

Zirkus und Lineal - Social-Media und Online Marketing Strategie

1

Social-Media und Online Marketing Strategie

Agenda

- Ziele
- Basis
- Ist-Situation
- Strategie
- Relevanz und Funktion
- Realisierung
- Reihenfolge
- Ziele S.M.A.R.T.
- Offene Punkte
- Nächste Schritte

2

Social-Media und Online Marketing Strategie

Ziele

- Reichweite erhöhen (mehrere Hundert)
 - Community (Mitwirkende)
 - Besucher, Follower, Likes
- Spenden (mehrere Tausend €) sammeln
- Regelmäßige Projektwochen an Grundschulen
- Camps
 - Feriencamps (jede Ferien)
 - Sommercamps (4 à 1 Woche in den Sommerferien)
- Materialien, „Maschinen“

3

Social-Media und Online Marketing Strategie

Basis

- Alles was veröffentlicht wird, muss einen Wert für den Betrachter haben!
- Ziel von Zirkus und Lineal:
 - ✓ Wertschätzung für Kommunikation,
 - ✓ wachsendes mathematisches Wissen,
 - ✓ Förderung der Kreativität,
 - ✓ positive Selbsterfahrung,
 - ✓ Entfaltung der Fantasie,
 - ✓ sprachliche Entwicklung,
 - ✓ Problemlösungskompetenz und
 - ✓ Medienkompetenz
- Didaktisches Konzept (<http://mathalaxie.de/didaktisches-konzept/>)
- Von mir:
 - Konzentrationsfähigkeit
 - Höhere Aufmerksamkeit, Erhöhung der Aufmerksamkeitsspanne

4

Social-Media und Online Marketing Strategie

Ist-Situation

- Homepage
 - Zielorientierung, Zielerreichung
 - Wow-Effekt (neugierig machen)
 - Vollständigkeit
 - Sichtbarkeit
- Facebook
 - 6 Follower
 - Beiträge
- Community
 - Mitstreiter (Studenten, ...)
 - Kunden:
 - Grundschüler (Eltern, Großeltern, Schüler, ...)
 - Pädagogen (Grundschulen, Kumi., ...)
 - Unterstützer / Förderer (Stiftungen, Vereine, Verbände, Bildungsfirmen, Bildung Fördernde, ...)

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 5 von 14

5

Social-Media und Online Marketing Strategie

Ist-Situation

- Portfolio
 - Mathalaxie
 - „Maschinen“
 - ...
- Marketing Materialien
 - Imagefilm
 - ...
- Vertrieb
 - Interessentenliste?
 - Anmeldungen?

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 6 von 14

6

Social-Media und Online Marketing Strategie

Strategie

1. Bekanntheit schaffen (Public Relations)
 1. Netzwerken (direkte Ansprache)
 2. Plakate in:
 1. Grundschulen
 2. Nachhilfesschulen (Schülerhilfe, Studienkreis, ...)
 3. Universitäten: Fachbereiche für Lehrer
 4. Buchhandlungen???
 5. ...
 3. Zeitungsartikel
 1. Lokalen Wochenblättern
 2. Tageszeitungen
 3. Fachzeitungen
 4. ...
 4. Radio
 5. Fernsehen

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 7 von 14

7

Social-Media und Online Marketing Strategie

Strategie

2. Online-Marketing
 1. Homepage:
 1. Redesign
 2. SEO]
 3. SEA] = SEM
 4. ...
 2. Social-Media
 1. Facebook
 2. Instagram
 3. WhatsApp
 4. E-Mail
 5. ...
 3. ...

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 8 von 14

8

Social-Media und Online Marketing Strategie

Relevanz und Funktion

- Homepage ist das zentrale Medium zum Erreichen der Ziele (Zielgruppen: Interessenten, Kunden, Unterstützer)! Hier werden Mitstreiter, Buchungen und Spenden generiert, sowie Informationen vermittelt.
- SEM (Suchmaschinen-Marketing) ist relevant um zum Einen das Ranking der definierten Suchbegriffe zu verbessern (SEO) und zum Anderen die Ziele durch gezielte Kampagnen (SEA) zu erreichen.
- Facebook dient als Interaktionsplattform und zum Generieren von Reichweite (Zielgruppen: Interessenten, Kunden, (Unterstützer)).
- WhatsApp ist geeignet als schnelles und direktes Kommunikationstool (Zielgruppen: Mitstreiter).
- Mail für direkte, verbindliche Kommunikation (Zielgruppen: Mitstreiter, Kunden, Unterstützer).

