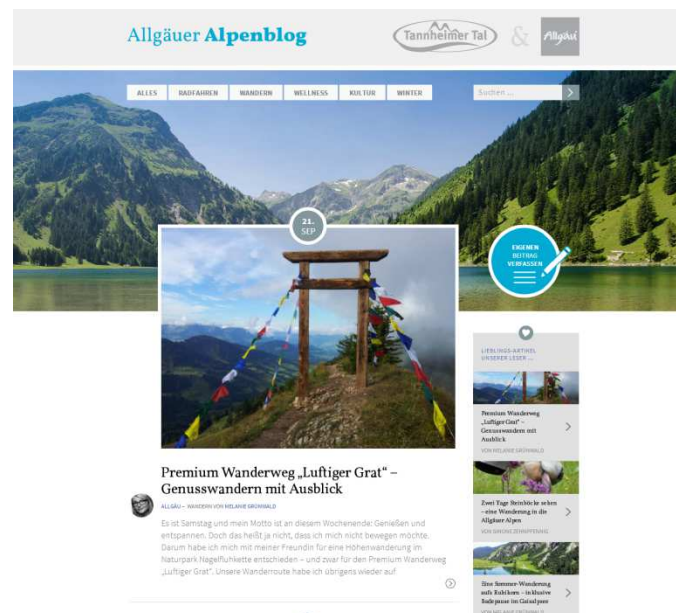


Allgäuer Alpenblog - Grundlagen zum Geschichten schreiben



Allgäuer Alpenblog – Grundlagen zum Geschichten schreiben

1. 5 Grundregeln zur sicheren Kommunikation im Social Web
2. Klarer Zeit- und Themenplan
3. Der Allgäuer Alpenblog als Kern der Social Media Strategie
4. Was bringen Ihnen diese Blogs?
5. Storytelling – Erzählen Sie Ihre Geschichte

5 Grundregeln zur sicheren Kommunikation im Social Web

5 Grundregeln zur sicheren Kommunikation im Social Web

1. Interaktion
2. Aufmerksamkeit
3. Mehrwert
4. Vernetzung
5. Klarheit

1. Grundregel: Interaktion

- Fördern Sie aktiv den Austausch mit den Usern – regen Sie zu Posts und Kommentaren an!
- Kommunizieren Sie positives Feedback - gehen Sie gekonnt mit Negativem um!
- Versuchen Sie nicht nur zu verkaufen, interagieren Sie!
- Das Social Web ist sozial – scheuen Sie sich nicht, fremde Personen direkt anzusprechen!
- Löschen Sie keine kritischen Kommentare – sehen Sie sie als Chance Ihre Kompetenz und Bereitschaft zur Problemlösung zu zeigen!

2. Grundregel: Aufmerksamkeit

- Gehen Sie auf ihre Kunden ein – ignorieren Sie auf keinen Fall Anfragen oder Kommentare!
- Hören Sie zu – auch im Social Web ist der Kunde König!
- Das Social Web gibt jedem eine Stimme, behandeln Sie jeden Beitrag mit dem nötigen Respekt!

3. Grundregel: Mehrwert

- Reine Information findet der Kunde auf Ihrer Homepage, im Social Web können Sie Geheimtipps und persönliche Meinungen weitergeben!
- Kennzeichnen Sie persönliche Empfehlungen als solche – der Mensch im Hintergrund zählt, nicht die Organisation!
- Social Web ist Kommunikation in Echtzeit – Sie sollten versuchen schnellstmöglich auf Beiträge zu reagieren!
- Für den Kunden zählt der Nutzen – Sie dürfen ruhig auch andere Webauftritte als den Eigenen empfehlen!

4. Grundregel: Vernetzung

- Das Social Web bietet Nutzen für alle – vernetzen Sie sich, setzen Sie Links auf den Blog oder weitere Web 2.0-Auftritte von Akteuren aus der Region!
- Im Social Web zählen die Personen, die kommunizieren - seien sie offen in Ihrer Kommunikation und geben Sie sich klar als der zu erkennen, der Sie sind!
- Informieren Sie sich auf anderen Seiten und Blogs über aktuelle Themen und Trends und beteiligen Sie sich aktiv an der Diskussion! Lernen Sie die Branche auch im Netz kennen!

