



I'm not robot



Continue

Instagram social media plan template

Die Planung Ihrer Inhalte auf sozialen Medien und die Messung der Wirksamkeit kann Ihren Marketingkampagnen zum Erfolg verhelfen, bei Texten und anderen am Inhalt Beteiligten für stärkeres Verantwortungsbewusstsein sorgen sowie für eine klare Kommunikation zwischen Teams - ganz zu schweigen von der besseren Organisation Ihrer Terminplanung und der Zeitersparnis. Im Folgenden finden Sie eine Sammlung kostenloser Vorlagen für social Media, darunter Vorlagen für Strategie und Planung, Content-Kalender, Influencer-Marketing sowie Vorlagen für Statistiken und Reporting. Alle diese kostenlosen Vorlagen sind im Format Microsoft Excel und lassen sich auf Ihren Bedarf anpassen. Wir zeigen Ihnen außerdem konfigurierbare Vorlagen in Smartsheet, einer Plattform für Arbeitsausführung in Echtzeit, welche Sie befähigt, Ihre Kampagnen in sozialen Medien besser zu planen, zu verwalten und darüber Bericht zu erstatten. Diese Vorlage für eine soziale Medienstrategie dient Ihnen zur Entwicklung einer umfassenden Strategie und Maßnahmenplanung. Umreißen Sie hier Ihre Unternehmensmission, Zielgruppe, Messaging, Hindernisse und Ziele. Schauen Sie sich Ihre Wettbewerber an, um festzustellen, wie Sie sich von diesen abheben. Diese Vorlage hilft Ihnen bei der detaillierten Planung, wie Sie Ihre Ziele auf den einzelnen sozialen Netzwerken erreichen können, sowie bei der Bewertung Ihrer Erfolge mittels der Messung von Metriken. Vorlage für Strategieplanung social Media heruntergeladen Excel Lassen Sie Ihre KPIs in das Reporting über social Media mit visuellen Metriken einfließen.

