

DER BESONDERE BROTEVENT

HUTTER CONSULT AG



Die Hutter Consult AG ist ein Beratungsunternehmen für den strategischen und nachhaltigen Einsatz von digitalem Marketing und digitaler Kommunikation in und mit den sozialen Netzwerken.



- 2009 ■ Einzelfirma
- 2010 ■ Umwandlung GmbH
- 2018 ■ Umwandlung AG
- 2021 ■ Kauf durch MYTY Group



CHF 100'000

im Besitz der MYTY Group AG





Head of Consulting & Business Development | Mitglied GL | Partner MYTY Group

Thomas Besmer

Strategische Beratung, Konzeption, Seminare, Workshops

- Im Online-Business seit 2005
- Spezialisierung für Facebook Marketing, Facebook Ads, Facebook Analytics, Google Analytics / Ads, Programmatic Advertising und Data Driven Marketing.
- Dozent an der Uni Bern und an der ZHAW
- Speaker an Konferenzen & Kongressen

Sprachen



deutsch



englisch



französisch



KOMPETENZEN



- Beratung
- Strategie / Konzeption
- 2nd Opinion

Disziplinen

- Digital Marketing
- Social Media Marketing
- HR-Marketing
- Full Funnel Advertising
- Content Marketing
- Marketing Automation
- Digital Transformation
- Knowledge Management

Consulting



Advertising



- Branding / Awareness
- Full Funnel Performance Advertising
- Lead Generation

Kanäle

- Facebook & Instagram
- Google & YouTube
- LinkedIn
- Microsoft Ads (BING)
- Twitter
- XING
- Pinterest
- TikTok

- Tool Evaluation / Migration
- Einführungen / Schulungen
- Prozesse / Security
- Automatisierung
- Support

Tools

- YEXT
- Facelift
- Swat.io
- Scompler
- uberMetrics
- Brandwatch
- Chatfuel / Mercury.ai
- Reportgarden

Plattformen, Tools & Support



Analytics, Tracking & Attribution



- Facebook Pixel
- Facebook Conversions API
- Google Tag Manager
- Google Analytics
- LinkedIn Insight Tag
- Pinterest Tag

Kanäle

- Facebook & Instagram
- Google & YouTube
- LinkedIn
- Microsoft Ads (BING)
- Twitter
- XING
- Pinterest
- TikTok

- Seminare
- Workshops
- E-Learning
- Unterricht

Kanäle

- Facebook & Instagram
- Google & YouTube
- LinkedIn
- Pinterest
- TikTok

Ausbildung



KUNDEN





KUNDEN



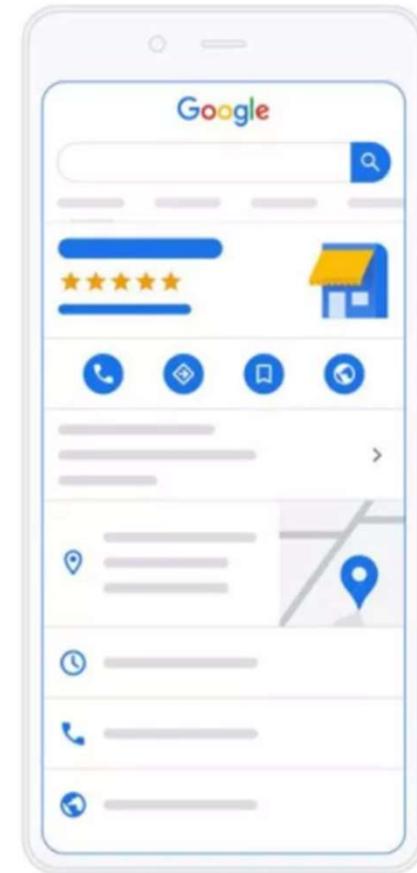
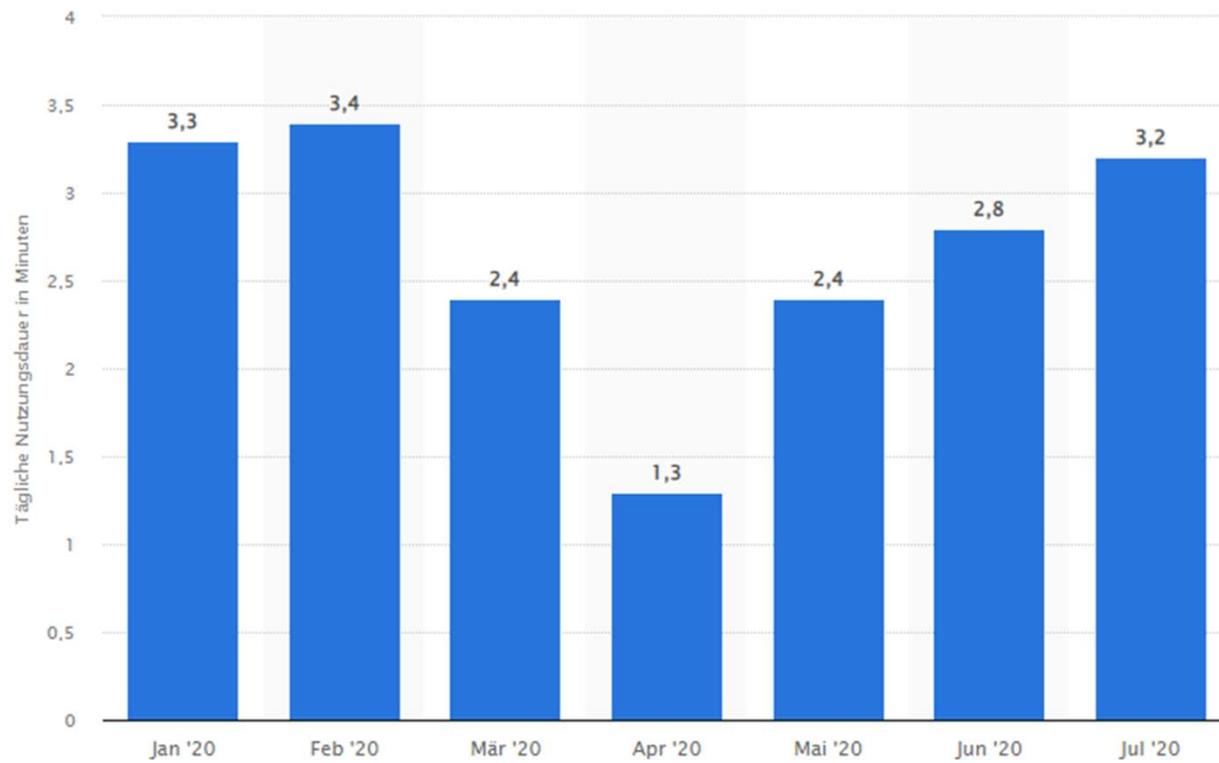




EINLEITUNG



NUTZUNGSDAUER GOOGLE MAPS



Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1175961/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-google-maps/>



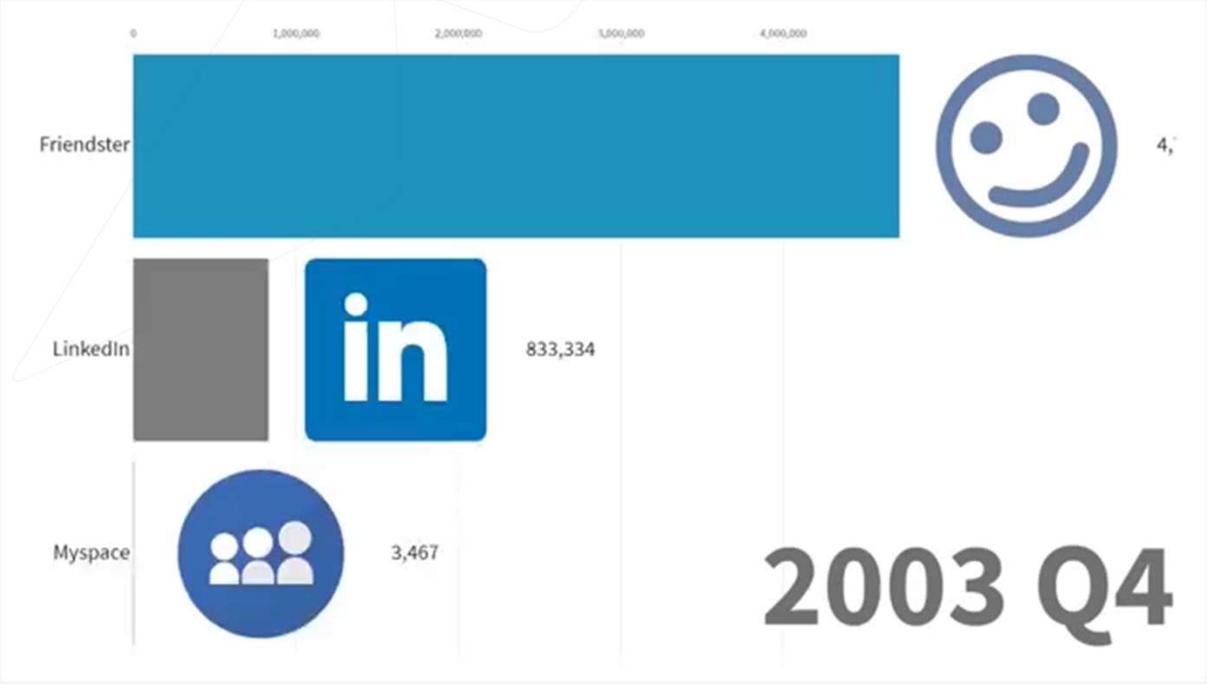
EINE MINUTE IM INTERNET



Created By:
@LoriLewis
@OfficiallyChadd



SOCIAL MEDIA – ENTWICKLUNG AB 2004



SOCIAL MEDIA USER WELTWEIT

 **2.4 Mrd.**

 **1.8 Mrd.**

 **1.5 Mrd.**

 **1.0 Mrd.**

 **600 Mio.**

 **300 Mio.**

 **15 Mio.**

SOCIAL MEDIA USER SCHWEIZ

 4.4 Mio.

 3.8 Mio.

 2.7 Mio.

 2.6 Mio.

 1.0 Mio.

 0.9 Mio.

 1.5 Mio.

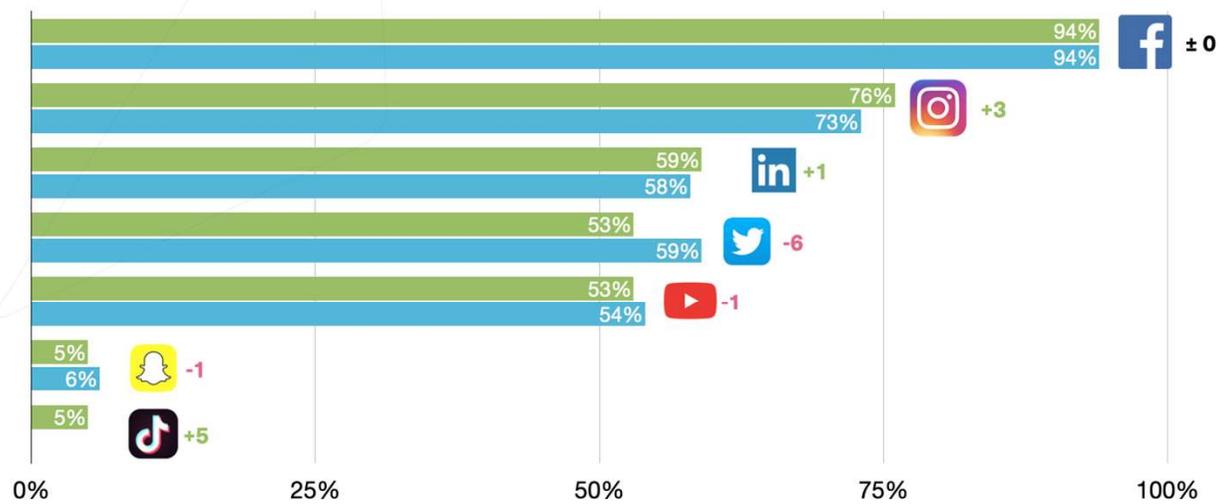
Folie 12

MEO

Leicht nach links unten versetzte "Buttons" gegenüber Slide 11

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:36:00.727

MEISTGENUTZTE SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN



Quelle: Social Media Marketing Industry Report 2020, [socialmediaexaminer.com](https://www.socialmediaexaminer.com)
Grafik: © bernetblog.ch

■ 2020
■ 2019



BEGRIFFE

Als **Customer Experience** bezeichnet man die Erfahrungen, die der Kunde mit dem Unternehmen bzw. bei einem Kauf macht.

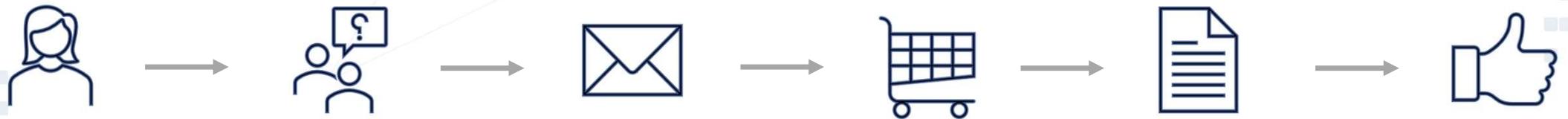
Die einzelnen Zyklen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet, werden als **Customer Journey** bezeichnet.

Die zahlreichen möglichen Kontaktpunkte zwischen Kunden und Unternehmen werden **Touchpoints** genannt.

Die Koordination aller unternehmerischen Massnahmen für die Kontaktpunkte zwischen Kunden und Unternehmen bezeichnet man als **Touchpoint Management**.



