



SCHÖN, DASS DU HIER BIST!

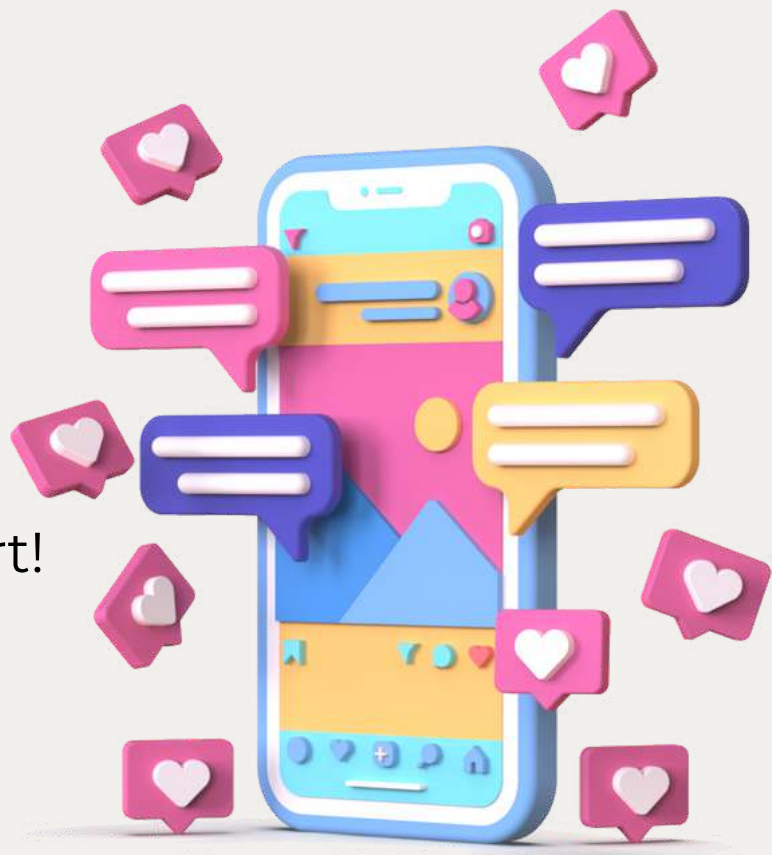
HIER IST DEIN

Social Media

BUZZWORD*-GUIDE

*Schlagwort

Alle Social Media
Begriffe, die du als
Anfänger:in kennen
musst - einfach erklärt!



A/B-Testing

Teste zwei verschiedene Arten von Überschriften, Bildern oder Kampagnen um zu sehen, was besser bei deiner Zielgruppe funktioniert. Viele Social Media Plattformen bieten A/B-Testings an, da musst du gar nicht viel selber machen.

Algorithmus

Es gibt nicht DEN Algorithmus. Jede Social Media Plattform hat ihre eigenen (ja, es sind mehrere pro Plattform) entwickelt. Dabei handelt es sich um Systeme, die dem User relevante Inhalte anzeigen sollen, und ihn möglichst lange auf der Plattform halten sollen.

Bezahlte Reichweite/Posts (paid media)

Um deine Reichweite zu erhöhen, kannst du deine Beiträge auf Social Media durch Bezahlung pushen. Dein Post wird dann aber auch als "bezahlt" oder "Werbung" angezeigt.

Bio(grafie)

Auf vielen Social Media Plattformen, musst du bei der Erstellung deines Profils eine kurze Bio(ografie) verfassen. Diese wird den Leuten angezeigt, die auf dein Profil kommen. Bei Instagram zum Beispiel ist die Biografie neben deinem Profilbild. Du kannst sie nutzen um dich vorzustellen, Keywords verwenden oder Links hinterlegen.

Bug

Als Bugs (=deutsch Käfer) werden auf Social Media kleinere Fehler seitens der Plattform bezeichnet. Wenn Facebook zum Beispiel eine Karusell-Funktion wie bei Instagram integrieren würde, man aber nicht durch das gewohnte swipen zum nächsten Bild kommt, dann ist das ein Bug.

