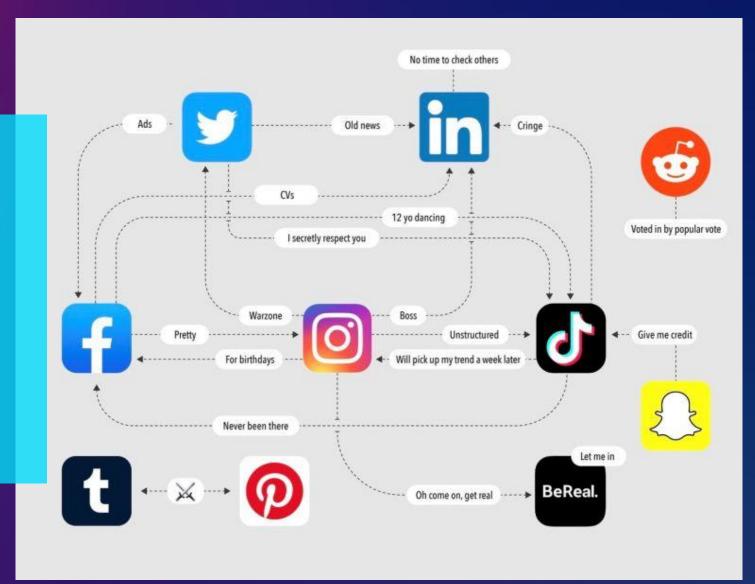


## SOCIAL MEDIA

«In sozialen Netzwerken will man kommunizieren, nicht Kühlschränke kaufen.»
Eric Schmidt (ehem. Executive Chairman
Alphabet Inc.)

Social Media Marketing birgt spezielleHerausforderungen



## INHALT





1

Einführung

Instagram

BeReal

2

Vergleich

Marketingstrategien

Fallstudien

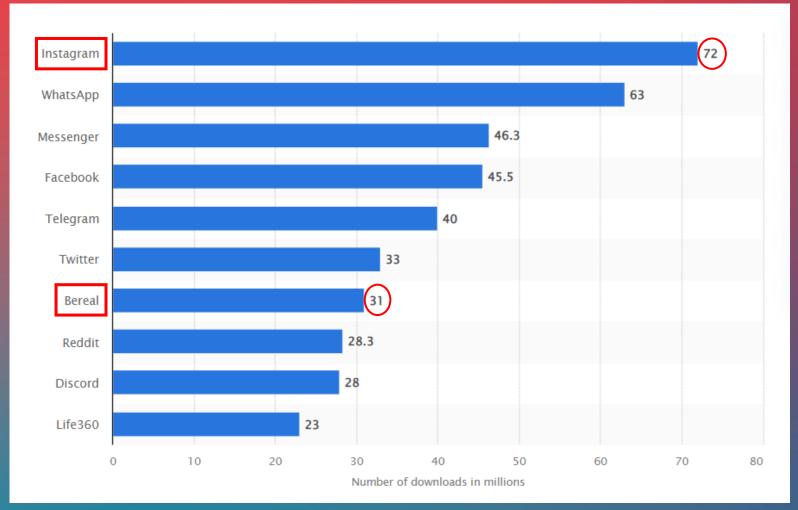
3

Fazit

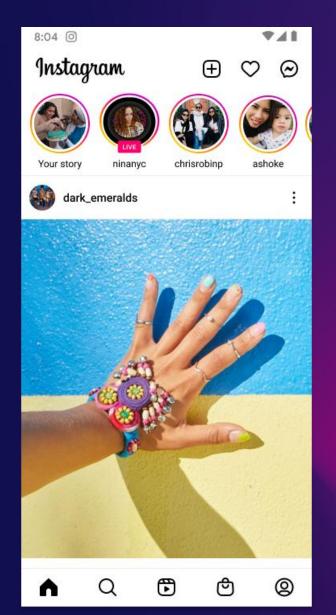
Pros und Cons

Ausblick

# EINFÜHRUNG



Führende Social Media Apps in den USA nach Downloads in 2022 (in Mio.)





## **ALLGEMEINE INFOS**

- Amerikanische Social Media App
- Im Jahr 2010 erschienen
- Entwickelt in HTML5, später Python, JavaScript
- Über 1,3 Mrd. Nutzer weltweit (2022)
- Anwendung: Fokus auf Video- und Foto Sharing mit der Möglichkeit Medien vor dem Hochladen durch Filter und weitere Einstellungen zu bearbeiten

### **WISSENSWERTES**

- Stand 2022 ist Instagram das am meisten genutzte soziale Netzwerk junger Leute in Deutschland
- > 50 Mrd. geteilte Fotos
- Nike hat mit >290 Mio. die meisten Follower
- Indien ist das Land mit den meisten Nutzern





### **ALLGEMEINE INFOS**

- Französische Social Media App
- Im Jahr 2020 erschienen
- Entwickelt in Swift, Kotlin
- Bisher 26 Mio. Downloads (Aug. 22),
   meisten Nutzer aus USA, Frankreich &
   UK
- Anwendung: Einmal am Tag ein Foto mit der Front- und der Hauptkamera des Handys aufnehmen und hochladen

### **WISSENSWERTES**

- Ab Mitte 2022 durch bezahlte
   Werbebotschaften stieg die
   Nutzerzahl um mehr als 300%
- Besonders beliebt bei Generation Z und Studenten
- Top 10 der Download-Charts in USA
- 1. Platz in deutschen Download-Charts (Aug. 22)