Hier können Sie Informationen wie die Anzahl der Posts, Zielgruppenengagement pro Post, Retweets, Posts mit der besten Performance und mehr eintragen. Das Sammeln und Tracking dieser Analysedaten in einem einfach lesbaren Bericht gibt Ihnen ein höchst nützliches Instrument für die Kommunikation mit Ihrem Marketingteam oder mit Führungskräften an die Hand. Vorlage für Reporting social Media heruntergeladen Excel Verwenden Sie diese Vorlage für eine spezifische soziale Medienkampagne. Die Vorlage enthält Abschnitte für die Festlegung von Zielen, Kampagnen-Eckdaten, Kanäle und Content-Arten, auf die Sie sich konzentrieren, Influencer im Bereich social Media und andere Möglichkeiten der Zielgruppenansprache, sowie Metriken für das Performance-Tracking. Diese detaillierte Vorlage lässt sich leicht auf Ihre eigenen Kampagnen anpassen. Vorlage für Kampagne social Media heruntergeladen Excel Kenntnis der statistischen Daten Ihrer sozialen Medien kann Ihnen bei Ihrer Strategie helfen und sicherstellen, dass Sie Ihre Ziele erreichen. Mit dieser Vorlage können Sie die Metriken der einzelnen Monate anschauen und mit dem Vormonat und dem Vorjahreszeitraum vergleichen. So erhalten Sie ein klares Bild, welche Elemente Ihrer sozialen Medienplanung erfolgreich sind und wo Sie etwas ändern müssen. Diese Vorlage in Form eines einfachen Tabellenblatts können Sie so modifizieren, dass sie alle Ihre sozialen Medien und jegliche Metriken umfasst, die Sie nachverfolgen möchten. Vorlage für Statistik social Media heruntergeladen Excel Dies ist eine Vorlage für die Planung und das Nachverfolgen Ihres Marketingbudgets für social Media. Ihr Marketingbudget wird als Tabellenblatt und als visuelle Metriken angezeigt. Die Vorlage enthält monatliche und jährliche Gesamtbeträge und gibt Ihnen einen knappen Überblick über die Verteilung Ihres Budgets. Je nach der Größe Ihres Unternehmens und des Umfangs Ihrer sozialen Medienplanung kann Ihr Budget Ausgaben für Personal und Agenturen, Kosten für Content-Erstellung, bezahlte Werbung und mehr enthalten. [asme.viii.div.1.appendix.8.pdf](#) Vorlage für Marketingbudget social Media heruntergeladen Excel Diese Vorlage für einen Redaktionskalender bietet monatliche, vierteljährliche und jährliche Ansichten, so dass Sie damit sowohl eine langfristige Planung für social Media als auch eine detaillierte Monatsplanung erstellen können. [exponential.growth.functions.worksheet](#) Planen Sie Ihre Aktivitäten auf sozialen Medien auf der Grundlage von Veranstaltungen, Produkteinführungen und Feiertagen. In den Tabellenblättern für jeden Monat des Jahres können Sie Projekte zuweisen, Termine festlegen, Informationen über die Zielgruppe eintragen, SEO-Daten auflisten und Metriken nachverfolgen. Vorlage für Excel Redaktionskalender heruntergeladen Diese Vorlage bietet Ihnen einen Jahreskalender und einen Kalender für die Content-Planung in einem. Die Vorlage enthält überdies Abschnitte für das Sammeln von Content-Ideen und ein Archiv früherer erfolgreicher Posts. Sie können diese Vorlage für eine jährliche Übersicht über Ihre Marketingkampagnen verwenden. [perdida.de.carga.en.conductos.flexibles](#) Auf diese Weise integrieren Sie Ihre Planung für social Media mit Ihren anderen Marketingaktivitäten. Vorlage für Content-Jahreskalender heruntergeladen Ähnlich wie der Content-Jahreskalender oben ist diese Vorlage für Ihre Blogging-Aktivitäten nützlich für die Planung, Nachverfolgung und das Brainstorming. Sie umfasst eine Jahresübersicht, eine detaillierte monatliche Terminplanung, ein Archiv für Blogposts und einen Abschnitt zur Ideensammlung. Diese Vorlage lässt sich als eigenständiger Kalender für die Blog-Planung verwenden oder so modifizieren, dass auch die Planung für andere social Media erfasst wird. Vorlage für Blogging-Kalender heruntergeladen Mit dieser Vorlage können Sie wichtige Influencer (auch Meinungsmacher genannt) identifizieren und nachverfolgen, um auf diese Weise eine Beziehung diesen zu entwickeln. Das so genannte Influencer-Tracking kann Ihnen helfen, eine breitere Zielgruppe zu erreichen, indem Sie z.B. mit einem Blogger zusammenarbeiten, der viele loyale Followers hat. Die Vorlage hilft Ihnen auch, potenzielle Influencer im Auge zu behalten, um festzustellen, ob Sie zu Ihrer Marke und zu Ihren Zielen passen. Das Führen einer solchen Liste kann sich auch als wertvoll für zukünftige Zielgruppenansprache erweisen. Es ist jedoch wichtig, dass Sie zunächst eine Beziehung zu Meinungsmachern aufbauen, bevor Sie versuchen, sie für eine bestimmte Marketingkampagne einzuspannen. Vorlage für Influencer-Marketing heruntergeladen Verwenden Sie diese Vorlage, um die Ergebnisse von Inhaltsanalysen oder Engagement zu dokumentieren, welche sich auf Ihr Unternehmen oder Ihre Themen beziehen. Indem Sie die Aktivitäten in Ihren sozialen Netzwerken aufmerksam beobachten, erfahren Sie auch mehr über Ihre Zielgruppen: welche Art von Inhalten sie teilen, welche Inhalte das meiste Feedback bringen, wann Posts geteilt werden und schließlich wer die Influencer und Wettbewerber in Ihrem Bereich sind. Vorlage für Social Listening heruntergeladen Diese Vorlage hilft Ihnen bei der Analyse Ihrer Social Media Postings, um genau herauszufinden, was funktioniert und was nicht. Nachdem Sie sämtliche Daten eingegeben haben - bei manchen sozialen Netzwerken gibt es auch die Möglichkeit, diese Daten zu exportieren, was den Prozess beschleunigt - lassen sich die Spalten des Tabellenblatts filtern, so dass Sie Ihre Posts anhand verschiedener Metriken analysieren können. Wenn Sie ein besseres Gefühl dafür bekommen, warum bestimmte Posts erfolgreicher sind als andere, hilft Ihnen das, Ihren Content auf die verschiedenen sozialen Medien anzupassen. Vorlage für Wirksamkeits-Tracker social Media heruntergeladen Erstellen Sie einen Kalender für social Media, der alle Netzwerke umfasst, und tragen Sie dort die Uhrzeit der geplanten Postings ein. Das einfache Layout dieser Vorlage gibt Ihnen einen Überblick über den gesamten Tag, aber es gibt dort auch Platz für Überschriften, Art des Content, Links und Zielgruppenengagement.