Call to Action

Ein Aufruf an den User, um bestimmte Handlungen durchzuführen, wie z.B. "Jetzt bewerben", "Jetzt kaufen" oder "Folge mir für mehr Informationen".

Chatbot

Chatbots sind auch eine Form von künstlicher Intelligenz. Das geläufigste Beispiel dürfte mittlerweile ChatGPT sein.

Clickbait

Clickbait hat früher zwar einigermaßen gut funktioniert, wird aber heute von den meisten eher gehasst. Clickbait ist, wenn man z. B. einen Youtube Videotitel extra so schreibt, dass Leute draufklicken, das dann aber nicht wirklich vorkommt im Video.

Community Management

Community Management ist wichtig für deinen Social Media Erfolg. Du musst deine Community leiten, sie aktiv miteinbinden, Fragen stellen, auf Feedback reagieren, usw. Social Media funktioniert nur mit einer aktiven Community und dafür musst du Community Management betreiben und ernst nehmen.

Content

Als Content kann alles, was auf Social Media gepostet wird, bezeichnet werden. Jedes Foto, Video und jeder Tweet sind Content. Übersetzen ließe sich dieses Wort mit "Inhalt".

Content Batching

Content zu produzieren kann viel Arbeit und Zeitaufwand sein. Durch Content Batching musst du nicht jedes mal neu überlegen, was du für Content produzieren sollst, sondern machst dir ein System mit wiederkehrenden Formaten und erstellst so mehr Content in weniger Zeit. Mehr darüber erfährst du in meinem Onlinekurs.

Conversion

Eine Conversion beschreibt in der Regel die Umwandlung eines Interessenten in einen Kunden, wenn dieser die vom Werbetreibenden vorgesehene Handlung ausführt, zum Beispiel einen Kauf, eine Registrierung oder einen Klick auf eine Werbeanzeige.

CPC

CPC = Cost per Click. Wenn du bezahlte Werbung für deine Produkte schaltest und den User dabei auf eine Landingpage weiterleitest, wird dir beim CPC angezeigt wie viel dich ein solcher Klick kostet.

CTR

Als Click Through Rate (=CTR) ist eine Kennzahl, mit der das Verhältnis zwischen der Anzahl der Impressions und Anzahl der erfolgten Klicks auf einen Link bezeichnet wird. Je höher die CTR ausfällt, desto mehr User haben auf einen Link geklickt.

Dark Posts

Dark Posts sind jene Beiträge, die als Werbeanzeige erscheinen, aber nicht organisch gefunden werden.

DM

DM = Direct Message. Viele Plattformen haben bereits die Möglichkeit, sich mit anderen Usern im Privatchat via Direct Message auszutauschen. Dies können dann nur die Leute im chat sehen, wie bei Whatsapp.

Evergreen Content

Videos, die nicht aufgrund eines meist sehr kurzweiligen (Audio-) Trends gepostet werden, sondern in dem ein Mehrwert gegeben wird. Für Interessierte bleibt dieses Video aktuell also ein Evergreen, während Trendvideos meist nur ganz kurz gute Reichweiten erzielen können.

Feed

Am einfachsten wird der Begriff Feed am Beispiel Instagram erklärt. Jeder User hat sein eigenes Feed. Wenn man auf ein Profil klickt, werden alle geposteten Sachen des Accounts in Miniaturansicht angezeigt.

FOMO

FOMO = Fear of missing out (deutsch = die Angst, etwas zu verpassen). Indem man FOMO bei Usern erzeugt, kann man sie dazu anregen, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen.

GenZ

Mit GenZ ist die Generation Z gemeint. Die Jahrgänge der GenZ sind ungefähr 1997 bis 2010.

Geotargeting

Geotargeting ist die Ausrichtung von Werbung oder Inhalten auf bestimmte geografische Standorte, um die Zielgruppe genauer anzusprechen und relevantere Informationen bereitzustellen.

GIF

Ein kurzes, tonloses Video, das sich automatisch immer wieder von vorne abspielt.

Hashtags

Hashtags sind Rauten (#), die auf Social Media dazu verwendet werden, Inhalte zu kategorisieren oder einem bestimmten Thema zuzuordnen. Die Posts können dann unter diesen Hashtags wiedergefunden werden.