CUSTOMER JOURNEY GESTERN

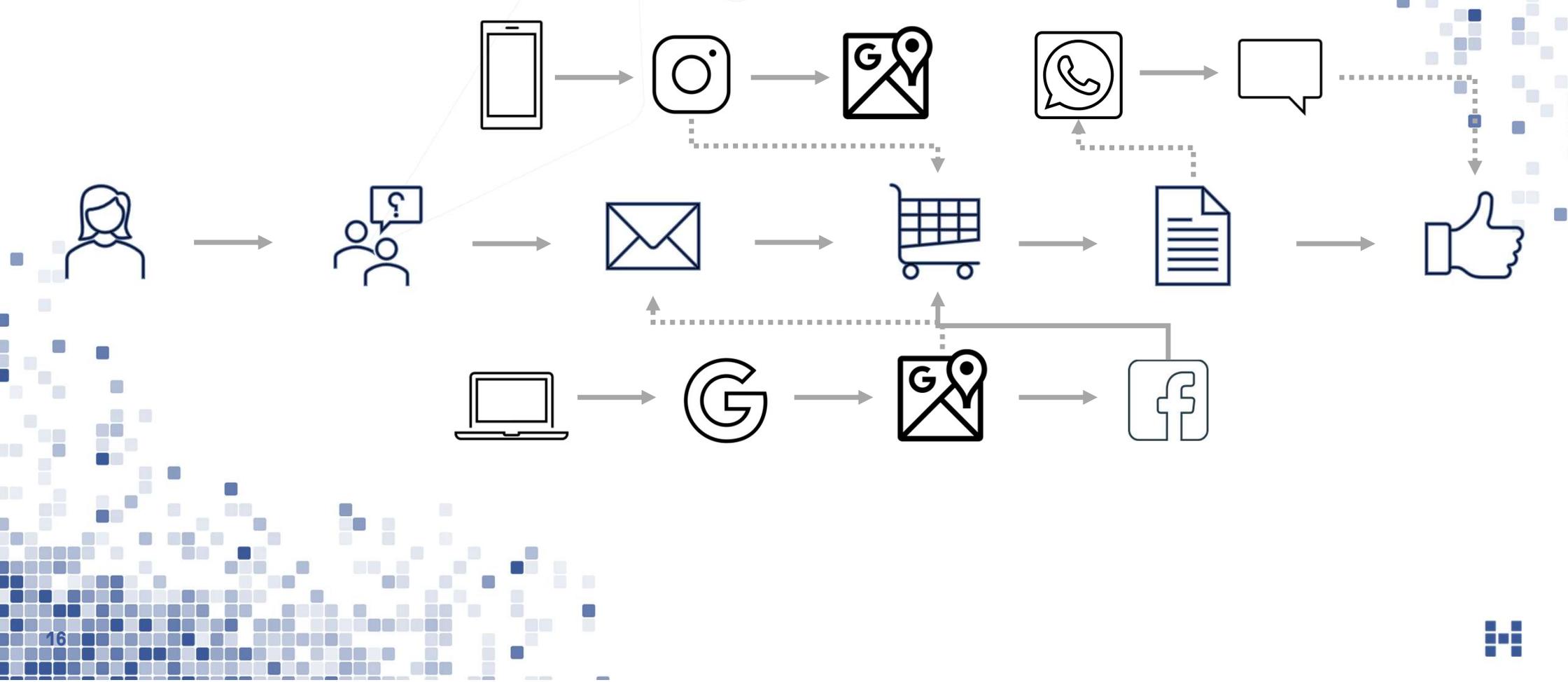


MEO Briefumschlag und Brief irritieren etwas. Meint das "Versand von Bestellformular" und "Unternehmen liest Bestellung"?

Mit Deiner Erläuterung macht es sicher Sinn - ohne verwirrt das eher.

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:19:46.334

CUSTOMER JOURNEY HEUTE



Folie 16

MEO Hier auch etwas verwirrend, wieso Google Maps zum postalischen Versand verweist?

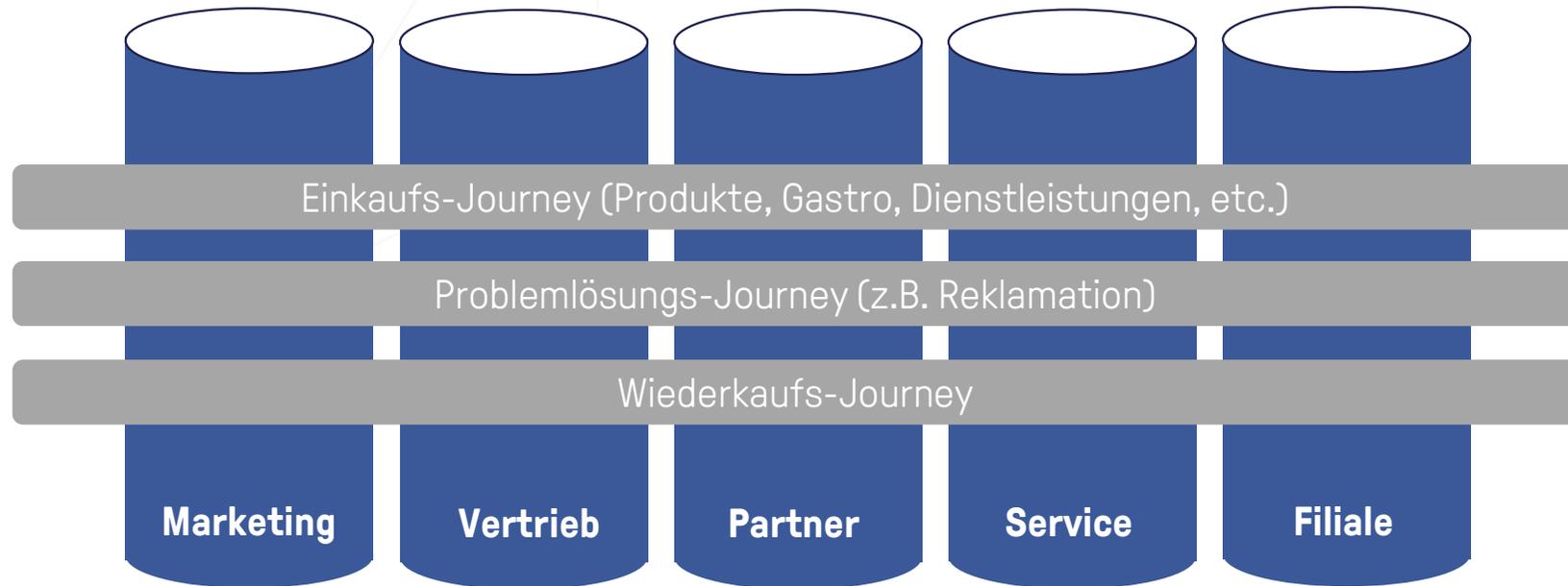
(Mit Erklärung sicher verständlich - für sich ohne Kontext verwirrend)

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:20:55.896

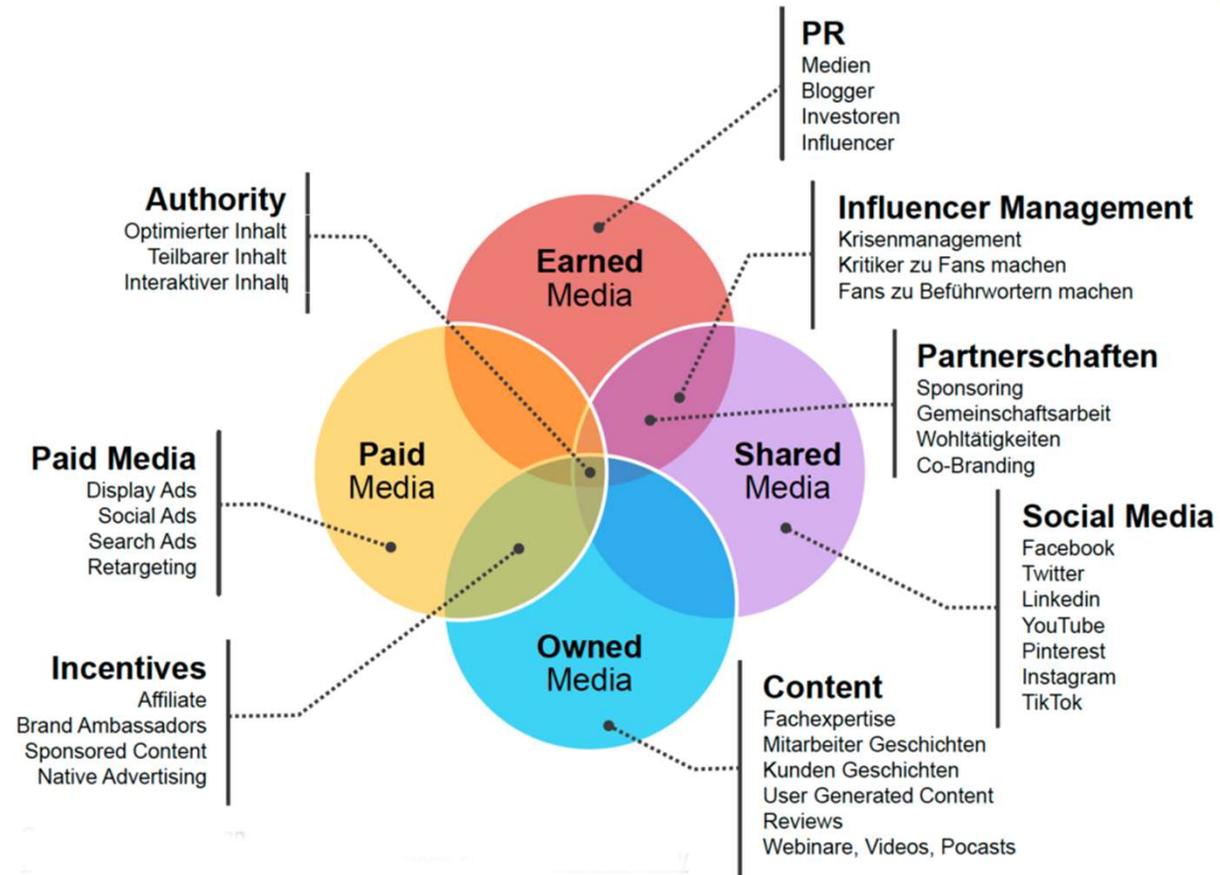
MEO 0 Auch vom Cart zu Whatsapp?

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:21:23.644

CUSTOMER JOURNEY NIMMT KEINE RÜCKSICHT AUF SILOS



TOUCHPOINT MANAGEMENT – DER MARKETING MIX



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



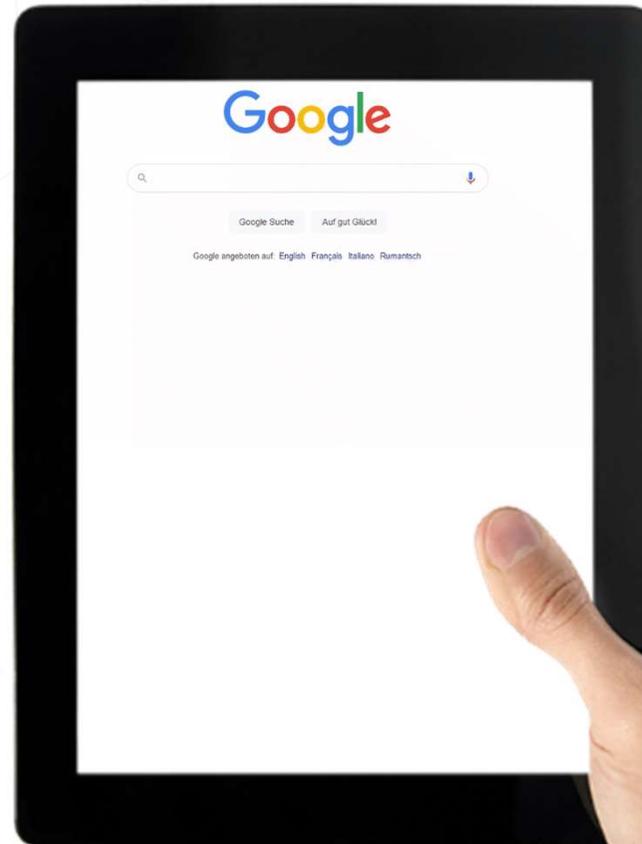
TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



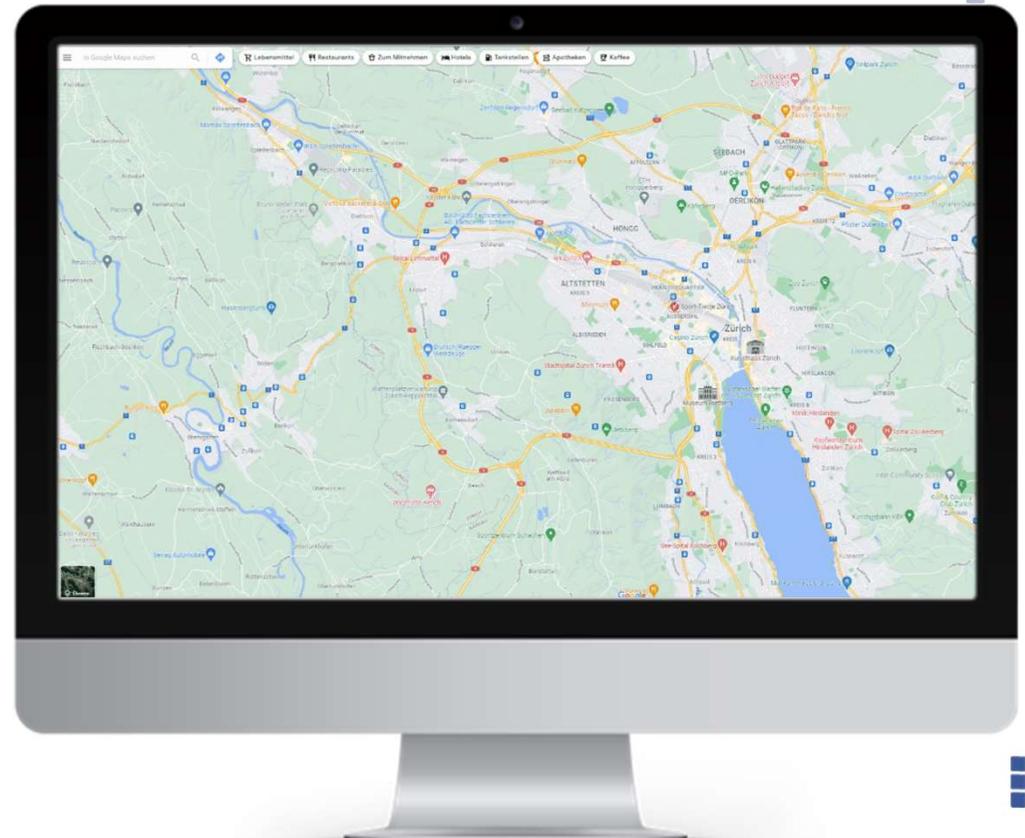
Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