Sie können den Kalender um spontane Inhalte ergänzen, die Sie während des Tages posten, und damit genau über Ihre Posts Buch führen. Vorlage für Kalender social Media heruntergeladen Excel Setzen Sie Ihre Strategie mithilfe eines Redaktionskalenders in konkrete Terminplanung um. Dieser kann Ihre Ziele für die verschiedenen Kanäle enthalten, wie oft Sie posten und zu welchen Zeiten, welche Arten von Inhalten Sie teilen, sowie Messaging und Metriken.

M	T	W	T	F
1 Establish your goals for social	2 Define your success metrics	3 List out your challenges	4 Brainstorm solutions	5 Analyze the competition
6 Determine your strengths and weakness	7 Audit your content	8 Create a list of relevant keywords	9 Determine your brand voice	10 Optimize your social profiles
11 Develop your buyer persona	12 Listen to your audience	13 Research industry topics and trends	14 Connect with other departments	15 Choose your content types
16 Develop a posting schedule	17 Brainstorm content ideas	18 Gather resources	19 Create your content	20 Optimize your content
21 Create a call to action	22 Connect to more resources	23 Amplify your efforts	24 Put paid behind your best content	25 Engage with your audience
26 Track your content	27 Compare your results to goals	28 Report out	29 Revisit and adjust your strategy	30 Celebrate your transformation

Dies im Voraus zu planen hilft Ihnen bei der übersichtlichen netzwerkübergreifenden Terminplanung Ihrer Werbeaktivitäten. Das Nachverfolgen des Zielgruppenengagements gibt Ihnen eine Vorstellung davon, was die besten Wochentage und Uhrzeiten für Postings an Ihre spezifische Zielgruppe sind.

Mit einem Kalender behalten Sie zwar den Überblick über Termine, aber Sie sollten sich stets die Option offenhalten, spontan etwas zu posten, wenn sich eine gute Gelegenheit bietet, z.B. wenn es relevante Neuigkeiten gibt, Sie einen Kommentar abgeben oder Sie etwas retweeten möchten. Sie können den Kalender auch nutzen, um ein Archiv ihres erfolgreichsten Content anzulegen und, falls es ein Dauerbrenner ist, eventuell zu einem späteren Zeitpunkt erneut verwenden. Im Folgenden finden Sie Tipps für die Content-Planung auf den einzelnen sozialen Netzwerken: Twitter - Verwenden Sie Twitter für Business-Tipps und um sich als Experte zu etablieren. Weil die Tweets auf 140 Zeichen beschränkt sind, ist Twitter perfekt, um im Laufe eines Tages kurze News-Updates in Umlauf zu bringen (oder erneut in Umlauf zu bringen). Sie können jedoch nicht nur Text posten. Versuchen Sie auch, Bilder zu tweeten, die Aufmerksamkeit erregen und zu Retweets inspirieren. Setzen Sie sich mehrere Tweets täglich zum Ziel. Am frühen Nachmittag nach der Mittagspause oder am frühen Abend, wenn Leute auf dem Nachhauseweg sind, können Sie mehr Twitter-Nutzer erreichen. Facebook - Halten Sie Ihre Facebook-Posts kurz und unterhaltsam, um Ihre Zielgruppe zum Teilen zu inspirieren und zu engagieren. Verwenden Sie Bilder und Videos, um Aufmerksamkeit zu erregen und Ihrer Online-Präsenz Charakter zu verleihen. [7th class maths book pdf state board](#) Facebook eignet sich sehr gut, um ein großes Publikum zu erreichen, aber der Fokus ist eher auf Community ausgerichtet und weniger auf Unternehmensblicke. Es wird empfohlen, einmal täglich auf Facebook zu posten, und zwar an mehreren Tagen in der Woche. LinkedIn - Verwenden Sie LinkedIn, um Branchennachrichten weiterzugeben und ein Netzwerk beruflicher Kontakte aufzubauen. Es ist sinnvoll, hier hilfreiche Artikel zu teilen und nicht lediglich Texte, die Werbung für Ihr Unternehmen machen. Dennoch ist es wichtig, dass Ihre Inhalte Bilder und Videos enthalten. Da sich LinkedIn an Berufstätige richtet, erzielen Sie bessere Ergebnisse, wenn Sie an Wochentagen morgens oder abends posten. Pinterest - Bei Pinterest dreht sich alles ums Visuelle. Die Mehrzahl der Pinterest-Nutzer sind weiblich und die Inhalte sind oftmals aufs Selbermachen ausgerichtet.

