

Social Media für ein kleines Kunsthandwerk- unternehmen

Überlegungen von Olaf Arendt

Das Unternehmen

- Ein-Personen-Unternehmen
- Branche: Schmuckdesign mit Filz, Papier, Zigarettensfiltern etc. (Herstellung, Workshops bei VHS)
- Firmenname/Label: rikazoyami; Inhaberin: Ursel Schmitz
- Homepage existiert (www.rikazoyami.de) ohne SEO
- aktuell existiert ein ungenutzter [FB-Account](#)
- im Netz existieren bisher 3 Einträge bei Suche über Google:
- 1. [lebende Kunst](#), 2. [Atelier im Revierpark](#), 3. [Lokalkompass](#) (bei Eingabe von „[Schmuck Zigarettensfilter](#)“ bzw. „[Ketten Zigarettensfilter](#)“ jeweils sogar an 1. Stelle!!)

Ziel von Social Media-Aktivitäten

- Der Bekanntheitsgrad des Labels soll – insbesondere in der Branche und regional – intensiv gesteigert werden
- Das Image soll gewandelt werden (weg von Hobby hin zu Kunst/Schmuckdesign), nicht zuletzt auch, um die Preisstruktur maßgeblich zu ändern
- Ein Netzwerk für Erfahrungsaustausch und ggf. Kooperation mit anderen Kunstschaaffenden soll aufgebaut werden (insbesondere für gemeinsame Ausstellungen und Workshops, aber auch in Form eines Empfehlungsnetzwerks etc.)

Was machen die anderen?

- Existierende Homepages (teilweise auch als Blogs) dienen i. d. R. der Selbstdarstellung
- Meistens existiert jeweils noch genau 1 Account bei Google+, twitter oder facebook, der i. d. R. als „Shop-Ersatz“ genutzt wird (unzählige Gruppen namens „Perlenschmuck“, wo ebendieser vertickt werden soll)

Wer ist meine Zielgruppe?

- Andere Kunstschaffende diverser Art (Schmuckdesign, Design von Haushaltsgegenständen, Kreativdesign u. ä.)
- Künstlerverbindungen, Ateliers u. ä.

Wo ist meine Zielgruppe?

- Auf facebook (besonders offene Gruppen „[Kunsthandwerk](#)“) und auf diversen Portalen (insbesondere DAWANDA) lassen sich hervorragend Kontaktdaten recherchieren.

- Anm.: Habe diverse GoogleAlerts eingerichtet, um mehr Infos über Zielgruppenaktivitäten zu erhalten (Kunsthandwerk, Kreativmarkt, Perlenschmuck, Schmuckdesign, Papiersmuck, Papierperlen...)

Wo werde ich aktiv?

- Da die Zielgruppe über Google+, twitter und facebook verteilt ist, dort Accounts einrichten
- Tooltips für Crossposting: [Buffer](#), [ifttt](#)
- YouTube-Account für Videos (wofür auch sonst?)

Womit werde ich aktiv?

- Neu gefertigte Stücke vorstellen (Fotos, Beschreibung)
- Videos einzelner Herstellungsschritte einstellen
- Fotos und Videos von Ausstellungen und Märkten
- Ankündigungen neuer Ausstellungstermine
- Vorstellung diverser Herstellungsverfahren (Fotos, Videos, Online-Workshops)
- Aktive Kontaktaufnahme mit „Gleichgesinnten“ zwecks Networking

Wie überwache ich den Erfolg?

- Klickzahlen, Kommentare, Likes, Retweets u. ä. mit entsprechenden Monitoringtools beobachten
- Für twitter, facebook, Google+: [topsy](#), [icerocket](#), [talkwalker](#)
- Für YouTube: [quintly](#)
- Aufgabe: Wörterliste erstellen für: [GoogleAlerts](#), [alert.io](#)

Was bringt´s unterm Strich?

- Zur Zeit sind keine bzw. kaum Aktivitäten ähnlicher Art (Gründung von Künstlergruppen zwecks gemeinsamer Ausstellungen und Workshops) zu finden, daher Alleinstellung
- Zeitaufwand relativ gering, da Kanäle über entsprechende Tools parallel bespielt und „monitored“ werden können
- Kein finanzieller Aufwand
- Jede Menge neuer Kontakte