



*FRAU
TALECKER
ERKLÄRT*

Public Relations
Social Media Marketing

Folge 8:
Persönlichkeit ist Kapital



HI,

ICH BIN JOHANNA,

INSTAGRAM STRATEGIN
UND
KOMMUNIKATIONSEXPERTIN!

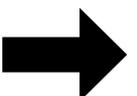
Ich freue mich, dass Du Dich für diesen Artikel interessierst!

Mehr zu meinen Instagram Coachingprogrammen findest Du hier:

Mein 1-wöchiges Programm "Athena":
www.talecker.com/athena

Mein 8-wöchiges Programm "IG Olymp":
www.talecker.com/ig-olymp

Hier geht's zur Zusammenfassung meiner 8. Podcast Folge
"Persönlichkeit ist Kapital"



Persönlichkeit ist Kapital

Persönliches, Privates und Erfolg auf Social Media

Wie viel Persönlichkeit ein Instagram Account wirklich braucht, wenn er das eigene Unternehmen voranbringen soll.



Die Grenze zwischen “persönlich” und “privat”

Unlängst erreichte mich die Frage einer Followerin und Podcast Hörerin: Was ist eigentlich “persönlich” und was “privat” im Social Media Marketing? Wie viel persönlichen und privaten Inhalt braucht es neben professionellem Content auf Instagram, um Erfolge verbuchen zu können? Wo verlaufen die Grenzen zwischen persönlich und privat - falls es sie überhaupt gibt?

Wichtige Fragen, die sich viele Selbständige bezüglich ihrem online Auftritt stellen. Denn niemand möchte zu viel preisgeben und damit womöglich den eigenen Markenauftritt gefährden. Andererseits: Es sind oft ungewöhnliche Charaktere, die uns begeistern. Zu glatt geschliffene Persönlichkeiten langweilen uns nicht nur in den Klatschzeitschriften.

Wo wir die Grenze zwischen persönlich und privat ziehen, will also wohl überlegt sein. Grob gesagt: Persönlich heißt charakteristisch. Privat bedeutet nur einen selbst etwas angehend.

Persönlichkeit einzubringen inkludiert Werte zu besprechen, die man hat. Vielleicht auch auf gesellschaftlich relevante Themen hinzuweisen. Wer sich nicht verstellt, ab und an Themen abseits vom Business streift und dabei seine Werte durchklingen lässt, wird meiner Meinung nach automatisch persönlich.

Privat zu werden hingegen geht einen Schritt weiter. Privat wird nur, wer die aktive Entscheidung trifft, intime Details aus seinem Leben zu teilen. Intim wie: Religion, Politik, Sexualität und co.

Was es wirklich braucht - und was nicht



Wir leben in einer Zeit des Marketings, in der man davon ausgeht, dass man es sowieso nur noch auf Grund seiner Persönlichkeit schafft, sich von anderen Anbieter*innen abzuheben. Denn von den meisten Dienstleistungen und Produkten gibt es ein Überangebot - das wissen alle, die in der Großstadt wohnen und schon mal nach einem italienischen Restaurant vor Ort gegoogelt haben.

Persönlichkeit in das eigene Social Media Marketing einzubringen ist also essenziell. Privates auf der anderen Seite braucht es nicht, um erfolgreich auf Social Media zu agieren.

Dienstleistungen vs. Produkte

Gerade wer eine Dienstleistung anbietet, möchte und muss als Expert*in wahrgenommen werden. Hier kann es nachteilig sein, zu viele private Themen in das eigene Marketing zu mischen. Es besteht dann nämlich die Gefahr, dass diese privaten Themen zu sehr "ablenken".

Für Dienstleister*innen ist es empfehlenswert auf Instagram hauptsächlich die Story Funktion zu nutzen, um Persönlichkeit zu zeigen. In Feed Posts, die dauerhaft bleiben, sollte der Fokus klar auf der Demonstration der eigenen Expertise liegen.

Wer online Produkte anbietet, darf noch mehr Persönlichkeit in den Social Media Auftritt einbringen. Die Persönlichkeit einer Marke sollte überall zu spüren sein. Denn: Wer nur das Produkt will, kann es im Laden oder online kaufen. Wer aber einem Produktaccount folgt, interessiert sich für den Blick hinter die Kulissen. Die Person möchte wissen: Wenn das Unternehmen ein Mensch wäre: würde ich ihn sympathisch finden?

Ein Produktfoto für sich allein ist in den meisten Fällen weder sonderlich emotional noch aufmerksamkeitsfördernd. Vielleicht steht aber in der Bildunterschrift dazu ein lustiger Satz, der exakt den Humor der Zielgruppe trifft. Alternativ könnte das Produkt von Influencer*innen oder Brand Ambassadors getestet oder präsentiert werden - und so eine Persönlichkeit eingehaucht bekommen, die es von anderen Produkten unterscheidet.

Individueller Ansatz: Online vs. Offline Auftritt

Egal, wie viel man selbst bereit ist zu teilen, empfehle ich: Die Art und Weise, wie man online auftritt, sollte zu der Art und Weise passen, wie man offline auftritt.

Es wäre beispielsweise nur konsequent, dass eine stark extrovertierte Person auch in den sozialen Netzwerken mehr von sich preisgibt als eine introvertierte Person. Hier gibt es kein richtig oder falsch. Aber: Die online und offline Präsenz sollten ein kohärentes Gesamtbild ergeben.

Ziel von Social Media



Wie viel Persönlichkeit in das eigene Social Media Marketing eingebracht werden sollte, hängt auch damit zusammen, ob bereits eine starke offline Präsenz etabliert werden konnte.

- **Starke offline Präsenz vorhanden:**

Hier wird Social Media eher genutzt, um mit Kund*innen in Kontakt zu bleiben. Die Person hinter dem Account hat sich bereits ein Image erarbeitet. Hier müssen also in Relation viel weniger Reize gesetzt werden, um einen bestimmten Eindruck aufrecht zu erhalten.

- **Keine starke offline Präsenz vorhanden:**

Hier wird Social Media verwendet, um sich eine Marke aufzubauen und Kund*innen zu gewinnen. Allerdings kennen die Follower die Person hinter dem Account noch gar nicht. Wahrscheinlich werden sie sie auch nur kennenlernen, wenn sie eine Leistung bei ihr buchen. Hier bedarf es also viel mehr Vorarbeit, um Vertrauen zu einer Community aufzubauen, die zum Großteil aus Fremden besteht. Stories und Videos sind hier perfekte Werkzeuge.

Fazit

Persönlichkeit auf Social Media: Ja bitte, unbedingt!

Privates auf Social Media: Möglich, aber nicht notwendig.

Wie so oft macht die Dosis das Gift. Wer eine Dienstleistung anbietet, sollte in erster Linie Dominanz in seinem oder ihrem Fach ausstrahlen und dann an zweiter Stelle die Persönlichkeit einfließen lassen. Wer Produkte anbietet, darf ruhig mit Persönlichkeit kleckern: Schließlich lieben wir Marken selten aus objektiven Gründen sondern für die Gefühle, die sie in uns auslösen.



Möchtest Du Dir diese Podcast Folge noch einmal anhören?

*Du findest meinen Podcast
"Frau Talecker erklärt"
auf Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts
und co!
Über eine positive Bewertung
oder ein Abo würde ich mich sehr freuen,
wenn Dir mein Podcast gefällt!*

