



CHECKLISTE

SOCIAL MEDIA MARKETING -

SO GEHEN SIE

STRATEGISCH VOR.



Social Media ist ein wichtiger Kanal, um Gäste anzusprechen, Buchungen zu steigern und die eigene Marke zu stärken. Diese Checkliste hilft Ihnen, Ihre Social-Media-Strategie gezielt zu optimieren und erfolgreich umzusetzen.

WAS IST ZU TUN?



Ziele definieren

Legen Sie klare Ziele fest und kommunizieren Sie diese im Team. Mögliche Ziele sind eine größere Reichweite, eine Steigerung der Buchungen, eine stärkere Gästebindung oder die Gewinnung neuer Mitarbeitender. Die Messbarkeit dieser Ziele ist wichtig für die Erfolgskontrolle.

Zielgruppen festlegen

Definieren Sie für eine gezielte Ansprache die idealen Gäste. Je nach Angebot können Sie als Zielgruppen beispielsweise Geschäftsreisende, Familien, Paare, Haustierbesitzer, Skifahrer oder Surfer ansprechen. Hier kann die Methode der Persona-Entwicklung hilfreich sein.

Plattformen definieren

Die Wahl der Plattform hängt von der Zielgruppe ab und jede Plattform bietet verschiedene Möglichkeiten. Instagram und TikTok eignen sich für visuelle Inhalte, Facebook für Events, LinkedIn für Fachkräfte und YouTube für ausführliche Einblicke.

Ressourcen & Organisation

Ein klares Konzept für die Verantwortlichkeiten im Unternehmen ist essenziell. Entscheiden Sie, wer sich um Social Media kümmert, welches Budget für Werbung und Tools zur Verfügung steht und ob externe Unterstützung benötigt wird.

Content-Strategie

Passen Sie den Content den Interessen der Zielgruppe an. Wählen Sie passende Formate aus und veröffentlichen Sie regelmäßig Inhalte. Saisonale Highlights, regionale Erlebnisse und besondere Angebote schaffen Mehrwert. Die Anpassung an neue Trends und Formate erhöht die Sichtbarkeit.

Gestaltung & Markenidentität

Ein einheitliches Design sorgt für Wiedererkennung. Farben, Schriftarten und Vorlagen für Beiträge und Storys sollten zur Marke passen. Gestalten Sie Bilder und Videos emotional ansprechend, um die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Community Management

Beantworten Sie Kommentare und Nachrichten zeitnah und im passenden Tonfall. Ein Konzept für den Umgang mit negativem Feedback hilft dabei, professionell zu reagieren und das Image des Unternehmens zu schützen.

Werbekampagnen

Bezahlte Werbung kann helfen, die gesetzten Ziele schneller zu erreichen. Entwickeln Sie dafür eine Strategie, die Zielgruppen, Budget und Kampagnenbetreuung umfasst.

Erfolgskontrolle & Optimierung

Um Social-Media-Aktivitäten gezielt zu verbessern, werten Sie relevante Kennzahlen (KPIs) regelmäßig aus. Analysieren Sie die Reichweite, Interaktionen und Konversionsraten, um Maßnahmen gezielt anzupassen.



GUT ZU WISSEN

- ✓ **Rechtliche Vorgaben:** Beachten Sie Impressumspflicht, Datenschutz (DSGVO) und Urheberrechte. Insbesondere bei Bildern und Musik in Videos ist eine rechtliche Prüfung wichtig.
- ✓ **Die digitale Welt verändert sich ständig.** Beobachten und testen Sie regelmäßig neue Plattformen, Trends und Formate. Tauschen Sie sich mit anderen Tourismusbetrieben sowie in Weiterbildungen aus, um Ihr Wissen aktuell zu halten.



Nutzen Sie weitere kostenfreie Angebote auf
www.digitalzentrum-tourismus.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital

Impressum

Verleger: Der Mittelstand. BMW e. V., Bundeszentrale | Potsdamer Straße 7 | 10785 Berlin Telefon: +49 30 533206-0 | E-Mail: info@bvmw.de | Vertreten durch den Vorsitzenden der Bundesgeschäftsführung i.S.v. §26 BGB: Senator a. D. Christoph Ahlhaus | Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz | USt.-ID-Nr. DE 230883382 Stand: April 2025

Autor: Daniel Timmermann, bits&likes; Redaktion: Ann Kathrin Kleist, BMW Titelmotiv: Kiattisak – stock.adobe.com