

DER BESONDERE BROTEVENT



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



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



KUNDEN





KUNDEN



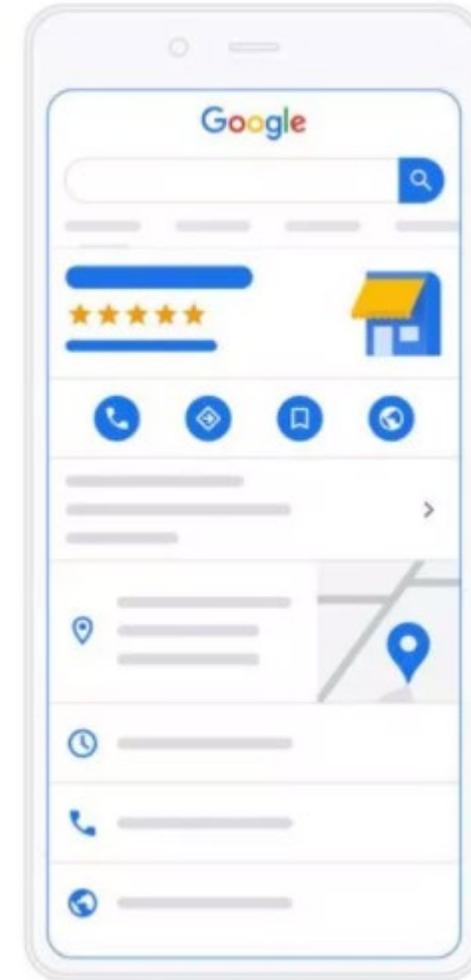
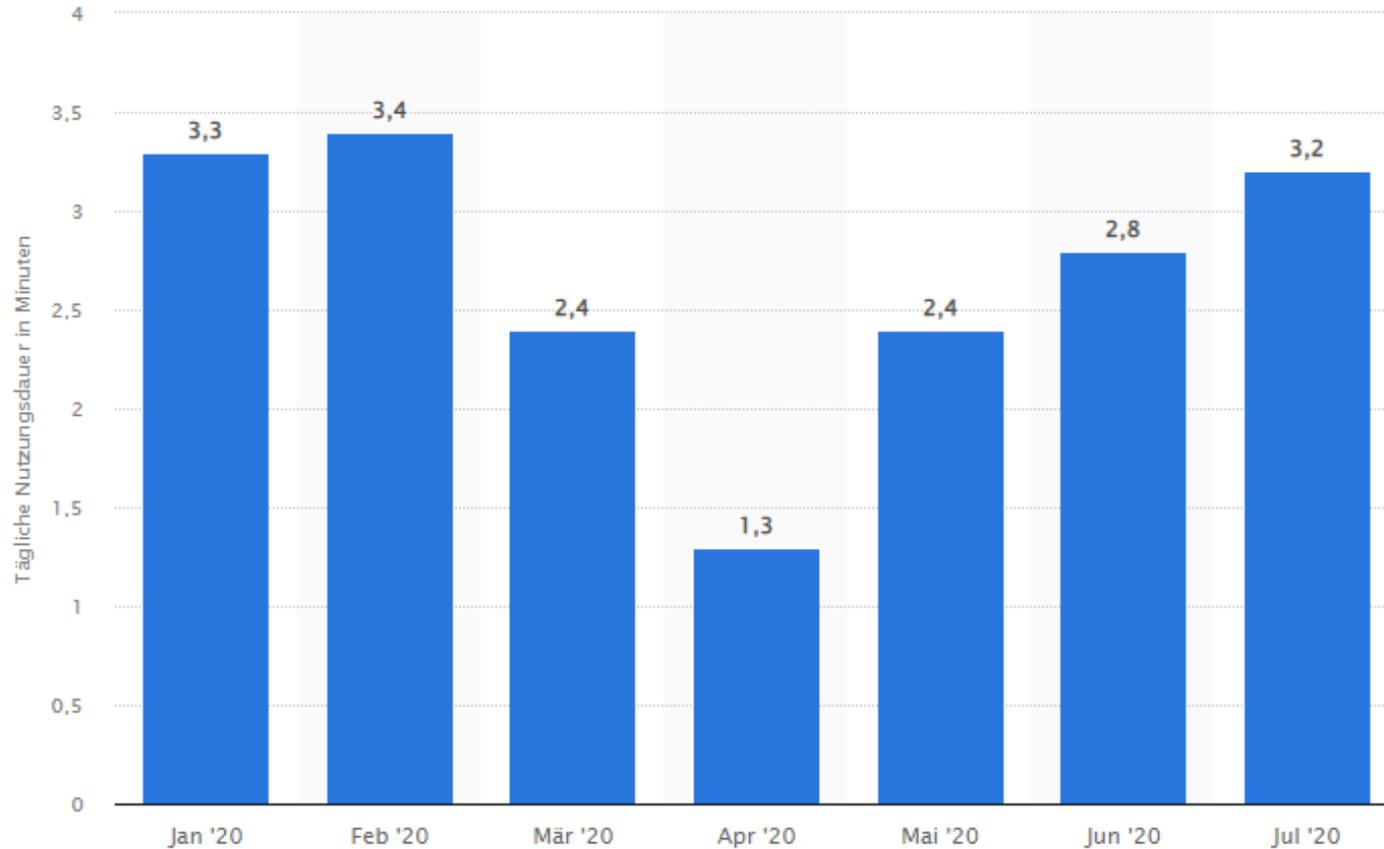




EINLEITUNG



NUTZUNGSDAUER 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.

BEGRIFFE

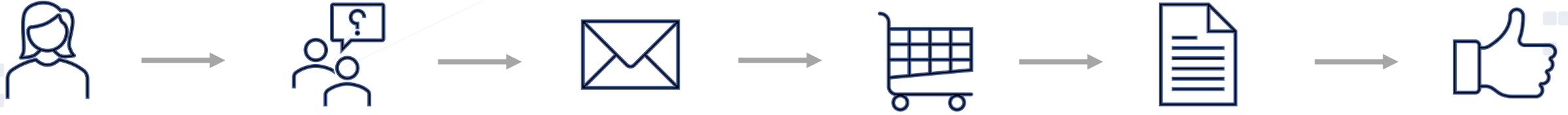
Als **Customer Experience** bezeichnet man die Erfahrungen, die der Kunde mit dem Unternehmen bzw. bei einem Kauf macht.

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

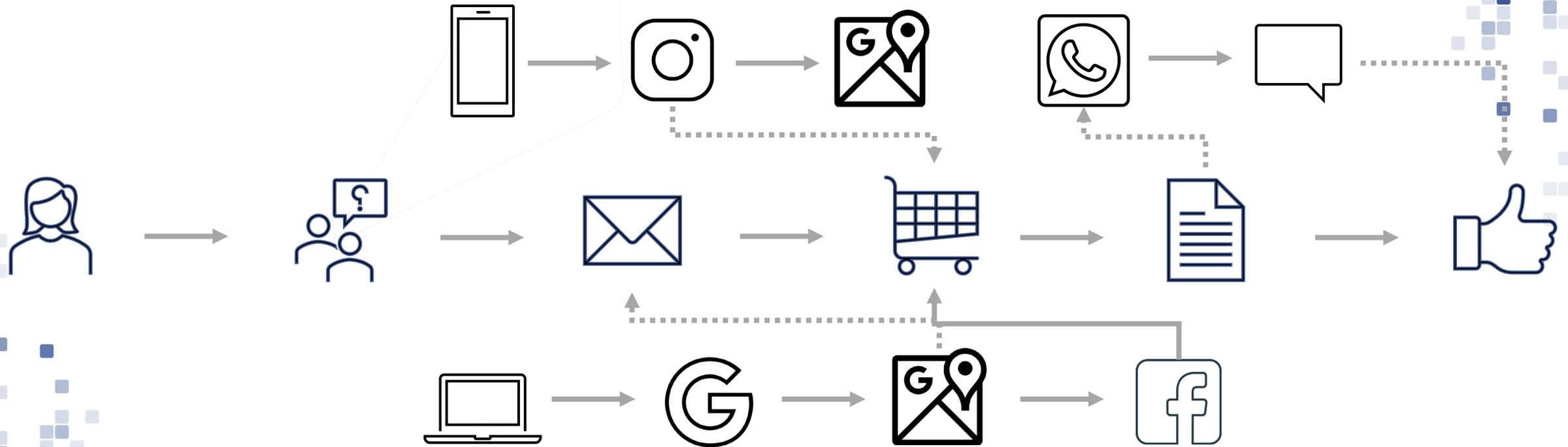
Die zahlreichen möglichen Kontaktpunkte zwischen Kunden und Unternehmen werden **Touchpoints** genannt.