Hook

Die Aufmerksamkeitsspanne der meisten Menschen ist ziemlich niedrig. Das bedeutet, du musst in den ersten 1-3 Sekunden deines Videos dafür sorgen, dass der User neugierig wird. Dies funktioniert am besten mit einer guten Hook (deutsch = Haken). Eine Hook ist die abgeschwächte Form von Clickbait, mach keine leeren Versprechungen aber versuche den User zu ködern.

Impressionen

Ist eine Kennzahl, die angibt, wie viele User einen Beitrag (Bild, Video, etc.) gesehen haben.

Influencer Marketing

Meist machen Personen mit vielen Followern Werbung für Produkte von Firmen, die sie dafür bezahlen. Influencer müssen dabei aber stets auf ihre Authentizität achten.

Insights

In den Insights der sozialen Medien siehst du die wichtigsten KPIs (Key Performance Indicator = Kennzahlen) und weitere Infos zu deinen Followern wie z. B. Wohnort und Alter.

KI / AI

KI = Künstliche Intelligenz, AI = Artificial Intelligence: ein System, das aufgrund von neuronaler Lerntechnik im Stande ist, sich selbst weiterzubilden. KI wird auch bei uns schon in vielen Bereichen wie Technik, Industrie, Medizin usw. eingesetzt.

Leadmagnet

Ein Leadmagnet ist eine gute Möglichkeit, potentielle Kunden auf dich aufmerksam zu machen und ihr Vertrauen zu gewinnen. Du gibts einen kleinen Teil deines Produkts oder deines Wissens gratis her und bekommst dafür die Email-Adresse oder eine Kontakteigenschaft. Diese kannst du dann für deinen Newsletter etc. verwenden (Achtung: Einverständniserklärung notwendig!) und mit den Personen in Kontakt bleiben.

Leads

Als Leads werden Personen bzw. Kontaktdaten von Personen bezeichnet, die du bereits akquiriert hast und diese in Zukunft evtl. bei dir kaufen.

Lookalike Audience

Das ist ein ziemlich mächtiges Tool wenn du bezahlte Werbung machst. Bei Meta z. B. kannst du mithilfe eines Pixels auf deiner Website tracken, wer diese in den letzten 60 Tagen besucht hat. Danach kannst du den Algorithmus bei deiner Werbeanzeige eine Lookalike Zielgruppe erstellen lassen und die Werbeanzeige an Personen ausspielen, die ähnlich sind, wie die Personen, die deine Website bereits besucht haben.

Meme

Ein Meme ist ein lustiges Bild oder Video. Meist wird es via DM an Freunde geschickt.

Micro Influencer

Manche Brands suchen für die Vermarktung ihrer Produkte auch Influencer mit weniger Reichweite. Diese Personen können mitunter authentischer Wirken und die Kooperation kostet nicht so viel.

Organische Reichweite

Als organische Reichweite wird jene Reichweite bezeichnet, die Posts erzielen, die nicht beworben wurden sondern lediglich vom Algorithmus ausgespielt.

Reels

Reels sind das Pendant zu den bekannten TikToks. Kurzvideos auf einer Plattform, die meist mit dem Handy gefilmt werden und mit Musik oder eigenem Sound hinterlegt werden.

Reichweite

Impressionen geben darüber Auskunft, wie oft ein Beitrag angezeigt wurde (sprich eine Person kann einen Inhalt mehrmals angezeigt bekommen).

Retargeting

Retargeting bedeutet, dass Werbung speziell an Personen ausgespielt wird, die bereits zuvor Interesse an einem Produkt oder einer Website gezeigt haben. Dadurch kann man potenzielle Kunden erneut ansprechen und sie zur Conversion führen, indem ihnen gezielte Anzeigen präsentiert werden, die auf ihr vorheriges Verhalten oder ihre Interessen abgestimmt sind.

SEA

SEA = Search Engine Advertising. Das bedeutet die bezahlte Werbung bei Suchmaschinen wie z. B. Google.

