

Pay to PLAY

In den Sozialen Medien gibt es ein bestimmtes ungeschriebenes Gesetz, auf das wir hier eingehen möchten: Wenn du deine Follower und künftige/potenziellen Kunden gezielt erreichen willst, kommst du nicht darum herum, dafür zu bezahlen (Englisch pay). **Pay to PLAY**.

Bis vor ein paar Jahren hat es als Firma (oder Privatperson) gereicht, was Grossartiges, inhaltlich Vielsagendes zu posten. Deine Follower sahen den Beitrag, **likten** und **teilten** ihn, Freundesfreunde wurden darauf aufmerksam deswegen, likten und teilten ebenfalls und so weiter. So sahen immer mehr Menschen einen Beitrag, ohne dass dieser beworben wurde, also gratis. Dies nennt man organische Reichweite.

Das geht heute nicht mehr. Die **rein organische Werbung** funktioniert nur noch bedingt. Man kann zwar mit hochwertigen Inhalten noch Menschen erreichen, doch wegen den vielen Algorithmen, die mit der künstlichen Intelligenz auf den ganzen sozialen Medien herrschen, kann es sogar sein, dass treue Freunde und Follower einen Beitrag nicht mehr von alleine gezeigt bekommen. Im News Feed zeigt es nur noch Beiträge an, die von der KI als «**für dich relevant**» eingestuft wurden. Nicht mal ein Abonnent bleibt vor dieser künstlichen Einstufung verschont!



Geschichte:



- Erst war da nur **Google**. Ziel war es, so viele relevante Links zum Zielpunkt auf der eigenen Webseite zu führen, wie möglich.
- Dann kam Pay per Click (PPC = Kosten pro Klick), wo man sich **gute Positionen** bei der Google Suche erkaufen konnte.
- Nachdem bezahltes Marketing für Webseiten zum Standard wurde, realisierten die Marketing-Verantwortlichen bald, dass sie die Seiten optimieren mussten, um noch Conversions (Kauf, Transaktion, Registrierung, usw.) zu erzielen und erhöhen. Die Webseite musste mit **qualitativ besserem Inhalt** befüllt werden und sich so von Mitbewerbern abheben!
- Dann kam Social Media (in Form der **Facebook-Business-Option**) und durchrüttelte die bisherige Digitale Marketing-Landschaft komplett
- Heute wollen Firmen vor allem **Qualitäts-Leads** (Registrierungen/ Abos, die freiwillig Kundendaten wie E-Mail-Adressen, Telefonnummern oder Ansprechpersonen hinterlassen) erreichen im digitalen Marketing. Darum müssen Strategien Kanalübergreifend geplant und budgetiert werden.

WHAT TO DO?

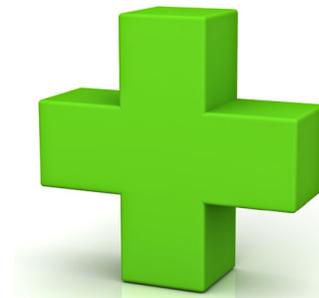
- Zielgruppe kennen
- Sei auf allen Plattformen deiner Zielgruppe sichtbar!
- Kanalübergreifend planen und posten
- Immer einen «Call-to-action» (Reaktionsmöglichkeit) bieten
- Schnelle Reaktionszeit (innerhalb von 24h)
- Biete hochwertigen Content für die organische Werbung, plane jedoch zusätzlich «Paid Advertisement» (bezahlte Werbung), denn das eine funktioniert nicht mehr ohne das andere



An dieser Stelle möchten wir darauf hinweisen, dass es wie bei allen digitalen Werbemaßnahmen kein Geheimrezept oder eine Zauberformel gibt, die immer funktioniert. Leider muss jede Firma für sich herausfinden, welche Beiträge wo am erfolgreichsten sind und die meisten Käufe auslösen.

Wieso braucht es beides, organische & bezahlte Werbung?

- Deine Marke/ Firma wird schneller sichtbar
- Auch der Inhalt deiner Webseite wird sichtbarer
- Organische Keyword-Platzierungen werden schneller erhöht
- SOME Plattformen ziehen viele Follower deiner Zielgruppe an
- Inhalte richten sich gezielt an eine bestimmte Zielgruppe und/oder ein bestimmtes geografisches Gebiet
- Qualitäts-Leads werden schneller erzielt



Kontakt: info@hahn-media.ch oder +41 44 515 90 40