Bewertungen und
Bilder prüfen



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachtessen



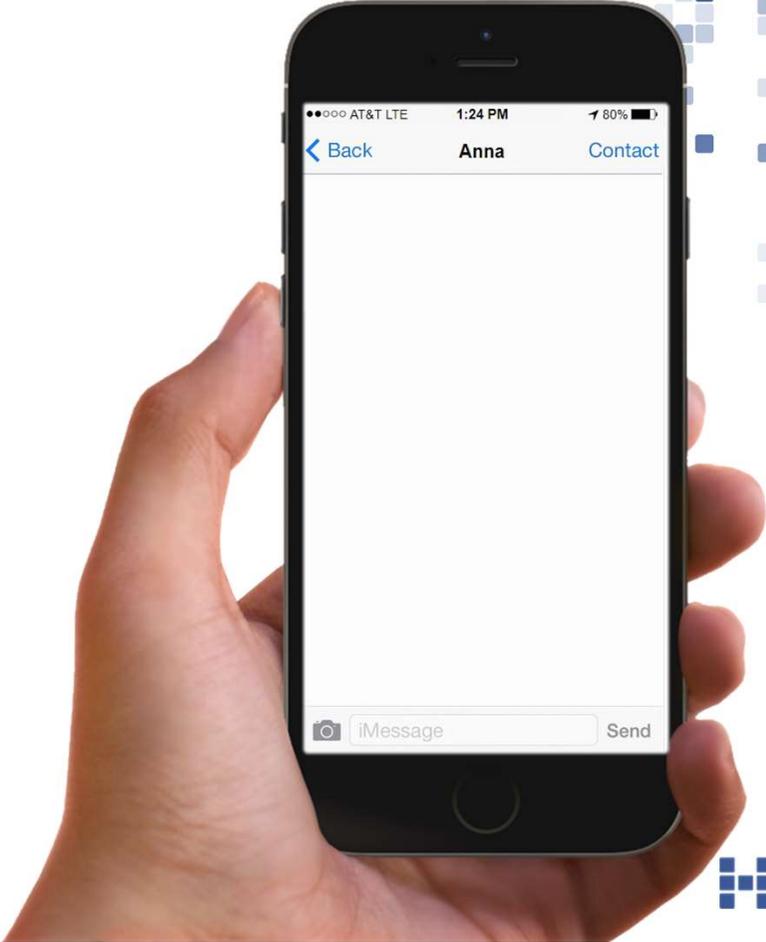
Inspiration für
Restaurantauswahl



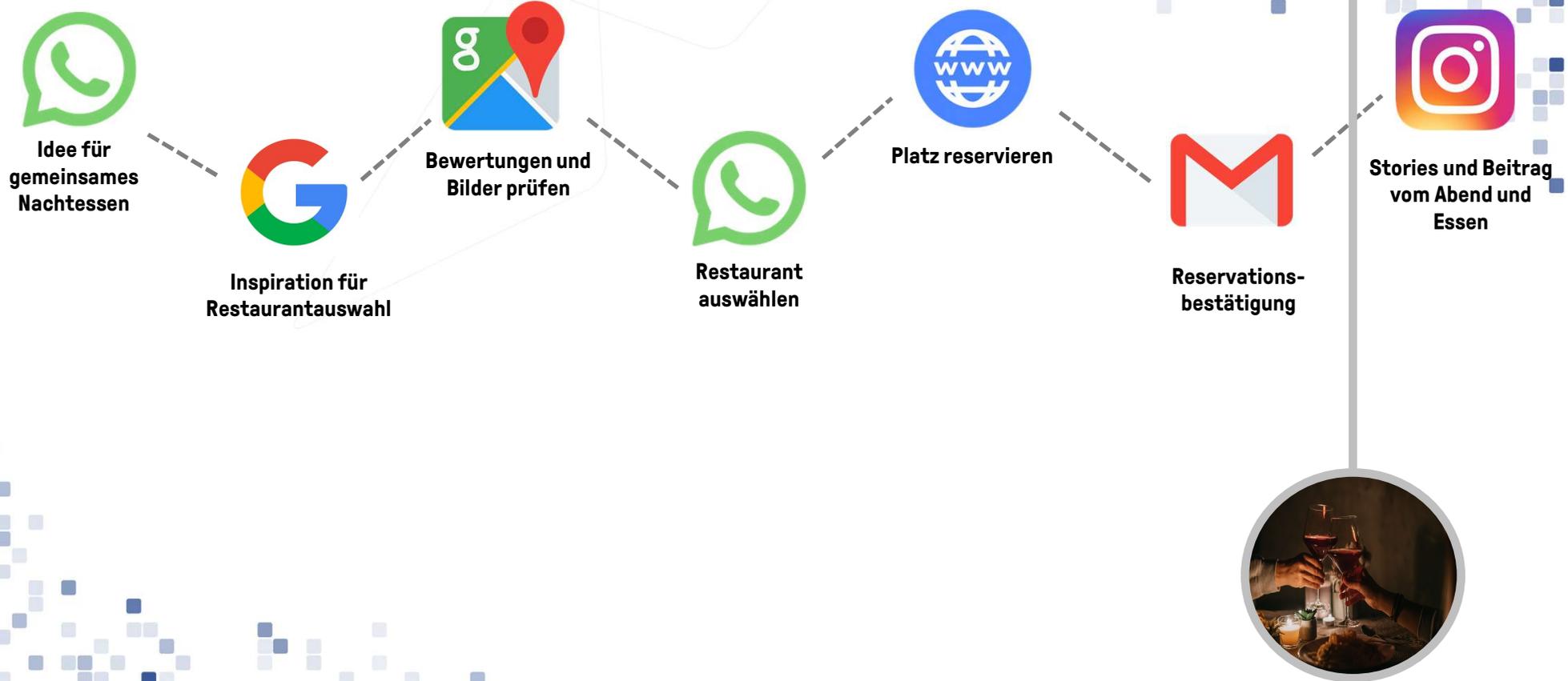
Bewertungen und
Bilder prüfen



Restaurant
auswählen



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH

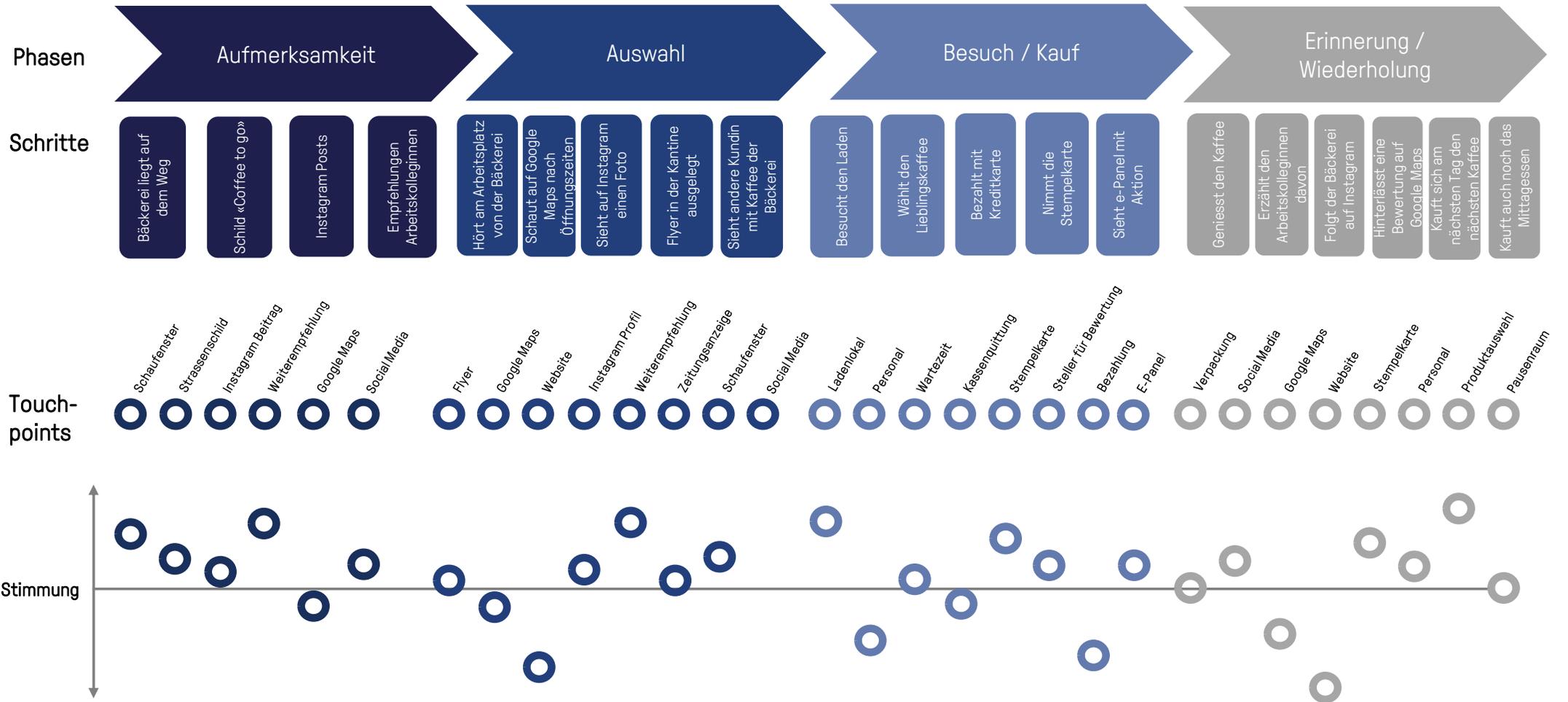


An aerial photograph of a winding asphalt road through a dense green forest. A river flows alongside the road. The scene is captured from a high angle, showing the curve of the road and the surrounding trees. The text 'DIE KUNDENREISE' is overlaid in the center of the image.