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

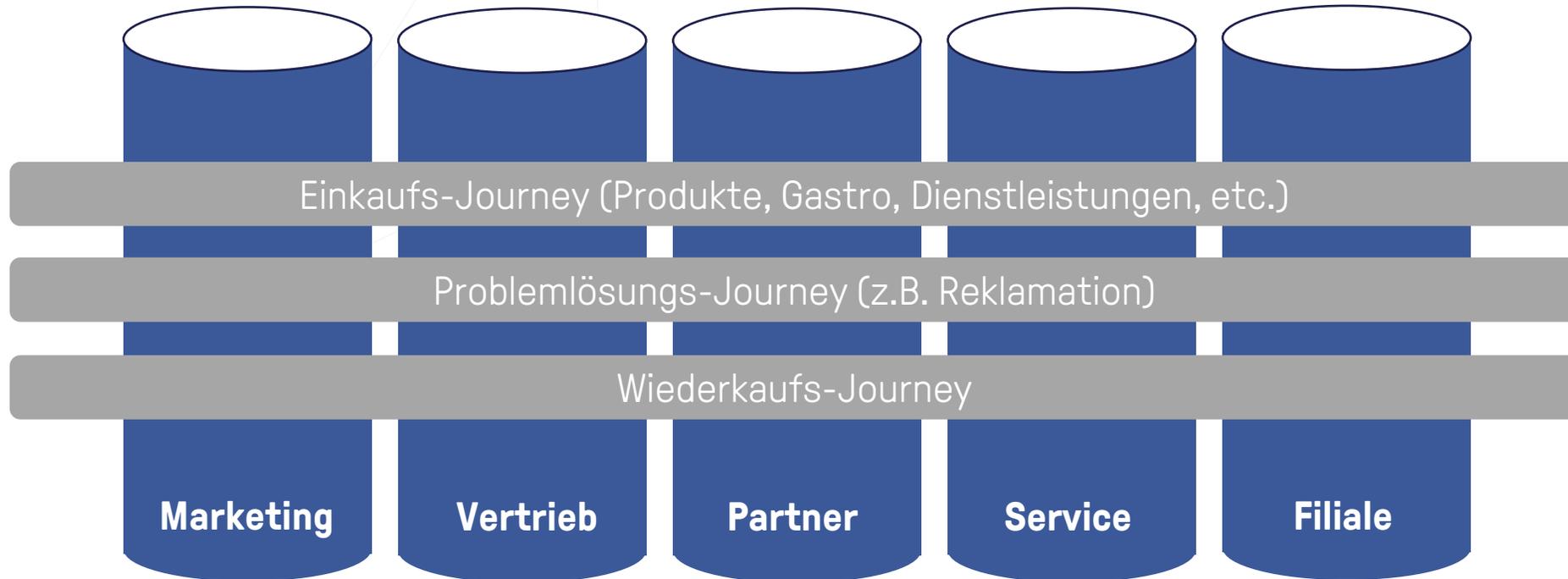
CUSTOMER JOURNEY GESTERN



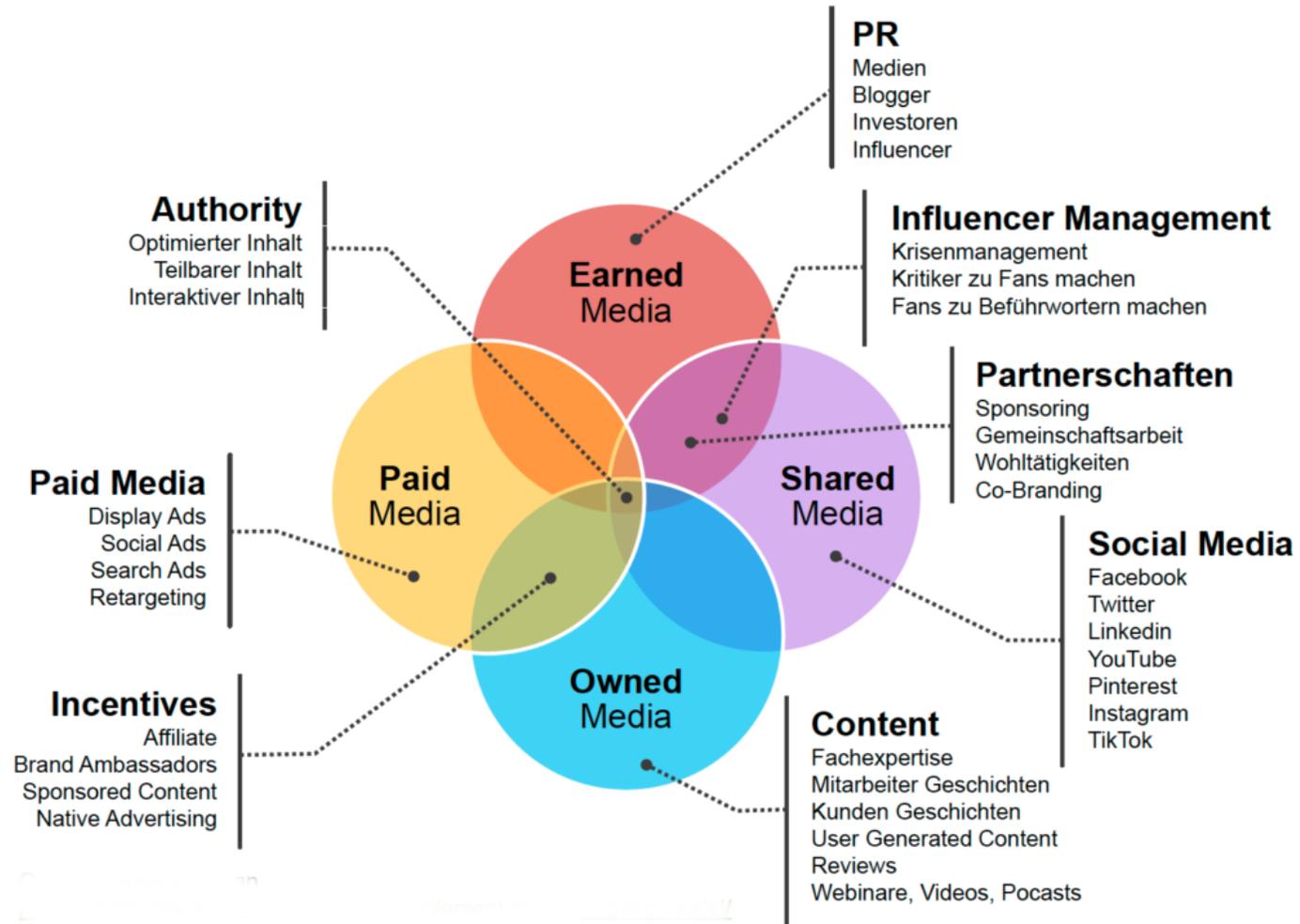
CUSTOMER JOURNEY HEUTE



CUSTOMER JOURNEY NIMMT KEINE RÜCKSICHT AUF SILOS



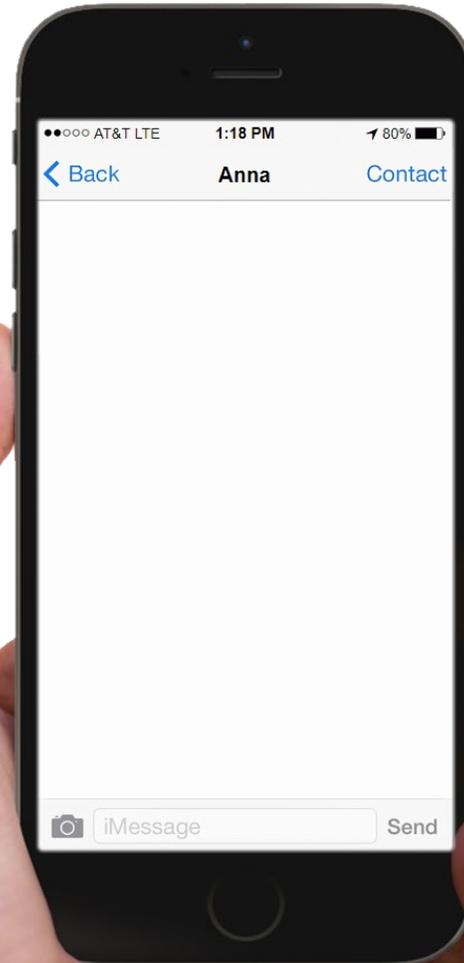
TOUCHPOINT MANAGEMENT – DER MARKETING MIX



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



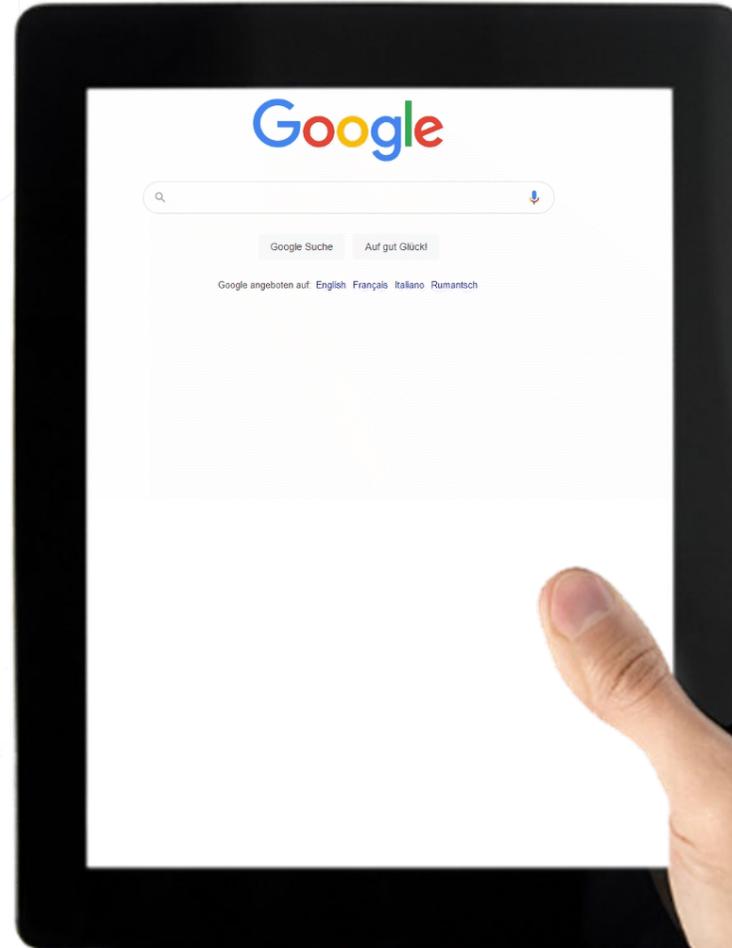
TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



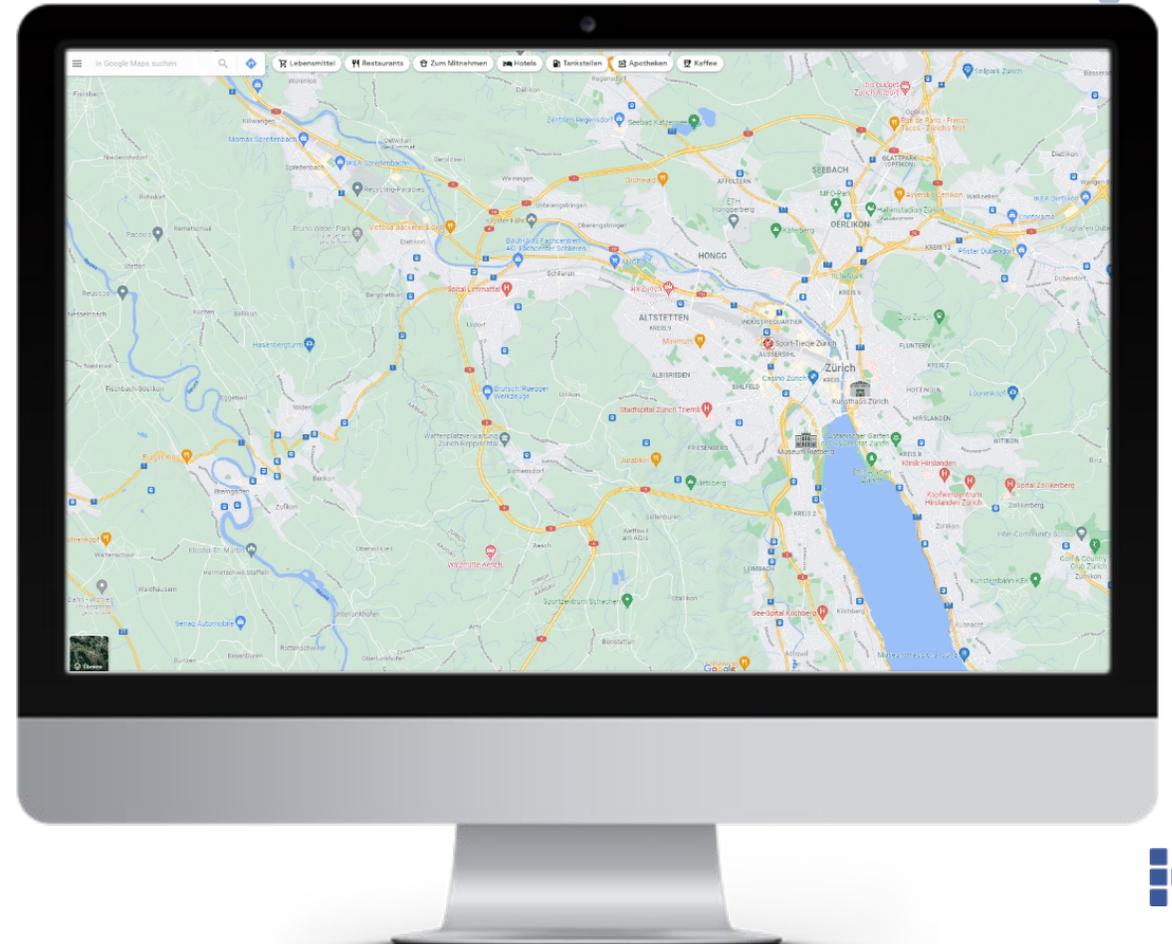
Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



Bewertungen und
Bilder prüfen



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



Bewertungen und
Bilder prüfen



Restaurant
auswählen



TOUCHPOINTS BIS ZUM RESTAURANT-BESUCH



Idee für
gemeinsames
Nachessen



Inspiration für
Restaurantauswahl



Bewertungen und
Bilder prüfen



Restaurant
auswählen



Platz reservieren



Reservations-
bestätigung



Stories und Beitrag
vom Abend und
Essen



An aerial photograph of a winding asphalt road that curves through a dense, lush green forest. A river flows alongside the road on the left side. The road has a few vehicles, including a red motorcycle and a car. The overall scene is serene and natural.

