



Hallo Kunde, hier bin ich!

Sie wollen im Gespräch sein und bleiben? Sie wollen mit Ihrem Kunden in Kontakt treten und bleiben? Dann müssen Sie kommunizieren. Regelmäßig und auf vielen verschiedenen Kanälen: Neben dem guten alten Flyer oder der noch älteren Infopost flattern heute E-Mails, Newsletter, Postings und Blogs durchs Netz. Tun als Reminder ihren guten Dienst - vorausgesetzt sie sind inhaltlich spannend, professionell geschrieben und gezielt adressiert.



Erfolgreich bloggen!

Das Wort Blog ist eine gebräuchliche Bezeichnung für den Weblog, der eine Wortkreuzung aus dem englischen Web und Log für Tagebuch oder Logbuch ist. Es ist ein auf der eigenen Website oder in speziellen Portalen geführtes öffentliches Tagebuch, indem ein oder mehrere Blogger sich mit den Lesern, ähnlich wie in einer Diskussion, über ein Thema austauschen. Für Reitsportgeschäfte bietet sich so eine Möglichkeit, die eigene Kompetenz und Leidenschaft rund um den Reitsport darzustellen. Gute Blogs verfügen über eine Kombination von Fachwissen, Emotionen und allgemeinen Neuigkeiten.

Vier Schritte führen zu einem guten Blog: Das Wichtigste ist die Idee und die Sammlung von Themen rund um den Reitsport. Dieser Fundus kann etwa aus Nachrichten der Vorlieferanten, sozialen Netzwerken oder der Fachpresse, aus gesellschaftlichen Ereignissen oder aus Infos von Fachleuten bestehen. Blogs müssen wie Zeitungen regelmäßig erscheinen und deshalb braucht man diesen Fundus. Die Regelmäßigkeit hängt von der Größe eines Unternehmens statt. Man sollte versuchen, zumindest einmal die Woche einen Beitrag zu veröffentlichen. Da ein Blog auch in sozialen Netzwerken geteilt werden kann, wird man als dritten Schritt festlegen wo. Jetzt noch einen Zeit- und Aktionsplan und es kann losgehen.

Helmut König,
Strategische Vertriebs- und Marketingentwicklung
www.koenigskonzept.de.

Der Mitmach-User

Nichts geht ohne Social Media. Neben den Postings herrscht zunehmend Interaktion mit dem Leser, dem User, dem Follower und bestenfalls mit dem Kunden. Der wird nicht nur informiert, sondern zu „Handlungen“ animiert. Er soll liken, teilen und markieren. Soll seine Favoriten-Farbe und sein Lieblingsmodell angeben, für den Fall, dass er gewinnt. Und: Er wird aufgefordert, seine Meinung zu reell professionellen Fragen kund zu tun: Ob das gepostete Schaufenster seine Zustimmung findet? Ob der Fachhandel auf einem bestimmten Turnier seinen Stand errichtet oder welches Sozial-Projekt unterstützt werden soll? Auch das Sortiment kann der Kunde via Netz mitbestimmen. Denn gefragt wird immer öfter nach den bevorzugten Marken.

So geht Social Media

An Social Media geht für Unternehmen und Händler heutzutage kein Weg mehr vorbei, um für den Kunden präsent zu sein. Fünf HIPPO-Tipps für Sie:

Tipp 2:

Mit Maßen, aber regelmäßig

Veröffentlichen Sie regelmäßig, mit einer gleichmäßigen Frequenz. Diese darf ruhig etwas länger sein, wenn Ihre Follower wissen, wann der nächste Beitrag folgt. Nerven Sie Ihre Kunden nicht mit doppelten Beiträgen oder Mehrfachveröffentlichungen am gleichen Tag.

Tipp 4:

Interesse dauerhaft wecken

In der Flut der Social Media-Beiträge geht Ihr Inhalt schnell unter. Facebook zum Beispiel stellt private Veröffentlichungen neuerdings über Seiten. Ihr Kunde wird also nie alle Neuigkeiten automatisch angezeigt bekommen. Machen Sie Ihre Veröffentlichungen also so interessant, dass der Kunde aktiv danach sucht.

Tipp 1:

Den Kunden abholen

Setzen Sie die Brille des Kunden auf und berichten Sie über das, was den Kunden am ehesten interessiert, nicht das, worauf Sie persönlich besonders stolz sind.