DIE KUNDENREISE



ANNA MEIER



DANIEL MÜLLER

Phasen

Aufmerksamkeit

Auswahl

Besuch / Kauf

Erinnerung /
Wiederholung

Schritte

Sieht Plakat in der Stadt

Sucht auf Google Maps

Sieht Aushängeschild von weitem

Schaut sich auf Google Maps die Bewertungen an

Schaut sich das Lokal von aussen an

Schaut, ob es was zu Essen gibt

Besucht den Laden

Erkundigt sich nach Snacks

Bestellt und bezahlt

Braucht keine Stempelkarte

Geniesst den Snack

Entsorgt Verpackung im nächsten Abfalleimer

Erzählt zu Hause, was sie gemacht und gegessen haben

War begeistert vom Snack und erzählt dem Kollegen davon

Touch-points

Schaufenster

Strassenschild

Google Maps

Social Media

Google Maps

Schaufenster

Menükarte

Ladenlokal

Personal

Wartezeit

Kassenquittung

Stempelkarte

Aufsteller für Bewertung

Bezahlung

Verpackung

Website

Stempelkarte

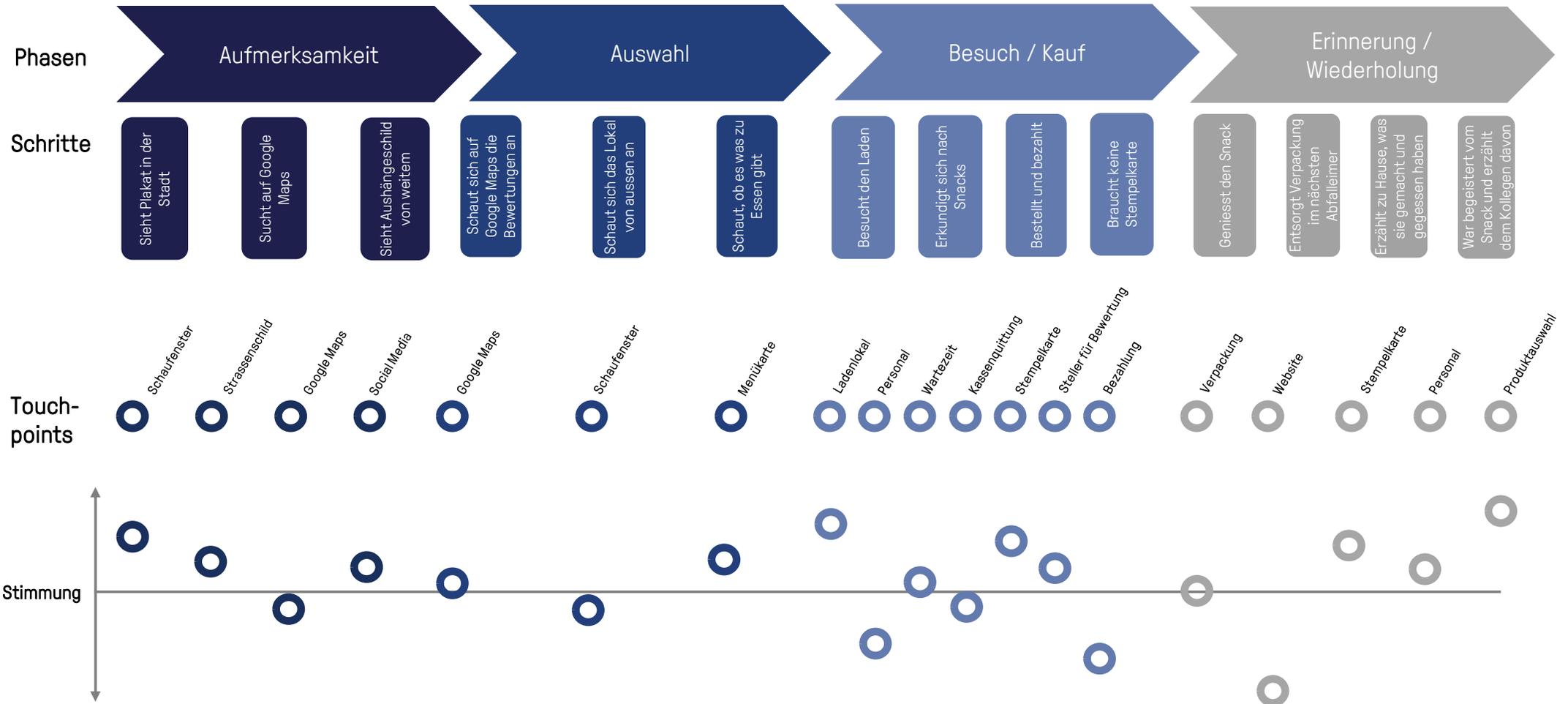
Personal

Produktauswahl

Stimmung



DANIEL MÜLLER



MONA KÜNG

Phasen

Aufmerksamkeit

Auswahl

Besuch / Kauf

Erinnerung /
Wiederholung

Schritte

Sucht nach Party-Snack Inspirationen

Schaut auf Pinterest

Durchsucht Instagram Posts

Spricht mit Freundinnen

Sucht nach Bäckereien in der Umgebung

Besucht einzelne Websites

Schaut Bewertungen auf Google Maps an

Besucht die Social Media Channels

Vergleicht die Bäckereien

Möchte Online bestellen

Bestellt per Telefon

Holt die Bestellung ab

Bezahlt mit Kreditkarte

Möchte Rechnungsbeleg

Snacks werden verzehrt

Einzelne machen Fotos

Posten Inhalte mit Hashtag und Mention auf Instagram

Gibt Bewertung auf Google Maps ab

Erwähnt die Bäckerei wohlwollend im Facebook Post

Kauft sich den Sonntagszopf in der Bäckerei

Touch-points

Google Suche

Pinterest

Instagram Beitrag

Weiterempfehlung

Social Media

Google Maps

Website

Google Maps

Social Media

Website

Kontaktformular

Personal

Wartzeit

Kassenquittung

Verabschiedung

Bezahlung

Verpackung

Social Media

Google Maps

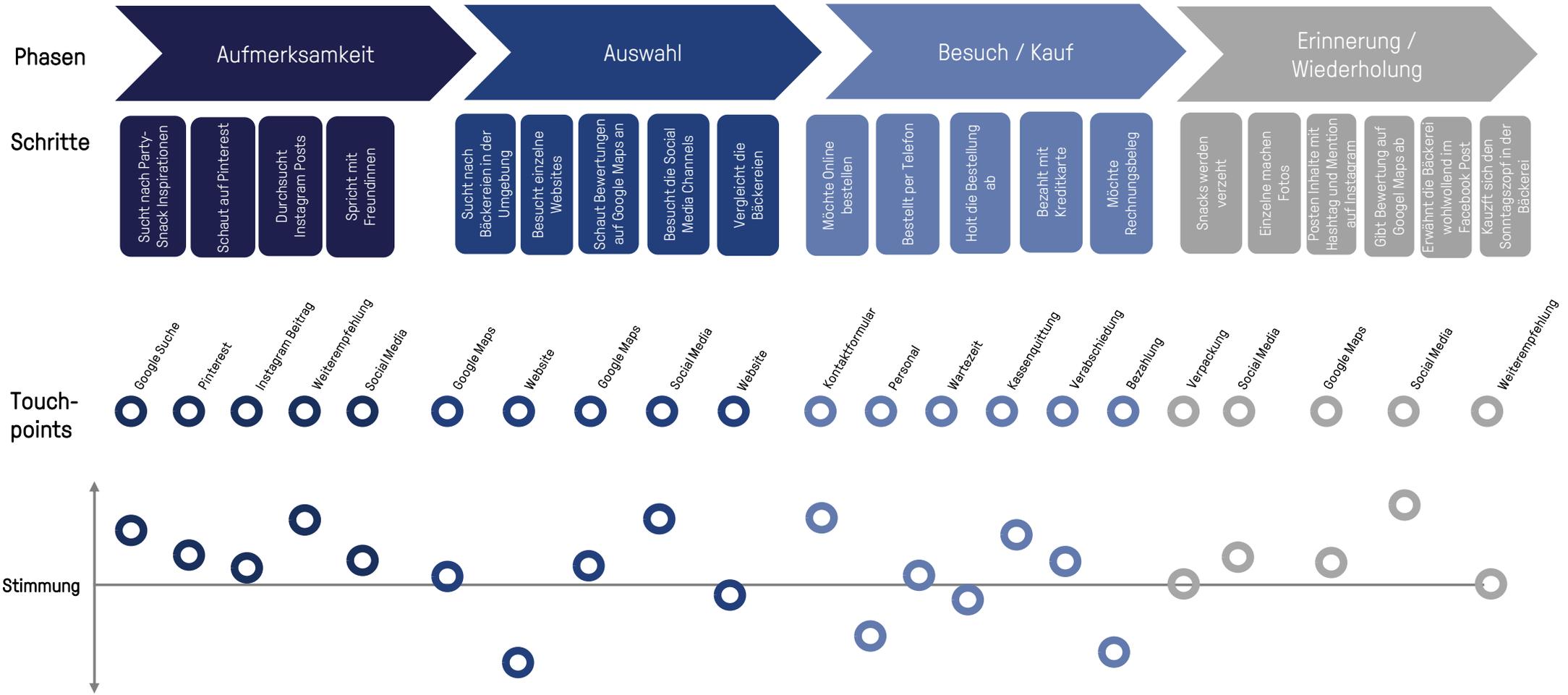
Social Media

Weiterempfehlung

Stimmung



MONA KÜNG





Workshop

EIGENE KUNDENREISE



KUNDEN IN IHRER CUSTOMER JOURNEY BEGLEITEN

1.

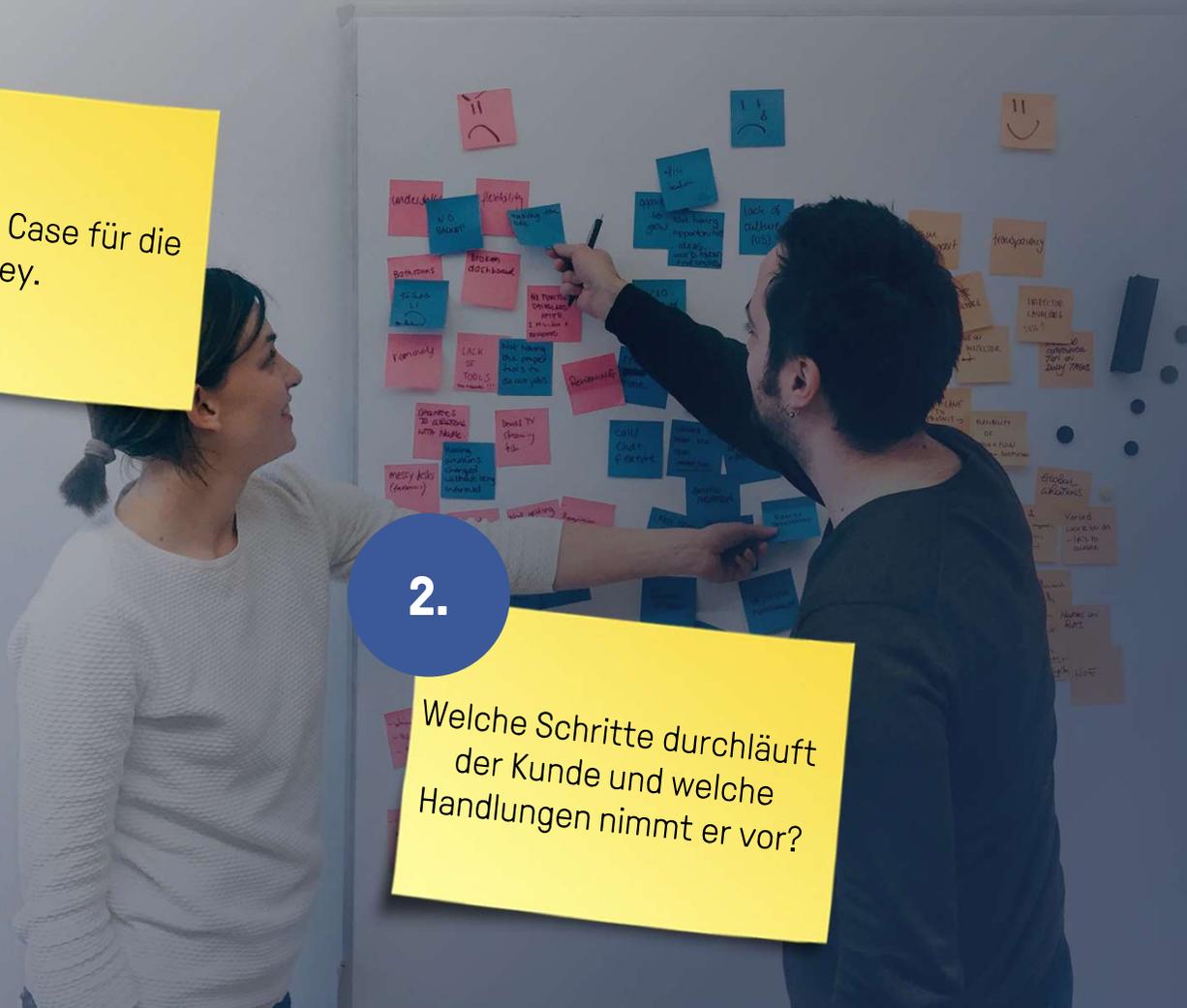
Definiert einen Case für die Journey.

2.

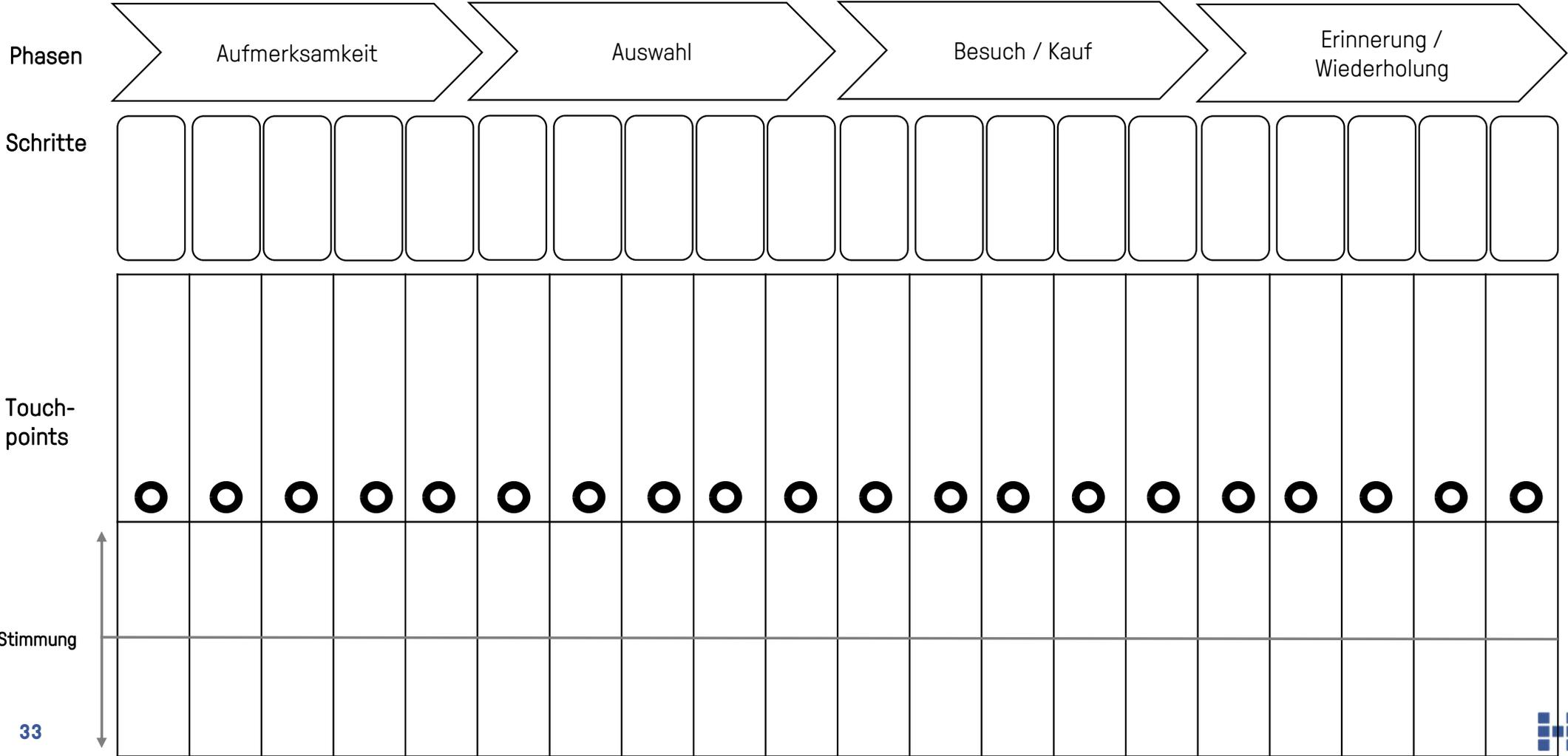
Welche Schritte durchläuft der Kunde und welche Handlungen nimmt er vor?

