



# FSZ

# Social Media Guide

Nachtschicht 2019

# KOMMUNIKATIONSZIELE

Informieren

Haltung zeigen

Aufmerksamkeit

Spenden

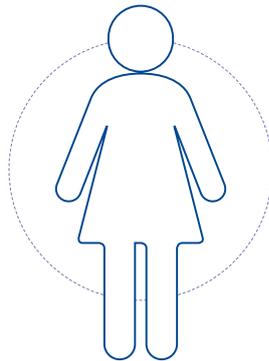
## THEMEN

- Beratung & Therapie
- Berufliche Teilhabe
- Erfahrungen teilen
- Wohnen
- Feminismus
- Veranstaltungen
- Café Seidenfaden
- Manufaktur
- etc.

## ZIEGRUPPE

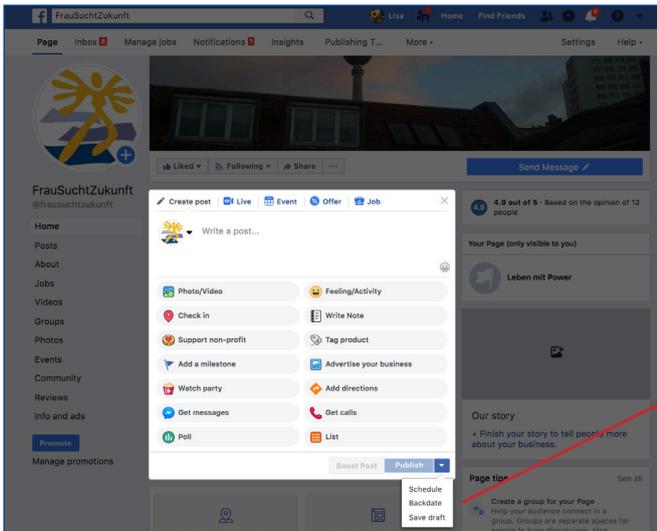
Frauen (13-99 Jahre):