5. Grundregel: Klarheit

- Geben Sie sich eindeutig als Mitarbeiter Ihrer Organisation zu erkennen! Stellen Sie dabei wenn nötig klar, dass es sich um eine persönliche Meinung handelt.
- Kommunizieren Sie einheitlich im Sinne Ihrer Corporate Identity über alle Social Media Kanäle hinweg!
- Niemand kann alles wissen, das darf auch zugegeben werden – vernetzen Sie sich mit Experten, welche kompetente Antworten geben können.
- Geben Sie zu Bildern die Copyright Informationen

Klarer Zeit- und Themenplan

Klarer Zeit- und Themenplan

- Veröffentlichung der Inhalte sollte innerhalb der Akteure und Partner gut abgestimmt sein
- Content sollte immer Mehrwertstiftend gestaltet werden
- schreiben Sie service-, erlebnis- und kundenorientiert
- schreiben Sie im Social Web immer aus der Ich-Perspektive
- Leser nicht mit Informationen überhäufen sondern zielgerichtet mit Post versorgen
- Klare Aufgabenverteilung im Team schafft Klarheit
- Content sollte auf aktuelle Kundenbedürfnisse zugeschnitten sein
- Redaktionsplan mit relevanten Themen und Veröffentlichungen erstellen

Der Allgäuer Alpenblog als Kern der Social Media Strategie

Der Allgäuer Alpenblog als Kern der Social Media Strategie

Das **Blog** ist ein **auf einer Website** geführtes und damit – meist öffentlich – **einsehbares Tagebuch** oder Journal, in dem mindestens eine Person, auch Blogger genannt, Aufzeichnungen führt, Sachverhalte protokolliert oder **Gedanken niederschreibt**. Häufig ist ein Blog „endlos“, d.h. eine lange, **abwärts chronologisch sortierte Liste** von Einträgen. Der Herausgeber oder Blogger steht als wesentlicher Autor über dem Inhalt, und häufig sind die **Beiträge aus der Ich-Perspektive** geschrieben.

Wieso baut die Social Media-Strategie auf Blogs auf?

- Geschichten werden zentral gesammelt
- Hohe Sichtbarkeit im Netz
- Authentische Geschichten werden erzählt
- Positionierung als Insider
- Einbindung von Links zu Orten, Hotels und weiteren Leistungsträgern im Ort/ in der Region
- Animation für Gäste, ebenfalls Geschichten zu schreiben
- Stärkung der Themenkompetenz um wahrgenommen zu werden

Was bringen Ihnen diese Blogs?

- Erzählen Sie Ihre Geschichten!
- Positionieren Sie sich als Insider!
- Binden Sie einen Link zu Ihrem Ort / Hotel / Ihrer Region ein!
- Animieren Sie Ihre Gäste über Sie zu schreiben!
- Stärken Sie die Kompetenz der Themen im Kontext von Bayern, Tirol und der Alpen wahrgenommen zu werden!

Storytelling – Erzählen Sie Ihre Geschichte

Was ist Storytelling?

Storytelling (deutsch: „Geschichten erzählen“) ist eine Erzählmethode, mit der explizites, aber vor allem implizites **Wissen in Form einer Metapher** weitergegeben und durch Zuhören aufgenommen wird. Die **Zuhörer werden in die erzählte** Geschichte eingebunden, damit sie den Gehalt der Geschichte leichter verstehen und eigenständig mitdenken...Eine **lebendig erzählte Geschichte gewinnt die Aufmerksamkeit** und Konzentration anderer Menschen leichter als eine nüchterne Ansprache.

Was ist Storytelling?

- Ein touristisches Produkt wird greifbar durch die emotionalen Werte des touristischen Angebots
- Geschichten müssen wie ein Theaterstück über eine Dramaturgie verfügen
- Häufige Fehler:
 - Geschichten werden zu funktionell und aus einem falschen Blickwinkel erzählt
 - Geschichte wird erzählt, weil wir Werbung machen müssen

Deine Geschichte: 4 Fragen an Sie selbst

- Wovon handelt die Geschichte?
- Was soll diese Geschichte in unseren Augen bewirken?
- Warum muss diese Geschichte erzählt werden?
- Wo und wie kann diese Geschichte am besten erzählt werden?

Zielgruppe: 5 Fragen über Ihre Geschichte

- Warum sollte jemand meine Geschichte beachten? Warum sollte sie jemandem auffallen?
- Warum sollte sich jemand für mein Event interessieren?
- Warum sollte jemand meine Geschichte verbreiten und teilen?
- Warum sollte jemand Zeit für meine Geschichte investieren?
- Warum sollte jemand nochmal an meinem Event, meiner Geschichte teilnehmen?

4 Elemente des Storytellings



4 Elemente des Storytellings

Die Nachricht

- Verschiedene Zuhörer bedeuten verschiedene Geschichten/Messages Was sind die Vision, Mission und Werte?

Der Konflikt

- Nicht unbedingt negativ
- Was ist der Anlass der Geschichte?
- Wie soll ein möglicher Konflikt behoben werden?

4 Elemente des Storytellings

Die Charaktere

- Wer sind die Hauptpersonen?
- Die Zuhörer sind auch Charaktere, die beachtet werden müssen

Die Handlung

- Unterschied zwischen
 - `The King died and then the Queen died' und
 - `The King died by the sword and the Queen died of grief'



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung

gemeinsam grenzenlos gestalten

INTERREG

**Bayern – Österreich
2007-2013**



Das Projekt "Kommunikationsoffensive Social Media" wird gefördert aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) sowie aus nationalen Finanzmitteln.