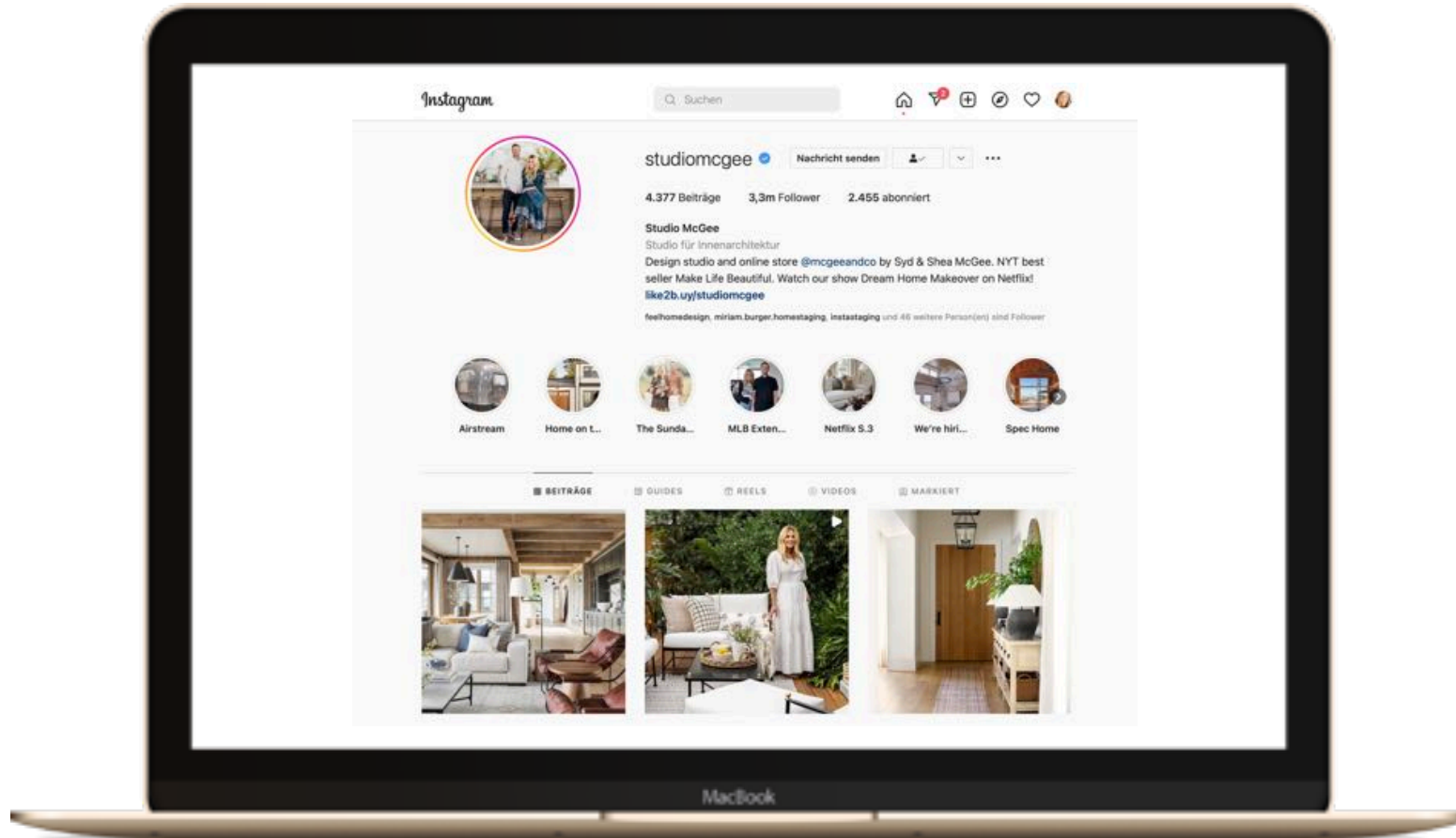
Praxistipp für den **Anfang**



Suche Dir Vorbilder:
(gerne auch Branchenfremd)

