



SKIVRE Trainingsmodul 6:

Soziale Medien und Kommunikation

Übungen

Autorin:

Karin Drda-Kühn

Einrichtung:

media k GmbH, Deutschland



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023

Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>

Prüfen Sie Ihr Wissen

Übungen

Übung 1: Marktforschung von Klosterprodukten

Recherchieren Sie im Internet, um herauszufinden, ob und wie Klosterprodukte in Ihrem Land hergestellt werden.

Anbieter	Internetadresse	Typ (Portal, Kloster als Einzelhändler, Fachhändler)

Welcher der recherchierten Anbieter nutzt welche sozialen Medien? Kopieren Sie die linke Spalte aus Ihrer Liste oben und fügen Sie die sozialen Medien in eine neue Spalte ein:

Anbieter	Welche sozialen Medien werden genutzt? (Facebook, Twitter, Blog, YouTube usw.)

Erstellen Sie nun eine Top-5-Liste, welche der identifizierten sozialen Medien am häufigsten genutzt werden:

Soziale Medien nach Nutzungshäufigkeit (Facebook, Twitter, Blog, YouTube usw.)	
1 (am häufigsten)	
2	
3	
4	
5 (kaum)	

Bewerten Sie nun die Auftritte in den sozialen Medien: Welche davon sprechen Sie an?

Anbieter	Welche sozialen Medien werden genutzt? (Facebook, Twitter, Blog, YouTube usw.)	Spricht dieses Medium Sie an und warum?

Übung 2: Fragen Sie Ihre Besucher*innen

Entwickeln Sie eine Besucherbefragung, die Auskunft darüber gibt, was die Besucher*innen von Ihren Klosterprodukten erwarten.

Haben Sie jemals daran gedacht Ihre Besucher zu fragen?

- was sie von Ihrem Klosterladen / Ihren Produkten erwarten,
- welche Art von Produkten sie erwarten,
- was sie zum Kaufen motivieren würde,
- was sie als Souvenir mitnehmen oder sofort konsumieren würden,
- welche zusätzlichen Dienstleistungen sie sich wünschen
- etc. ?

Entwickeln Sie eine kleine Besucherumfrage, die nicht länger als eine Seite ist und bitten Sie Kund*innen, diese auszufüllen. Natürlich können Sie eine solche Umfrage auch von Fachleuten entwickeln und auswerten lassen, geeignete Institutionen können Ihnen z.B. Ihre lokalen Tourismusagenturen nennen. Sie sollten sich vor allem dann für eine professionelle Befragung inklusive Auswertung entscheiden, wenn Sie sich langfristig stärker im Verkauf von Klosterprodukten engagieren wollen.

Entwickeln Sie dazu Fragen, wenn möglich im Team. Sie sollten die folgenden Themen berücksichtigen:

- Wie sind Ihre Gäste überhaupt auf Ihr Kloster / Ihren Klosterladen aufmerksam geworden?
- Haben sozialen Medien dabei eine Rolle gespielt, und wenn ja, welche?
- Haben sie sich im Vorfeld oder während ihrer Reise über das Kloster / den Klosterladen informiert?
- Sind sie als Einzelbesucher*in/Paar/Familie/Gruppe gekommen?
- Alter und Geschlecht Ihrer Gäste?
- Wie sind Ihre Gäste zu Ihnen gekommen?
- Woher kamen sie?
- War die Ausschilderung zu Ihrem Klosterladen zufriedenstellend?
- Wie lange haben sie sich im Kloster / Klosterladen aufgehalten?

- Welche Produkte haben sie besonders angesprochen?
- Welche Produkte würden sie gerne kaufen?
- Haben sie während ihres Besuchs ihr Smartphone und soziale Medien genutzt? Wenn ja, welche?
- Haben sie während ihres Aufenthalts Wi-Fi genutzt?
- Waren sie mit dem Wi-Fi-Netzzugang zufrieden?
- Wie zufrieden sind Ihre Gäste insgesamt mit ihrem Klosterbesuch?
- Würden Ihre Gäste gerne in Zukunft mit Ihrem Kloster/Laden in Kontakt bleiben? (z.B. durch Angabe der E-Mail-Adresse)?