Tipp 3:

Die Länge macht's

Niemand liest heute noch lange Texte. Auch Ihre Kunden nicht. Verfassen Sie kurze, aber knackige Statements.

Tipp 5:

Privatsphäre

Ihre Kunden sehen Ihre Beiträge. Auch die vom letzten Urlaub oder der Party vom Wochenende. Wenn Sie als professionelles Unternehmen auftreten möchten, gehört Privates nicht ins Internet.

Danke, Patrick Kempf!
Patrick Kempf ist Inhaber der
Punchbyte Medienagentur und
beschäftigt sich seit mehr als
20 Jahren mit Marketingstrategien,
Print- und Digitalwerbung.
www.punchbyte.de

Goldene Regeln für erfolgreiche Newsletter

Fluch und Segen sind Newsletter in unserem Posteingang. Manche können nicht genug davon bekommen, anderen wird es schnell zu viel. Der Newsletter – englisch für Mitteilungsblatt – hat seine Wurzeln im Infobrief, der über Neuigkeiten informieren soll. Durch die elektronischen Medien ist daraus eine Massenbewegung geworden, die uns manchmal viel Nerven kostet. Das liegt auch daran, dass der Versand von Werbung oder Sonderangeboten auch als Newsletter bezeichnet wird. Aber wer würde den Prospekt im Briefkasten als Newsletter oder Infobrief bezeichnen?

Empfänger bekannt

Gute Newsletter brauchen nicht viel: Zum einen sollten Newsletter nur an Empfänger gehen, die uns kennen. Die Öffnungsrate einer E-Mail hängt in starkem Maße davon ab, ob der Absender bekannt ist. Zweites wichtiges Merkmal ist der Betreff, der kurz und prägnant und von Interesse für den Empfänger sein muss. Beim Inhalt gelten die gleichen Regeln wie beim Blog, nur ist der Newsletter kürzer. Experten empfehlen, eine Bildschirmseite nicht zu überschreiten. Das erreicht man dadurch, dass der Beitrag mit zwei, drei Sätzen vorgestellt wird und dann ein Link auf Infos folgt. Fasst man die wöchentlichen Beiträge des Blogs zusammen, ist der Monatsnewsletter fast fertig. Es kann auch ein Produktangebot dabei sein, aber immer nur eines und am Rande.

Helmut König, Strategische Vertriebs- und Marketingentwicklung, www.koenigskonzept.de.

Sicheres Ausreiten mit Guardian Horse

So einfach kann man jetzt mit einem sichereren Gefühl ausreiten gehen: Chip am Sattel befestigen, per App einen Ausritt starten und Guardian Horse ruft im Notfall Hilfe. Trennen sich Pferd und Reiter im Gelände, erhalten zuvor hinterlegte Notfallkontakte automatisch eine SMS mit den GPS-Daten des Unfallortes.
www.guardianhorse.de



Posten wie die Profis

Reitsport Schult Schenefeld

Startseite Info Fotos Website Bewertungen Videos Veranstaltungen Beiträge Shop Community Adverkalender

Status Foto/Video

Schreib etwas auf seine Seite ...

Fotos

GEWINNSPIEL Uvex Olympia-Reithelm

Herzlichen Glückwunsch an Julia Siegmund und Britta Schumann!

Bitte meldet euch bis zum 16. März in einer privaten Nachricht bei uns, damit wir den Versand eurer Reithelme besprechen können.

Vielen Dank für die zahlreiche Teilnahme an diesem Gewinnspiel, wir wünschen euch allen ein wunderschönes Wochenende!

Euer Von Rönne Reitsport Team

#vonroenne #sosehensiegeraus #uvex #reithelm #happy #freakyfriday

Beiträge

Von Rönne Reitsport
9. März um 12:43 ·

Gewinnspiel Uvex Olympia-Reithelm
Herzlichen Glückwunsch an Julia Siegmund und Britta Schumann!

Bitte meldet euch bis zum 16. März in einer privaten Nachricht bei uns, damit wir den Versand eurer Reithelme besprechen können.

Vielen Dank für die zahlreiche Teilnahme an diesem Gewinnspiel, wir wünschen euch allen ein wunderschönes Wochenende!