DIE KUNDENREISE



ANNA MEIER

Anna Meier pendelt fast täglich zur Arbeit und nimmt sich auf dem Weg immer einen Kaffee ihres Bäckers, der auf dem Weg liegt.

Phasen

Aufmerksamkeit

Auswahl

Besuch / Kauf

Erinnerung /
Wiederholung

Schritte

Bäckerei liegt auf dem Weg

Schild «Coffee to go»

Instagram Posts

Empfehlungen Arbeitskolleginnen

Hört am Arbeitsplatz von der Bäckerei

Schaut auf Google Maps nach Öffnungszeiten

Sieht auf Instagram einen Foto

Flyer in der Kantine ausgelegt

Sieht andere Kundin mit Kaffee der Bäckerei

Besucht den Laden

Wählt den Lieblingskaffee

Bezahlt mit Kreditkarte

Nutzt die Stempelkarte

Sieht ePanel mit Aktion

Genießt den Kaffee

Erzählt den Arbeitskolleginnen davon

Folgt der Bäckerei auf Instagram

Hinterlässt eine Bewertung auf Google Maps

Kauft sich am nächsten Tag den einen Kaffee

Kauft auch noch das Mittagessen

Touch-points

Schaufenster

Strassenschild

Instagram Beitrag

Weiterempfehlung

Google Maps

Social Media

Flyer

Google Maps

Website

Instagram Profil

Weiterempfehlung

Zeitungsanzeige

Schaufenster

Social Media

Ladenlokal

Personal

Wartezeit

Kassenquittung

Stempelkarte

Aufsteller für Bewertung

Bezahlung

E-Panel

Verpackung

Social Media

Google Maps

Website

Stempelkarte

Personal

Produktauswahl

Pausenraum

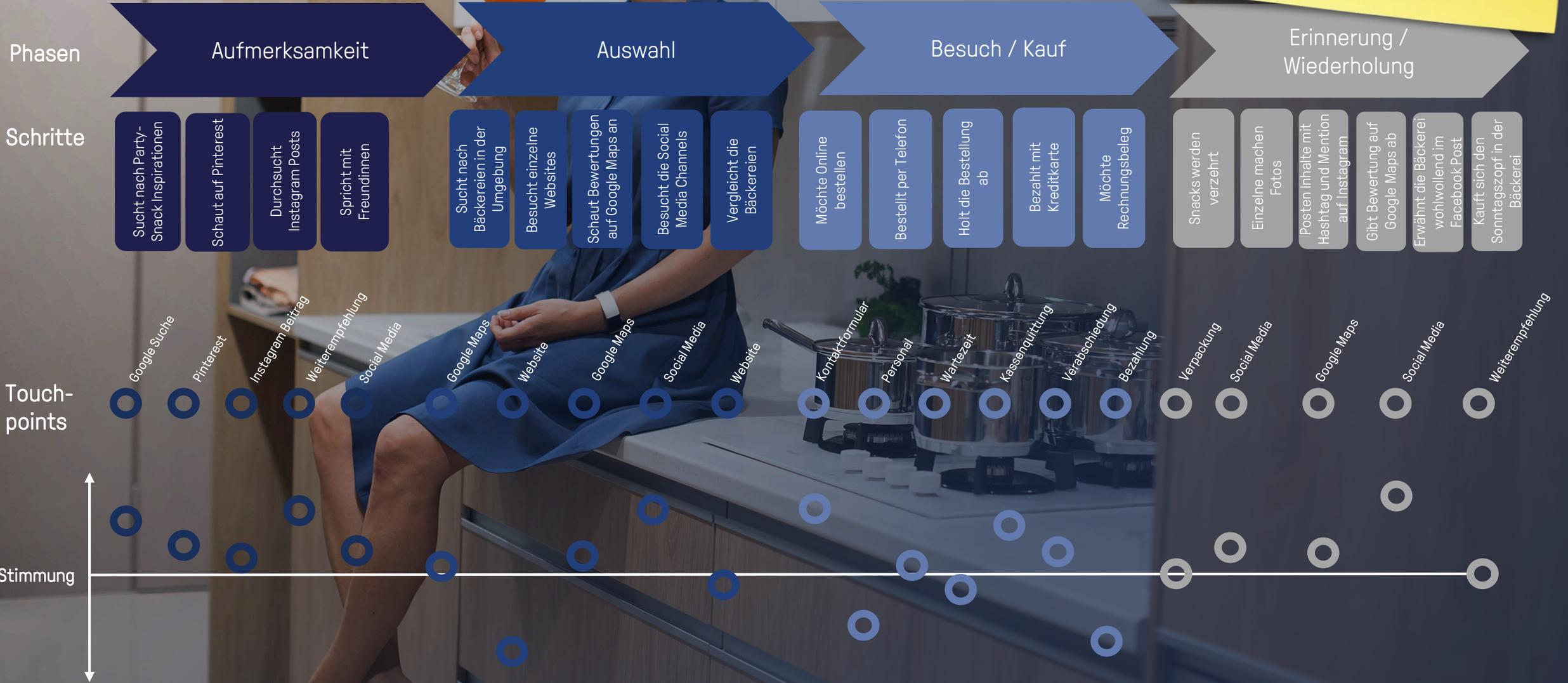
DANIEL MÜLLER

Daniel Müller ist mit seinen Kindern in der Stadt unterwegs. Nun bekommen diese langsam Hunger und er sucht sich einen passenden Ort für eine schnelle und gesunde Verpflegung.



MONA KÜNG

Mona Küng feiert bald Geburtstag und möchte daher den Gästen Snacks anbieten, ohne das sie selbst damit viel zu tun hat.



Workshop

EIGENE KUNDENREISE



KUNDENREISE DEFINIEREN

1.

Definiert einen eine Kundenreise für folgenden Fall:

Kunde feiert Firmenjubiläum und möchte für seine Arbeitskolleginnen ein Apéro mit Snacks und Häppchen organisieren.

Firma möchte für die Kunden zu Weihnachten ein spezielles Geschenk und beauftragen Mitarbeitende zur Evaluation von Vorschlägen.

2.

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

3.

Welche Touchpoints habt Ihr in Eurem Unternehmen für die jeweiligen Schritte im Einsatz?