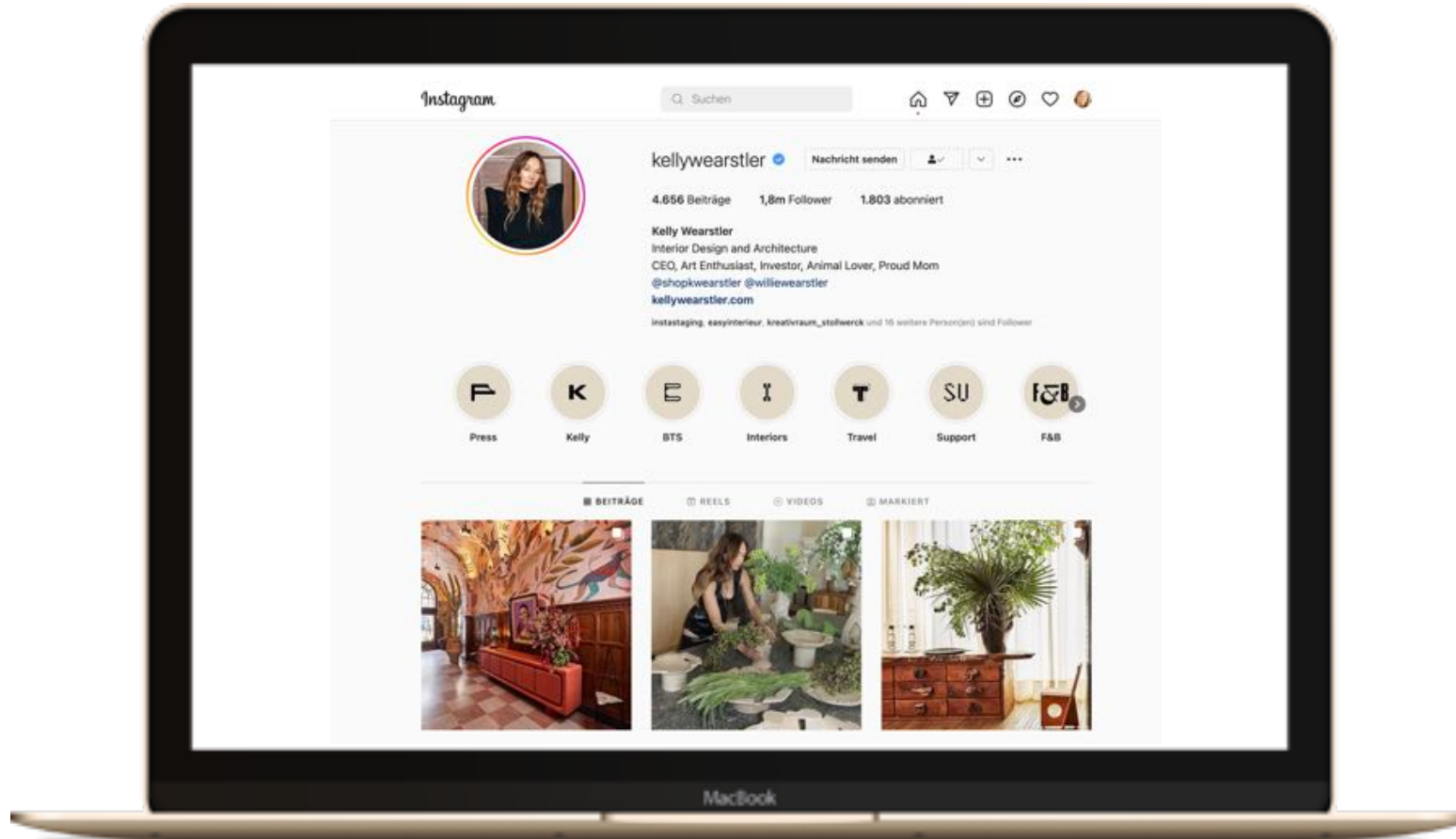
Instagram

Heikes „Vorbilder“



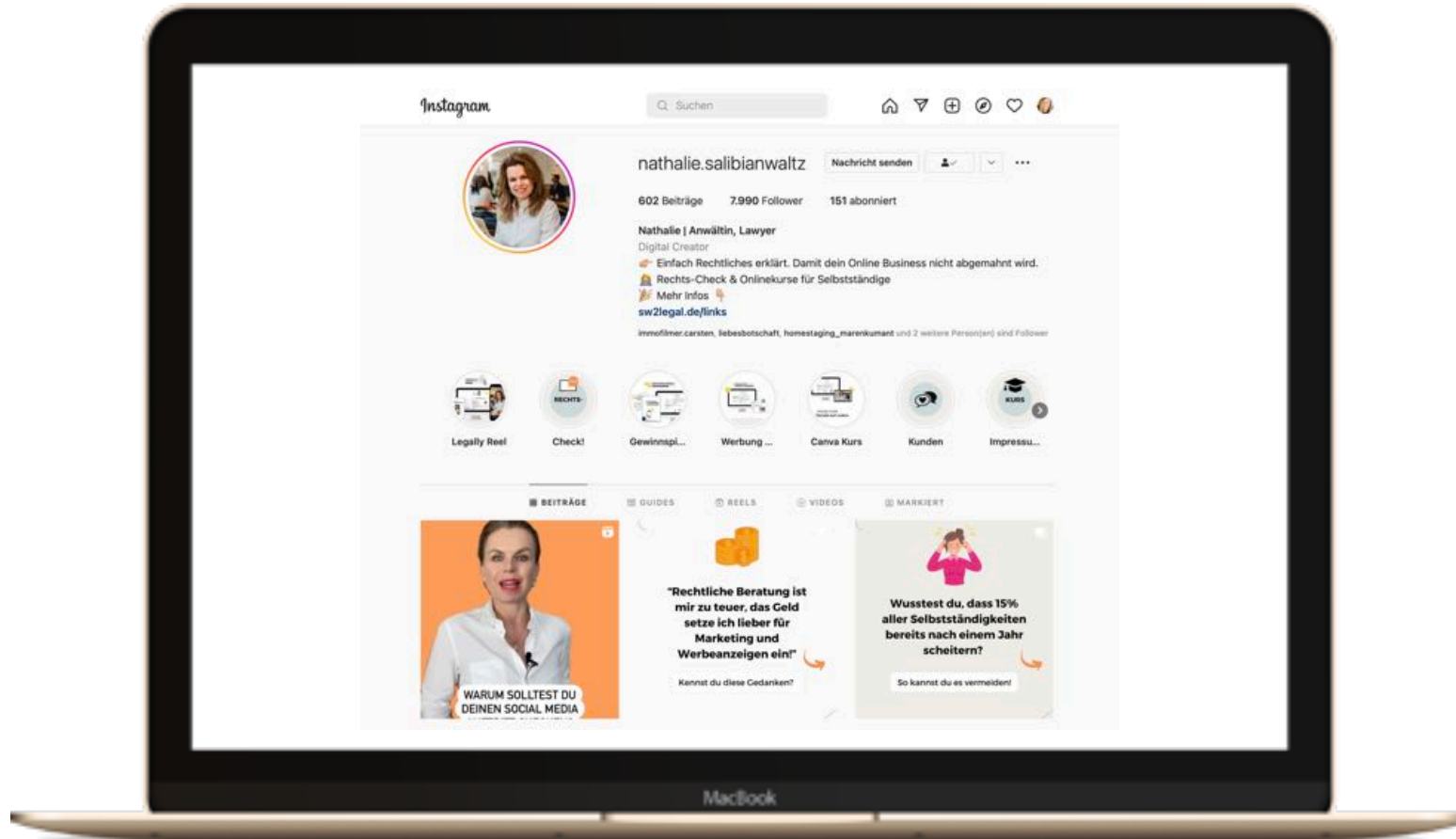
Instagram

Heikes „Vorbilder“



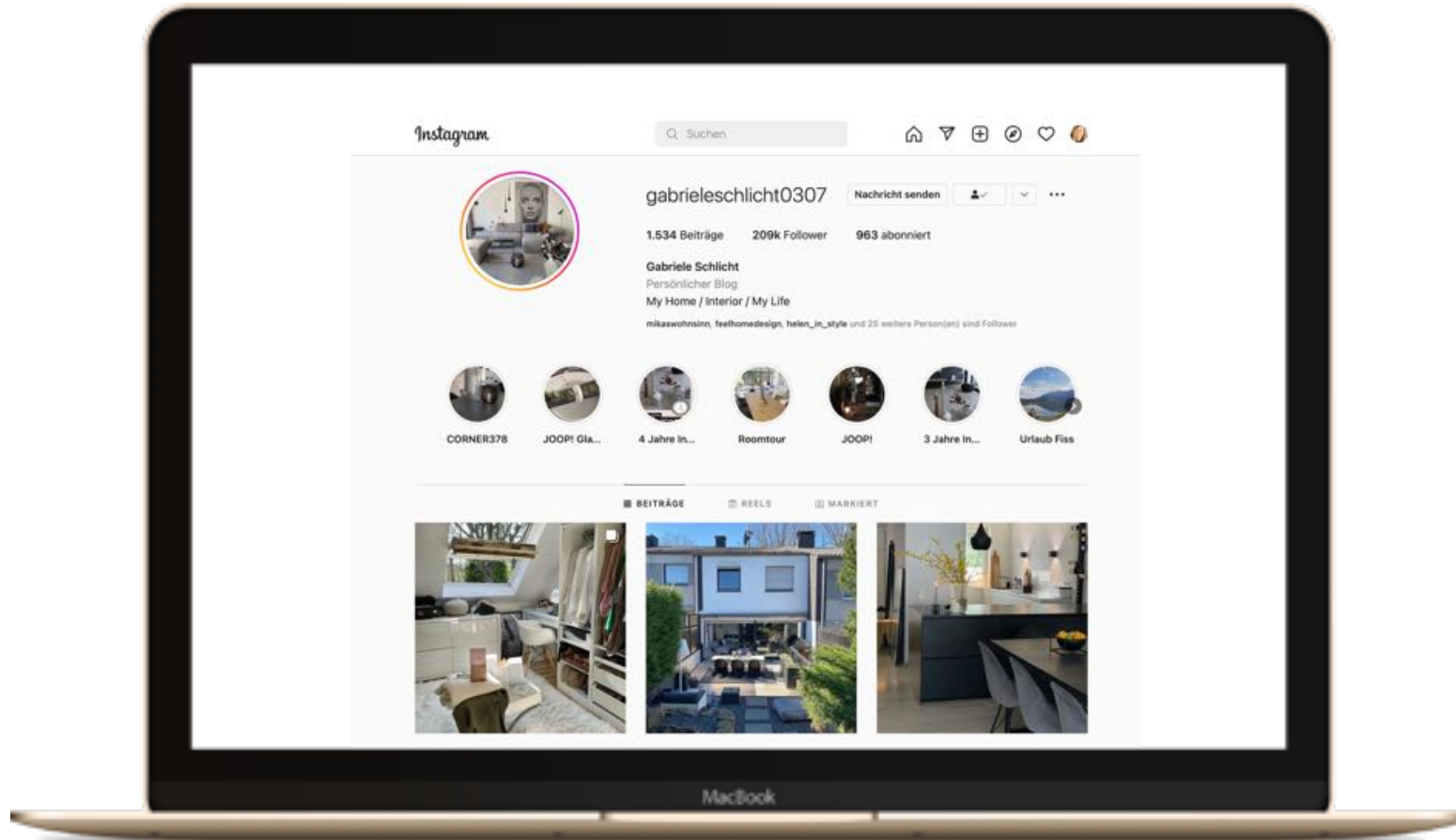
Instagram

Heikes „Vorbilder“ - branchenfremd



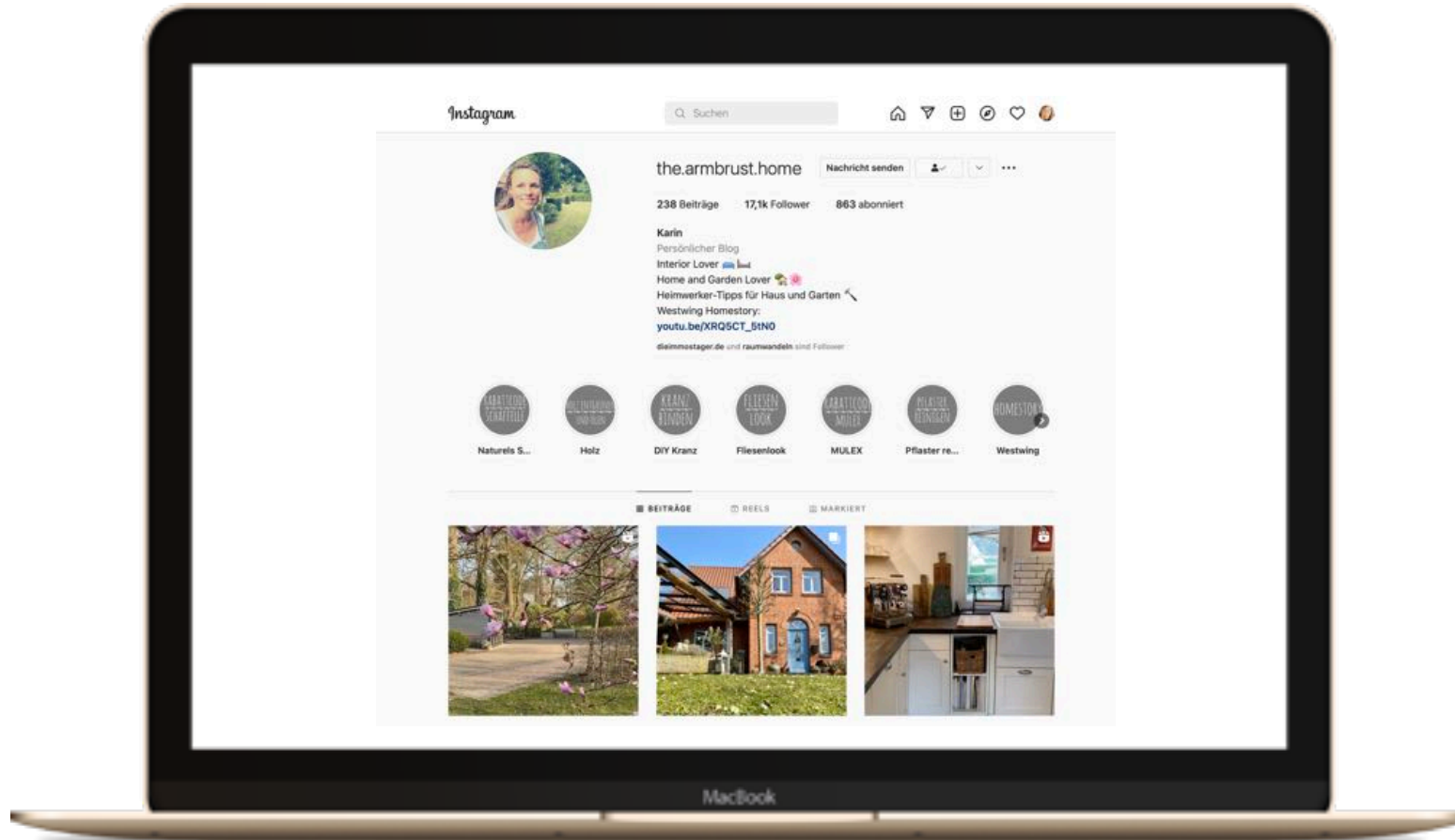
Instagram

Heikes „Vorbilder“ - Influencer



Instagram

Heikes „Vorbilder“ - Influencer aus unserer Branche 🎉



Instagram

Praxistipp für den **Anfang**



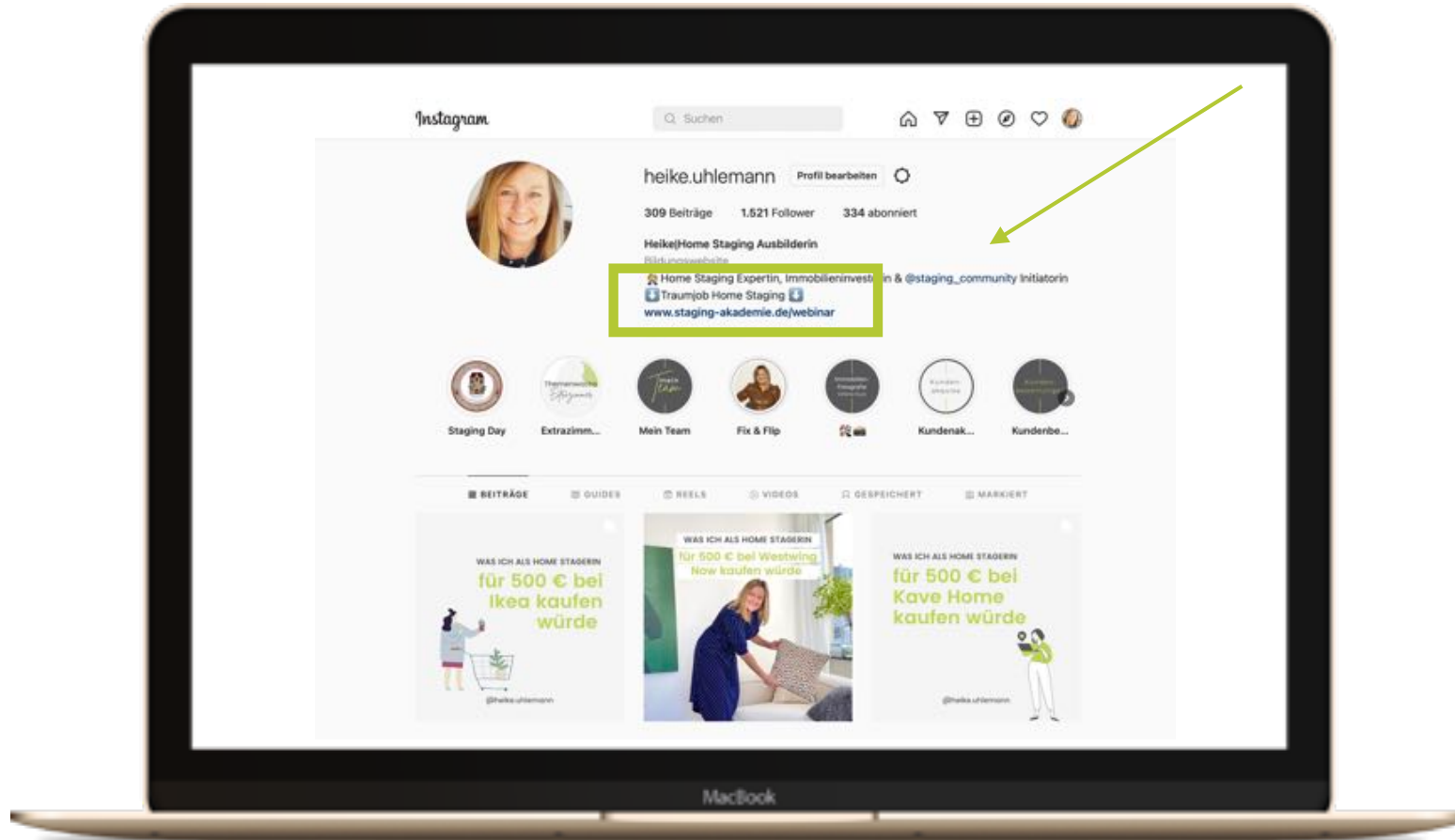
Suche Dir Vorbilder:
(gerne auch Branchenfremd)

Analysiere (neben den Inhalten) :

- Frequenz der Beiträge
- Frequenz der Stories
- meist gelikte/meist kommentierte Beiträge
- wie, wo Einsatz Freebie ?
- Ideen für Formate (Reels, IGTV,..)