- Abhängige / Gefährdete
- Angehörige & Freunde
- Multiplikatorinnen



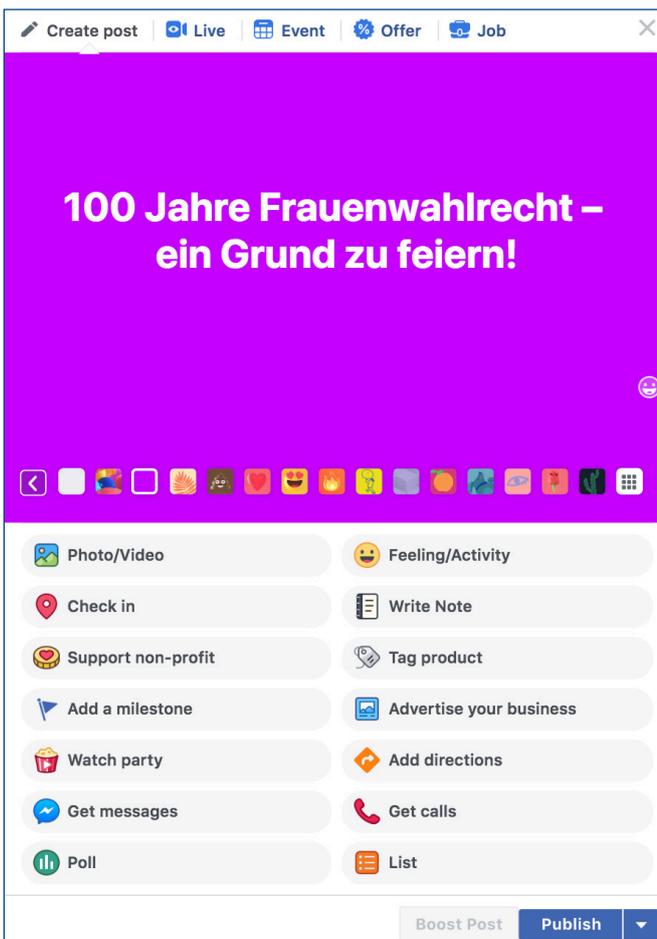
# FACEBOOK POSTS

## Generell



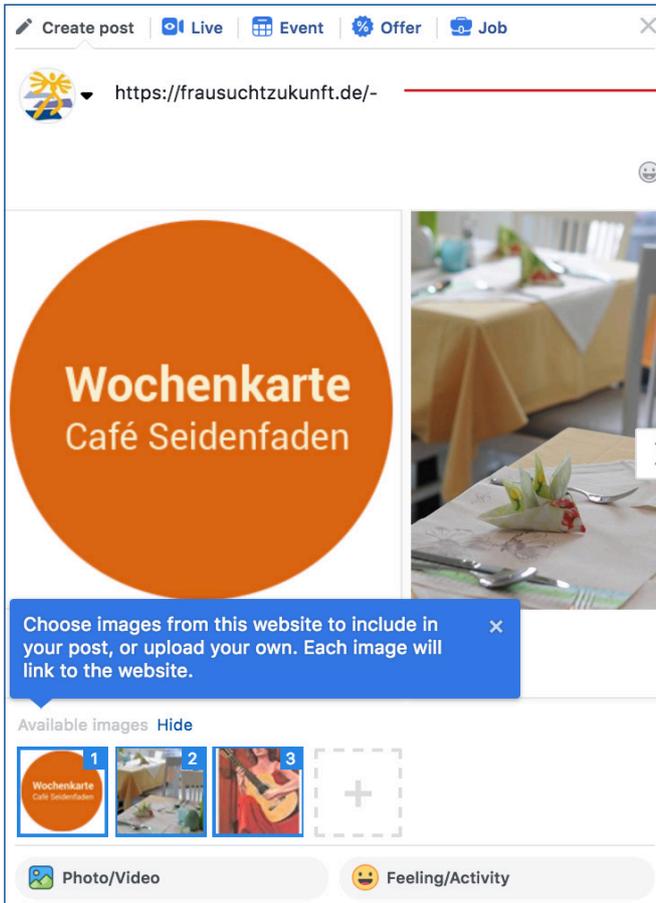
- Hier können Posts für später gescheduled werden, sodass automatisch veröffentlicht wird.

## Text Post



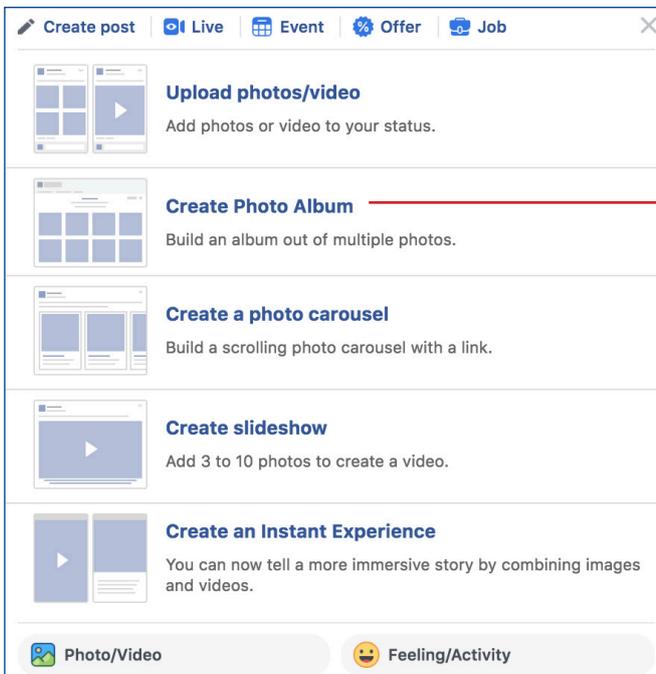
- Wird kein Link oder Bild geteilt, sondern nur Text, gibt es die Möglichkeit diesen durch einen farbigen Hintergrund hervorzuheben
- Besonders interessant für FSZ sind hier nur die Kategorien „Photo“ und „Feeling“

## Link Post



- Teilt ihr einen Link/URL aus dem Internet (nicht von Facebook) wird automatisch ein dazugehöriges Bild der Webiste gepostet.
- Hier oben könnt ihr beschreiben, was euch an diesem Link interessiert hat.