Instagram

## BEST PRACTICES



### **INFLUENCER**

Partnerschaften mit Influencern



erhöht die **Reichweite** und **Glaubwürdigkeit** 



### **STORIES**

Produkte vorstellen, Blick hinter die Kulissen



für **Steigerung** des **Engagements** 



### **HASHTAGS**

Relevante und einzigartige Hashtags



um Inhalte **besser auffindbar** zu machen



## **ÄSTHETIK**

Erstellen von visuell ansprechenden Beiträgen



um Produkte in **bestem Licht** zu präsentieren



#### FALLBEISPIEL: dm Deutschland

- > 1,8 Mio. Follower (mehr als jedes andere dt. Unternehmen)
- > 2.600 Beiträge mit hohen visuellen und inhaltlichen Standards (postet im Schnitt jeden 2. Tag)
- Der Text ergänzt die Bilder perfekt und ist oft witzig gestaltet mit geschickten Hashtags
- DM antwortet schnell auf direkte Kundenanfragen z.B. zu Preisen, Inhaltsstoffen
- Geht gut mit Lob und auch Kritik um
- Viel Mehrwert-Content wie Tutorial Videos und Gewinnspiele





BEST PRACTICES

#### **FOKUS AUF AUTHENTIZITÄT**

Echte und authentische Inhalte und Kunden Interaktionen, um Vertrauen aufzubauen und dauerhafte Beziehungen zu fördern

## COMMUNITY ENGAGEMENT

Aktive Teilnahme an
Unterhaltungen mit Followern und
potentiellen Kunden, um ein
starkes Gemeinschaftsgefühl
aufzubauen

#### **NUTZERGENERIERTE INHALTE**

Einbinden von Nutzern ihre Erfahrungen mitzuteilen und einzigartige Inhalte rund um die Marke/ das Produkt zu erstellen

#### **PARTNERSCHAFTEN**

Vernetzen mit anderen Unternehmen und Organisationen, die der Marke helfen können zu wachsen und die **Reichweite** zu **vergrößern** 



### **FALLBEISPIEL: CHIPOTLE**

- Rabatt Aktion der mexikanischen Fast-Food-Kette Chipotle
- Die ersten 100 Kunden, die den auf BeReal geposteten Gutscheincode nutzten, bekamen eine kostenlose Vorspeise
- Rabattaktion auf BeReal weil Generation Z und Millennials die Hälfte des Kundenstamms ausmacht
- Chipotle hat darauf geachtet, dass die Inhalte nicht zu auffällig sind um den lo-fi Charakter von BeReal zu betonen
- Erste Kampagne konzentrierte sich darauf ihr Profil zu steigern
- > **Unglaubliche Resonanz:** alle Codes waren innerhalb von 30 Minuten weg, durch die Aktion gewann der Account jede Menge Follower



## PROS UND CONS

#### PRO

- Große Nutzerbasisvon > 1 Mrd. Nutzern
- Effektive
   Werbemöglichkeiten
- Echte Verbindungen mit Kunden
- Starkes
   Gemeinschaftsgefühl



- Sehr Wettbewerbsintensiv
- Starker Fokus auf Ästhetik
- Kleinere Nutzerzahl
- Begrenzte
   Werbemöglichkeiten
- Weniger Kontrolle über Verbreitung



CONTRA

## ZUSAMMENFASSUNG

#### Ziel

Auswahl der Marketingplattform, die am besten zu den **Bedürfnissen** des Unternehmens und der **Zielgruppe** passt

## **Empfehlung**

Instagram eignet sich hervorragend für Unternehmen, die auf visuelle Inhalte setzen, während BeReal für Unternehmen geeignet ist, die eine authentische Geschichte erzählen wollen



Am besten beide Plattformen **komplementär** nutzen, um effektive Ergebnisse zu erzielen



## QUELLEN

- Kaplan, A. M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 52(1), 59-68.
- https://www.statista.com/statistics/1284890/us-top-social-media-apps-by-downloads/
- https://bere.al/en
- https://omr.com/de/daily/bereal-app-wachstum-brands/
- Social Media Marketing ein peinlicher genauer Leitfaden (diri-socialmedia.de)
- https://influencermarketinghub.com/bereal-strategies/
- https://www.morningbrew.com/series/summer-of-gen-z/stories/2022/05/24/how-chipotle-is-experimenting-with-bereal-gen-z-s-new-favorite-social-platform
- https://www.mosaiq.com/de/magazin/8-instagram-marketing-tipps-fuer-unternehmen
- https://www.dm.de/unternehmen

#### Fotos:

- BeReal: Was findet mein Kind so toll daran? Familie derStandard.de > Lifestyle
- https://www.linkedin.com/posts/lukas-kadlec\_socialmedia-socialemediamarketing-activity-7047439876534784000-LRVy?utm\_source=share&utm\_medium=member\_desktop
- https://www.logogenie.net/blog/how-to-create-your-perfect-logo-for-instagram-business-profile
- https://mobgsm.com/channel/mrwhosetheboss/yTJifML9/bereal-the-instagram-killer.html
- https://play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android&hl=de&pli=1
- https://www.thejakartapost.com/life/2020/11/04/social-media-users-total-414-billion.html



# VIELEN DANK

Chin-I Feng

Matrikelnummer: 300545

c.feng@htwg-konstanz.de