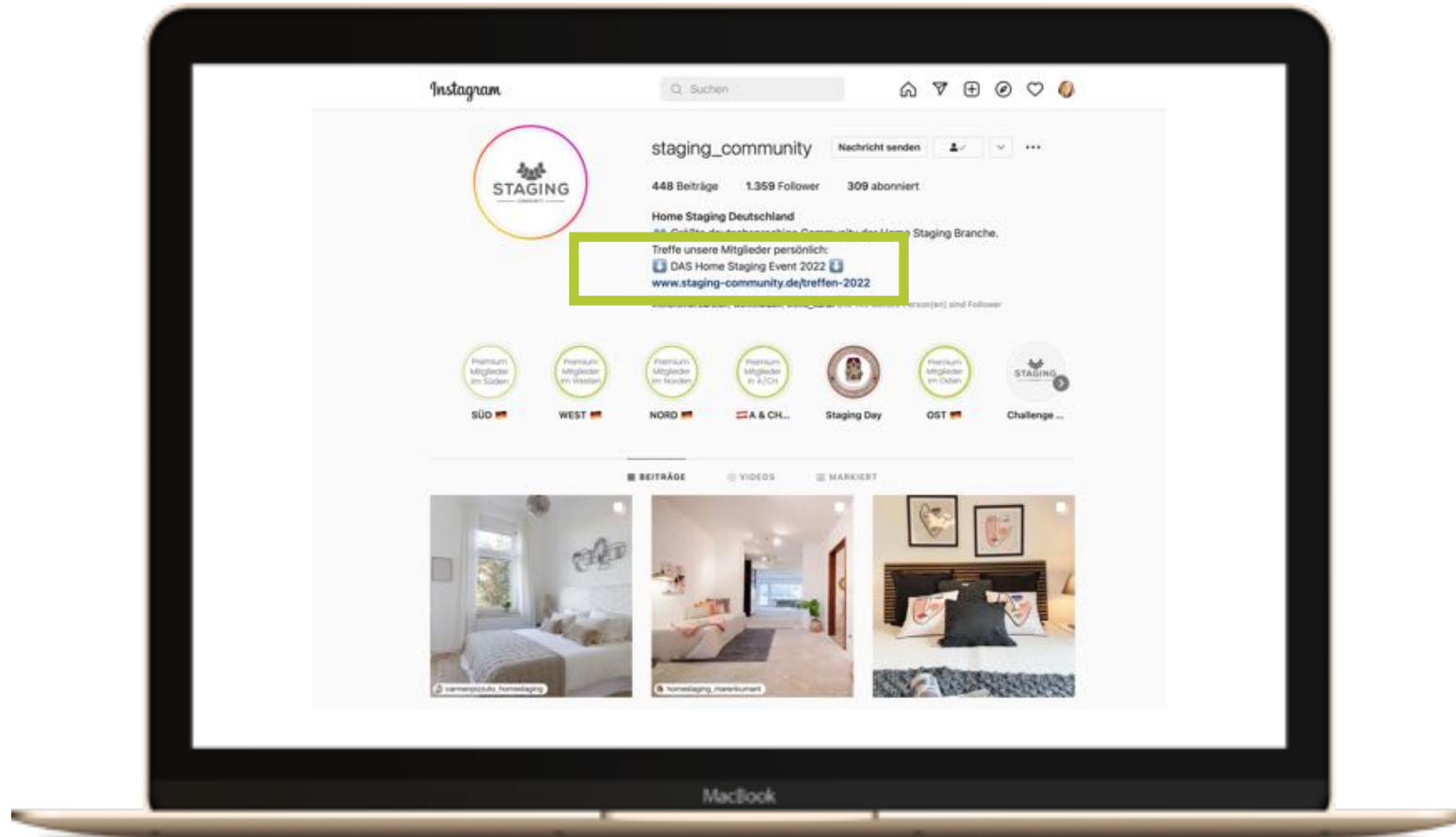
Instagram

Heikes Geschäftliches Profil



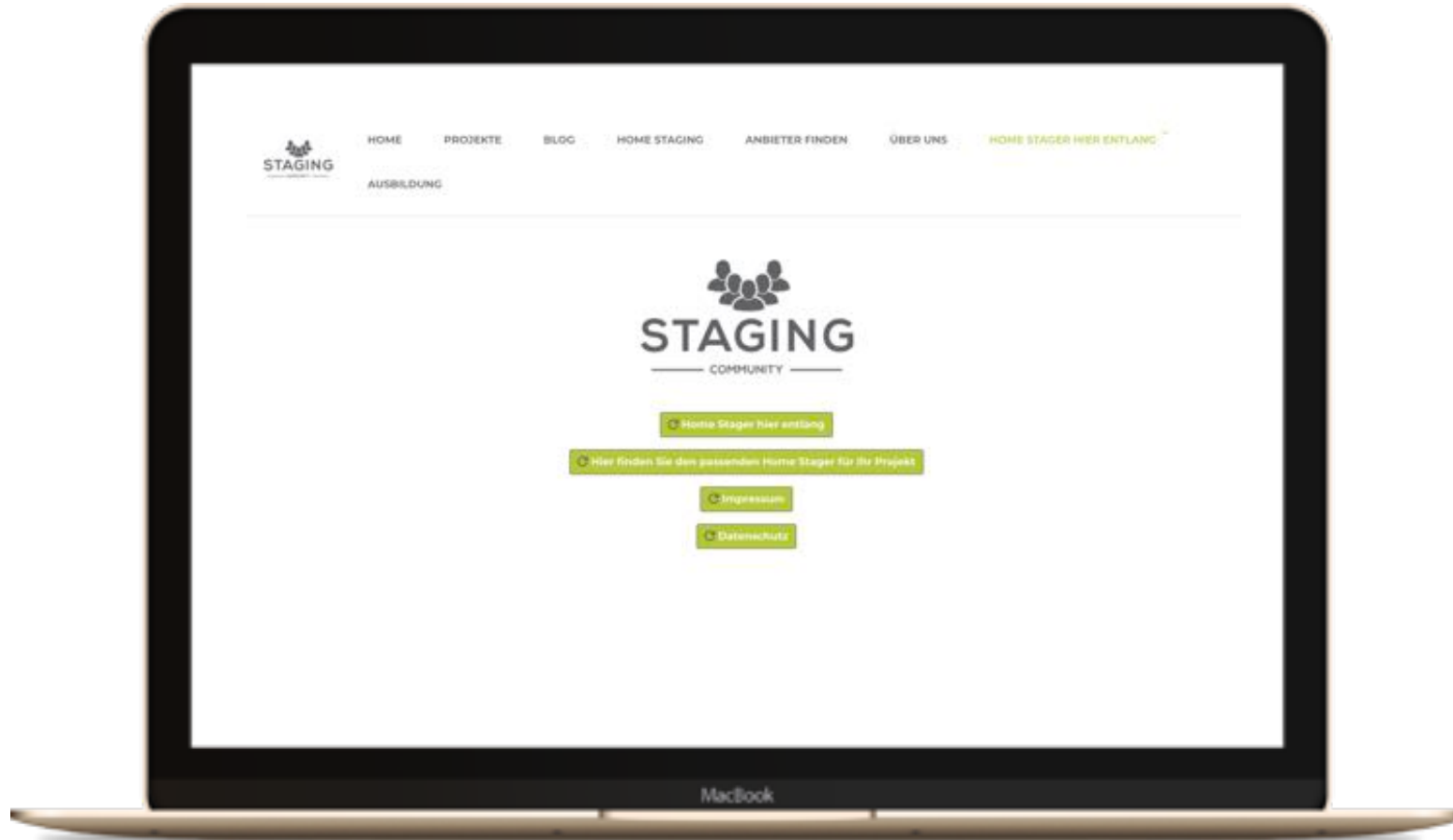
Instagram

Profil Staging Community - [externer Link](#)



Instagram

Webseite Staging Community - Linktree



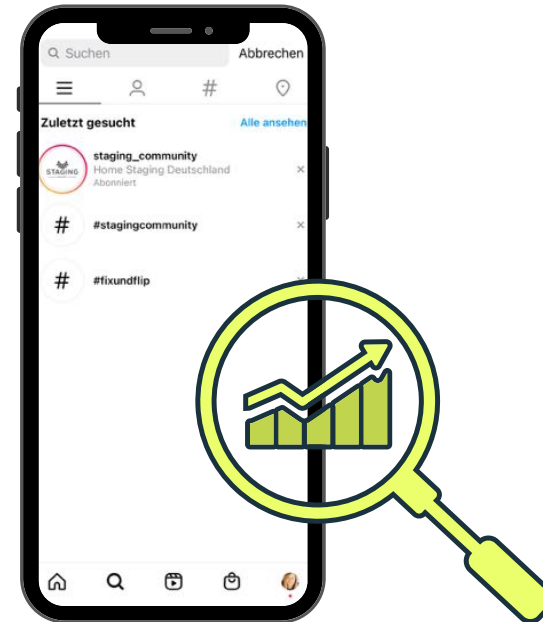
Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Basics

- Möglichkeit durch Suche Accounts, Beiträge, Hashtags und Orte zu finden
- Nicht annähernd so komplex wie bei Google
- Ziel ist, über die Suchfunktion von potentiellen Kund:innen gefunden zu werden auch wenn sie nicht spezifisch nach Dir suchen



Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Option 1: ORTSANGABE

Unterschiedliche Nutzung

- In Beiträgen
 - Deine Location (Einsatzgebiet, Wohnort, Büro,)
 - Location Deines Wunschkunden
 - Projektlocation

Beachte

- Vermeide übergroße, sehr allgemeine Locations
- Sei konkret und spezifisch
 - Statt Berlin > Berlin Neukölln > Berlin Rixdorf

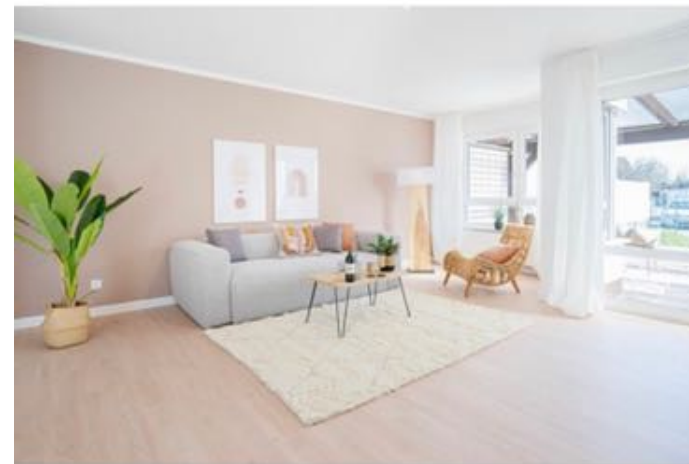
Merke Dir: Kein Posting ohne Ortsangabe. Du verschenkst damit potentielle Reichweite!

- In Stories
- Ortsangabe im Profil
- Ortsangaben in den Hashtags

Beispiel



heike.uhlemann
Edigheim, Rheinland-Pfalz, Germany




Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO





Option 2: BENUTZERNAME + NAME

Abbrechen Profil bearbeiten Fertig



Profilbild ändern

Name	Heike Home Staging Ausbild...
Benutzername	heike.uhlemann
Website	https://staging-community.d...
Steckbrief	 Home Staging Expertin, Immobilieninvestorin & @staging_community Initiatorin  LIVE Webinar: Nutze Reels für Deine Reichweite. Jetzt

Benutzername

- sei konkret
- entweder Deinen Namen (z.B. @heike.uhlemann)
- oder Deinen Business Namen (z.B. @staging_community)
- Keine unnötigen Zahlen und Zeichen
- Bestenfalls hast Du bereits ein Keyword in Deinem Geschäftsnamen (z.B. Home Staging)

Name

- Verwende Keywords in Deinem Namen
 - Tätigkeit, Ort oder Dienstleistung
- Dieser Name wird auch beim Versand von Nachrichten angezeigt
- Du hast maximal 30 Zeichen

Vermeide Doppelnutzung des Benutzernamens und Namens

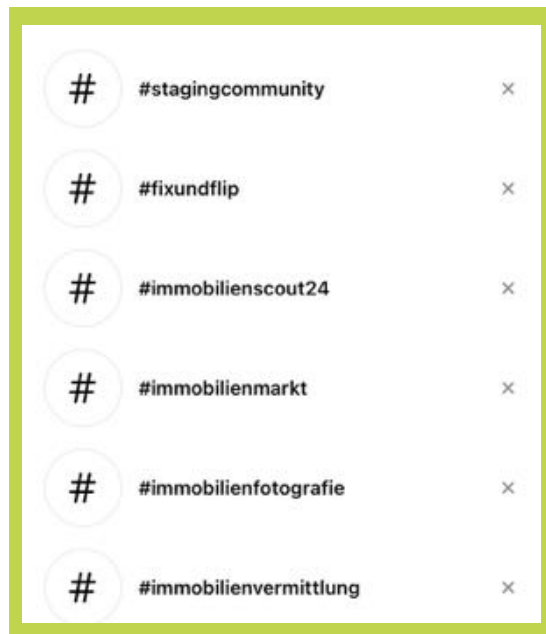
- Beispiel Heike
 - Name: Heike | Home Staging Ausbilderin
 - Benutzername: heike.uhlemann

Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Option 3: HASHTAGS



- Hashtags sind ebenfalls eine Möglichkeit, wie bisher Unbekannte auf Dein Profil stoßen können, weil sie entweder
 - einem # folgen, den Du verwendet hast
 - sie in der Suchfunktion danach suchen
- Instagram Posts mit wenigstens einem Hashtag erzielen 12,6 Prozent höheres Engagement als Beiträge, die auf Hashtags ganz verzichten.
- HINWEIS: bitte KEINE # in der Bio -> damit forderst Du Profilbesucher:innen nur dazu auf Dein Profil zu verlassen oder es passiert aus versehen
- Hashtags in Postings sollten strategisch verwendet werden. Es lohnt sich der einmalig große Aufwand, eine gründliche Hashtaganalyse durchzuführen.

Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Basics

- Pro Post maximal 30 Hashtags möglich,
- Nur relevante Hashtags zu Deinem Post nutzen
 - Beispiel: Du postest Bilder zu Deinem neusten Fix & Flip Projekt. Dann hat hier der #bananenmilchshake nichts verloren.
- Du kannst Hashtags in der Bildunterschrift und in den Kommentaren posten
 - In Bildunterschrift nachträglich änderbar über “Beitrag bearbeiten”
 - In Kommentaren kannst Du nur komplette Liste löschen
 - Ich empfehle Dir sie daher lieber in der Bildunterschrift zu posten
 - Es macht von der Funktionsweise aber keinen Unterschied und ist daher oft eine Frage der persönlichen Präferenz und Ästhetikempfindens => Hier gilt also wieder: Mach's wie es Dir gefällt. Du kannst auch zwischen beiden Varianten wechseln.



Instagram

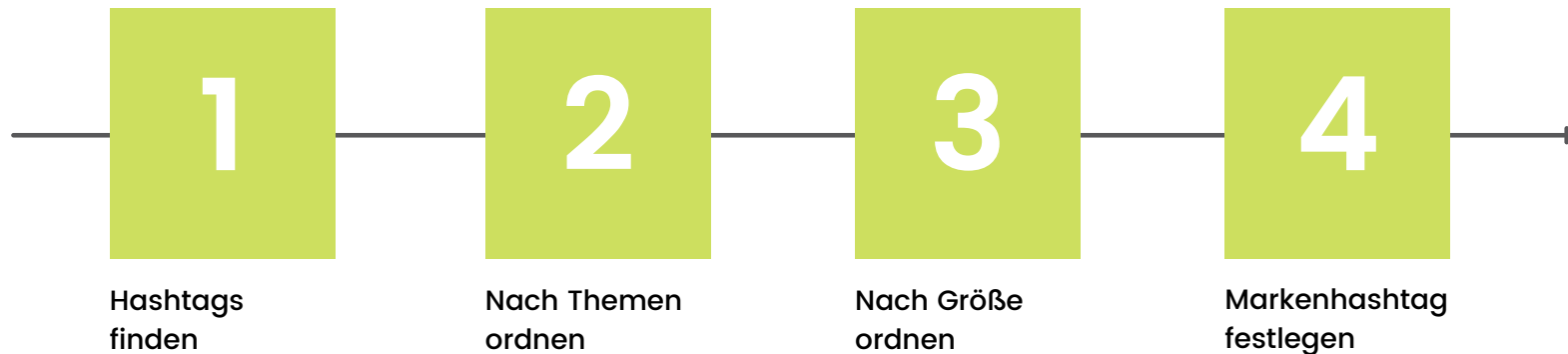
Das kleine 1x1 - Instagram SEO



STEP-BY-STEP-ANLEITUNG

HASHTAGANALYSE

Ich empfehle Dir: führe diese erst durch, nachdem Du Deine Zielgruppe analysiert und Deine Themenschwerpunkte festgelegt hast.



Instagram

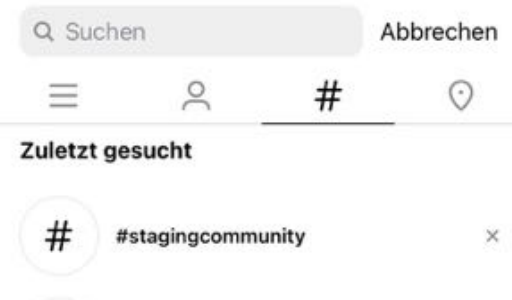
Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Step 1: Hashtags finden

- Nutze für die Recherche die Instagram Suchfunktion
- Liste mit relevanten Hashtags anlegen
 - z.B. in Google Docs, Word, Pages, Excel, Notizen-App, etc.
- Ich empfehle Dir folgende Listen
 - Hashtags Deiner Einsatzorte (z.B. #rheinsiegkreis)
 - Hashtags Deiner Kund:innen (z.B. #immobilieninvestor)
 - Hashtags Deiner Themenbereiche (z.B. #altbaueinrichtung)
- Hinweis: Schreibe Dir immer die Größe des # mit auf, denn im dritten Step wirst Du sie nach Größe sortieren.
- Pro Tipp: Analysiere die Beiträge, die unter den von Dir am meisten verwendeten Hashtags an. Was funktioniert hier gut – sind es eher Selfies, Portraits, Bilder, Illustrationen, Grafiken oder Videos?

Modul 1 - Hashtags strategisch nutzen



Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Modul 1 - Hashtags strategisch nutzen

Step 2: Nach Themen sortieren

- Oberkategorien für Deine Beiträge, aber auch für Deine Hashtags
- Sortiere von allgemein zu spezifisch

Beispiel

- Deine Themenbereiche sind Einrichtungstipps, Home Staging Insights und Deko-DIYs
 - Einrichtungstipps
 - Home Stagings Einblicke
 - Deko-DIYs
- Spalte diese dann weiter auf in Unterkategorien, wie z.B.
 - Einrichtungstipps
 - Einrichtungstipps Einzimmerwohnungen
#einzimmerwohnung #kleinwohnungeinrichten
 - Einrichtungstipps Altbau
#altbaueinrichtung #altbauliebe
 - Einrichtungstipps Wohnzimmer
#wohnzimmerinspiration #wohnzimmertisch



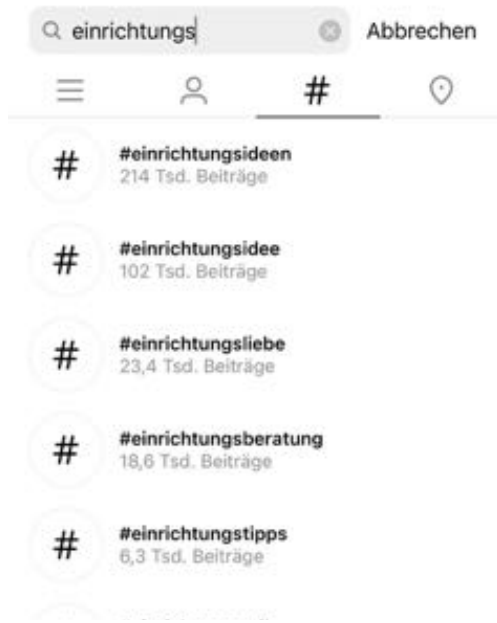
Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Modul 1 - Hashtags strategisch nutzen

Step 3: Nach Größe sortieren



- extrem groß = Über 10 Millionen Beiträge
- sehr groß = Über 1 Million Beiträge
- groß = Über 100.000 Beiträge
- mittel = 20.000 bis 100.000 Beiträge
- klein = 1.000 bis 20.000 Beiträge
- sehr klein = unter 1.000 Beiträge

Vermeide

- sehr große und extrem große Hashtags, da diese oft Bots & Fake Follower anziehen
- Hashtags in anderen Sprachen



Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Modul 1 - Hashtags strategisch nutzen

Step 4: Markenhastag

- Lege Dir einen Markenhastag an, unter dem Deine Follower alle Deine Beiträge finden oder den sie auch benutzen können, wenn sie mit Dir zusammenarbeiten
- Nutze dafür einen # der noch nicht belegt ist oder wenige Fremdbeiträge hat
- Er sollte Deinen Namen oder den Firmennamen beinhalten
- Versuche den # kurz zu halten, damit er leicht einpräglich ist
- Nutze keine Sonderzeichen in Deinem # um Fehler zu vermeiden (also statt #heike_uhlemann lieber #heikeuhlemann)

Beispiel Heike:

Zwei ihrer Markenhastags sind #heikeuhlemann #stagingakademie



Instagram

Das kleine 1x1 - Instagram SEO



Modul 1 - Hashtags strategisch nutzen

Verwendung der Hashtags

- Pro Post maximal 30 Hashtags möglich,
- Verwende alle 30 Hashtags, zum Beispiel

15# Themenbereich relevant zum Post

8# Deiner Zielgruppe

5# Ortsangaben

2# Markenhashtags

- Versuche einen Mix aus großen, mittleren und kleinen Hashtags, z.B.
 - 5 große Hashtags
 - 15 mittlere Hashtags
 - 8 kleine Hashtags
 - + Deine/n Markenhashtag/s
- HINWEIS: Du musst diese Angaben nicht als strikt verfolgen. Sie sollen Dir nur eine grobe Richtlinie geben, wie Du Deine Hashtags verwenden kannst.



Instagram

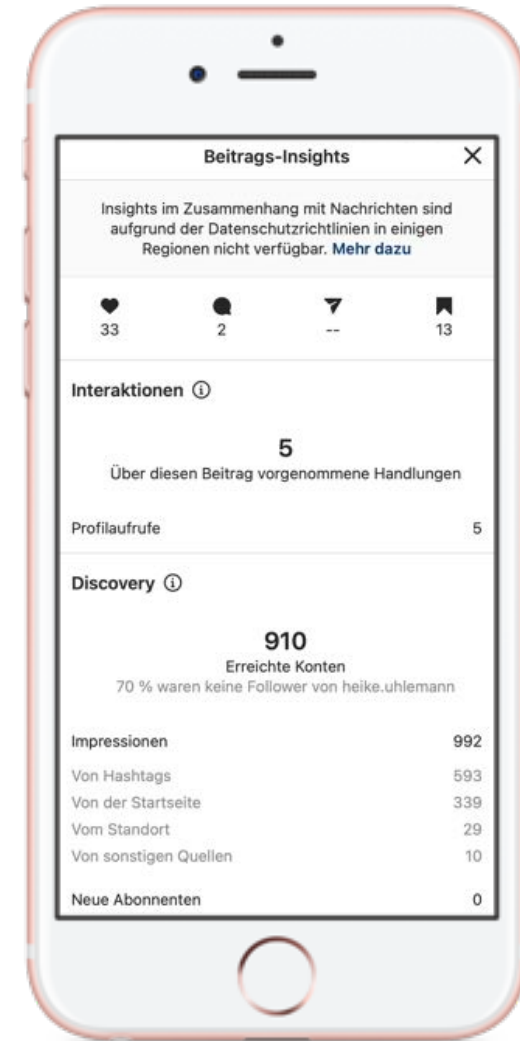
die verschiedenen **Formate**



- Beitrag
- Story
- Reels
- Guide
- Live
- IGTV

Video ist besser
als Foto !!

Testen und
kontrollieren!