Sie werden merken, dass Sie aus den Antworten viele nützliche Informationen ableiten können, um die Nutzung von sozialen Medien und damit Ihr Angebot zu verbessern. Mindestens ebenso wichtig ist es aber, dass alle Mitarbeiter*innen im Klosterladen Kommentare der Besucher*innen notieren, um diese regelmäßig auszuwerten. Ein Notizbuch unter der Theke kann hilfreich sein!

Übung 3: Überprüfen Sie die Anforderungen für die Nutzung von sozialen Medien.

Überprüfen Sie in dieser Übung, ob die notwendigen Voraussetzungen für die Nutzung von sozialen Medien in Ihrem Kloster bereits vorhanden sind.

Ist dieser Ansatz für Ihr Kloster und Verkauf geeignet?

Art	Verfügbar	Nicht verfügbar
Technische Anforderungen		
Gibt es Internet-Zugang?		
Gibt es in ausgewählten Bereichen des Klosters Zugang zu WI-FI?		
Gibt es in allen Bereichen des Klosters Zugang zum WI-FI?		
Ist die Bitrate ungefähr oder höher als 50000?		
Gibt es im Kloster mehrsprachige Informationen (einschließlich Ausschilderungen, Info-Blätter, Audioguides usw.)?		
Bietet das Kloster Ladestationen für Handys und Tablets?		
Einladende Infrastruktur		
Gibt es einen Ort, an dem sich die Besucher*innen ausruhen können, ohne etwas konsumieren zu müssen?		
Gibt es Verpflegungseinrichtungen im Kloster?		
Gibt es weitere touristische Infrastruktur wie Restaurants oder Unterkünfte in der näheren Umgebung?		
Bietet das Kloster Übernachtungsmöglichkeiten an?		
Inspiration für Ihre Kanäle in sozialen Medien		
Bietet das Kloster		
... Führungen?		
... ein kulturelles Programm (Ausstellungen, Konzerte...)?		
... Workshops (kreative Aktivitäten, Aktivitäten für Körper und Seele)?		
... einen Klosterladen?		
...eigene Klosterprodukte?		
...Produkte anderer Kloster?		
... einen Garten?		
... andere attraktive Angebote?		
Voraussetzungen für den Meinungs-austausch über soziale Medien		
Verfügt das Kloster über		
...eine Webseite?		
...einen Blog?		
...einen Facebook-Account?		
...einen Twitter- Account?		
...einen YouTube Kanal?		

...einen Hashtag?		
...eine App?		
Weist das Kloster auf seine sozialen Medienkanäle in der Öffentlichkeit hin (am Eingang, im Klosterladen, an wichtigen Punkten auf dem Klostergelände)?		

Es sollte die Mehrheit der oben genannten Punkte zur Verfügung stehen, um die Nutzung von sozialen Medien zu erleichtern.

Übung 4: Entscheidungsfindung für soziale Medieninstrumente

Überprüfen Sie, welches soziale Medienwerkzeug das Beste für Ihre Klosterprodukte sein könnte.

In Übung 1 haben Sie sich bereits mit vielen verschiedenen Möglichkeiten der sozialen Medien beschäftigt. Sie haben die am häufigsten verwendeten recherchiert und deren Verwendung ausgewertet. Nun gehen Sie den nächsten Schritt und finden Sie heraus, welche Instrumente für Sie am besten geeignet sind – unabhängig, ob Sie gerade erst mit der Nutzung von sozialen Medien beginnen oder bereits damit arbeiten. Versuchen Sie, die Bewertung gemeinsam mit Kolleg*innen durchzuführen.

Definieren Sie zunächst die Faktoren, die für Sie wichtig sind, und setzen Sie Prioritäten:

Am wichtigsten - wichtig - weniger wichtig	Faktoren (Klosterprodukt stammt aus Ihrem Kloster, ... sollte seinen christlichen Ursprung deutlich hervorheben, ... sollte einen spirituellen Wert haben, ... sollte täglich verwendet werden, ... sollte einen hohen Erinnerungswert haben, ... sollte Freude bringen, ... sollte langlebig sein, ... sollte Benutzer*innen inspirieren, ... sollte die Werte Ihres Klosters vermitteln, ... sollte eine soziale Funktion haben ...)

Bitte listen Sie hier die sozialen Medien auf, die Sie besonders ansprechen. Bewerten Sie diese nun danach, ob sie für Ihre Klosterprodukte in der oben genannten Priorisierung geeignet erscheinen.