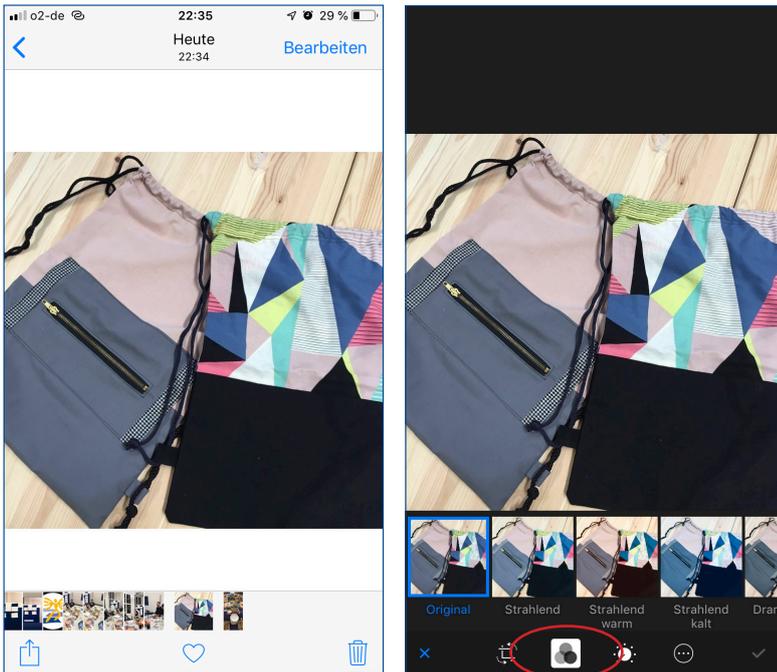
## Bild Post



- Es gibt verschiedene Layouts für Bildposts. Ladet ihr mehrere Bilder hoch, gibt es die Möglichkeit, diese sofort in Alben zu sortieren (z.B. Ausstellung XY im Café Seidenfaden). Später könnt ihr diese Alben unter euren Fotos wiederfinden.

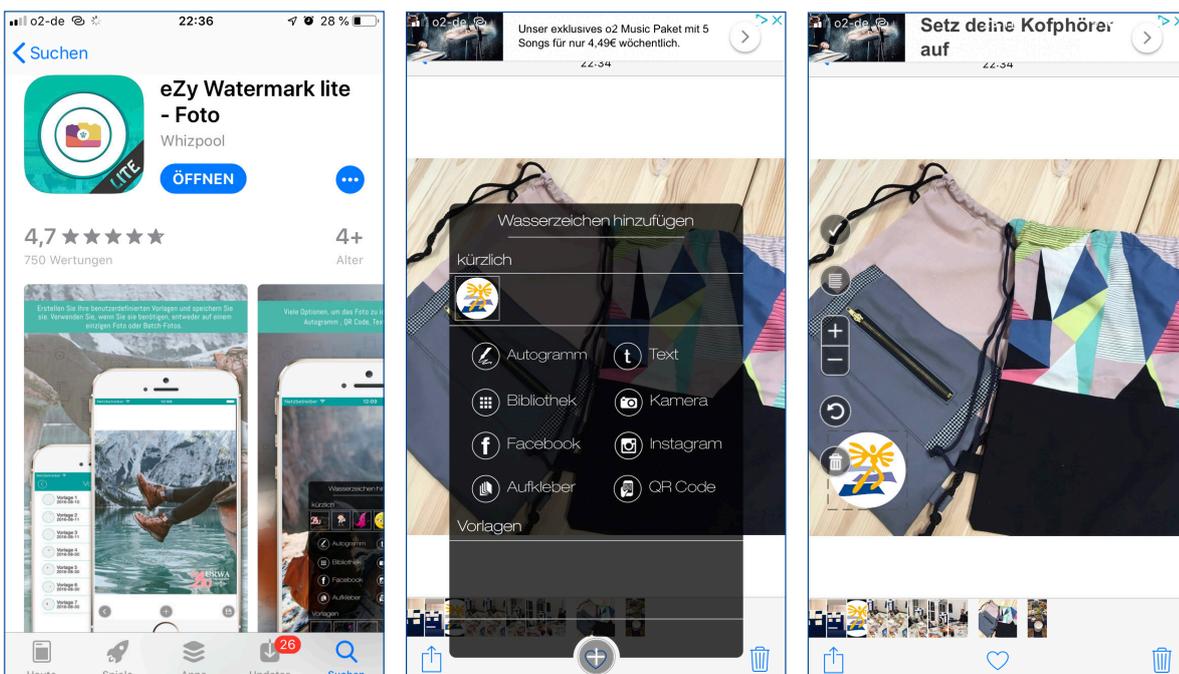
# BILDBEARBEITUNG

## Filter



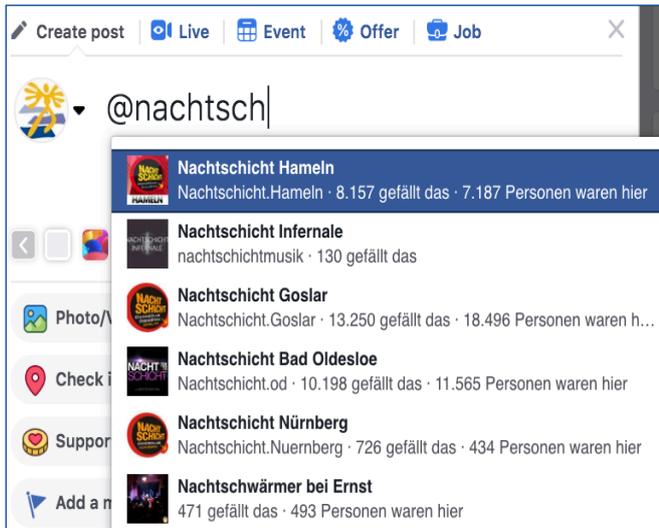
- Euer Smartphone bietet unter »Bearbeiten« automatisch Filter an, die z.B. unschönes gelbes Licht in Innenräumen ausgleichen
- Generell sollten Fotos klare Linien haben: das Motiv möglichst zentriert im Bild sein & die Kanten im Motiv (Türrahmen, Hausecken etc.) horizontal & vertikal zu Bildkanten ausrichten