Social Media

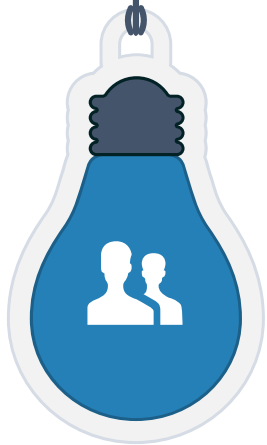
gilt für **alle Plattformen**



- **es gibt einen Algorithmus**, der entscheidet wem und wie oft ein Beitrag ausgespielt wird
- das bemisst sich i.d.R. an der **Interaktionsrate**
- Interaktion = **liken, kommentieren, speichern, teilen, pinnen,...** je nach Plattform
- Entscheidend: **Interaktion in Gang bringen** - Handlungsaufforderung **CTA**

Facebook

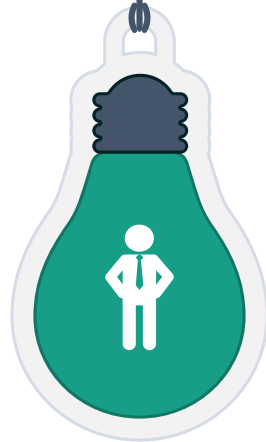
Hier ein paar interessante **Fakten**



2,91 Milliarden
Nutzer monatlich

1,93 Milliarden
loggen
sich täglich ein

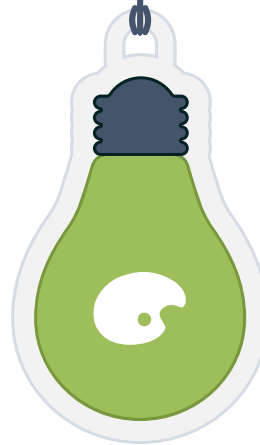
6% Wachstum 2021



56,5% Männer
43,5% Frauen

nur **51%**
der Jugendlichen
nutzt fb

74%
der Gutverdiener
nutzt fb



53% aller
erwachsenen Nutzer
versteht abschließend
wie man fb erschöpfend
nutzt



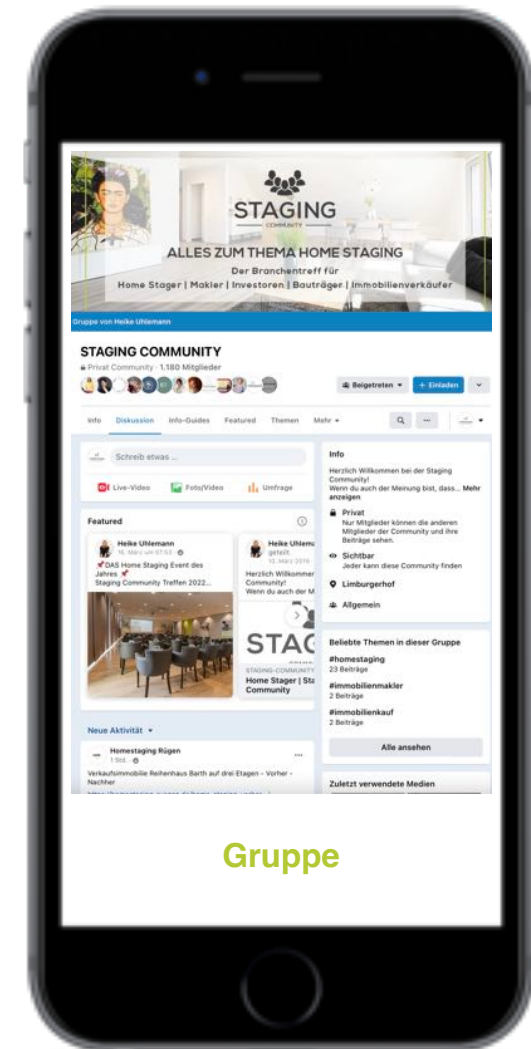
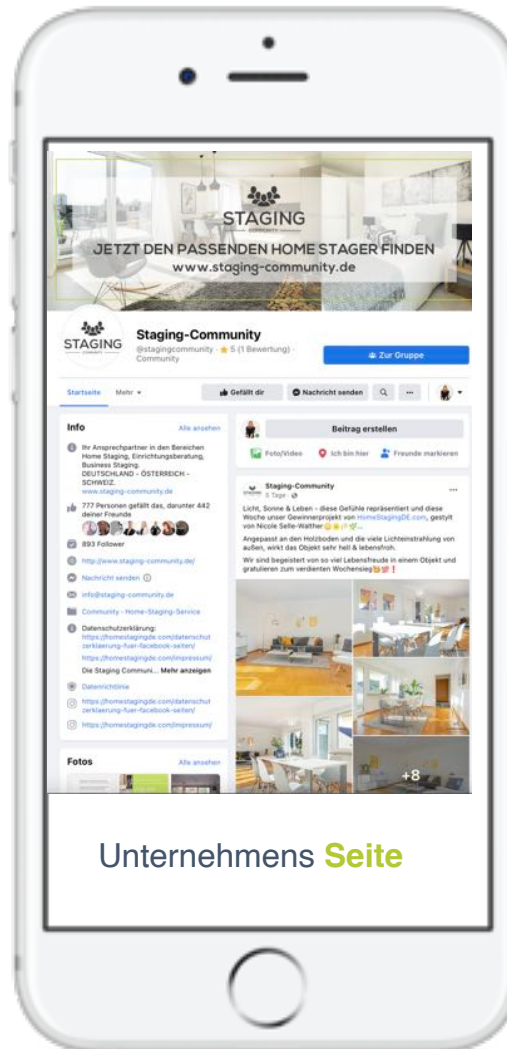
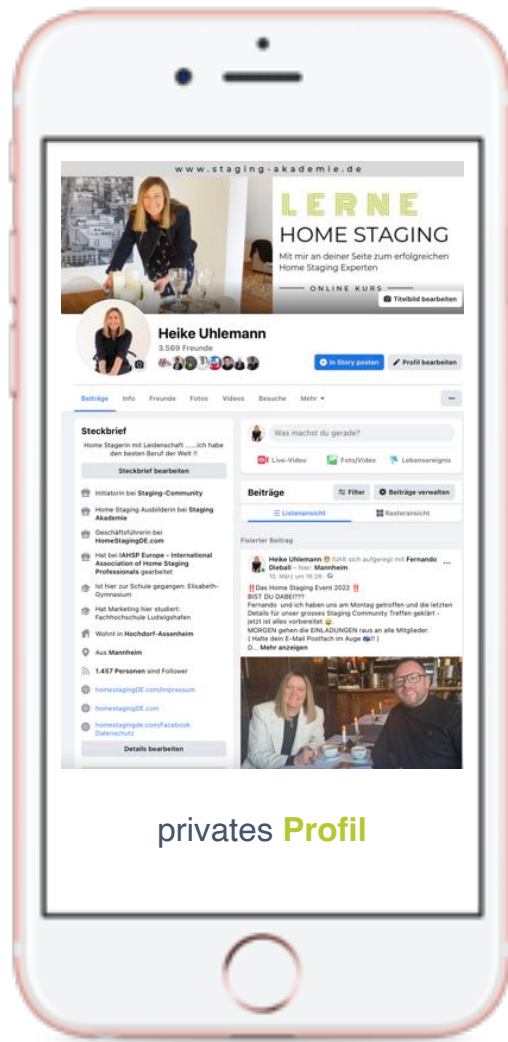
94% aller Klicks
auf Werbeanzeigen
kommen von
einem Smartphone



600%
!!!
mehr Interaktion,
wenn ein **Video**
gepostet wird

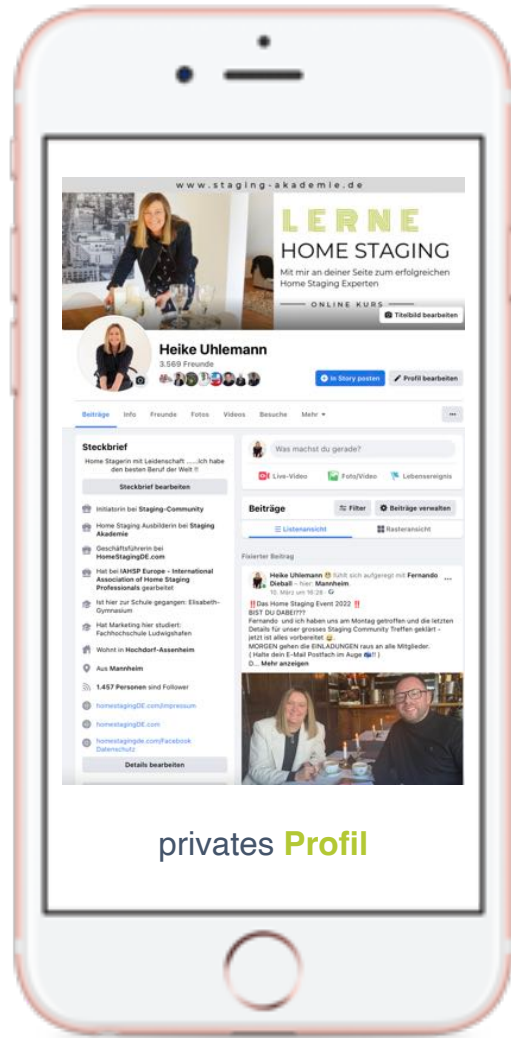
Facebook

nur 53% aller erwachsenen Nutzer versteht abschließend
wie man Facebook erschöpfend nutzt



Facebook

privates Profil



privates Profil

Steckbrief
Home Stagerin mit LeidenschaftIch habe den besten Beruf der Welt !!

Steckbrief bearbeiten

- Initiatorin bei Staging-Community
- Home Staging Ausbilderin bei Staging Akademie
- Geschäftsführerin bei HomeStagingDE.com
- Hat bei IAHPSP Europe - International Association of Home Staging Professionals gearbeitet
- Ist hier zur Schule gegangen: Elisabeth-Gymnasium
- Hat Marketing hier studiert: Fachhochschule Ludwigshafen
- Wohnt in Hochdorf-Assenheim
- Aus Mannheim
- 1.457 Personen sind Follower
- homestagingDE.com/impressum
- homestagingDE.com
- homestagingde.com/Facebook
- [Datenschutz](#)

Details bearbeiten

aussagekräftig/
Business Inhalt

interne
Verlinkung
auf Unternehmensseiten
mit 1 Klick

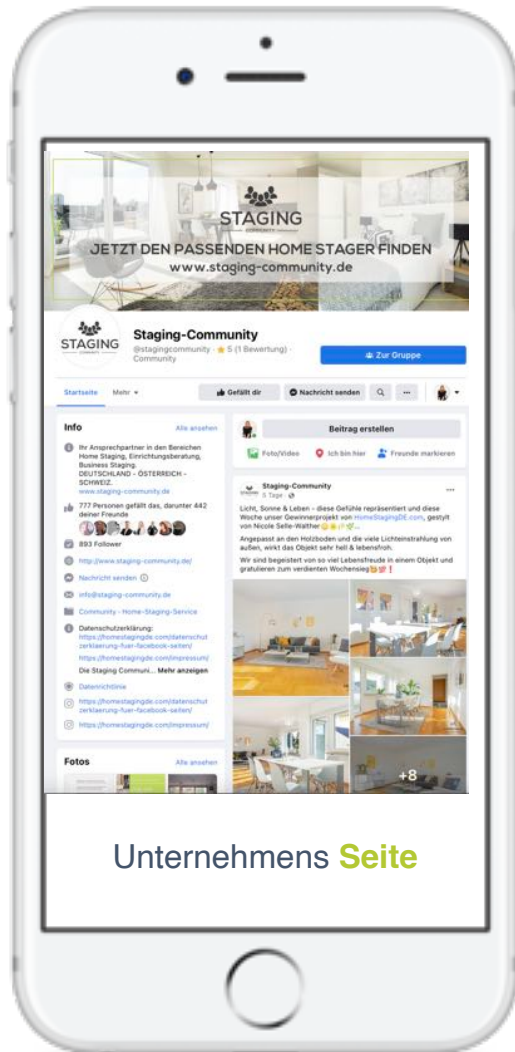
Ortsangabe(n)

externe
Verlinkung

FREEBIE....