TIPPS, TRICKS UND TOOLS



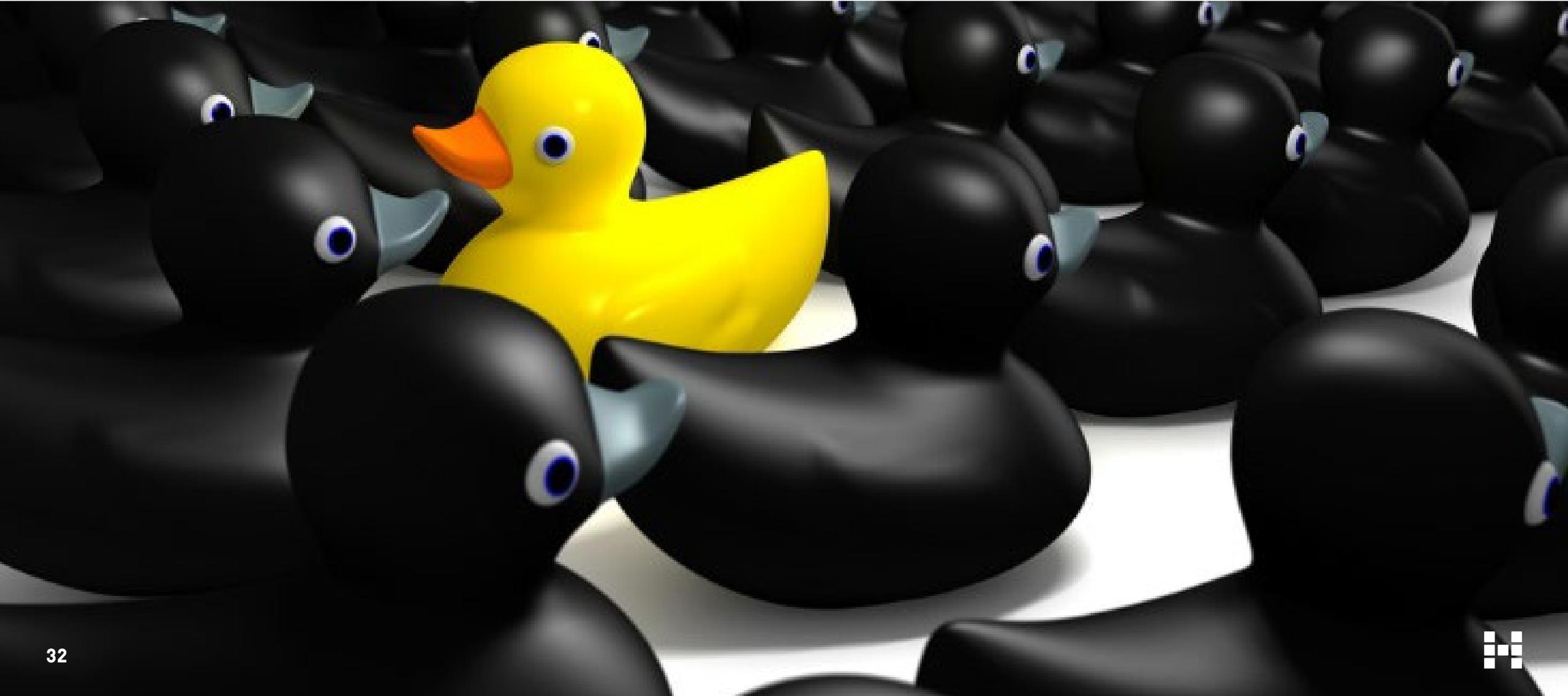
INHALTE MÜSSEN DEN DAUMEN STOPPEN



KÜRZERE NUTZUNGSDAUER



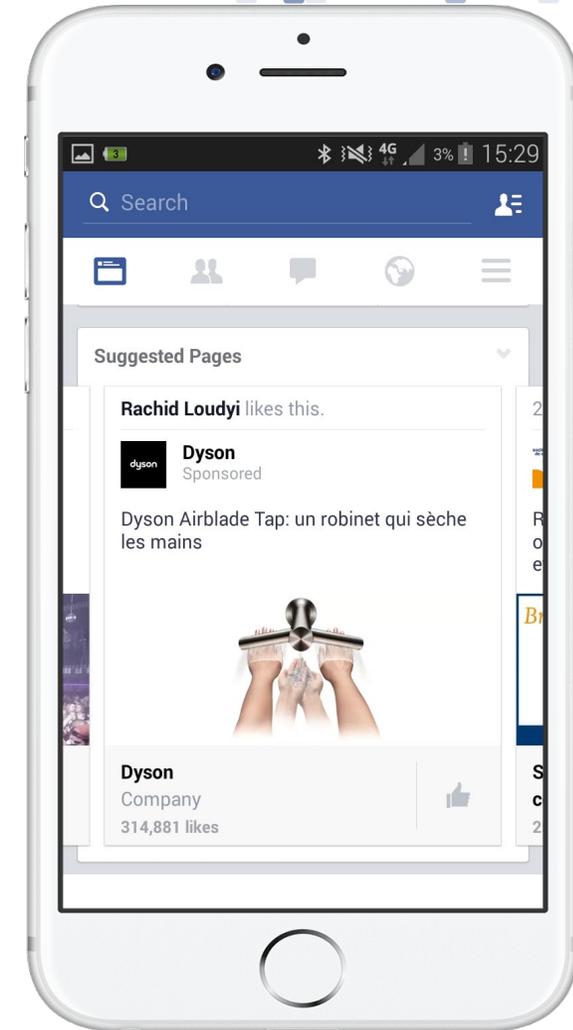
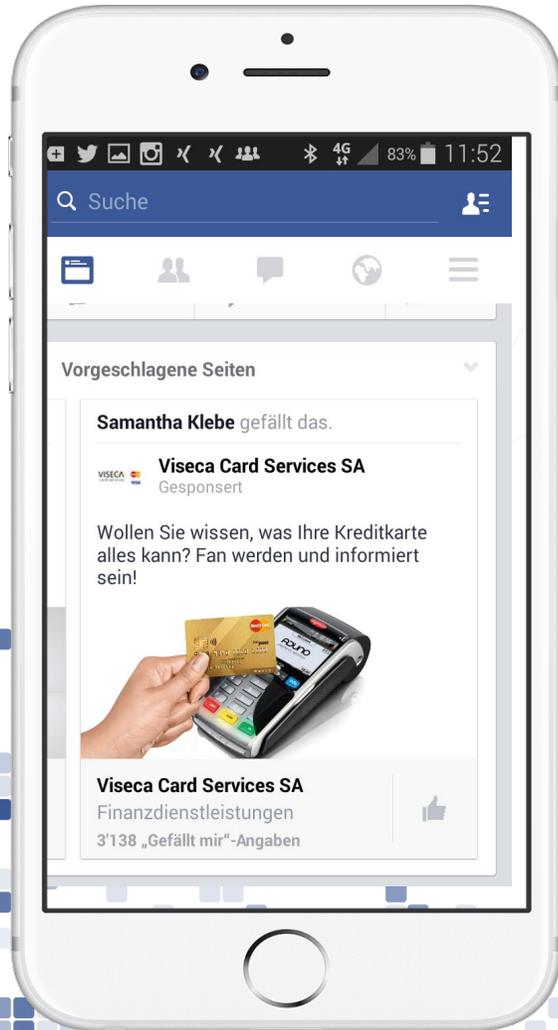
INHALTE MÜSSEN SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



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.

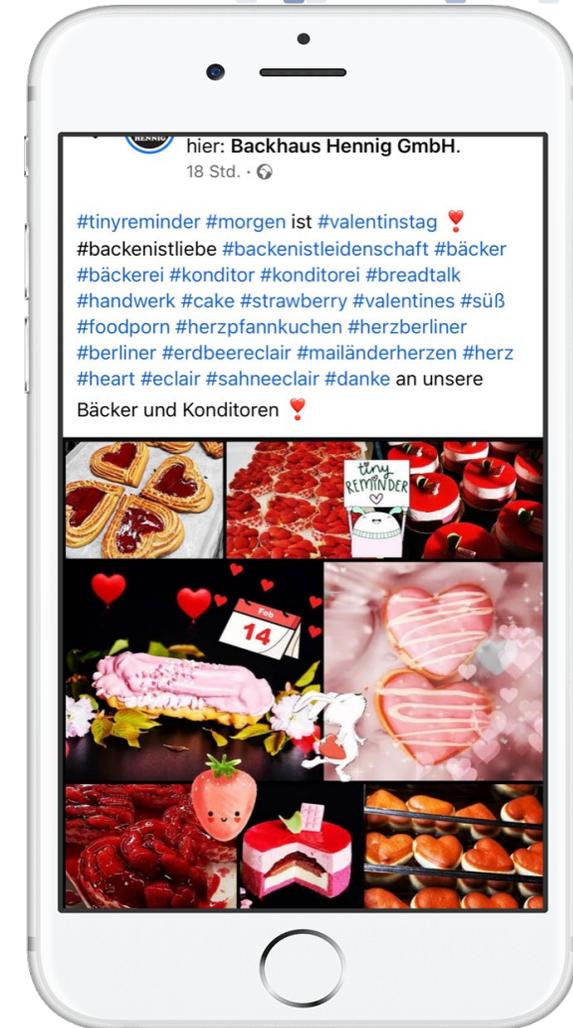


BILDER MIT GUT ERKENNBAREN MOTIVEN



Bilder müssen schnell erkannt werden können.

- 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.

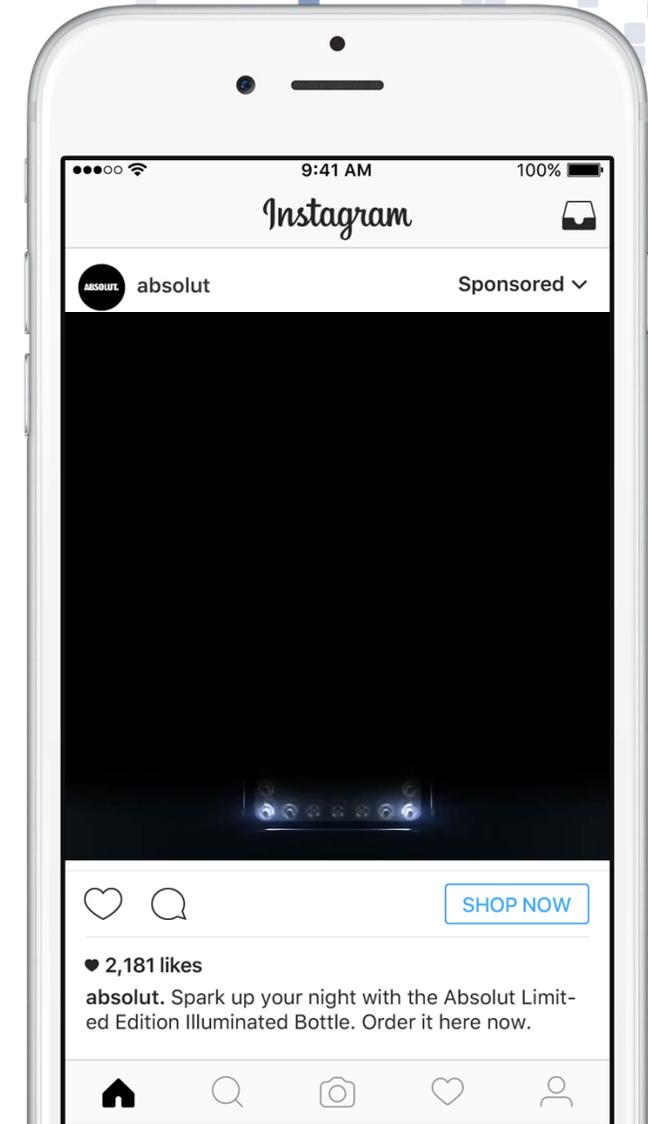
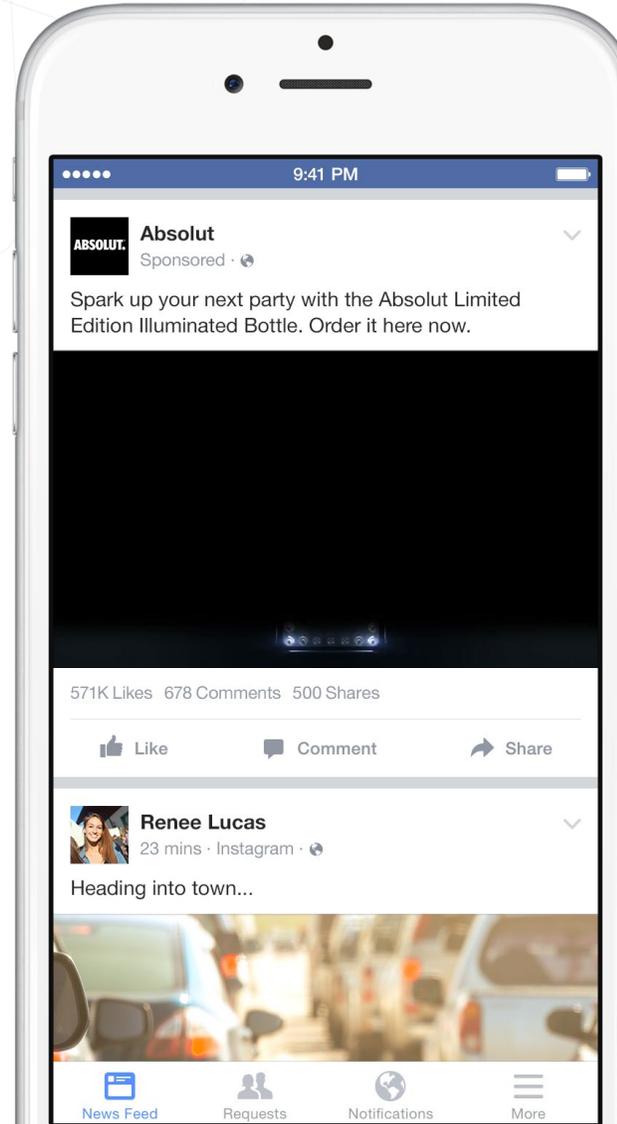


SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



Interessant, provokativ oder überraschend!