“link in bio” page strategy + layout

use the link in bio page to outline content you want to keep at their fingertips

• follow the guide to create a strategy for your page

• use the template to plug in your information and bring your page to life

• increase your conversions with strategic calls-to-action

PonderTrail.com

Wenn dies nicht Ihre Zielgruppe ist oder Ihre Unternehmensbotschaften sich nicht als aussagekräftiger visueller Content präsentieren lassen, ist Pinterest möglicherweise kein geeigneter Kanal für Sie. Die beste Zeit für Postings ist in der Regel am Wochenende. Google+ - In Ihrem öffentlichen Kreis auf Google+ können Sie ähnlich wie bei LinkedIn Unternehmensinformationen teilen, so z.B. Schulungsvideos oder informative Blogposts.

Sinnvoll ist ein Beitrag täglich, an mehreren Tagen der Arbeitswoche und zwischen dem späten Vormittag und frühen Nachmittag. Instagram - Instagram, ein Netzwerk zum Teilen von visuellem Content, ist eine mobile App, auf die Nutzer in der Regel mehrfach täglich zugreifen. 54306162772.pdf Der frühe Morgen ist am besten geeignet, um eine möglichst große Zielgruppe zu erreichen. Denken Sie darüber nach, wie Sie ihr visuelles Marketing maximieren können, wie z.B. durch Werbegeschenke, mit denen Sie Nutzer zum Reposting Ihres Content inspirieren. Nachdem Sie Ihren Posting-Kalender für alle Netzwerke festgelegt haben, bleiben Sie durchgehend dran an den Informationen und tracken Sie die Analysen, bis Sie wissen, wann Sie Ihre Zielgruppe am besten erreichen. Bevor Sie in die komplexe Welt der sozialen Medien eintauchen, brauchen Sie eine solide Strategie, um sicherzustellen, dass Sie Ihre Zeit sinnvoll verwenden und Sie effektiv auf sozialen Medien präsent sind. Die Erstellung einer Strategie für social Media gibt Ihnen einen klaren Handlungsplan mit Zielen, die mit Ihren Unternehmenszielen im Einklang stehen. Indem Sie messbare Ziele festlegen, definieren Sie klare Taktiken für Ihre soziale Medienplanung und können Fortschritte anhand der Evaluierung von Metriken nachverfolgen. Wie bei jeder Marketingplanung müssen Sie Ihre Zielgruppe identifizieren. Zu ihr können bestehende und potenzielle Kunden gehören. primary interview questions and answers Die Kenntnis Ihrer Zielgruppe hilft Ihnen bei der Auswahl der sozialen Medien und Inhalte, die am besten zu Ihrem Unternehmen passen. Sie bekommen auch ein Gefühl für Ihre Zielgruppe, wenn Sie eruieren, welches Ihrer Profile auf sozialen Medien den meisten Traffic bekommt.

Wenn Ihre Zielgruppe verschiedene Segmente umfasst, kann es nützlich sein, auf einigen sozialen Netzwerken mehrere Profile zu haben. Das hängt davon ab, was für ein Unternehmen und welche Produkte oder Dienstleistungen Sie bewerben.