Facebook

Unternehmens Seite



Unternehmens Seite

Info

[Alle ansehen](#)

- Ihr Ansprechpartner in den Bereichen Home Staging, Einrichtungsberatung, Business Staging. DEUTSCHLAND - ÖSTERREICH - SCHWEIZ. www.staging-community.de**
- 777 Personen gefällt das, darunter 442 deiner Freunde**
- 893 Follower**
- <http://www.staging-community.de/>**
- [Nachricht senden](mailto:info@staging-community.de)**
- info@staging-community.de**
- Community · Home-Staging-Service**
- Datenschutzerklärung: <https://homestagingde.com/datenschutz-erklaerung-fuer-facebook-seiten/> <https://homestagingde.com/impressum/> Die Staging Communi... [Mehr anzeigen](#)**
- Datenrichtlinie**
- <https://homestagingde.com/datenschutz-erklaerung-fuer-facebook-seiten/>**
- <https://homestagingde.com/impressum/>**

Möglichkeit für Link auf Freebie



Staging-Community

@stagingcommunity · 5 (1 Bewertung)
Community

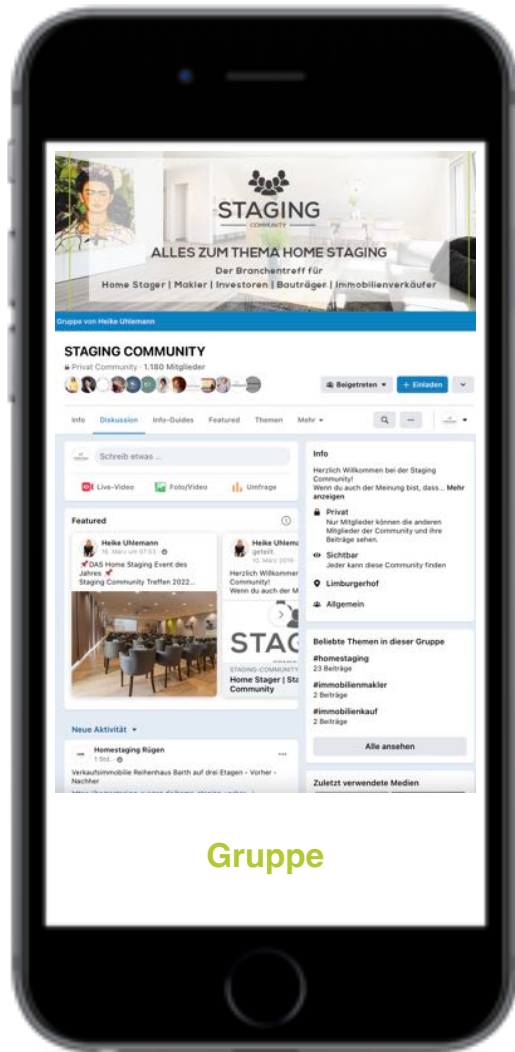
[Zur Gruppe](#)

nicht vergessen
Call to Action

Alternativen:
- Kontaktiere uns
- Nachricht senden

Facebook

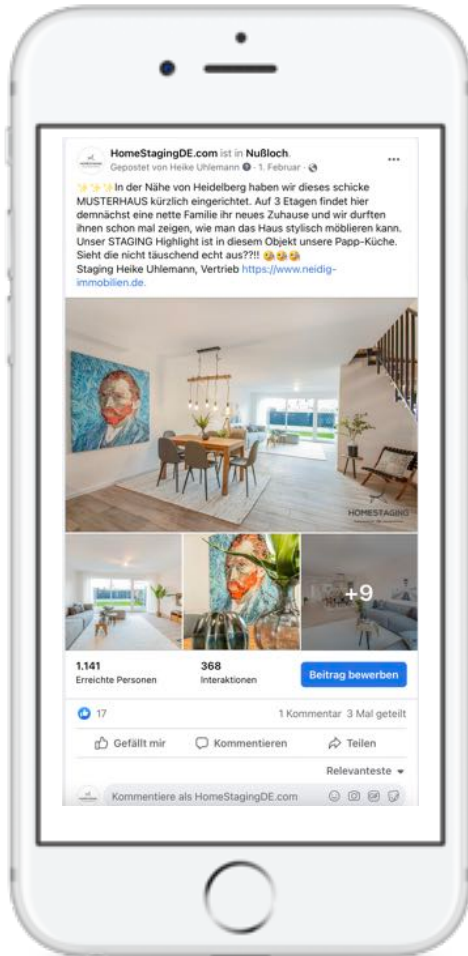
Gruppe



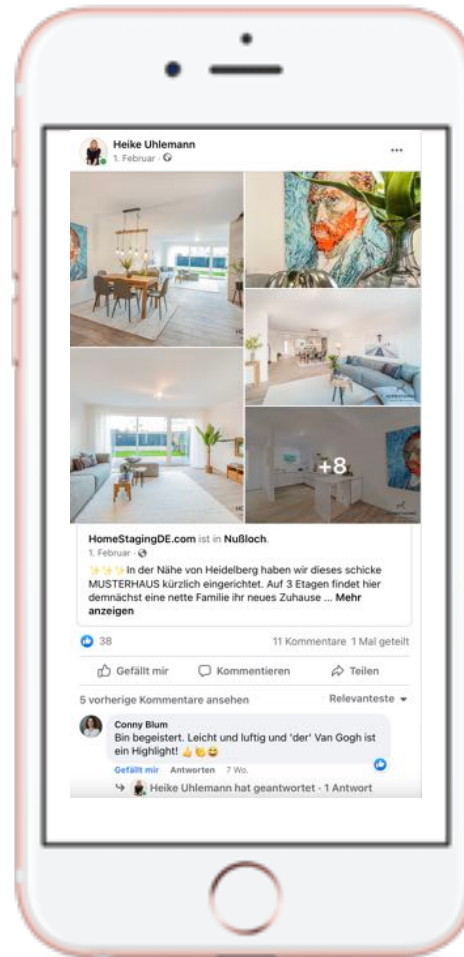
- **Gruppen suchen**, in denen sich deine Kunden aufhalten
- in den Gruppen aktiv kommentieren, liken Expertise zeigen, Hilfsbereitschaft, **MEHRWERT**
- ab und zu einen **Hinweis auf dein Business - keine Werbung -** ist auch meist verboten
- interessanten Gruppenmitgliedern eine **Freundschaftsanfrage schicken**
- **PRO-TIPP:** eigene **Gruppe gründen** - perfekte Plattform für eine eigene Community

Facebook

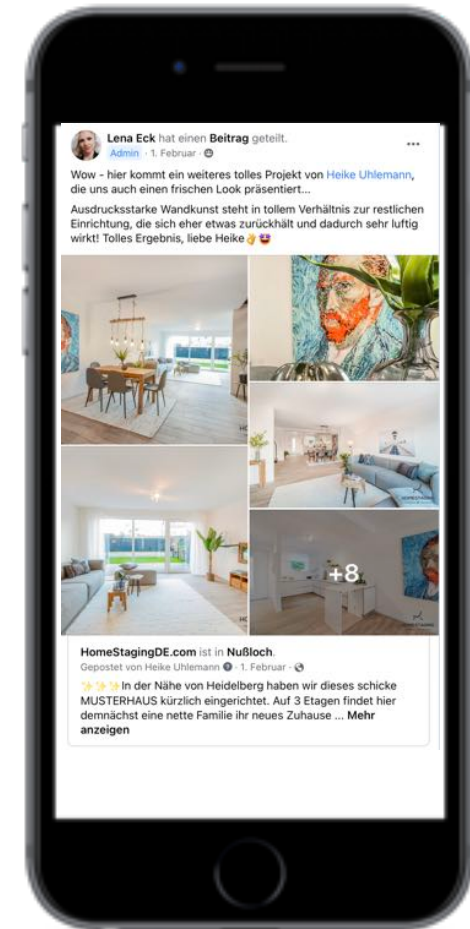
möglicher Ablauf eines neuen **Beitrag Posting**



posten auf Unternehmens
Seite



teilen auf das
Private **Profil**



teilen in die (STAGING
COMMUNITY) **Gruppe**

Facebook

Vorteile der Vorgehensweise

HOMESTAGING

+9

1.143
Erreichte Personen

368
Interaktionen

Beitrag bewerben

17

1 Kommentar 3 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

+5

628
Erreichte Personen

103
Interaktionen

Beitrag bewerben

24

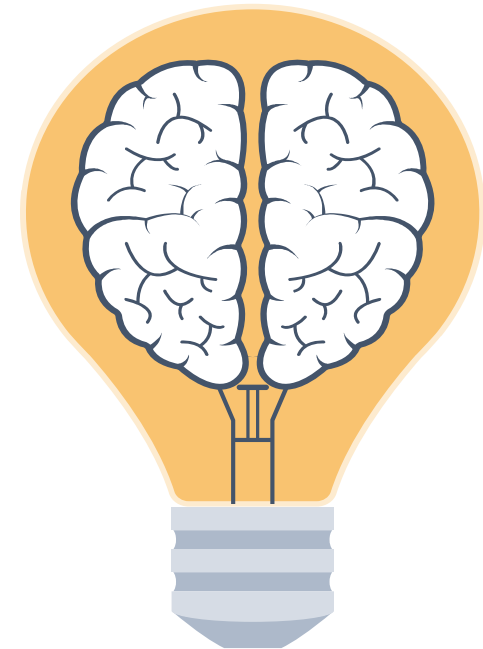
2 Kommentare 1 Mal geteilt

Facebook

Das Zauberwort heisst **Interaktion**

Weitere Möglichkeiten für **Interaktion** zu sorgen:

- in Beitrag einen **CTA** einbauen
- **Markierungen @....**
- auf **Kommentare schnell antworten**
- **Idee:** zu Beginn auf ein Like mit einem Kommentar und einer Markierung antworten
- **Fragen stellen!** So konkret wie möglich.
- **Pro-Tipp: regelmäßig Live gehen.** User lieben Videos und LIVE ist die Königsklasse.




Facebook

Ein Blick **hinter die Kulissen**

Lena Eck hat einen Beitrag geteilt.
Admin · 8. März um 12:58 · 🌐

Naturfarben & Naturmaterialien in Hülle & Fülle - dieses rundum gelungene Projekt von [Carmen Pizzuto Home Staging-vastgoedstyling](#) möchte ich unbedingt mit Euch teilen... 🌿
Die Wohnung wirkt absolut edel, elegant & harmonisch.
Wie gefällt sie Euch?



Carmen Pizzuto Home Staging- vastgoedstyling
6. März um 09:40 · 🌐

Diese Woche durfte ich für einen Investor zwei Wohnungen für den Verkauf einrichten. Beide Wohnungen sind kernsaniert, aber der wunderschöne Altbaucharme wurde ... [Mehr anzeigen](#)

[Übersetzung anzeigen](#)

38 · 8 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren

38 · 8 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren

Manuela Meuer-Weirauch
👍 schön
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Carmen Pizzuto Home Staging- vastgoedstyling
Folgen
Manuela Meuer-Weirauch Danke! 🙏
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Heike Uhlemann Admin · 🗨️
Eine ganz tolle Stimmung hast Du in die Immobilie gezaubert 🙌
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Carmen Pizzuto Home Staging- vastgoedstyling
Folgen
Heike Uhlemann Danke, das freut mich sehr! 🙏
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Stephanie Pudda
Wow sehr schön 🙌
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Carmen Pizzuto Home Staging- vastgoedstyling
Folgen
Stephanie Pudda Danke dir! 🙏
Gefällt mir · Antworten · 2 Wo.

Antworte Stephanie Pudda ...

Lena Eck Verfasser/in Admin
Liebe **Carmen Pizzuto** - ❤️ - lichen Glückwunsch zum Wochensieg! Mit Deinem wunderschönen Objekt in absolut natürlicher & harmonischer Atmosphäre konntest Du die Community begeistern!!! 🙌🙌
Gefällt mir · Antworten · 1 Wo.

Carmen Pizzuto
Lena Eck Lieben Dank, ich freue mich sehr!
Gefällt mir · Antworten · 1 Wo.