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

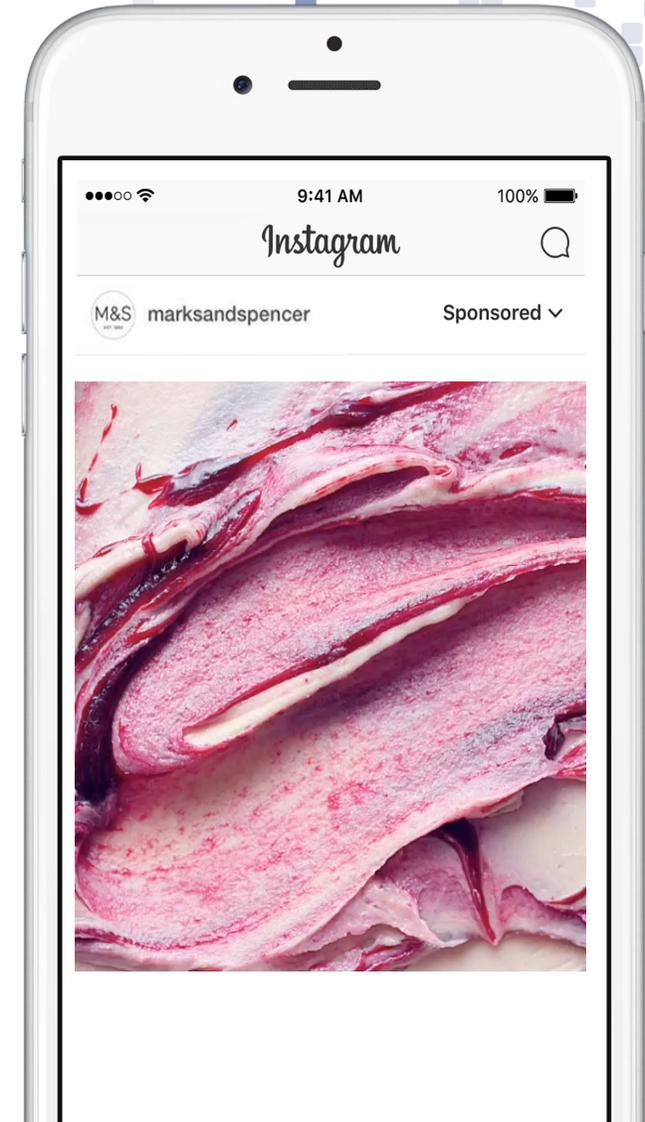
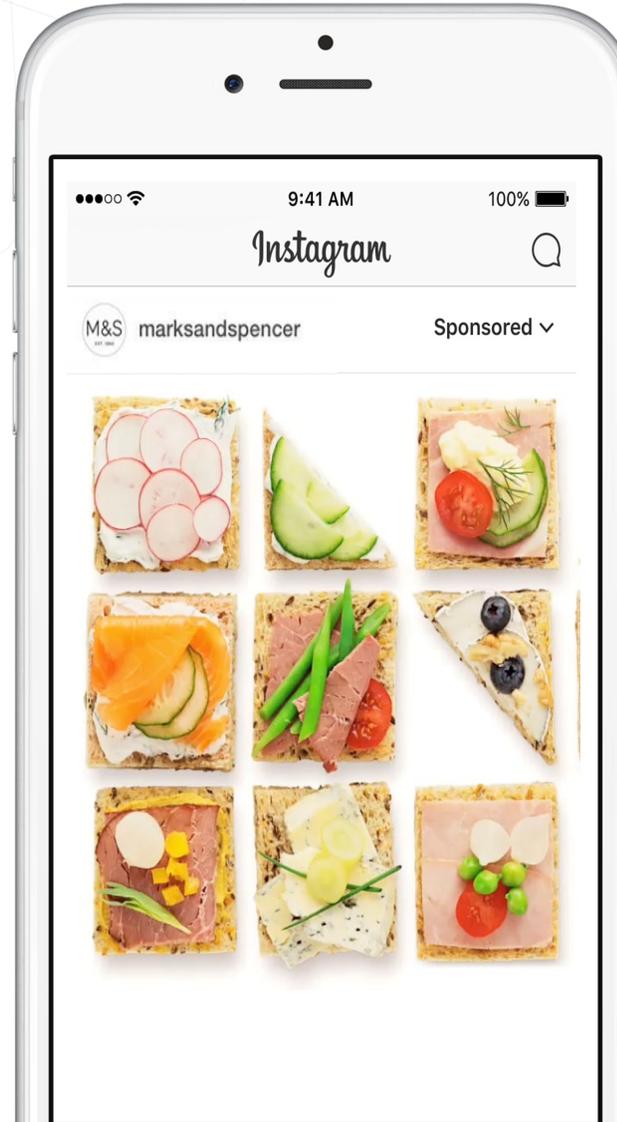


SCHNELL AUFMERKSAMKEIT GENERIEREN



Interessant, provokativ oder überraschend!

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

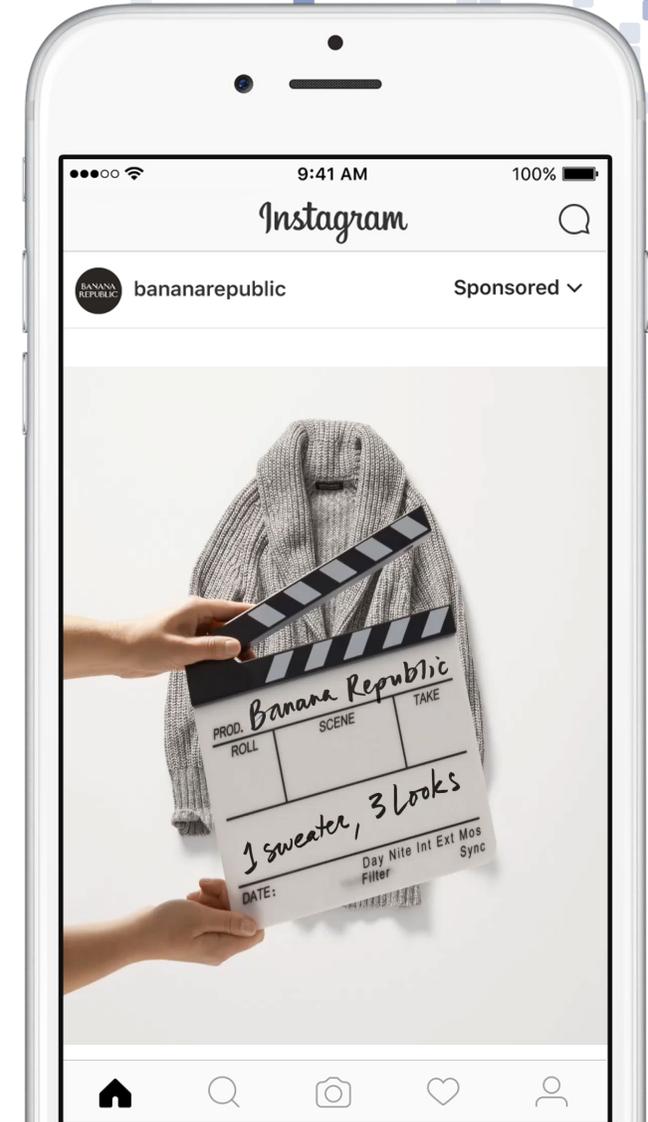


VIDEO OHNE TON



Visuelles Storytelling mit Text und Grafik.

- Mit Text- und Grafikeinblendungen
- Visuelles Storytelling

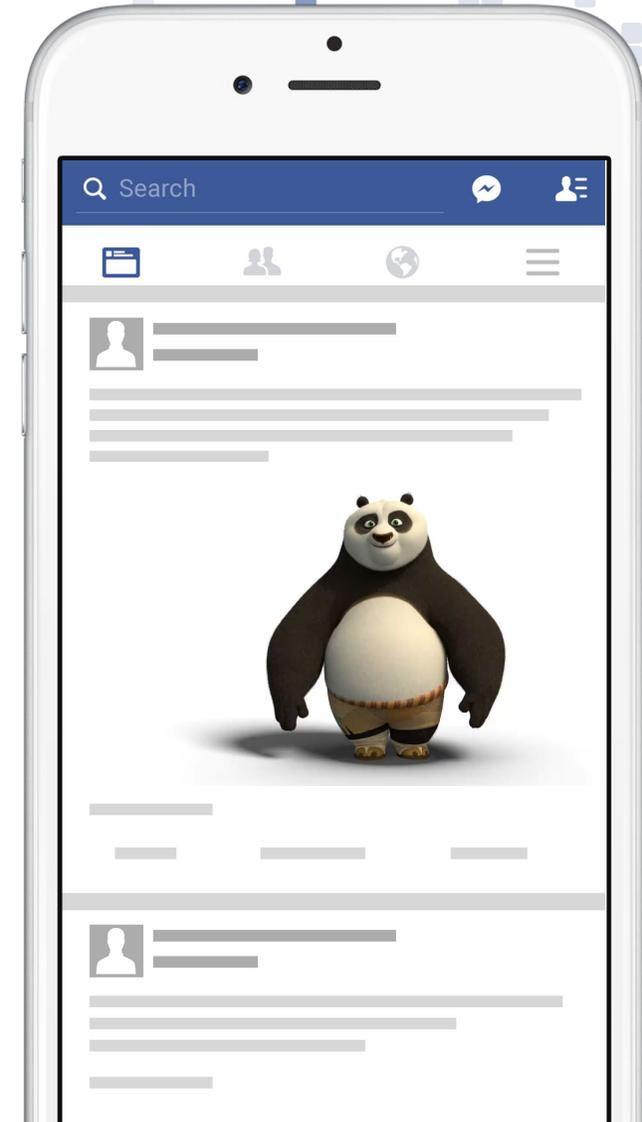
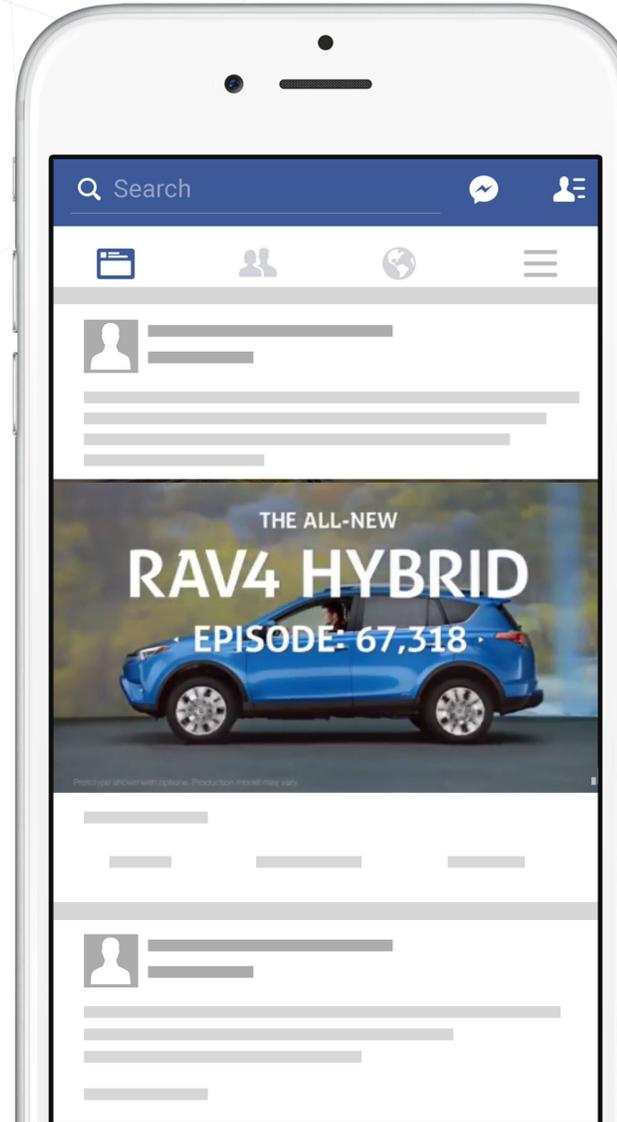


VIDEO OHNE TON



Visuelles Storytelling mit Text und Grafik.