Machen Sie sich kundig über die Richtlinien der verschiedenen Netzwerke und finden Sie heraus, ob bestimmte Einschränkungen oder Anforderungen bestehen. Die Analyse der Präsenz Ihrer Wettbewerber auf sozialen Medien kann Ihnen ebenfalls wichtige Informationen für Ihre Strategie liefern. Stellen Sie fest, wie viele Followers Ihre Wettbewerber auf den verschiedenen sozialen Netzwerken haben, um eine Vorstellung davon zu bekommen, wo Ihre Zielgruppe am aktivsten ist. Sie können dort auch sehen, welches Feedback Ihre Wettbewerber auf welche Arten von Inhalten bekommen, um festzustellen, welche Taktiken möglicherweise den meisten Erfolg bringen. Nachdem Sie die Zielgruppe und die passenden Netzwerke identifiziert haben, stellt sich die Frage, was Sie teilen wollen. Sie müssen also Ihre Schlüsselbotschaften bestimmen, die sowohl zu Ihrer Marke passen und Sie vom Wettbewerb abheben. Berücksichtigen Sie die Art Ihrer Botschaften, wenn Sie auf sozialen Medien Ihre Profile erstellen, damit diese wirklich Ihre Marke widerspiegeln. fikubijozo.pdf Stellen Sie auch sicher, dass die Profilbilder die richtige Größe für das jeweilige Netzwerk besitzen. Profilbilder geben Kunden einen ersten Eindruck Ihres Unternehmens und sollten mit Ihrem Markenbild übereinstimmen. Nachdem Sie Ihre Markenbotschaften festgelegt haben, können Sie sich konkret auf die Planung der detaillierten Inhalte konzentrieren. Dies können Kampagnen zu Produkteinführungen oder Veranstaltungen sein, aber denken Sie daran, dass niemand gern mit Werbeinhalten überschüttet wird. Stellen Sie daher sicher, dass Sie Ihrer Zielgruppe wertvolle Inhalte bieten und Werbeinhalte und andere Inhalte in ausgewogenem Verhältnis zueinander stehen. airtel thanks apk free download.pdf Deswegen sollten Sie eine Mischung von Inhalten posten, darunter Bilder und Videos, und in regelmäßigen Abständen posten. Das Schlüsselwort bei sozialen Medien ist “sozial”. Schaffen Sie daher eine engagierte Präsenz, indem Sie Konversationen inspirieren, auf Kommentare antworten und qualitativ hochwertigen Kundendienst bieten. Wenn das alles nach viel Aufwand klingt, denken Sie daran, dass Sie nicht nur originalen Content teilen müssen.

Sie können andere Inhalte von Dritten teilen, wenn diese zu Ihren Markenbotschaften und Themen passen. Erstellen Sie ein Verzeichnis dieser Drittinhalte, aus denen Sie dann nach Bedarf auswählen können. Außerdem können Sie den gleichen Content auf verschiedenen Netzwerken teilen. Vermeiden Sie dabei jedoch zu viele Wiederholungen, indem Sie den Inhalt jeweils leicht verändern. Denken Sie daran, das Sie eine Mischung aus Content bieten wollen, sowohl was die Formate als auch was die Botschaften anbelangt. Die einzelnen Posts haben verschiedene Ziele - manche sollen zu Sales-Leads führen, andere sollen dagegen Traffic auf Ihren Blog lenken. Ein Veröffentlichungskalender hilft Ihnen sicherzustellen, dass Sie netzwerkübergreifend eine ausgewogenen Content-Mischung haben. vokoxuajavalegifewuj.pdf

Die besten Marketingteams wissen, wie wichtig effektives Kampagnenmanagement, einheitliche kreative Arbeitsabläufe und leistungsfähige Veranstaltungslogistik sind. Smartsheet hilft Ihnen bei allen drei, damit Sie effektiver sind und mehr erreichen können. Mit der Plattform von Smartsheet ist es einfach, Arbeiten von überall zu planen, zu erfassen, zu verwalten und darüber zu berichten.

So helfen Sie Ihrem Team, effektiver zu sein und mehr zu schaffen. Sie können über die Schlüsselmetriken Bericht erstatten und erhalten Echtzeit-Einblicke in laufende Arbeiten durch Rollup-Berichte, Dashboards und automatisierte Workflows, mit denen Ihr Team stets miteinander verbunden und informiert ist. Es ist erstaunlich, wie viel mehr Teams in der gleichen Zeit erledigen können, wenn sie ein klares Bild von der geleisteten Arbeit haben. Testen Sie Smartsheet gleich heute kostenlos. What Are Content Calendars? Content calendars are strategic resources used by marketing teams to plan, track, and share content marketing activity. The calendar format gives a visual look at content and campaign launch dates. As compared to a simple list of content, a calendar view offers better visibility into the specific pieces of content, when they are published, and who is responsible for what pieces of content. 33335630532.pdf What Is Evergreen Content? Evergreen content is a type of content that is always considered relevant, never becomes dated, and reports on topics that are of importance to an audience. Named after the evergreen tree, which retains its green leaves all year long, evergreen content never loses its significance. Smartsheet kostenlos testen Get a Free Smartsheet Demo