Facebook

Niemals das **Ziel** aus den Augen verlieren



- **neue Kontakte knüpfen**
Mit dem privaten Profil sehr viel liken, kommentieren, teilen, „Gruppenarbeit“ leisten und dann Freundschaftsanfragen verschicken.
- Kontakte einladen **Seite** mit „Gefällt mir“ zu markieren (Vorsicht)
- **Beitragsziel :**
möglichst hohe Interaktionsrate
- **Facebook Ziel:**
möglichst viele Follower/Fans
- **Kontakte** auf unsere Landingpage schicken
Eintrag in unseren E-Mail-Verteiler

Facebook

Beispiel Tauriba - Einsatz von Freebie



Verlinkung auf die Landingpage im Facebook Beitrag möglich

Beispiel für eine Verknüpfung von Facebook und Instagram

F

R

A

G

E

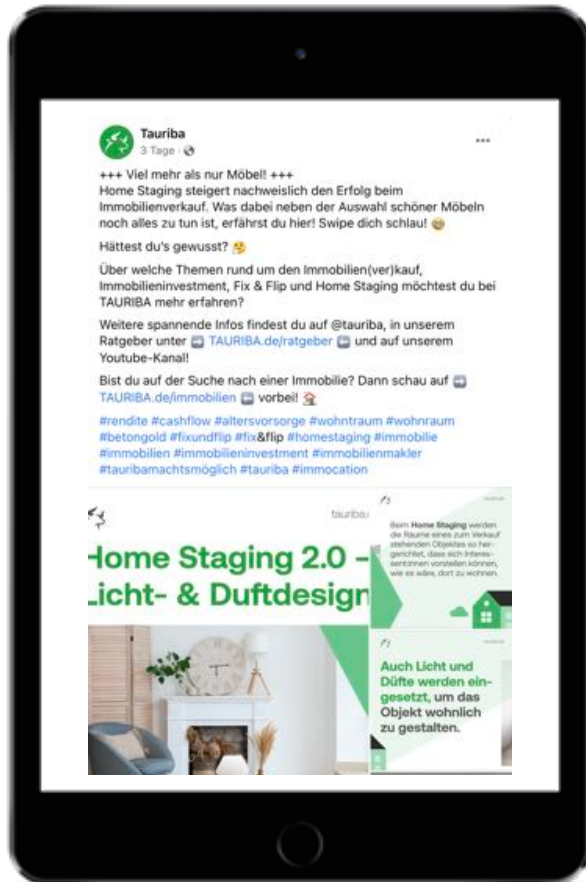
N

?

?

Meta

Verknüpfung Instagram und Facebook



Problem:

- unterschiedliches Format
- andere Texte (Hashtags)
- andere Namen (Markierungen)
- andere Inhalte (Details vs Projekt)

meine Empfehlung:

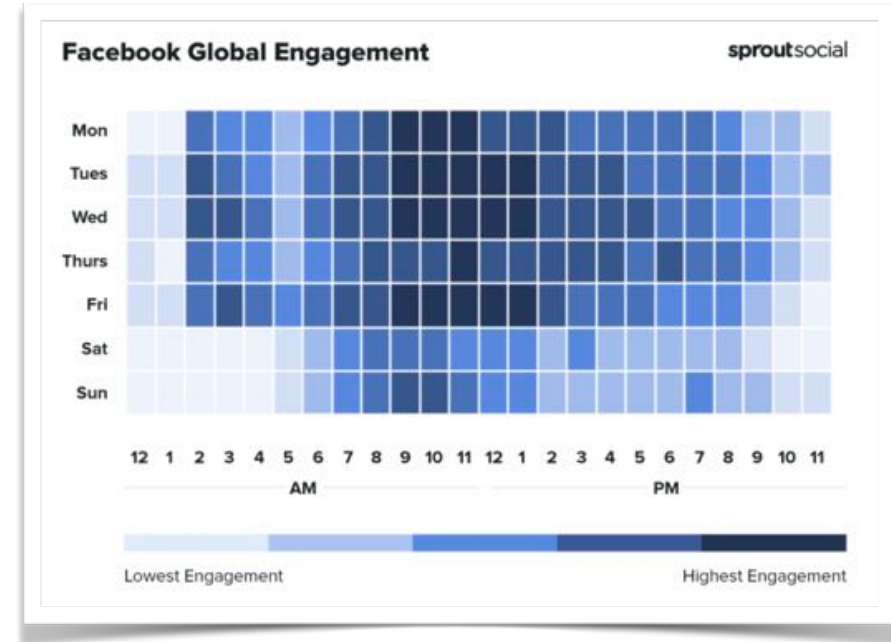
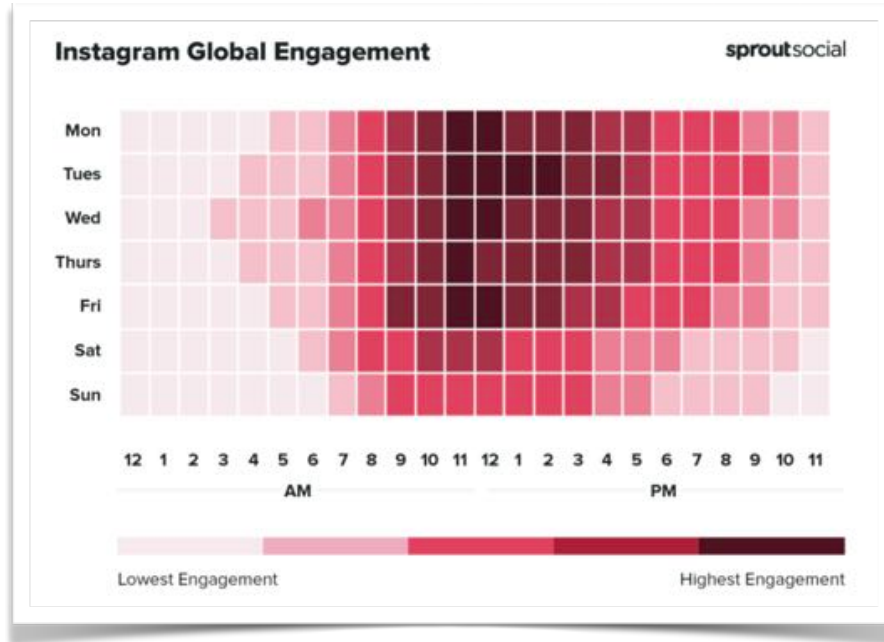
- 👍 Verknüpfung herstellen
- 🙅 keine automat. Posten von Beiträgen
- 👍 parallel Posten von Stories

Lösung :

- Inhalte wiederholen, aber...
- ...Format anpassen (Canva)
- ...Texte, Namen, Bilder anpassen

Facebook und Instagram

WANN und WIE OFT posten



🤔 Auf Facebook : Creator Studio > Insights > Zielgruppe

Instagram :

- 2-3 Stories am Tag
- 2-3 Beiträge pro Woche

Facebook :

- 2-3 Stories am Tag
- 1 Beitrag auf Unternehmens Seite / Woche
- 1-2 Beiträge auf dem privaten Profil / Woche

Facebook und Instagram

WANN und WIE OFT posten

- Noch entscheidender:

Community Management

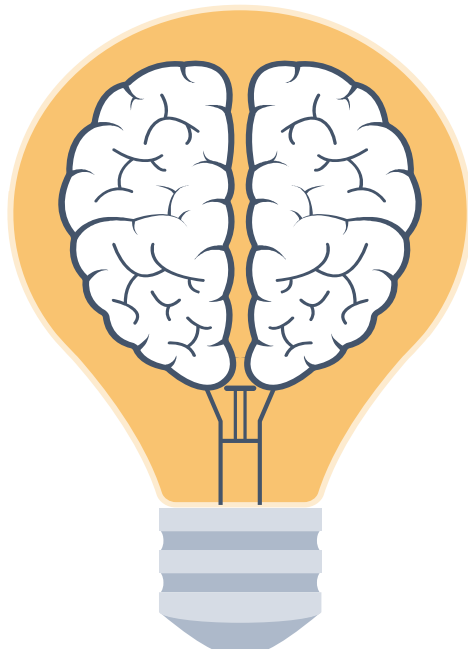
Mind. 15 Minuten täglich auf der Plattform aktiv sein. Liken, teilen, kommentieren.

Vor allem auf den Seiten und in Gruppen deiner Kunden.



Social Media

WAS posten ?



IDEEN:

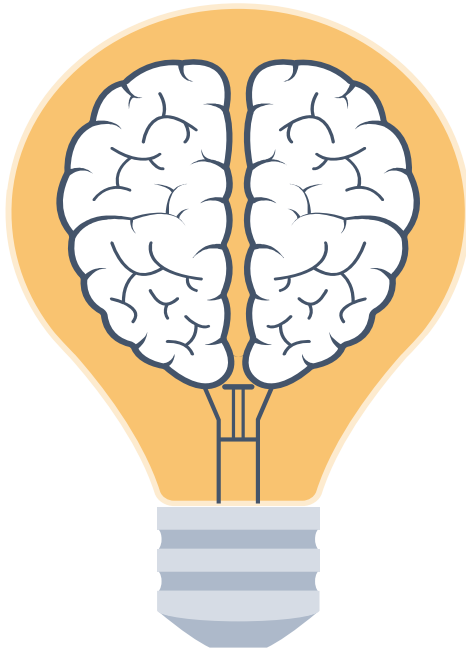
- **deine Projekte:** (jeweils im Stadium:)
Besichtigung, Vorbereitung/Konzept,
Ankündigung, Während der Umsetzung,
Nach Fertigstellung: 1x komplett, dann in
Auszügen, Details, Kundenmeinung
Bei Home Staging: Nach Verkauf, während
Räumung, mit Erfolgszahlen,
- **deine Aus-/ Weiterbildung** - z.B. von der
Teilnahme und der Umsetzung dieses
Workshop ;-)
- **deine Inspirationen:** fremde Projekte, Trends
zu Einrichtung, Immobilien, Entwicklungen,
- **deine Gedanken:** Gib deinen Followern
Einblicke in deine Überlegungen, in deine Ziele
- **deine persönlichen Aktivitäten:**
Unterscheidung zwischen privat und persönlich

Social Media

WAS posten ?

Ideen für dein Geschäftsmodell:

Home Staging Erbimmobilien



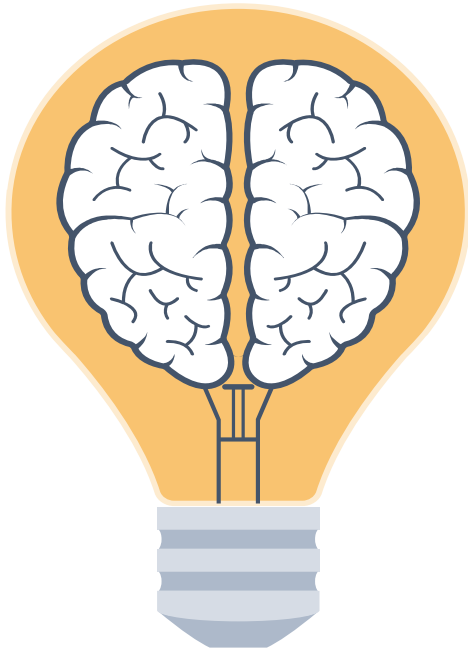
- *Infos* zu den verschiedenen Immobilienarten
- *Infos* zu den verschiedenen Baujahren + Besonderheiten
- *Infos* zu den Themen: Vererben, Entrümpeln, Handwerker (finden), Renovierung,
- *Infos* zu Immobilienmarkt, Immobilienverkauf
- Projekte von Kooperationspartnern (Makler, Investoren,...)
- Erfolge von Kolleg:innen (*Staging Community*)

Social Media

WAS posten ?