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



12 TIPPS FÜR GOOGLE MY BUSINESS

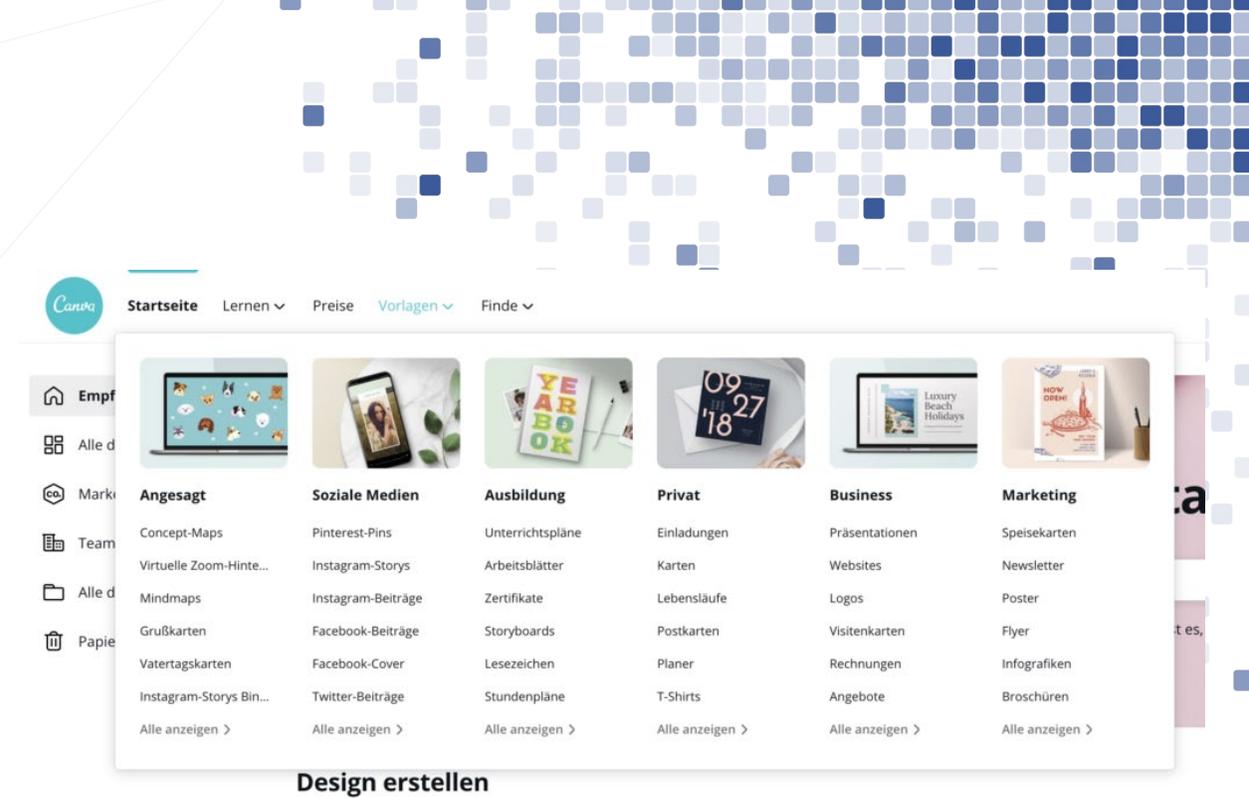
1. Vollständiges Google My Business Profil
2. Umfassende und aussagekräftige Unternehmensbeschreibung
3. Die richtige Kategorie auswählen
4. Passende Attribute wählen
5. Regelmässig neue Google My Business Posts erstellen
6. Fragen und Antworten nutzen
7. Google My Business Bewertungen einholen und beantworten
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

Weitere Tipps und Erklärungen im Workbook



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

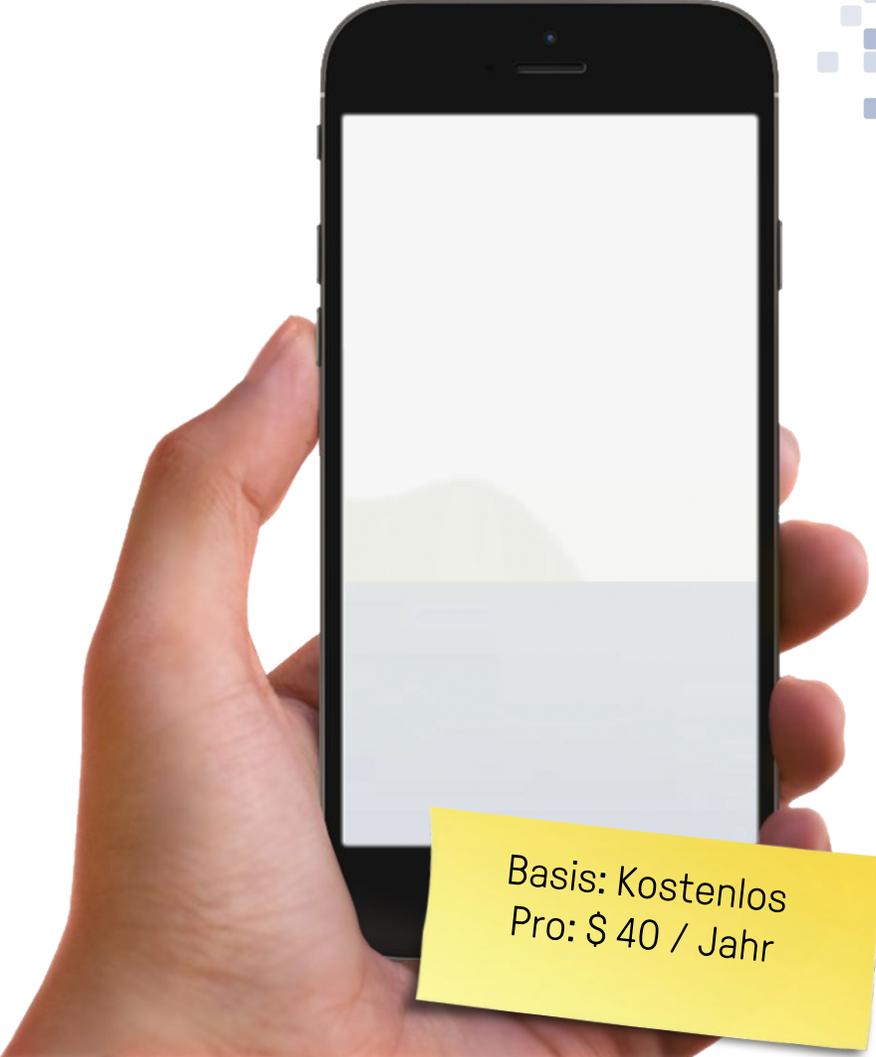


MOJO

- 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



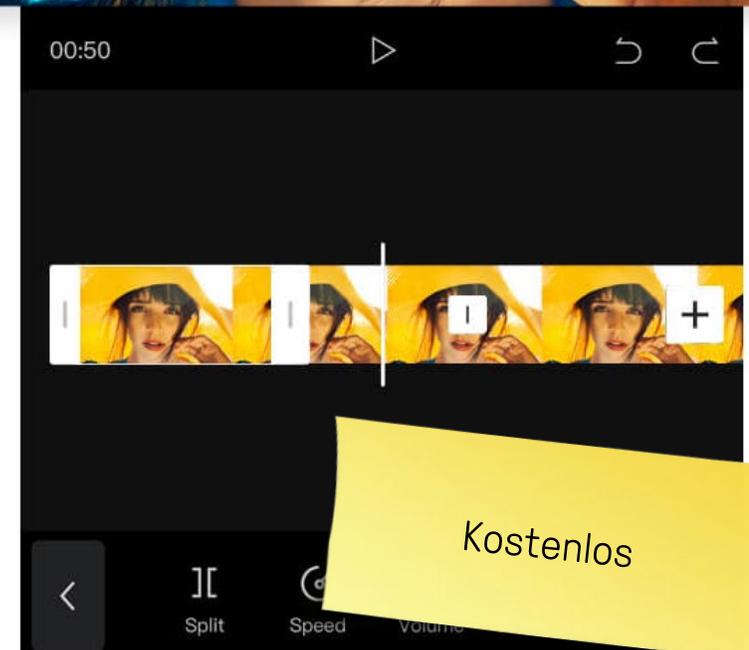
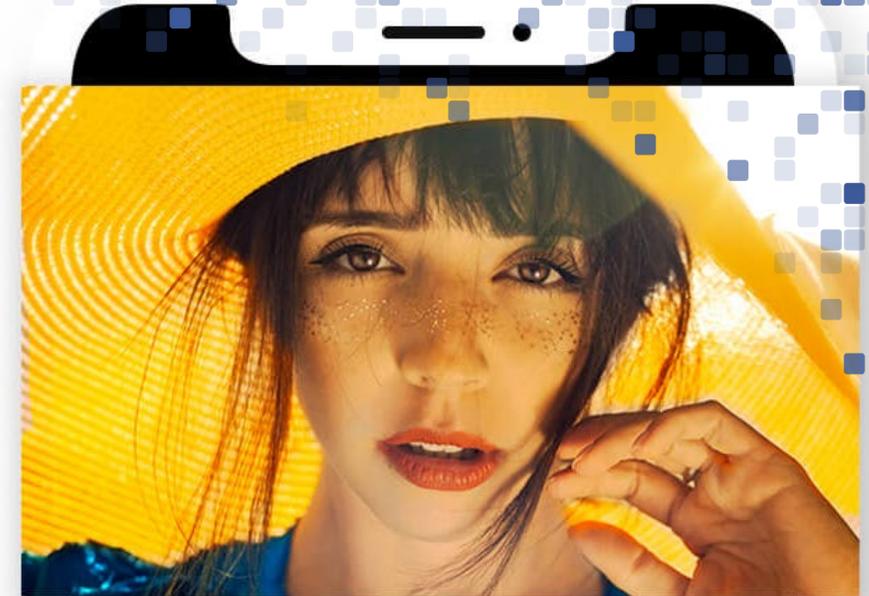
Basis: Kostenlos
Pro: \$ 40 / Jahr