Soziale Medien (Facebook, Twitter, Blog, YouTube usw.)	Ihre Klosterprodukte	Geeignet / nicht geeignet?	Warum geeignet / warum nicht geeignet?

Sie haben nun eine Auswahl getroffen, die für Ihre Klosterprodukte geeignet ist. Oder Sie haben mit dieser Übung überprüft, ob ein soziales Medium, das Sie bereits nutzen, tatsächlich das "Richtige" für Ihre Klosterprodukte ist. Los geht's: Legen Sie nun die entsprechenden Konten in den ausgewählten sozialen Medien an oder entscheiden Sie, welches dieser Medien Sie in Zukunft nutzen werden!

Identifizieren Sie Ihre wichtigsten Beiträge in sozialen Medien (Bilder, kurze Ankündigungen, Veranstaltungen oder Videos) im Laufe der nächsten drei bis sechs Monate. Seien Sie konkret, wer was, wann und wem präsentiert (denken Sie immer an das Publikum, das Sie ansprechen, d.h. internes Marketing / Beziehungsmanagement mit Ihren Partner*innen und deren Profilen auf sozialen Medien, sowie externes Marketing, d.h. Kommunikation mit Ihren Followern = potenzielle Kund*innen und Besucher*innen).

Übung 5: Bloggen für Werbezwecke

Finden Sie heraus, ob ein Blog ein gutes Werkzeug für Ihr Klosterprodukt sein könnte.

In dieser Übung geht es darum, die richtigen Botschaften für Ihre Klosterprodukte zu finden. Wenn Sie alle Ergebnisse der vorangegangenen Übungen berücksichtigen, sollten Sie mit den Empfehlungen in Kapitel 2.4 Erfolg haben.

Wählen Sie zunächst ein Klosterprodukt aus und überlegen Sie sich die Antworten auf die folgenden Fragen:

Ihr Klosterprodukt: _____

Wer ist die Zielgruppe für dieses Produkt?	
Was ist für diese Zielgruppe im Hinblick auf das oben genannte Produkt wichtig?	
Warum ist es für diese Zielgruppe wichtig?	
Formulieren Sie nun mehrere kurze Beiträge, in denen Sie die oben genannten Inhalte aufgreifen.	
Wenn Sie nun eine Diskussion über diese Beiträge anregen wollen, wie würden Sie sie formulieren? Als Frage, als Bitte?	
Haben Sie Bilder, Videos, Links zu anderen Informationen über die oben formulierten Beiträge?	

Es gibt Werkzeuge zur Überprüfung von Beiträgen in sozialen Medien: über Anbieter wie <https://coschedule.com/social-message-optimizer> können Sie Ihre Botschaften "optimieren" - es ist einen Versuch wert.

Was ist das Ergebnis der Überprüfung?

Diese Übersicht hilft Ihnen bei der Planung Ihrer Aktivitäten in sozialen Medien und stellt sicher, dass Sie präsent sind und wahrgenommen werden.

Übung 7: Wie wäre es mit einem Blog?

Finden Sie heraus, ob ein Blog ein gutes Medium für Ihr Klosterprodukt sein könnte. Recherchieren Sie im Internet, welche Arten von Blogs von Menschen in Klöstern (Mönche, Nonnen, Mitarbeiter*innen) bereits verfügbar sind - und es gibt viele, die Sie inspirieren könnten!

Nehmen Sie sich etwas Zeit und lesen Sie die Blogs. Versuchen Sie, auch einen Blog über Klosterprodukte zu finden – es gibt (noch) nicht viele, weshalb Sie sich hier mit ausgezeichnet positionieren könnten.

Warum finden Sie einen Blog interessant - inspirierend - motivierend?

Name des Blogs	Internet Adresse	Warum gefällt er Ihnen / warum gefällt er Ihnen nicht?

Was macht den Unterschied zwischen einem Blog-Post und einer Internetseite aus?

Erstellen Sie nun eine Liste aus Ihren Erfahrungen: Wie sollte ein guter Blog aussehen, um Interesse zu wecken, zu inspirieren, zu motivieren?

1. XXX
2. XXX
3. XXX
4. XXX
5. ...

Sie sollten nun in der Lage sein, zu entscheiden, ob ein Blog das richtige Instrument für die Vermarktung Ihrer Klosterprodukte ist. Wenn ja, machen Sie den nächsten Schritt:

Schätzen Sie den Arbeitsaufwand für die Formulierung eines Blogs einschließlich der Illustrationen. Bitte gehen Sie davon aus, dass Sie Ihre Blog-Artikel monatlich oder zweimonatlich erstellen sollten.