3.

Die genutzten Touchpoints pro Schritt eintragen



VORLAGE



FREMDBEURTEILUNG

4.

Bewerte bei einem anderen
Betrieb subjektiv deine
Emotionen bei den
einzelnen Schritten.



A workshop wall covered in various tools like hammers, wrenches, and pliers. The tools are organized on a white wall with horizontal slats. The image has a dark blue overlay and a white rounded rectangle around the text.

TIPPS, TRICKS UND TOOLS



INHALTE MÜSSEN DEN DAUMEN STOPPEN



KÜRZERE NUTZUNGSDAUER



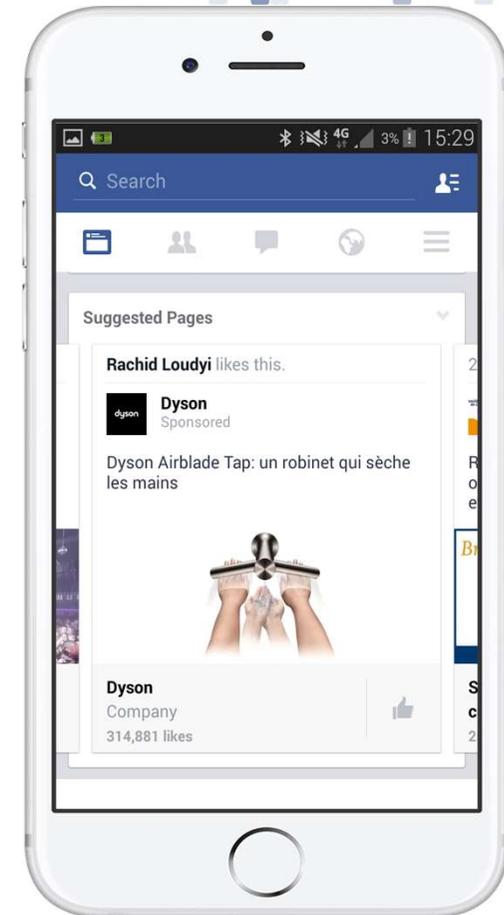
INHALTE MÜSSEN SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



BILDER MIT GUT ERKENNBAREN MOTIVEN

Bilder müssen schnell erkannt werden können.

- Richtigen Bildausschnitt verwenden.



BILDER MIT GUT ERKENNBAREN MOTIVEN

Bilder müssen schnell erkannt werden können.

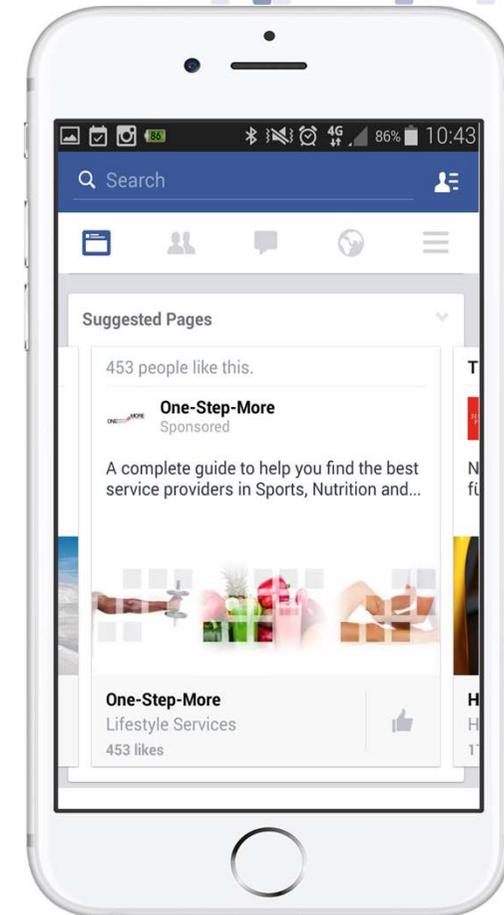
- Richtigen Bildausschnitt verwenden.
- «Dem Auge bekannte Bilder» werden besser erkannt.



BILDER MIT GUT ERKENNBAREN MOTIVEN

Bilder müssen schnell erkannt werden können.

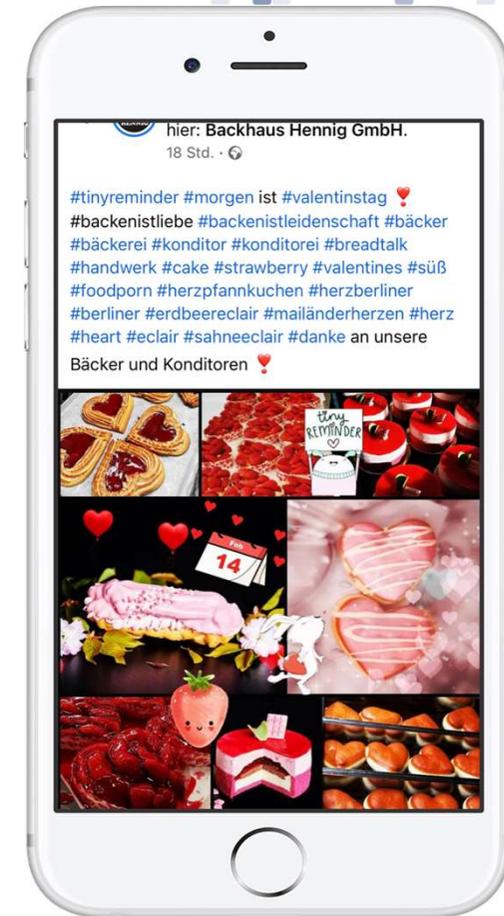
- Richtiger Bildausschnitt verwenden.
- «Dem Auge bekannte Bilder» werden besser erkannt.
- Zentrierte Bilder sind besser sichtbar.
- Kleine Details sind nicht sichtbar.



BILDER MIT GUT ERKENNBAREN MOTIVEN

Bilder müssen schnell erkannt werden können.

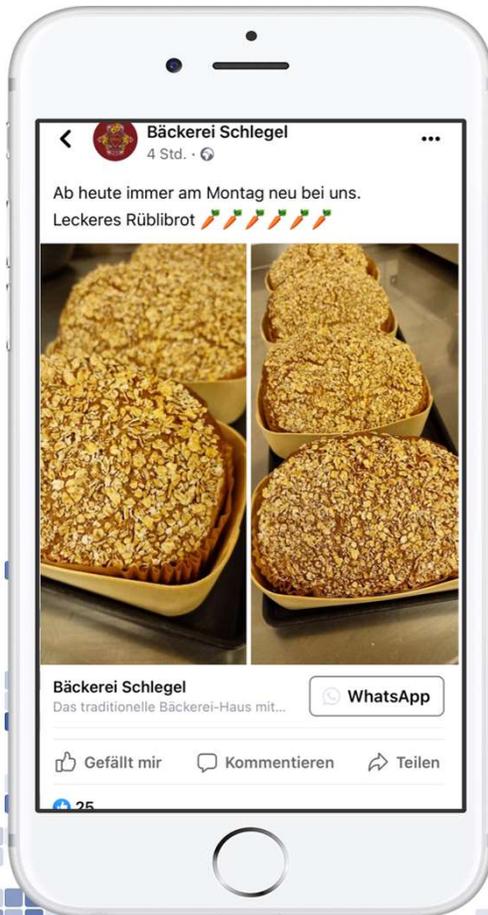
- Richtigen Bildausschnitt verwenden.
- «Dem Auge bekannte Bilder» werden besser erkannt.
- Zentrierte Bilder sind besser sichtbar.
- Kleine Details sind nicht sichtbar.
- Text in Bildern sparsam anwenden.



BILDER SOLLTEN LUST AUF MEHR WECKEN

Bilder sollten Lust auf mehr machen

- Richtigen Bildausschnitt verwenden
- Produkte in Szene setzen
- Wenn viel Text, dann «sinnvoll» verpacken.



HASHTAG SINNVOLL EINSETZEN



Hashtags dienen zur Einordnung und Indexierung von Inhalten

- Bei Facebook eher keine Hashtags einsetzen
- Instagram mit maximal zehn Hashtags. Wobei wenige passende effektiver als viele «austauschbare» sind.
- Inhalte nicht eins zu eins auf Facebook und Instagram veröffentlichen.

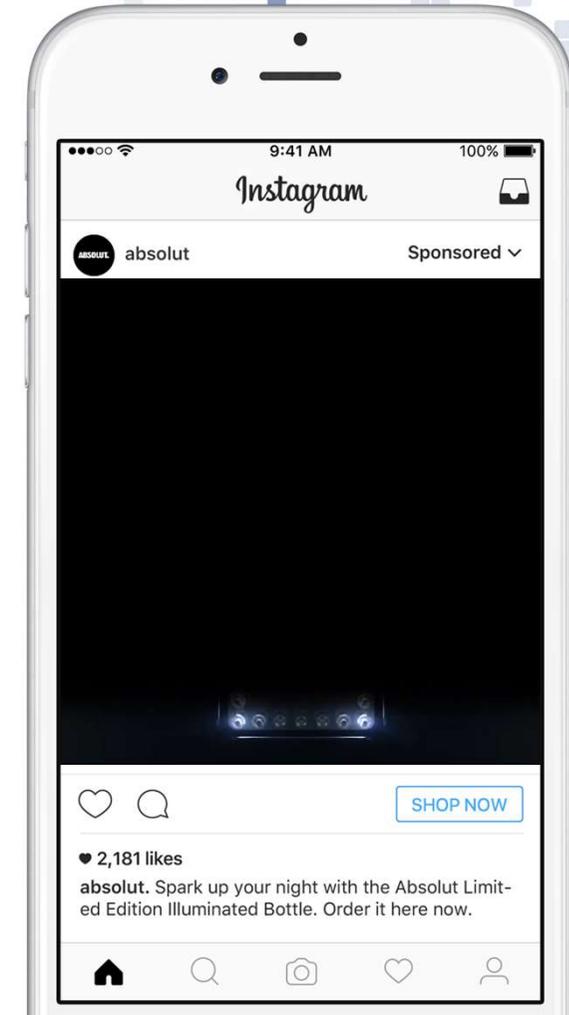
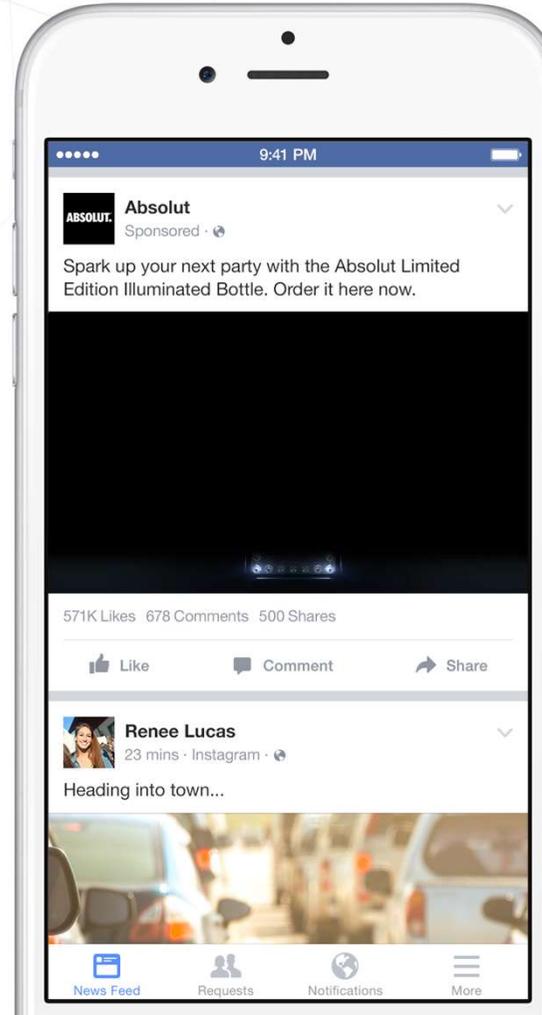


SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



Interessant, provokativ oder überraschend!

- Den Helden zu Beginn und ins Zentrum
- Also Ladenbeschriftung, Logo, gebrandete Verpackung etc.