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 9 von 14

9

Social-Media und Online Marketing Strategie

Realisierung (Anforderungen, Umsetzung, Gestaltung)

- Homepage:
 - Ziele umsetzen!
 - Magisches Dreieck (Gefunden werden, Wow-Effekt, Schatz gefunden)
 - Gesetzliche Bestimmungen (Impressum, Disclaimer, Datenschutz, Double Opt In)
 - Aktuell halten
 - Responsive Design
 - Statistiken (Google Analytics) einrichten
- Facebook:
 - Wöchentliche Posts
 - Wichtig, diese müssen einen Mehrwert für die Zielgruppen haben!
 - Schnell (spätestens innerhalb 24h) reagieren auf Kommentare und Fragen!
- Generell gilt schnell, objektiv und gelassen reagieren!

10.01.2019

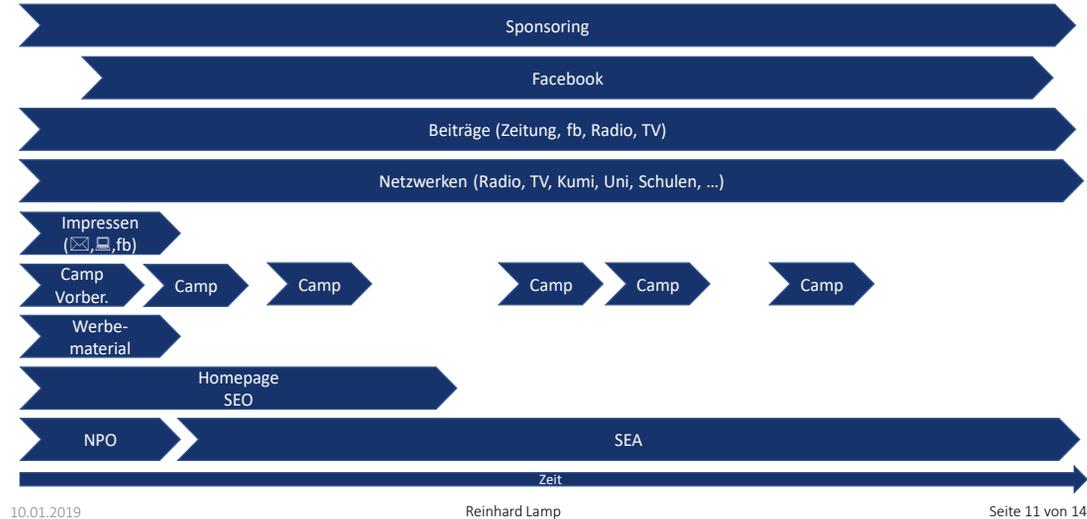
Reinhard Lamp

Seite 10 von 14

10

Social-Media und Online Marketing Strategie

Reihenfolge



11

Social-Media und Online Marketing Strategie

Ziele S.M.A.R.T.

S (spezifisch)	M (messbar)	A (erreichbar)	R (realistisch)	T (fixes Zieldatum)
Likes und Abonnenten bei facebook erhöhen				
Reichweite der Homepage erhöhen				
Anzahl der Mitstreiter erhöhen				
Spenden				
Regelmäßige Projektwochen				
Feriencamps				
Sommercamps	4			
Materialien („Maschinen“)				

10.01.2019

Reinhard Lamp

Seite 12 von 14

12

Social-Media und Online Marketing Strategie

Offene Punkte

- Impressum für Homepage
- Datenschutzerklärung für Homepage
- Facebook-Button als Bild mit Link
- Als gemeinnützige Organisation vom Finanzamt anerkennen lassen.
- Bei www.stifter-helfen.de registrieren und als NPO anerkennen lassen (für Google, Smile, etc.)

13

Social-Media und Online Marketing Strategie

Nächste Schritte

Was	Wer	Wann
Text des didaktischen Konzeptes für Zielgruppe formulieren		
Vom Finanzamt als gemeinnützige Organisation anerkennen lassen		

14