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

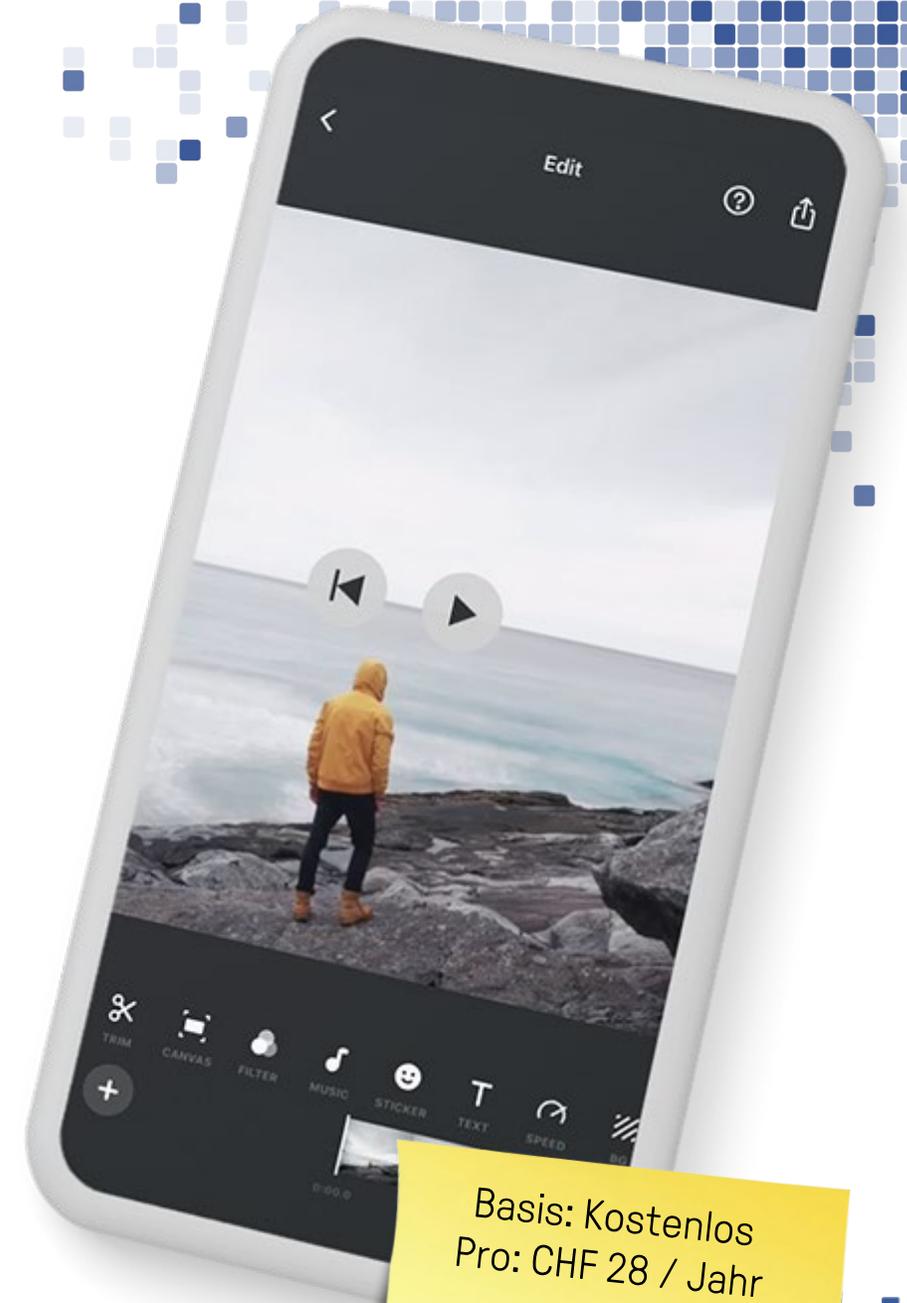
www.capcut.net



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](https://www.inshot.com)



Basis: Kostenlos
Pro: CHF 28 / Jahr



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

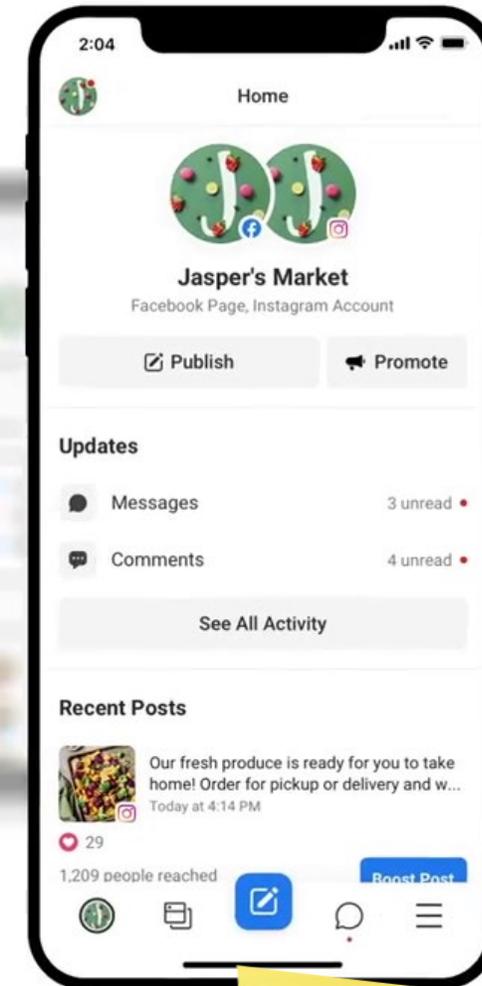
buffer.com



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

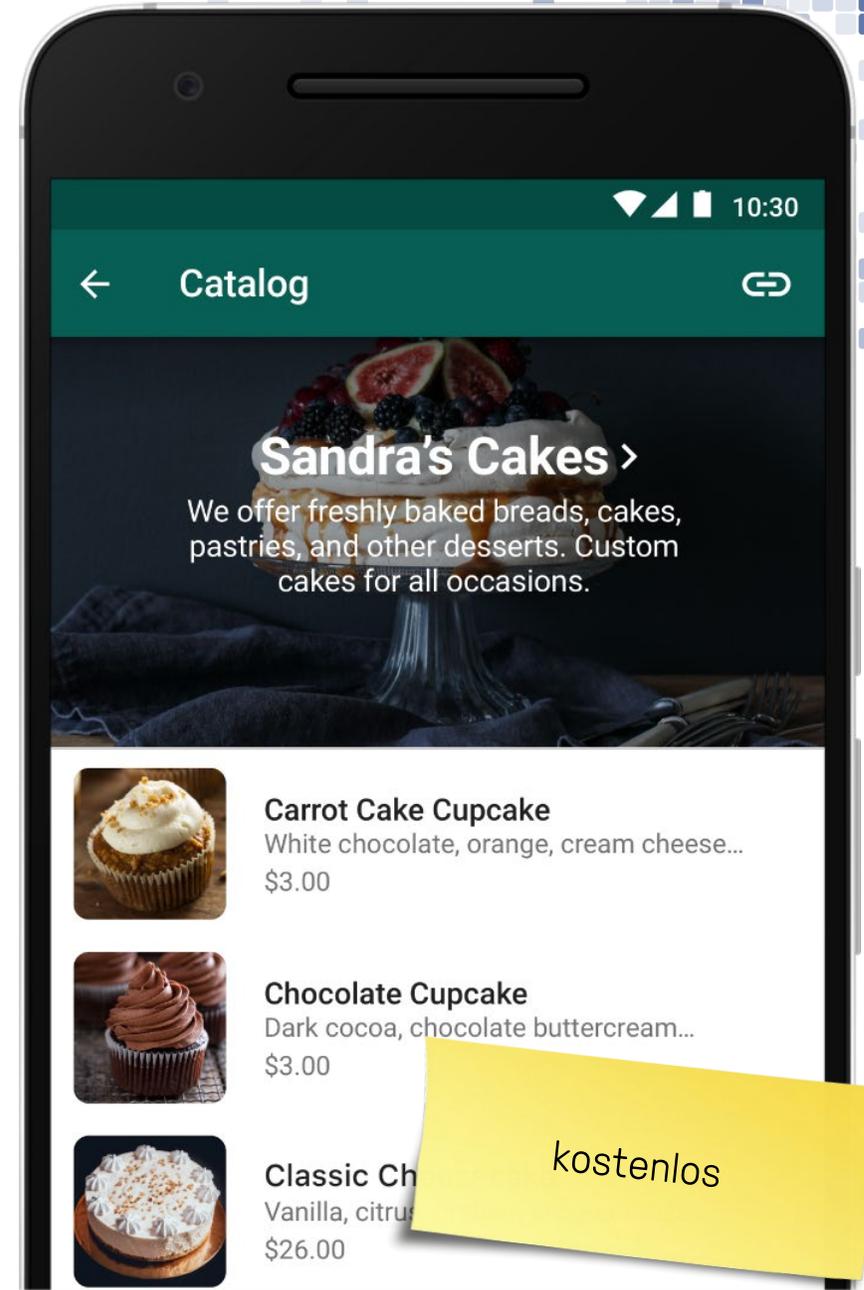
Kostenlos



WHATSAPP FOR BUSINESS

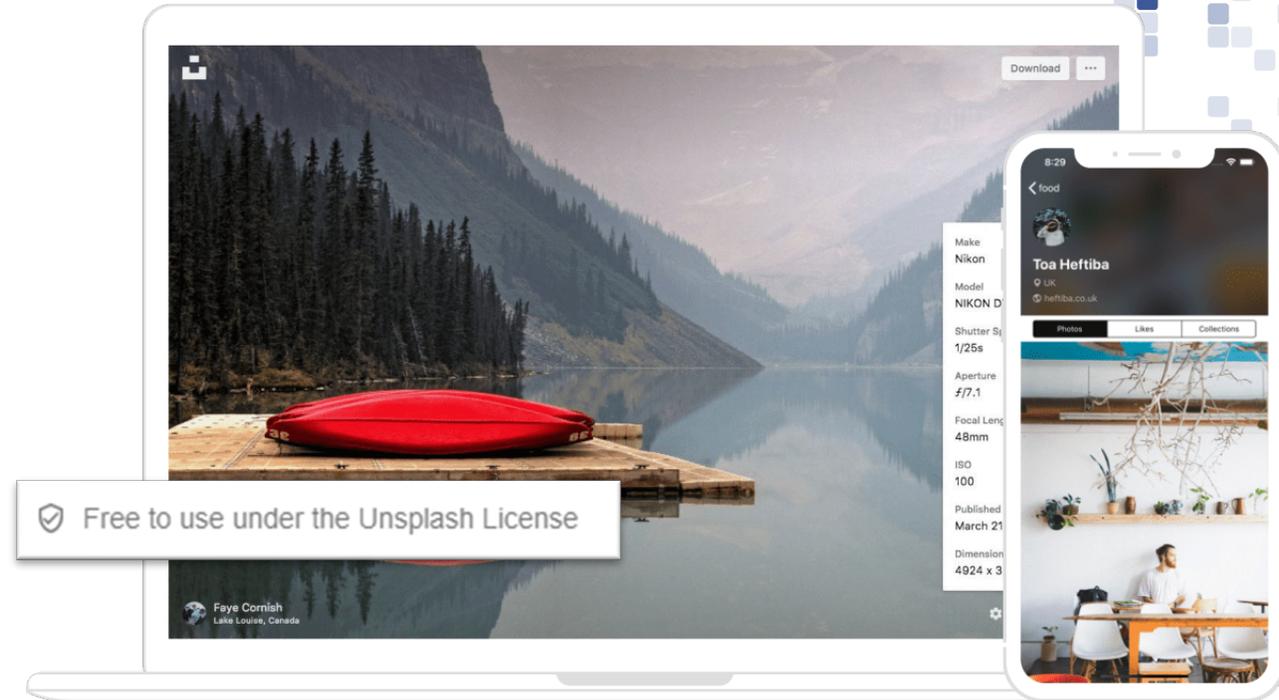
- Für den kommerziellen Einsatz
- Unternehmensprofil erstellen mit Adresse, Email, Website und Beschreibung
- Nachrichten schnell beantworten – auch per Desktop
- Nachrichten mit Labels organisieren
- Automatisierte Nachrichten
- Produktkatalog erstellen und integrieren