Euer Von Rönne Reitsport Team

#vonroenne #sosehensiegeraus #uvex #reithelm #happy #freakyfriday

Community

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

7.009 Personen gefällt das

6.914 Personen haben das abonniert

Laura Bieler gefällt das, oder er/sie war hier

Info

Hamburger Str. 180
25337 Elmshorn

Route planen

04121 78333

Antwortet i.d.R. innerhalb einer Stunde

Nachricht senden

www.von-roenne.com

Bekleidungsgeschäft · Sportgeschäft · Unternehmen für Outdoor- und Sportzubehör

Preisklasse €€

Impressum

Öffnungszeiten: 10:00 - 18:30
Öffnet in 20 Minuten

Änderungen vorschlagen

Seiten, die dieser Seite gefallen

Gartencenter Ro... Gefällt mir

Schmuck-aus-Pf... Gefällt mir

byMi Gefällt mir

Bei einem „Posting“ handelt es sich um einen einzelnen Beitrag (Text und/oder (bewegtes) Bild) auf einer sozialen Plattform, einem Forum oder Blog im Internet, mit welchem man auf sich aufmerksam macht. Der aller-neueste Trend dabei: der 3D-Post auf Facebook.

Reitsport Schult Schenefeld

Startseite Info Fotos Website Bewertungen Videos Veranstaltungen Beiträge Shop Community Adverkalender

Fotos

Community

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

21.213 Personen gefällt das

21.354 Personen haben das abonniert

Jessica Neup gefällt das, oder er/sie war hier

Info

Reiderstraße 21
22689 Schenefeld, Schleswig-Holstein, Germany

Route planen

Zuletzt i.d.R. innerhalb von ein paar Stunden

Nachricht senden

www.reitsportschult.de

Geschäft für Sportbekleidung

Preisklasse €€

Impressum

Öffnungszeiten: 10:00 - 18:00
Öffnet in 20 Minuten

Änderungen vorschlagen

Seiten, die dieser Seite gefallen

PferdeSport Gefällt mir

Reitart: Horse of Motion Gefällt mir

Königs Reithelme Gefällt mir

Deutsch Englisch US Türkçe Español

Tipps/Regeln

- > Die Überschrift muss in eine Zeile passen, Großbuchstaben erzeugen Aufmerksamkeit
- > Schriftgröße zehn bis 14
- > Einheitlichkeit (Ansprache, Farben, Schrift, Länge)
- > Posting-Plan erstellen und daran halten
- > alle Beteiligten verlinken
- > Zeitpunkt: werktags – morgens gegen sieben oder nach Feierabend zwischen 16 und 17 Uhr
- > mindestens 50 Prozent Bilder
- > Emojis einsetzen
- > Bewegte Bilder einsetzen
- > Freunde/Bekannte zum Teilen/Kommentieren animieren
- > bei Kritik verständnisvoll und lösungsorientiert antworten

Die größten Fehler

- > zu viele/überflüssige Informationen
- > fehlende/unvollständige Kontaktinformation
- > langweilige Überschrift
- > Quellenangaben vergessen
- > wie eine Werbebotschaft klingen. Besser: emotionale Geschichten verpacken
- > davon ausgehen, dass der Leser Hintergrundwissen hat

Gedruckte Botschaften – sie fliegen immer noch

Gedruckte Flyer sind immer noch up to date! Eine elektronische Nachricht ist schnell vergessen, Informationen auf ansprechendem Papier zum Anfassen bleiben besser im Gedächtnis. Der Flyer umfasst eine kompakte und leicht verständliche Werbebotschaft. Kurz und knapp sollen Informationen leicht präsentiert und vor allem ästhetisch ansprechend vermittelt werden.

Flyer-Tipps

- > Textverhältnis zu Foto: etwa 70 zu 30 Prozent
- > realistische Fotos (erzeugen mehr Emotionen) anstatt Illustrationen/Zeichnungen
- > „Weniger ist mehr!“
- > Schriftgröße ab zehn
- > Textfarbe 80 bis 100 Prozent schwarz
- > nicht mehr als drei Schriften/Schriftschnitte/Größen
- > Emotionen wecken (Alltagsgeschichten) – zur Interaktion anregen (Rabatt, Gewinnspiel, Mehrwert): Call to act, der im zweiten oder dritten Drittel formuliert werden sollte

Die größten Fehler

- > alle ansprechen wollen
- > helle Schrift auf dunklem Hintergrund
- > den billigsten Druck nehmen
(fragen Sie von verschiedenen Anbietern Muster an!)



Nadine Tannreuther
 MEDIENPRODUKTION Wiesbaden-Sonnenberg
 E-Mail: nadine.tannreuther@gmail.com
 T: +49 157 55 424 136