## Apps



- eZy Watermark lite gibt es kostenlos im App Store
- Ladet ein Bild aus eurer Fotobibliothek hoch
- Nach der Nachtschicht bekommt ihr ein kleines rundes Logobild, das ihr mittels der App in das Bild einfügen könnt

# TAGGEN



- Möchtest du jemanden verlinken, benutze ein @ im Text. Mögliche Personen werden dann angezeigt.

# FACEBOOK GUIDELINES

## Vorab: Ein paar Gedanken zu Social Media

Social Media ist heute ein fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation – in der Kommunikation mit (potenziellen) Klient\*innen, den Medien, Sponser\*innen, Partner\*innen und der Öffentlichkeit. Das Bild eures Vereins wird aktiv von den Social Media Aktivitäten geprägt. Die Social Media Aktivitäten sind ein Multiplikator eures Selbstbildes.

Was ist bei der Kommunikation über Social Media Kanäle zu beachten?

1. Sprecht nur, wenn ihr wisst, was ihr sagen wollt. Was ist das Ziel eures Post? Wollt ihr eine Information teilen? Haltung zeigen? Eine Geschichte aus eurem Café/eurer Werkstatt erzählen? Überlegt euch: Was will/erwartet meine Zielgruppe? Kommuniziere nur das, was für eure Zielgruppe(n) wichtig, informativ, unterhaltsam oder nützlich ist.
2. Eine Aussage/Thema pro Post.
3. In der Kürze liegt die Würze. Posts müssen möglichst kurz und prägnant sein. Nicht zu viele Informationen und Fotos auf einmal posten. Lieber in mehrere Beiträge split-ten. Richtwert: Max. 3-4 Sätze + 1 Foto. Keine Romane und keine Fotoalben mit 20 Fotos.
4. Findet Eure Tonalität. Ist die Sprache locker oder sachlich? Wird geduzt oder gesiezt?
5. Call to Action. Versucht, wenn möglich, eure Community zu aktivieren. Z.B. „Schaut rein!“ „Lest hier!“ „Erfahrt mehr!“ Das funktioniert vor allem gut, wenn man Inhalte teilt.
6. Kommunikation ist keine Einbahnstraße. Führt Dialoge statt Monologe. Stellt Euren Follower\*innen Fragen. Fordert sie zum Kommentieren auf. Antworte schnell und ernsthaft.
7. Planung ist das halbe Leben. Nur die wenigsten können ganz spontan den perfekten Post finden. Deshalb: Schafft euch eine feste Zeit in der Woche, in der ihr eure Face-book-Aktualitäten plant, die passenden Fotos heraussucht, textet.
8. Qualität ist Queen. ALLE Aussagen müssen sowohl inhaltlich als auch sprachlich (Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung, Leerzeichen etc.) richtig sein.
9. Aktualität ist Queen. Post müssen aktuell sein. Die Zeitung von gestern mag auch kei-ner mehr lesen. Ereignisse wie Veranstaltungen, Ausstellungseröffnungen müssen un-mittelbar (= allerspätestens am nächsten Tag, besser: am gleichen Tag) kommuniziert werden!)

10. Kontinuität ist Queen. Tote Kanäle in sozialen Medien sind schlecht für euer Image und anfällig für falsche Interpretationen (dass es euch z.B. nicht mehr gibt). Findet für euch eine passende Anzahl an Posts. Wenn ihr nur 1-2 Mal pro Woche posten könnt, ist das i.O. Aber tue das dann wirklich.
11. Es gibt nicht wirklich den besten Zeitpunkt. Die Analysen darüber, wann der beste Zeitpunkt zum Posten ist, gehen auseinander. Ihr könntet herausfinden, wann auf eurer Seite am meisten Traffic ist und versucht dann zu diesem Zeitpunkt zu posten.
12. Habt Spaß. Seht die Facebook-Kommunikation nicht als lästige Pflicht.
13. Sei selbstbewusst! Vermeidet Aussagen wie „Wenn ihr mögt, könnt ihr euch hier ein Video anschauen.“ Besser: „Hier ist unser Header-Video! Super gelungen! Schaut es auch an!“)
14. Überlegt, ob es irgendwelche interessanten, thematisch passenden Content gibt, den ihr auf euren Kanälen teilen könnt. Auf diese Weise braucht ihr nicht selbst Content generieren und es ist trotzdem etwas los auf euren Kanälen. Außerdem sorgt das für Abwechslung.

Chakka!