SEO

SEO = Search Engine Optimization. Wenn du deine Website SEO-technisch gut aufbaust, (die Kriterien erfährst du in meinem Onlinekurs) kannst du dafür sorgen, dass Google und andere Suchmaschinen deine Website in den Suchergebnissen und bei gewissen Keywords weiter oben ranken.

Shadow Ban

Bis heute weiß keiner so richtig, ob diese Shadow Bans wirklich existieren. Von einem Shadow Ban spricht man, wenn man das Gefühl hat, dass ein Post viel weniger Leuten angezeigt wird, wie frühere Posts.

Social Listening

Du kannst Social Media auch dazu verwenden, eine Art Marktrecherche zu betreiben. Mache Umfragen und tritt mit deiner Zielgruppe in Kontakt. Höre dabei zu, welche Probleme die Leute in deiner Nische haben und überlege dir dann, wie du ihnen dabei helfen kannst, sie zu lösen.

Social Selling

Beim Social Selling baut man über Social Media (Instagram, LinkedIn, Pinterest etc.) Kontakte und Beziehungen zu potentiellen Kunden auf. Wichtig ist das Teilen relevanter Inhalte und die direkte Interaktion mit Käufern und Kunden.

Storytelling

Storytelling findet besonders in den sozialen Medien hohe Aufmerksamkeit. Nutze Geschichten um Botschaften an deine Follower zu übermitteln. Sie vermitteln Vertrauen und Authentizität und können zudem das Interesse wecken.

Targeting

Wenn du Werbeanzeigen schaltest, kannst du deine Zielgruppe genau bestimmen und dem Algorithmus sagen, wem die Werbeanzeige ausgespielt werden soll. Diesen Vorgang nennt man Targeting.

Traffic

Als Traffic bezeichnet man die Zugriffe von Besuchern auf eine Website.

Trend

Social Media ist besonders schnelllebig und jeden Tag entstehen neue Trends. User auf der ganzen Welt filmen sich dann, wie sie diese Trends z. B. Tänze, Filter ausprobieren, etc. nachmachen. Trends können zu hoher Reichweite verhelfen.

UGC

UGC = User generated Content. Viele Brands setzen seit Kurzem gar nicht mehr auf Influencer sondern arbeiten mit UGC-Creatoren zusammen. Diese bekommen die Produkte zugeschickt und manchmal eine kleine Gage on top und filmen dafür ästhetische Videos und stellen sie der Marke inkl. der Postingrechte zur Verfügung.

Viral

Wenn ein Post viral geht, hat das nichts mit einer Krankheit zu tun, sondern damit, dass ganz viele (neue) Personen erreicht wurden.

Voiceover

Wenn du dich in deinen Videos nicht selbst zeigen möchtest oder es schlichtweg keinen Sinn ergibt, du aber dennoch etwas erklären möchtest, kannst du die Voiceover Funktion verwenden und so eine separate Tonspur zu deinem Video aufnehmen.

Ein Tipp: Vergiss trotz Voiceover nicht auf die Untertitel. Gerade auf Instagram haben viele Leute unterwegs den Ton aus. Zudem machst du deine Posts barrierefrei für Gehörlose.



KONNTE ICH DIR MIT MEINEM GUIDE
WEITERHELFFEN?

WENN DU JETZT BEREIT BIST, DEINE SOCIAL
MEDIA KARRIERE SO RICHTIG ZU STARTEN,
MELDE DICH FÜR MEINEN ONLINEKURS

Social W&A S?!

AN!

Hier erfährst du, wie du
ohne Chaos und möglichst
stressfrei deine Social
Media Präsenz aufbaust.

Tipps & Tricks sowie meine
größten Learnings
inklusive.



Mehr Infos findest du hier:

www.victoriabernatzik.at

LINK INSTA FÜR CONTENTPLANER
PODCAST LINK

Social W&A S?!

AN!

Hier erfährst du, wie du
ohne Chaos und möglichst
stressfrei deine Social
Media Präsenz aufbaust.

Tipps & Tricks sowie meine
größten Learnings
inklusive.



Mehr Infos findest du hier:
www.victoriabernatzik.at