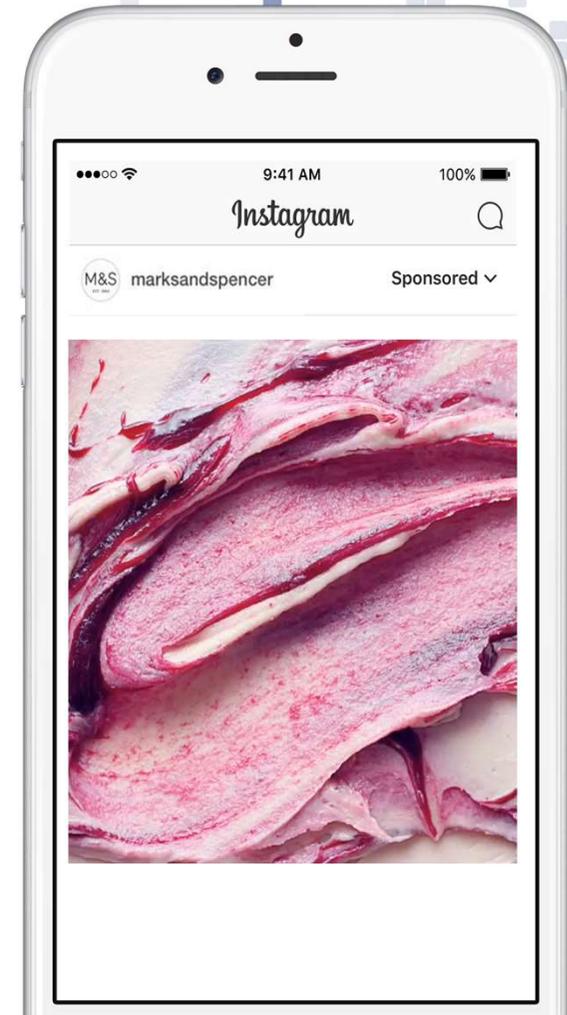
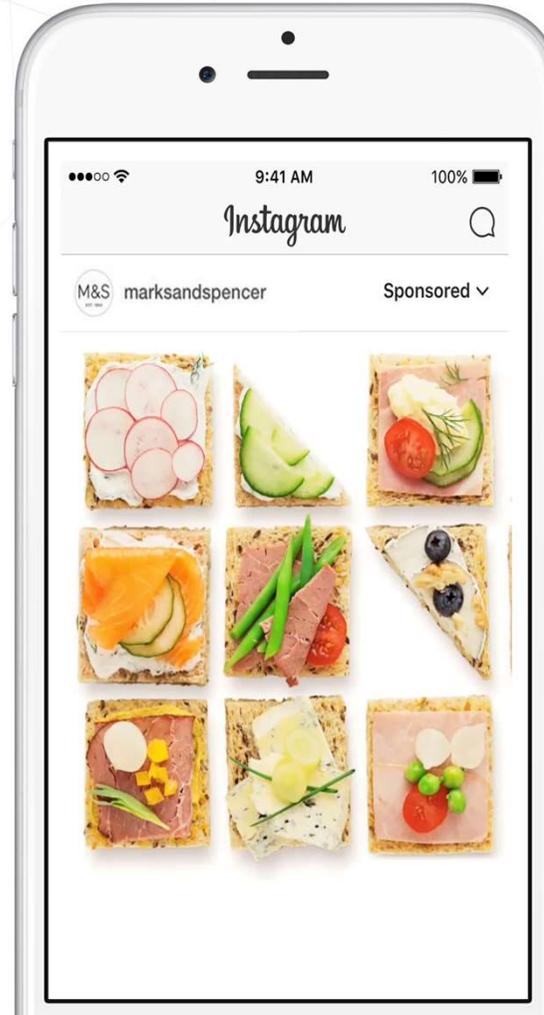


SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



Interessant, provokativ oder überraschend!

- Den Helden zu Beginn und ins Zentrum
- Früh Markenidentität zeigen



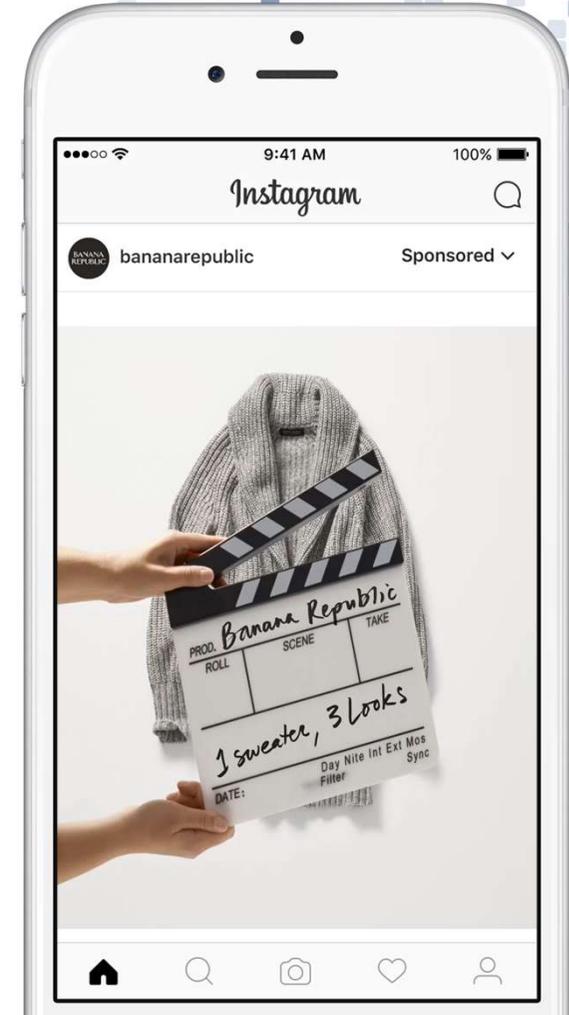
VIDEO OHNE TON



Visuelles Storytelling mit Text und Grafik.

- Mit Text- und Grafikeinblendungen
- Visuelles Storytelling

MEO



MEO

Doppelung. Durch die Headline eher auf die Bild-Text-Schere achten: Bild muss den Text wiedergeben. Kongruenz

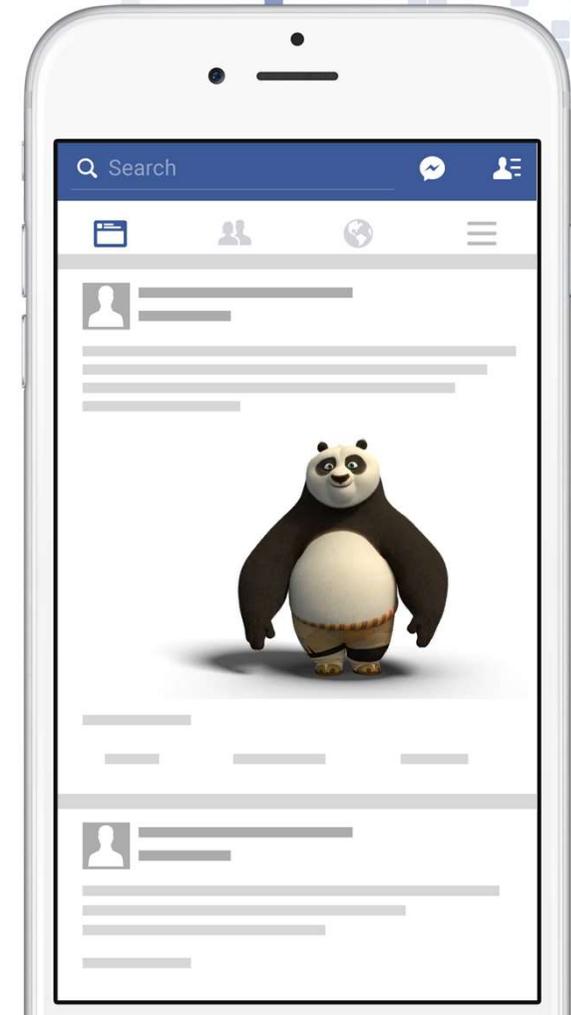
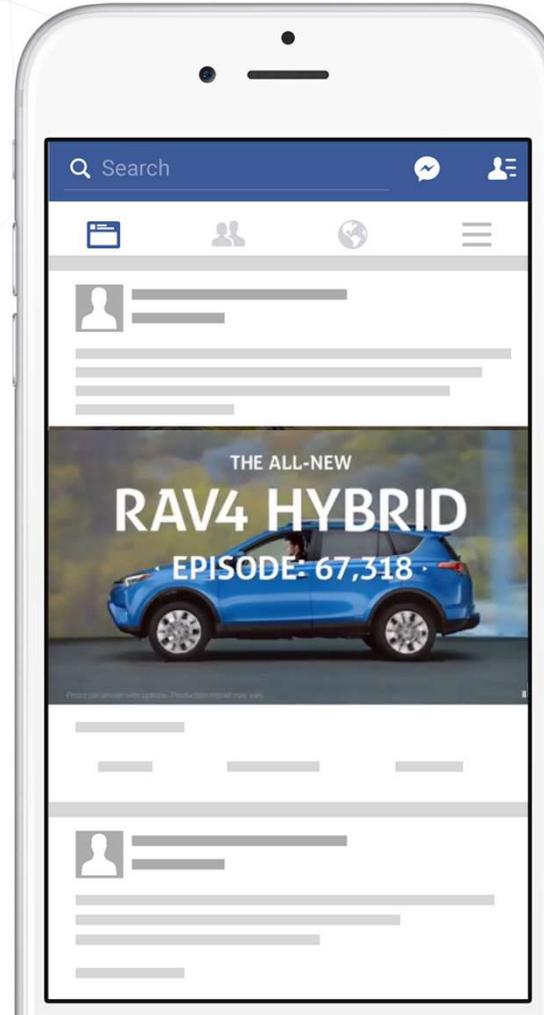
Markus Edelberg; 2022-02-17T14:46:15.645

VIDEO OHNE TON



Visuelles Storytelling mit Text und Grafik.

- Mit Text- und Grafikeinblendungen
- Visuelles Storytelling
- Untertitel (SRT)
- Karaoke Text



12 TIPPS FÜR GOOGLE MY BUSINESS

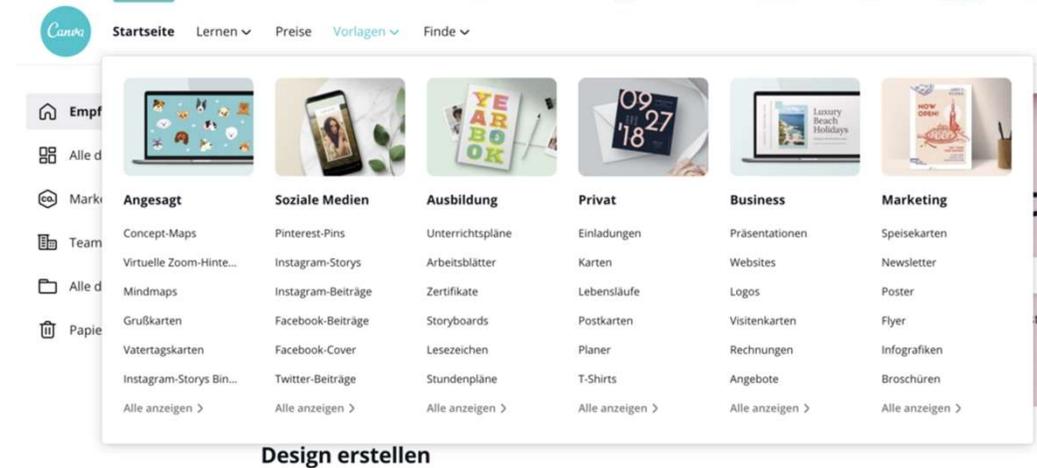
1. Vollständiges Google My Business Profil
2. Umfassende und aussagekräftige Unternehmensbeschreibung
3. Die richtige Kategorie auswählen
4. Passende Attribute wählen
5. Regelmässig neue Google My Business Posts erstellen
6. Fragen und Antworten nutzen
7. Google My Business Bewertungen einholen und beantworten
8. Attraktive Fotos und Videos verwenden – und ab und an aktualisieren
9. Google My Business Speisekarte und Reservierung nutzen
10. Regelmässig die Analyse-Daten prüfen
11. Regelmässig das Profil prüfen (Öffnungszeiten, etc.)
12. Willkommensangebot einrichten



CANVA

- Grafiken erstellen – von Instagram Posts zu Postkarten, Plakaten, Präsentationen und mehr.
- Animationen für mehr Aufmerksamkeit
- Eine Vielzahl von Fotoeffekten
- Tausende kostenlose Icons
- Rahmen, Sticker, diverse vorgefertigte Layouts und mehr

www.canva.com



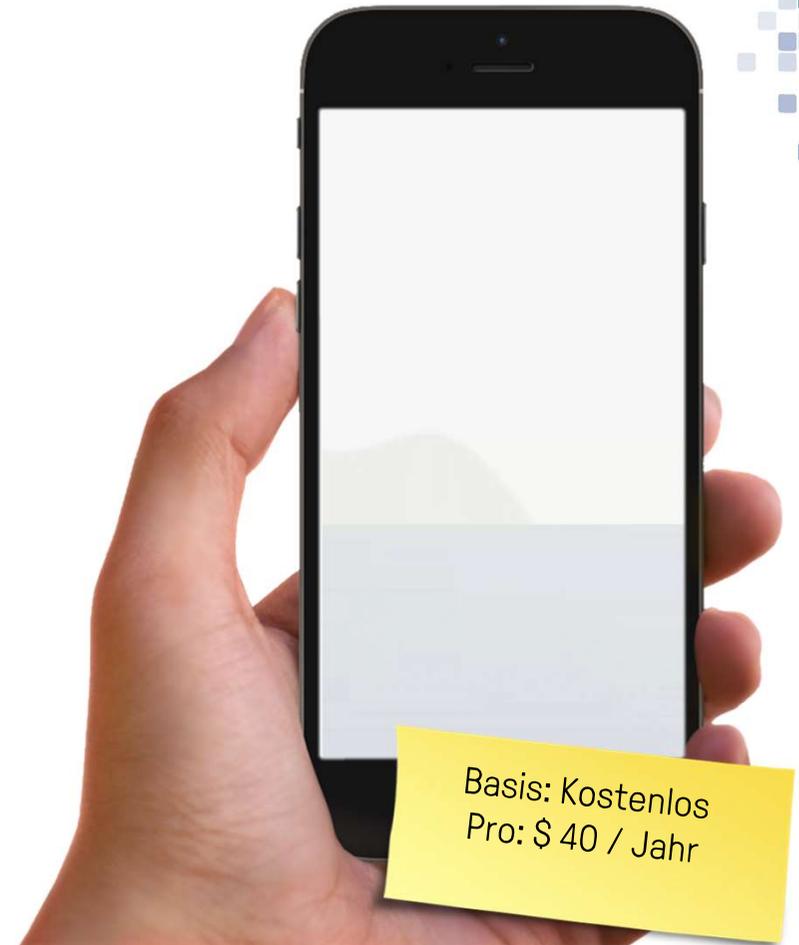
Basis: Kostenlos
Pro: \$ 9.99 / Monat

MOJO

- Erstellung von Social Media Postings. Von Instagram Stories, über TikToks und zu LinkedIn.
- Viele vorgefertigte Vorlagen für die einfache Vorlagen
- Leistungsstarke Videobearbeitung
- Einzigartige Textstile und Effekte

