

# ARBEITSBLATT

## Zielgruppe für Social Media definieren

Für einen erfolgreichen Social-Media-Auftritt ist es wichtig, dass Sie wissen, wer Ihre Zielgruppe ist und diese genau kennen. Wie Sie dabei vorgehen, zeigen wir Ihnen hier.

### Darum sollten Sie die Zielgruppen genau in den Blick nehmen:

- Sie erreichen genau die Menschen, die Sie ansprechen wollen.
- Sie erstellen Ihre Inhalte schneller und einfacher.
- Sie arbeiten fokussierter und somit erfolgreicher.
- Sie können Ihre Reichweite gezielt ausbauen.

**Adressieren Sie Ihre Zielgruppe nicht mittels des Gießkannenprinzips. Je spezifischer die Ansprache ist, desto besser.**

### So gehen Sie vor:

#### Schritt 1: Informationen sammeln

Nur, wenn Sie wissen, was Ihre Zielgruppe will und was nicht, können Sie diese passend ansprechen, sodass sie Ihnen auch wirklich zuhört. Ihr erster Schritt heißt also: Informationen zur Zielgruppe sammeln. Tauschen Sie sich mit Mitarbeitenden oder Bekannten aus, die zu ihrer Zielgruppe gehören. Sprechen Sie gemeinsam darüber, welche Kommunikationskanäle sie nutzen und welche Inhalte sie sich auf welchem Kanal gut vorstellen können.

#### Schritt 2: Merkmale definieren


Ordnen Sie die gesammelten Informationen in folgende Kategorien:

1. Demografische Merkmale: Alter, Geschlecht, Familienstand und Wohnort
2. Sozioökonomische Merkmale: Beruf, Bildungsstand, Ausbildung und Einkommen
3. Geografische Merkmale: Region, Ortsgröße
4. Psychographische Merkmale: Werte, Wünsche und Motivation

Sie können sich die Arbeit erleichtern, indem Sie sich eine Person vorstellen, die idealtypisch Ihrer Zielgruppe entspricht. Eine sogenannte Persona gibt Ihrer Zielgruppe ein Gesicht und hilft Ihnen dabei die Zielgruppe richtig zu verstehen. Auch wenn es sich zu Beginn etwas unwirklich anfühlt: Je intensiver Sie sich damit strategisch beschäftigen, desto einfacher und erfolgsversprechender wird zum Beispiel die Erstellung passgenauer Inhalte wie Posts oder Videos für die einzelnen Social-Media-Kanäle im Arbeitsalltag. Sie werden sehen: Die Mühe lohnt sich!

# ARBEITSBLATT ZIELGRUPPE FÜR SOCIAL MEDIA DEFINIEREN

Beschreiben Sie hier Ihre idealtypische Person, die Sie als Zielgruppe in den Blick nehmen:



<b>NAME</b> <hr/>	<b>FAMILIENSTAND</b> <hr/>
<b>ALTER</b> <hr/>	<b>ZIELE</b> <hr/>
<b>WOHNORT</b> <hr/>	<b>INTERESSEN</b> <hr/>
<b>SCHULABSCHLUSS</b> <hr/>	<b>HOBBYS</b> <hr/>

Visualisieren Sie auch gerne diese ausgedachten Personas – entweder als Zeichnung oder suchen Sie im Internet nach passenden Fotos. Hängen Sie Ihre Persona auch gerne an den Schreibtisch, um beim Erstellen der Inhalte immer wieder an sie erinnert zu werden.

### Schritt 3: Probleme erkennen und Lösungen finden

Fragen Sie sich und vor allem die Zielgruppe gezielt: Welche Probleme hat meine Zielgruppe und wie kann ich dazu beitragen, dass diese gelöst wird. Wenn Sie Ihrer Zielgruppe passgenaue Inhalte mit Mehrwert liefern, machen Sie alles richtig.

### Schritt 4: Regelmäßig prüfen

Sammeln Sie systematisch Informationen zu Ihrer Zielgruppe und justieren Sie regelmäßig Ihren Social-Media-Auftritt nach. Fragen Sie beispielsweise Mitarbeitende oder Bekannte aus der Zielgruppe, ob ihnen Ihr Social-Media-Auftritt gefällt oder wo es Verbesserungsvorschläge gibt. Nutzen Sie auf jeden Fall auch die interaktiven Umfragemöglichkeiten auf den jeweiligen Plattformen. So erhalten Sie ein direktes Feedback von den Personen, die Ihrem Kanal folgen.