Gibt es eine Person in Ihrem Team, die/die dies umsetzen kann / will? Wenn ja, ermutigen Sie ihn/sie bitte, dies zu tun!

Übung 8: Checkliste für das Marketing in sozialen Medien

Überprüfen Sie nun, ob und wie Sie auf das Marketing von sozialen Medien vorbereitet sind.

Denken Sie darüber nach: Gibt es Personen in Ihrer Umgebung, die als Influencer für Ihr Klosterprodukt fungieren könnten? Regelmäßige Kund*innen? Journalist*innen, die mehrmals über Ihr Kloster und Ihre Produkte publiziert haben? Politiker*innen, regelmäßige Gäste? Was könnten sie für Ihr Produkt tun?

Person	Was könnten Sie von ihm/ihr erbitten, für Ihre Klosterprodukte zu tun?

Verbringen Sie einige Zeit damit, die Kanäle der wichtigsten Reiseinfluencer (YouTube, Facebook, Blogs usw.) online nach religiösen, kulturellen oder touristischen Themen zu recherchieren. An wen können Sie sich wenden, um Ideen für eine Zusammenarbeit zu sammeln?

Welche anderen Netzwerke stehen zur Verfügung? Initiativen für Tourismus, regionale Entwicklung, Bürgerinitiativen? Gibt es ein gemeinsames Interesse? Wie können Sie sich verbinden?

Initiative	Gemeinsame Intressen?	Wie könnten Sie eine Verbindung herstellen?

Übung 9: Erfolgsmessung für Ihre Aktivitäten in den sozialen Medien

Die verschiedenen Instrumente zur Erfolgsmessung liefern Ihnen Daten und Zahlen - jetzt müssen Sie sie selbst auswerten.

Mit dieser Checkliste können Sie feststellen, ob und wie Sie auf das Marketing in sozialen Medien vorbereitet sind. Vergewissern Sie sich auch hier wieder, was Ihnen für Ihre Klosterprodukte wichtig ist, wie Sie es bereits in den **SKIVRE**-Modulen 1 und 2 definiert haben (z.B. hohe Qualität der Rezepturen, Berücksichtigung des Forschungsstandes, Nachhaltigkeit, Langlebigkeit, attraktive Verpackung, kunststofffreie Verpackung etc.)

	Ja	Nein	Wenn nein, wie wollen Sie es verbessern?
Werfen Sie nun einen kritischen Blick auf Ihre Beiträge in den sozialen Medien der letzten Wochen: Spiegeln sie die oben genannten Merkmale Ihrer Klosterprodukte wider?			
Wenn mehrere Personen in Ihrem Team für soziale Medien arbeiten, haben Sie sich bereits auf Regeln im Team geeinigt (wer macht was, wie oft, welche Themen, welche Art von Inhalten...)?			
Sind Sie mit der Anzahl der Follower, die Sie mit einzelnen Beiträgen erreichen, zufrieden?			
Haben Sie gutes Bild- und Videomaterial oder können Sie es nach Ihren Bedürfnissen produzieren?			

Wählen Sie Ihre Informationen bereits speziell für die verschiedenen Kanäle in sozialen Medien aus?			
Reagieren Sie auf Kommentare in Ihren sozialen Medien innerhalb eines Tages?			

Wenn Sie alle oder fast alle mit "ja" beantwortet haben - herzlichen Glückwunsch!

Wenn nicht, überprüfen Sie, wie Sie sich verbessern können!

Bitte fassen Sie die Resultate der Beobachtung zusammen und werten Sie sie aus. Hier sind ein paar Fragen, die Ihnen helfen sollen:

Finden Sie Parallelen in der Auswertung? (Z.B. werden einige Themen besser akzeptiert als andere? Welche?)

Sehen Sie Unterschiede z.B. in Text, Text-Bild, Text-Video-Beiträgen?

Welche Beiträge wurden geteilt?

Gab es Beiträge, die besonders viele neue Follower zur Folge hatten?

Medium	Auswertung
z.B Facebook	
z.B. Instagram	

Können Sie nach der Auswertung Ihrer Aktivitäten Schlussfolgerungen ziehen? Welche?