Pro Version auf Apple: Eigene CI/CD integrieren

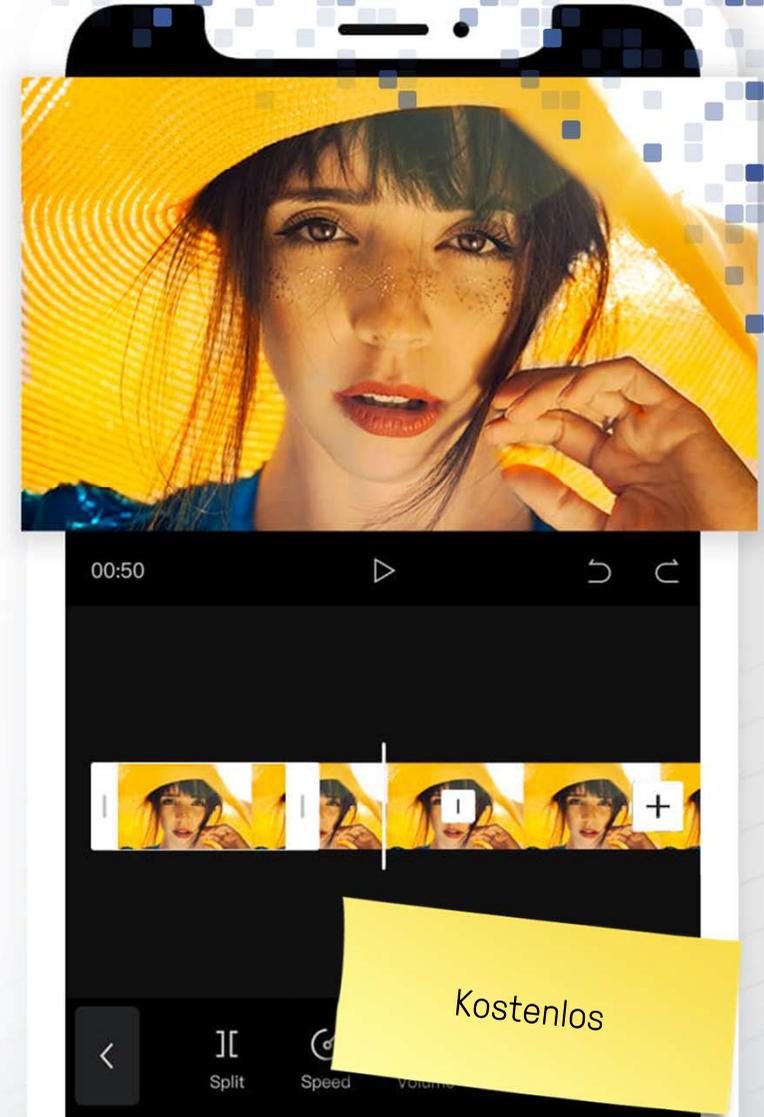
www.mojo-app.com



CAPCUT

- Leistungsstarker Video-Editor mit sehr vielen Möglichkeiten.
- Trotz der Möglichkeiten einfach in der Nutzung
- Eine Vielzahl von Musik-Tracks verfügbar (kommerzielle Nutzung beachten)
- Viele Filter und Effekte einfach nutzbar
- Hochauflösender Export von Videos

www.capcut.net



INSHOT

- Videoeditor mit sehr vielen Möglichkeiten.
- Viele Filter und Effekte einfach nutzbar
- Grosse Sammlung an Stickers und Textanimationen – wird stetig erweitert
- Viele Videoübergänge
- «All in one»-Videobearbeitung in einer App
- Hochauflösender Export von Videos

inshot.com



BUFFER

- Social Media Publishing Tool
- Beiträge erstellen und auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter und mehr veröffentlichen
- Redaktionsplan für die Planung von Beiträgen
- Auch TikToks und Instagram Stories können vorausgeplant werden
- Zusammenarbeit mit mehreren NutzerInnen und Nutzer

buffer.com

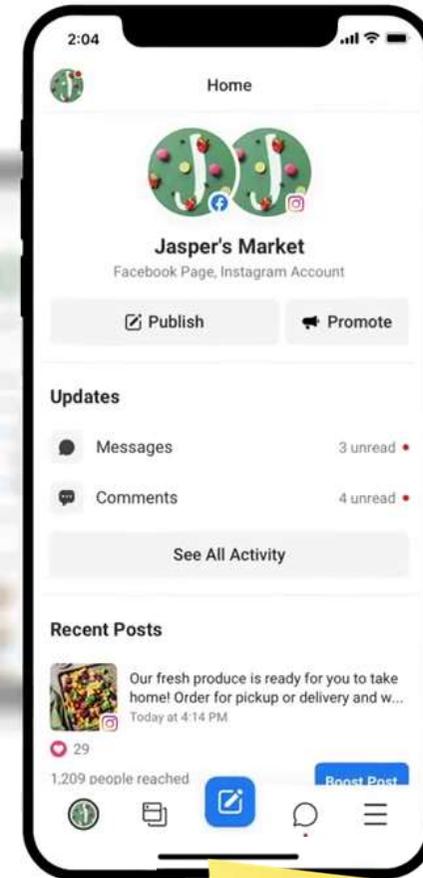


Basis: Kostenlos
Essential: \$ 60 / Jahr
Team: \$ 120 / Jahr

META BUSINESS SUITE

- Zentrale Plattform zur Verwaltung der Facebook Seiten und Instagram Accounts
- Beiträge und Stories erstellen und planen
- Werbeanzeigen erstellen
- Nachrichten und Kommentare aus Facebook und Instagram zentral verwalten und beantworten
- Insights und Analytics zu den Accounts
- Gibt's auf dem Desktop und als App

business.facebook.com



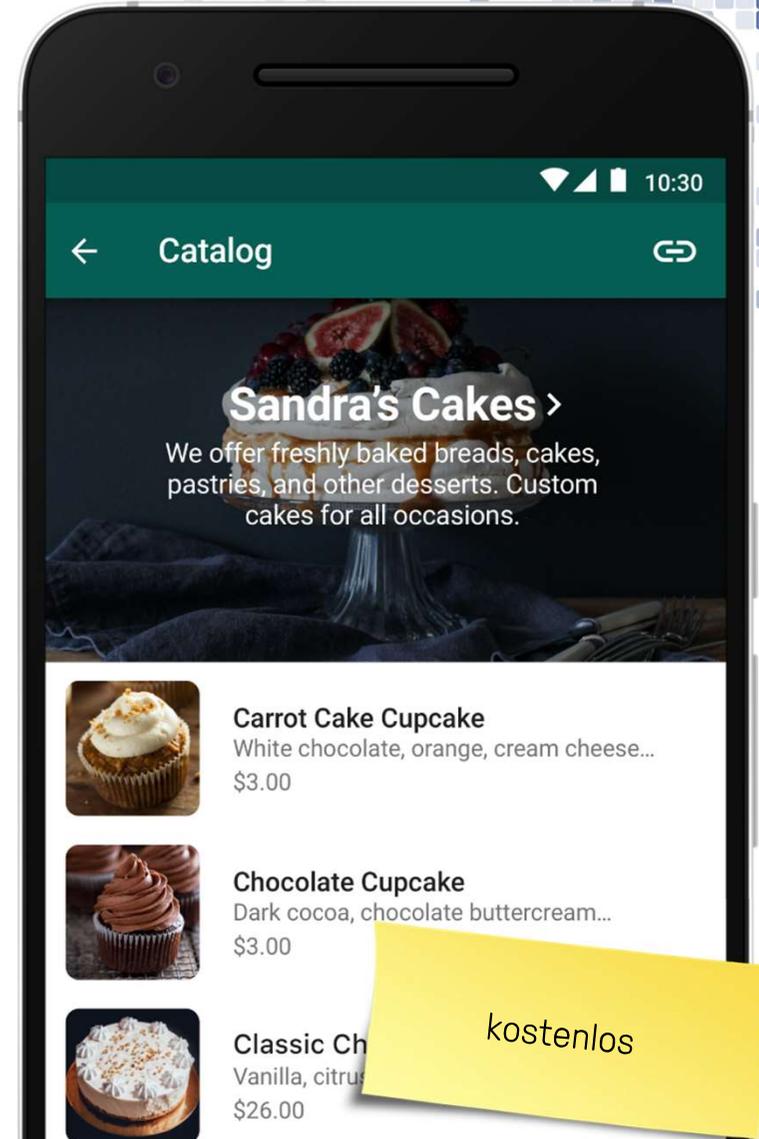
Kostenlos



WHATSAPP FOR BUSINESS

- Für den kommerziellen Einsatz
- Unternehmensprofil erstellen mit Adresse, Email, Website und Beschreibung
- Nachrichten schnell beantworten – auch per Desktop
- Nachrichten mit Labels organisieren
- Automatisierte Nachrichten
- Produktkatalog erstellen und integrieren