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

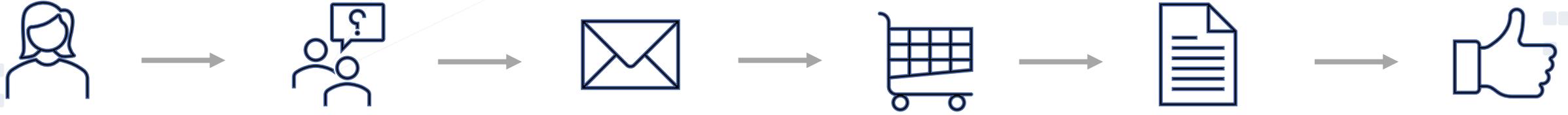
kostenlos



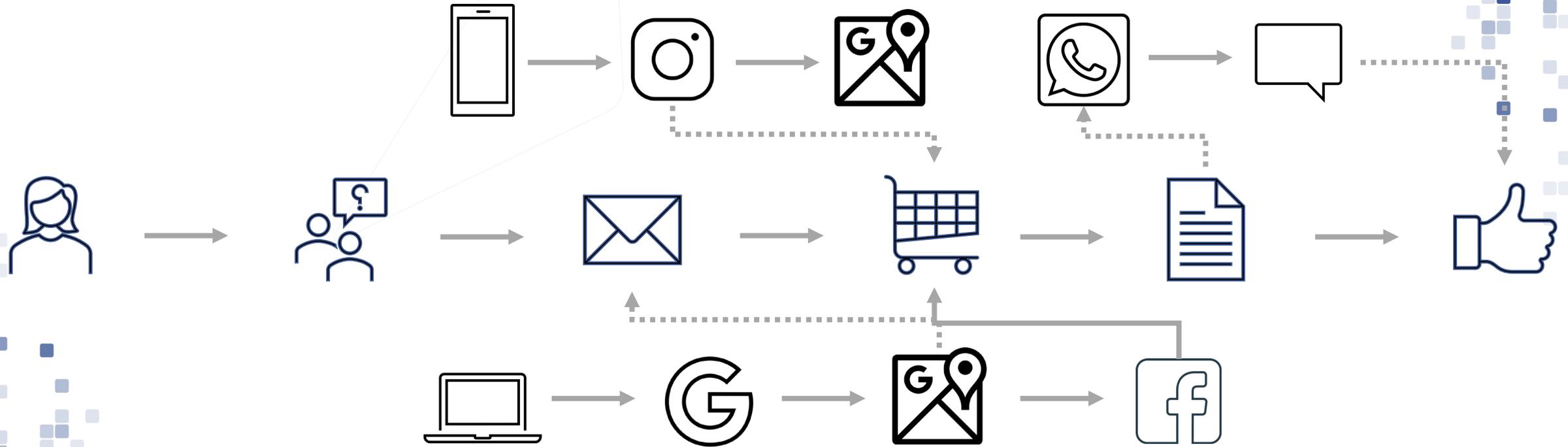
LEARNING



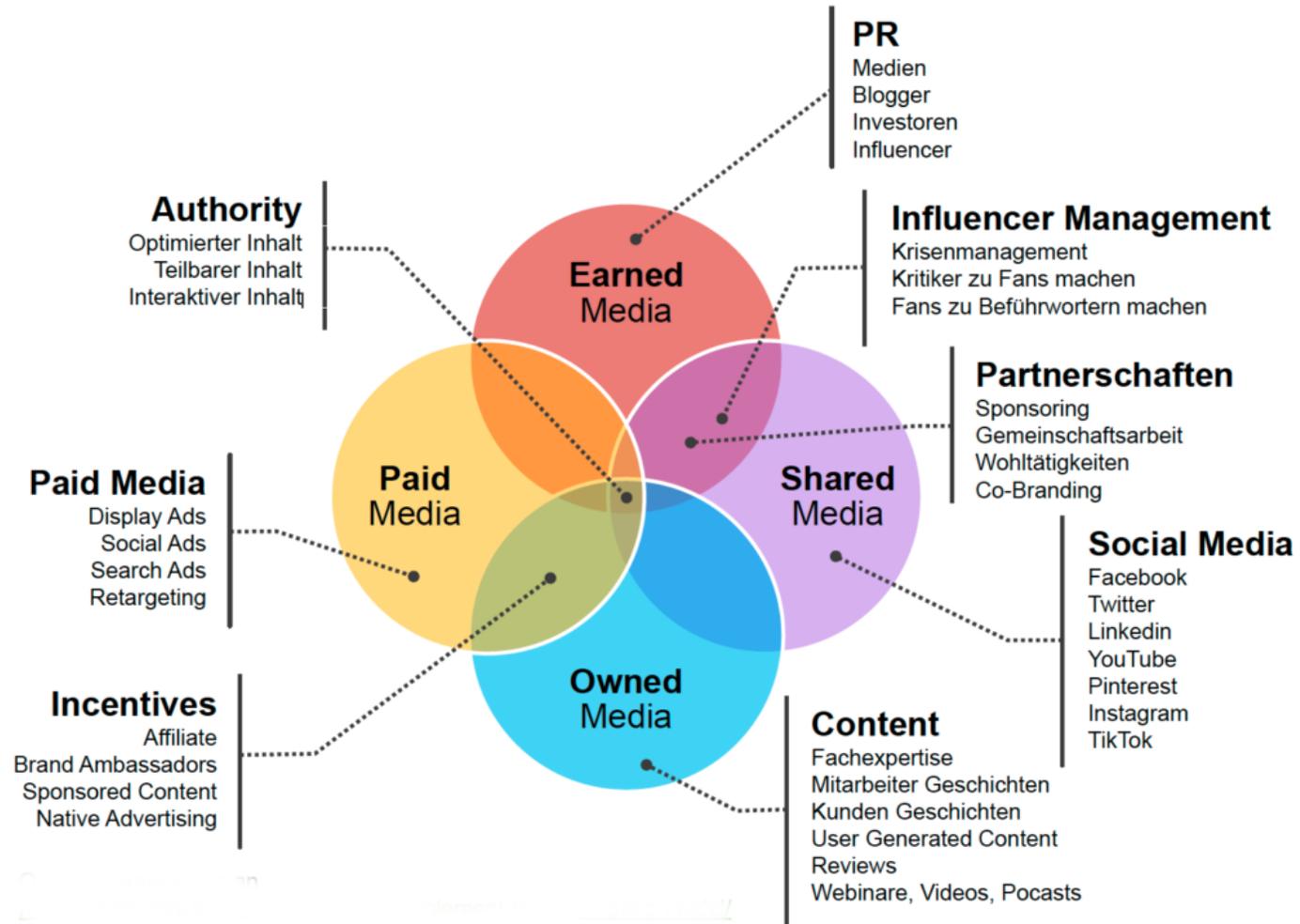
CUSTOMER JOURNEY GESTERN



CUSTOMER JOURNEY HEUTE



TOUCHPOINT MANAGEMENT – DER MARKETING MIX



INHALTE MÜSSEN DEN DAUMEN STOPPEN



**Was möchte
ich vermitteln?**

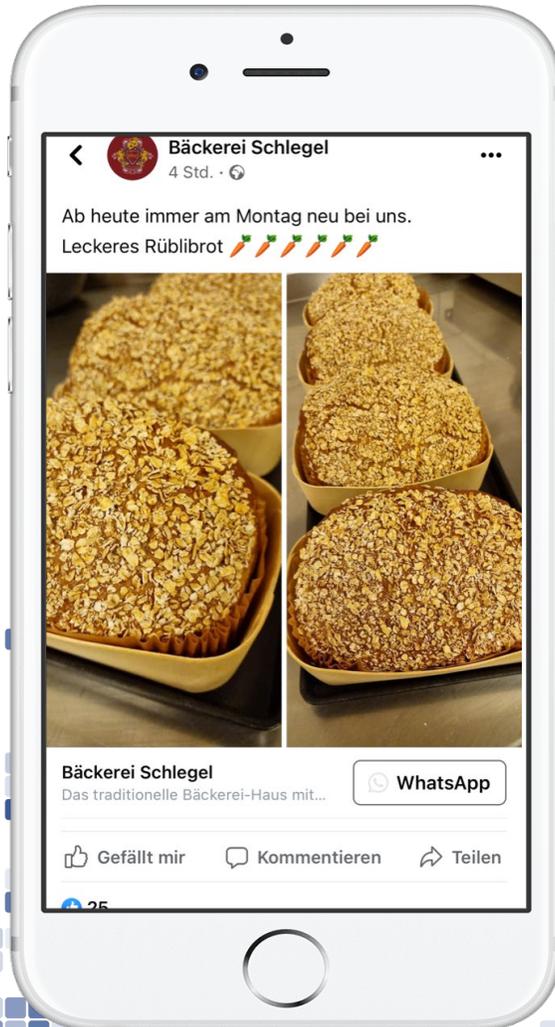
**Wen möchte
ich ansprechen?**

**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.

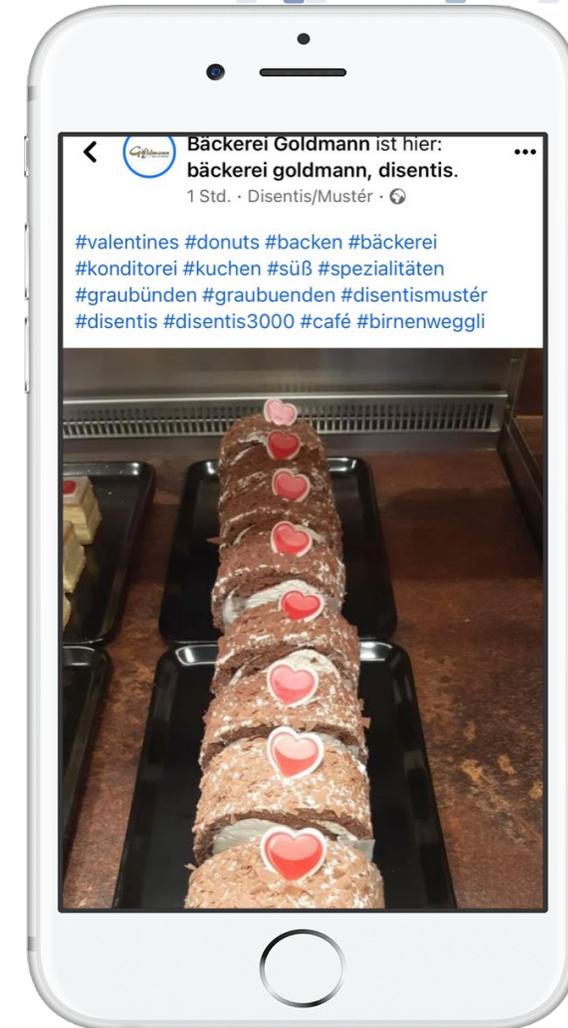


HASHTAG SINNVOLL EINSETZEN



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.



UND JETZT?

D₂ O₁

I₁ T₁

N₁ O₁ W₄



A person with a backpack is standing in a field of tall, golden-brown grass, looking out towards a bright blue sky with scattered white clouds. The person is wearing a light-colored long-sleeved shirt and dark pants. The overall scene is bright and open, suggesting a sense of freedom and possibility.

**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**



**Bei Fragen, Problemen oder
Herausforderungen im
Online-Marketing.
Wir freuen uns auf Euch!**





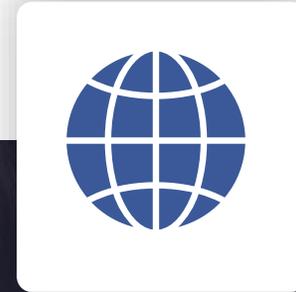
Kapellstrasse 6
8355 Aadorf
Schweiz



+41 52 508 70 10



info@hutter-consult.com



www.hutter-consult.com