Ideen für dein Geschäftsmodell:

Interior Design Einrichtung Kinderzimmer



- **Elternthemen:** Ordnung im Kinderzimmer, Kinder bei der Einrichtung mitentscheiden lassen, Entwicklung des Kindes, Was braucht mein Kind in welchem Alter,...
- **Kindermöbel:** Möbel die mitwachsen, Nachhaltigkeit, Schadstoffe, Hersteller, Preise,
- **saisonale Themen:** Schulanfang, Ferien, Weihnachten, Ostern,
- **Influencer** suchen und teilen
- Beiträge von **grossen Marken und Lieferanten** suchen und teilen

Social Media

TikTok

In 2021 die meistbesuchte Webseite
der Welt (vor Google!)

- kurze Videos mit Musik unterlegt
- sehr junge Zielgruppe
- beliebt auch bei Prominenten und Influencern
- Unterhaltung steht im Mittelpunkt

Passt das zu deinem Image?

Ist deine Zielgruppe auf TikTok ?

Instagram war vor einigen Jahren auch noch
eine Plattform für die Jugend



Social Media

Pinterest

Mehr eine Bild basierte Suchmaschine

als eine Social Media Plattform

Schwerpunkt: Beauty, Food und **INTERIOR**

Inspirationsquelle für DIY und Profi Einrichter

gut geeignet für Zielgruppe Privatkunden

sehr gut geeignet für Kunden von **Interior Design**
Dienstleistungen

eher **weniger geeignet für Home Staging**
Kunden (Makler, Eigentümer,...)

Vorteil: jeder Pin führt sofort auf die
hinterlegte Webseite

perfekt für die Verlinkung auf Blogartikel,
Projektseiten, Freebies



Social Media

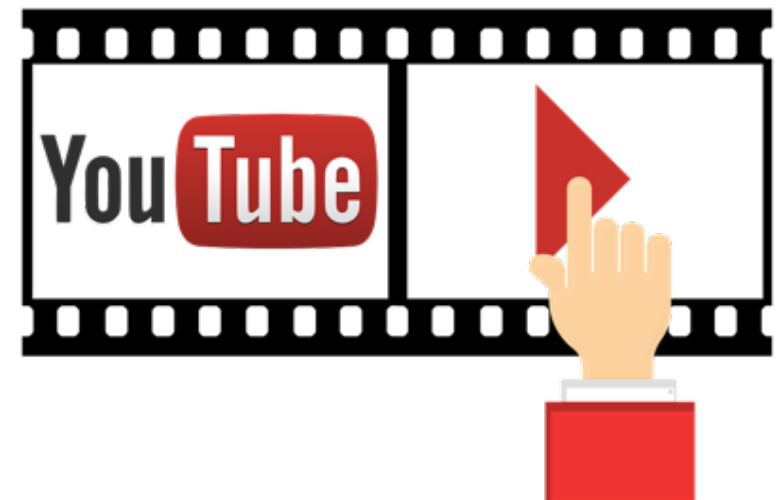
YouTube

Video Plattform und auch

Video Suchmaschine , gut für:

- Hosting für deine Videos (Alternative Vimeo)
- Kanal für eigene **und** fremde Videos
- Abonnenten sammeln
- Video **SEO**: Videotitel, Tags, Texte unter dem Video mit **Verlinkungen** zu Freebie, Webseite, Blogartikel

Macht definitiv Sinn, wenn Du Freude und den Mut zu videobasiertem Marketing hast.



Social Media

YouTube

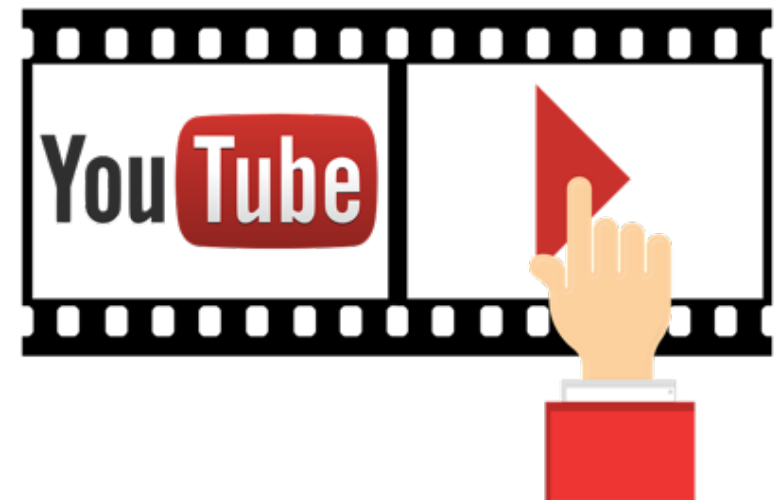
Inspiration holen bei:

<https://www.youtube.com/c/immocation>

<https://www.youtube.com/c/HouseofValentina>

<https://www.youtube.com/c/KarinBohn>

<https://www.youtube.com/c/WestwingDeutschland>



Social Media

LinkedIn und/oder XING



berufliche Netzwerke

- werden auch von Mitarbeitern in Unternehmen genutzt
- dienen häufig der Jobsuche
- gut, um Strukturen eines Unternehmens zu erkennen

sinnvoll, sollte deine Zielgruppe:
Bauträger, Projekt-Entwickler,
Immobilienverwaltung,-vertrieb,... sein

Geschäftsmodell **Musterwohnungen**

Online Plattform

HOUZZ und oder Homify, Möbel24, CouchStyle

Houzz: „Finden Sie über 20 Millionen Fotos zu Inneneinrichtung und Architektur, Deko-Ideen sowie Experten für Hausbau und Renovierung in Ihrer Nähe“

Plattform für **private** Auftraggeber von Bauleistungen, Einrichtungsberatung

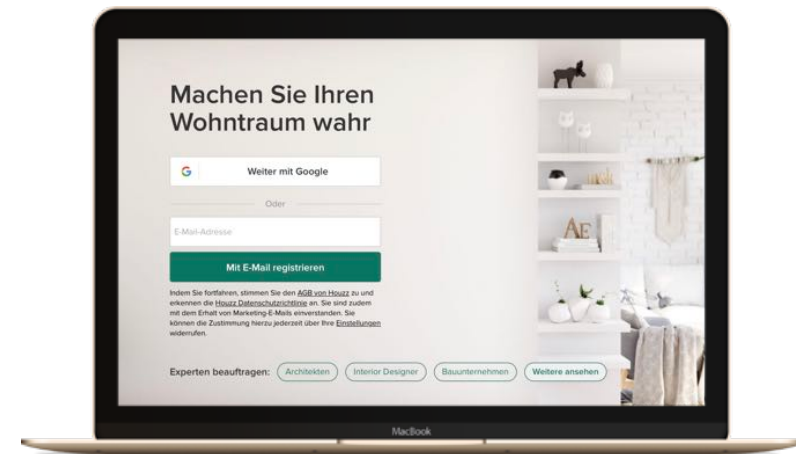
Inspirationsquelle durch:

- Fotos (sehr viele hochwertige Bilder)
- Magazin: Blogartikel mit Tipps&Tricks
- Erfolgsgeschichten

Experten finden (uns!)

Community Austausch (gute Möglichkeit auf sich aufmerksam zu machen)

Bewertungen sammeln - Best of Houzz etc...



Online Plattform

HOUZZ und oder Homify, Möbel24, CouchStyle

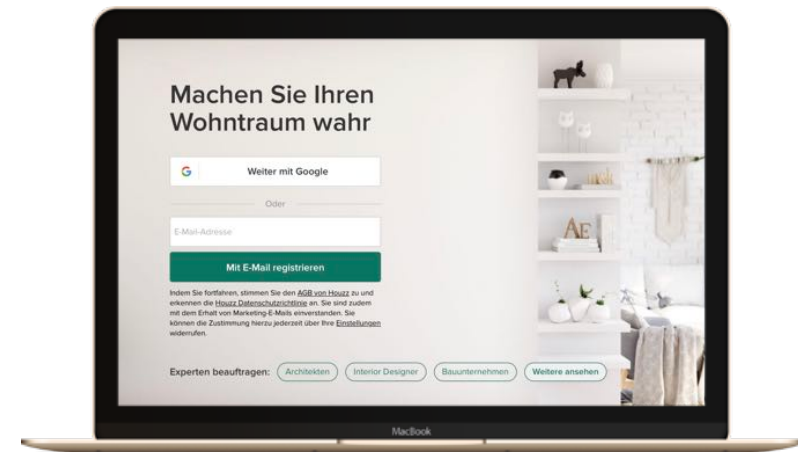
Beispiele :

<https://www.houzz.de/pro/heikeuhlemann>

<https://www.houzz.de/pro/webuser-728527463/westwing-interior-design-service-lena-lanzinger>

Für Interior Designer ein MUSS

weniger wichtig für Home Staging Anbieter



Social Media

WIEDERHOLUNG



Empfehlung

Erstelle einen Account auf den Plattformen deines Kunden

Befülle ihn mit guten Inhalten
(und Verweis auf Freebie)

Du wirst von aktiv
suchenden Kunden gefunden

Erwarte keine Resonanz
ohne Aktivität

**Konzentration auf 1-2 Kanäle
für die Neukundengewinnung**

Online Aktivitäten

Redaktionsplan

Monat	Themenübersicht	Budgetwert	wichtige Termine	Ziel für den Monat
Januar				
Februar				
März				
April				xxx E-Mail Adressen einsammeln ...
Mai				
Juni				
Juli				
August				
September				
Oktober				
November				
Dezember				

Online Aktivitäten

Redaktionsplan



Tag	Wochentag	Seitenzahl	Thema	Blogpost veröffentlicht	Newsletter Versand	Instagram Post
1	Freitag					
2	Samstag					
3	Sonntag					
4	Montag					
5	Dienstag					
6	Mittwoch					
7	Donnerstag					
8	Freitag					
9	Samstag					
10	Sonntag					
11	Montag					
12	Dienstag					
13	Mittwoch					
14	Donnerstag					
15	Freitag					
16	Samstag					
17	Sonntag					
18	Montag					
19	Dienstag					
20	Mittwoch					
21	Donnerstag					
22	Freitag					
23	Samstag					
24	Sonntag					
25	Montag					
26	Dienstag					
27	Mittwoch					
28	Donnerstag					
29	Freitag					
30	Samstag					

Online Aktivitäten

Redaktionsplan

MARKETING STRATEGIE

Facebook Beitrag	Instagram Story	Facebook Story	Audio	RTV	Live Programm Facebook	weitere Events	Wichtig

Online Aktivitäten

Beispiel für Anwendung **Redaktionsplan**

Mai:

Thema des Monats ist „Frühling“

Blogartikel zum Thema **schreiben**

(keyword optimieren, mit Bildern füllen,...)

„ Mit Frühlingsfarben einrichten - Diese 5 Farben geben deinem Schlafzimmer das gewisse Extra“

oder

„Immobilien verkaufen sich im Frühjahr besonders gut - Meine 7 Tipps für Frühlingsgefühle bei den Käufern“

Veröffentlichung auf der Webseite *immer*
zum 10. des Monats - Regelmäßigkeit

Newsletter Versand *immer*
zum 15. des Monats - Regelmäßigkeit



Online Aktivitäten

Beispiel für Anwendung **Redaktionsplan**

In **Social Media** (*Instagram, Facebook, TikTok, YouTube*) das **Thema** ebenfalls **aufgreifen** - ab 1. des Monats. -> „Anteasern“ des Blogartikel

IDEEN:

Frühjahrsputz:

- Du räumst dein Lager auf
- Dein Auto/Transporter hat eine Wäsche nötig

Frühlingsgefühle:

- Du beim 1. Eis der Saison
- Cappuccino trinken in der Sonne
- neues Sommerkleid geshoppt

Frühlingsfarben:

- Details aus (alten) Projekten
- Bilder von Anderen teilen

u.s.w.



Online Aktivitäten

Viel Erfolg!

- PRO-Tipp:** automatisiert posten
- z.B. Hootsuite, Planoly, Buffer
 - auf facebook im Crestor Studio
 - auf Instagram und Facebook lassen sich Postings planen

REGELMÄßIGKEIT IST TRUMPF !!

Denke an die 80/20 (80% Mehrwert, 20% Werbung

und die Drittel Regel (ein Drittel Mehrwert,
ein Drittel Persönlichkeit,
ein Drittel Community Engagement)



F

R

A

G

E

N

?

?

D

A

N

K

E

!