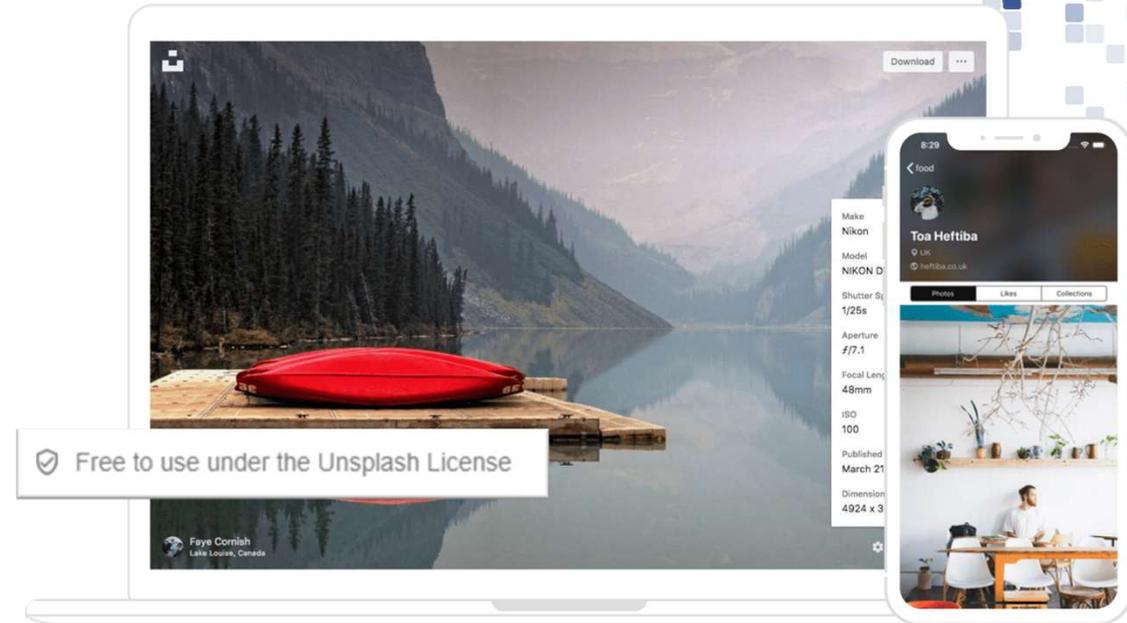
www.whatsapp.com/business



UNSPLASH

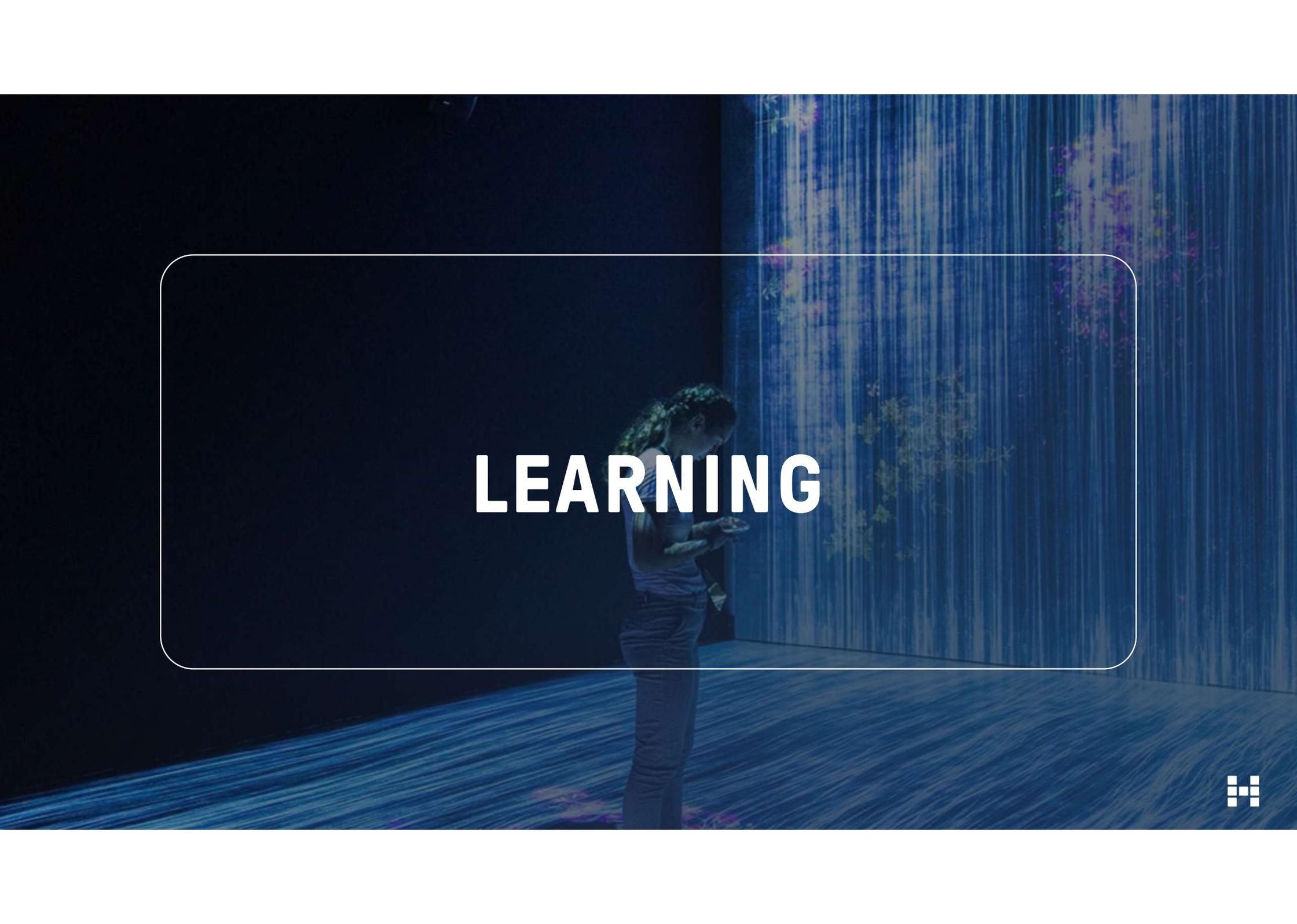
- Foto und Bilder Plattform für die kostenfreie Nutzung
- Freitext-Suche und weitere Filter Format und Farben.
- Fotos dürfen für kommerzielle Zwecke ohne Nennung des Fotografen genutzt werden.

unsplash.com



kostenlos

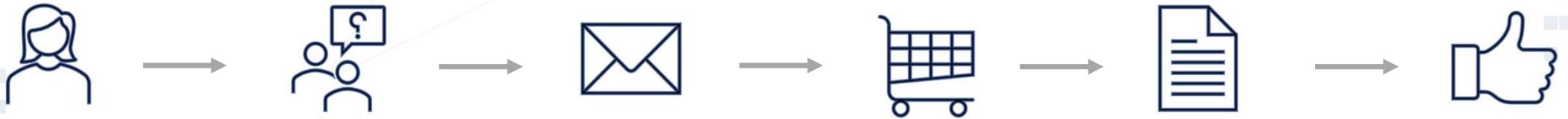




LEARNING



CUSTOMER JOURNEY GESTERN

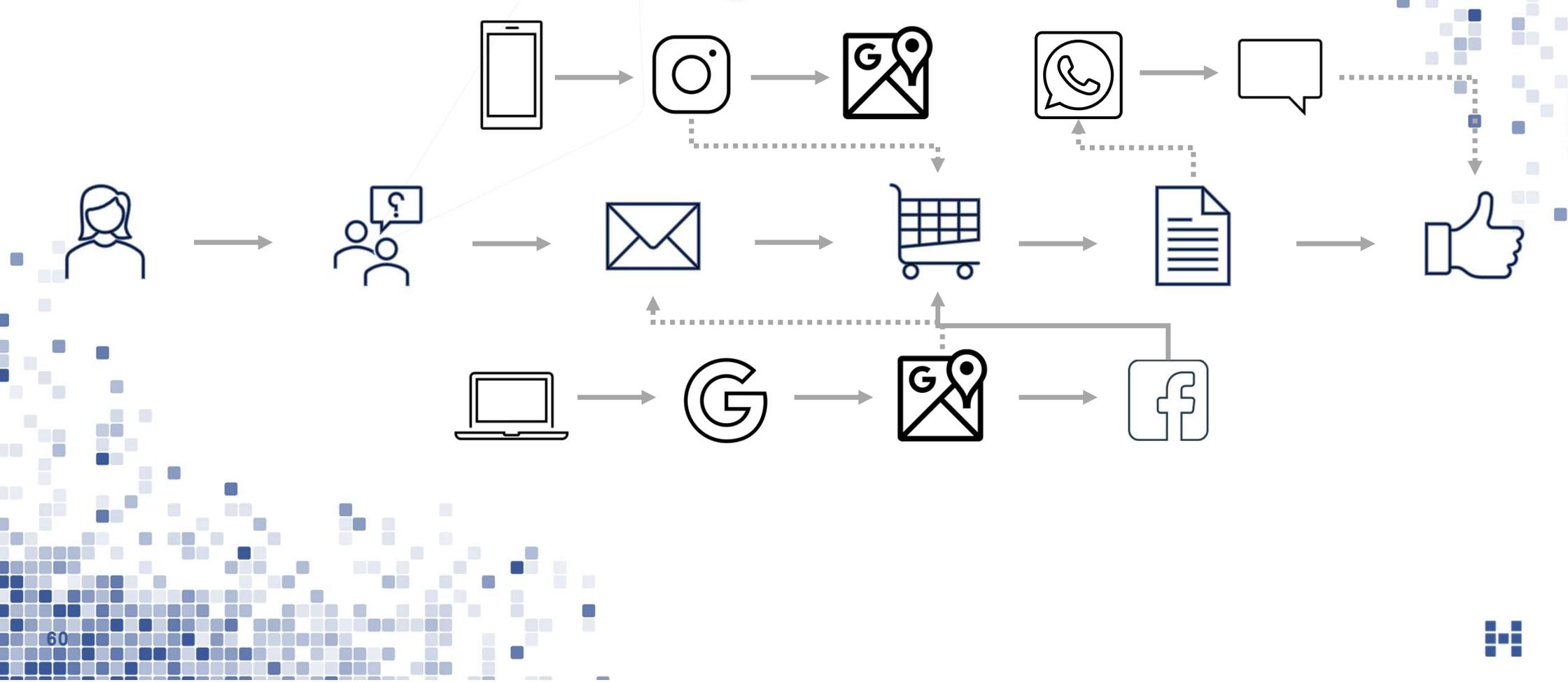


MEO Briefumschlag und Brief irritieren etwas. Meint das "Versand von Bestellformular" und "Unternehmen liest Bestellung"?

Mit Deiner Erläuterung macht es sicher Sinn - ohne verwirrt das eher.

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:19:46.334

CUSTOMER JOURNEY HEUTE



Folie 60

MEO Hier auch etwas verwirrend, wieso Google Maps zum postalischen Versand verweist?

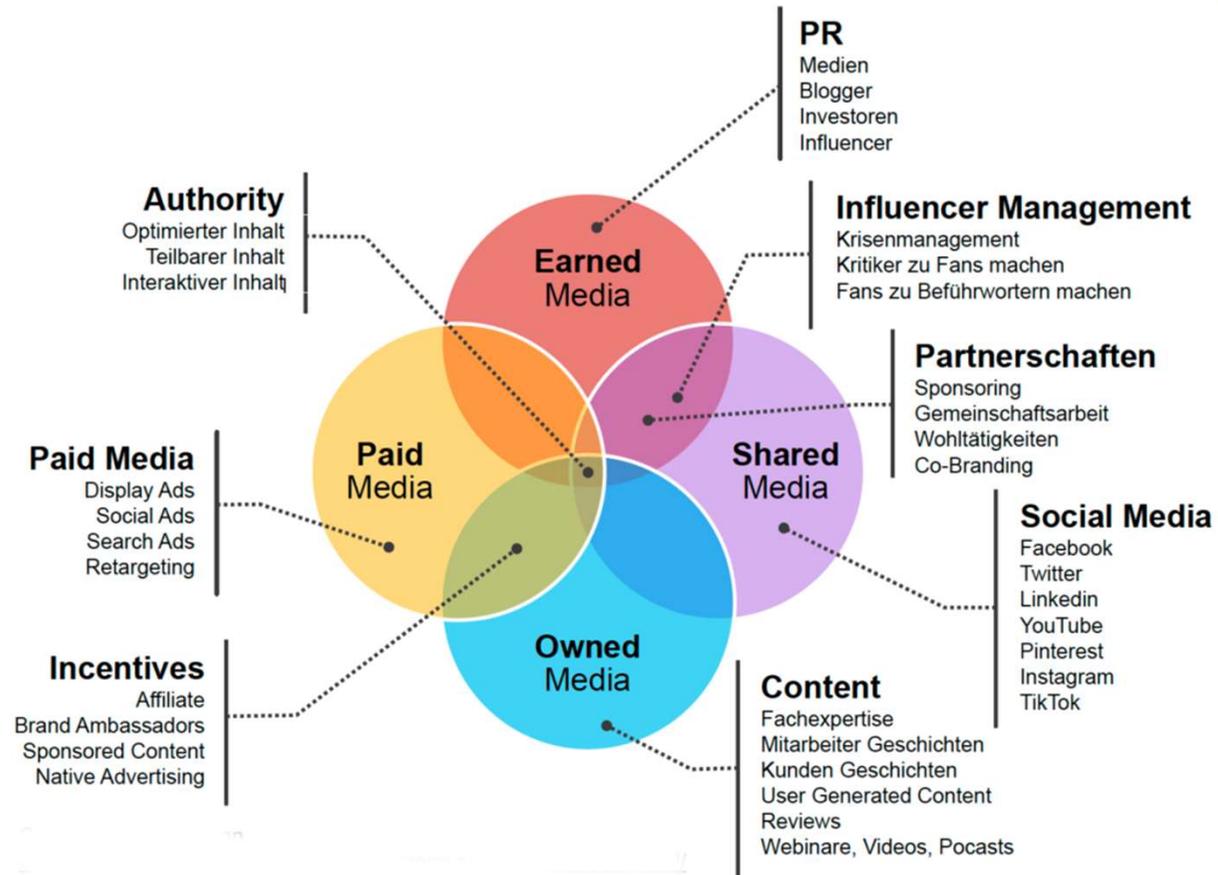
(Mit Erklärung sicher verständlich - für sich ohne Kontext verwirrend)

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:20:55.896

MEO 0 Auch vom Cart zu Whatsapp?

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:21:23.644

TOUCHPOINT MANAGEMENT – DER MARKETING MIX



INHALTE MÜSSEN DEN DAUMEN STOPPEN



**Was möchte
ich vermitteln**

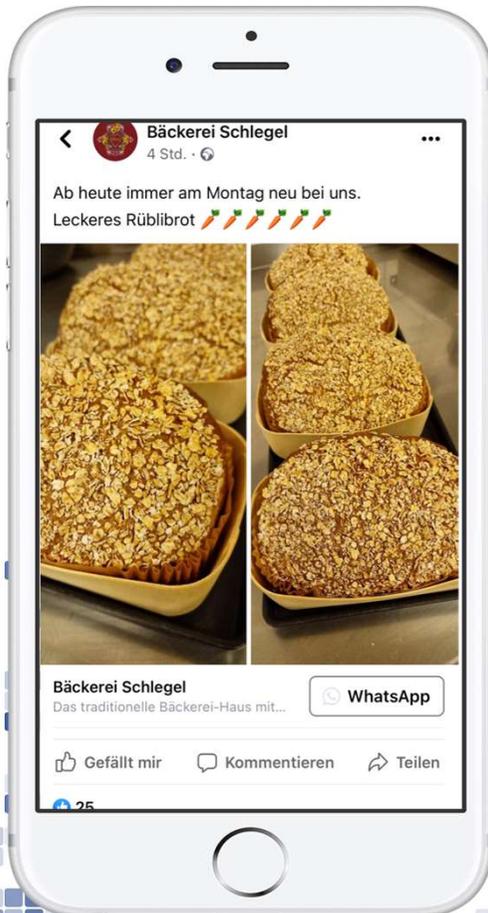
**Wen möchte
ich ansprechen?**

**Welche Handlung
sollte ausgeführt werden?**

BILDER SOLLTEN LUST AUF MEHR WECKEN

Bilder sollten Lust auf mehr machen

- Richtigen Bildausschnitt verwenden
- Produkte in Szene setzen
- Wenn viel Text, dann «sinnvoll» verpacken.



Folie 64

MEO

Slide 65 und 66 ebenso doppelt

Markus Edelberg; 2022-02-17T14:50:33.873

HASHTAG SINNVOLL EINSETZEN



Hashtags dienen zur Einordnung und Indexierung von Inhalten

- Bei Facebook eher keine Hashtags einsetzen
- Instagram mit maximal zehn Hashtags. Wobei wenige passende effektiver als viele.
- Inhalte nicht eins zu eins auf Facebook und Instagram veröffentlichen.



LEARNINGS



Text



Text



Text



Text



Text



Text



Text



UND JETZT?

D₂ O₁

I₁ T₁

N₁ O₁ W₄



A person with a backpack is standing in a field of tall grass, looking up towards a blue sky with scattered white clouds. The person is positioned on the right side of the frame, with their back to the camera and head tilted upwards. The overall scene is bright and open, suggesting a sense of exploration or discovery.

**Nur umgesetzte Ideen
sind gute Ideen!**

PODCASTS



wöchentlich **freitags**



Deepdives, Strategien, Methodik zu Online Marketing Themen



45 bis 60 Minuten



wöchentlich **montags**



Aktuelle Social Media und Online Advertising Neuigkeiten



max. **10 Minuten**





Kapellstrasse 6
8355 Aadorf
Schweiz



+41 52 508 70 10



info@hutter-consult.com



www.hutter-consult.com

**Wir freuen uns auf
die Zusammenarbeit!**

