

SAVIRIAKRONE

# KRÄUTERKUNDE

präsentiert von Cristina, Franziska, Marnie, Murat & Thomas

VON

SAVIRIAKRONE

Kräuterkunde

*saviriakrone.wordpress.com*

# TEAMAUFSTELLUNG

CRISTINA



*Internationale Marketing-Managerin, Unsere süd-amerikanische Geheimwaffe gegen deren Strategien kein Kruat ghewachsen ist*

FRANZI



*Grafikerin und Hobbykräuterhexe, die zu Fasching Kinder erschreckt*

MARNIE



*Audio/Vision Spezialistin - Wenn sie nicht gerade mit ihre kleinen Schatz spielt, dreht sie süße, kleine Clips*

MURAT



*Marketing und Vertriebsexperte, dem dieses Produkt scheinbar in die Wiege gelegt wurde*

THOMAS



*Texter & Konzeptioner und frischgebackener Experte für Damenkosmetik auf Naturbasis*

# AUFGABENSTELLUNG

**AUFGABE: ZUM KUNSTWORT „SAVIRIAKRONE“ EIN PRODUKT, EINE MARKE ODER EINE DIENSTLEISTUNG AUSZUDENKEN. DAS WORT „SAVIRIAKONE“ EXISTIERT BISHER NICHT UND WAR DAHER GOOGLE UNBEKANNT.**

**ZIEL: EINE SUCHMASCHINENOPTIMIERTE SOCIAL MEDIA KAMPAGNE FÜR DAS WORT „SAVIRIAKRONE“ ZU KREIEREN UND BEI GOOGLE EIN HOHES RANKING ZU ERREICHEN.**

**PROBLEM: KEIN BUDGET**

# IST SITUATION

**Kein Produkt, keine Dienstleistung und null Budget:**

**Eine Idee musste schnellstens her. Und zwar nicht irgendeine, sondern eine, die eine Idee besser als die der anderen ist.**

**Die Idee: Eine Social Media Kampagne, die Wissensdurstige kostenlos über alles Wissenswerte über Kräuter bzw. Kräuterküche, Kräuterheilkunde und Kräuterkosmetik informiert.**

**Um unser Ziel zu erreichen, entwickelten wir auf Basis von Analysen eine erfolgsversprechende Strategieplanung und ein Kommunikationskonzept.**

I  
D  
E  
E

Z  
I  
E  
L

E  
R  
F  
O  
L  
G



# KREATIVE LEITIDEE

*Aus dem sinnfreien Wort "Saviriakrone" machen wir eine Marke, die wie ein Mensch zu und mit unserer Zielgruppe spricht (Ich-Form und direkte Anrede.)*

*Aus Saviriakrone wird Saviria Krone – wegen SEO schreiben wird Vor- und Zunamen zusammen: SaviriaKrone. Damit jeder sofort weiß, worum es geht, heißt unsere Marke: SaviriaKrone Kräuterkunde.*

*Mit diesem Schachzug erhält unsere Social Media Kampagne einen roten Faden: Alles ist sprachlich - und gestalterisch - aus einem Guss.*

*Mit jedem Beitrag wird unsere Marke menschlicher, authentischer, kompetenter und vor allem glaubwürdiger - was für Social Media Kampagnen das oberste Ziel darstellt.*



KRÄUTER  
REZEPTE  
LEXIKON

# KONKURRENZANALYSE

**www.kraeuterzeug.de**

esoterisch und kommerziell

**www.wildkraeuterlust.com**

Workshops, Wanderungen, kommerziell

**www.blattunddorn.at**

Workshops, kommerziell

**www.kraeuterkraft.info**

Werbung, Bücher, Sponsoren, kommerziell

**www.kraeuterdiary.wordpress.com**

Ausbildung zur Kräuterpädagogin

**www.kraeuterhexecarlsplatz.de**

Bauchladen (auch Senf etc.), kommerziell

**www.heilkraeuter.de**

umfassend, Werbung, kommerziell,  
hässliches Design

**www.pflanzenfreunde.com**

Pflanzen- und Pflanzenheilkunde/Tiere,  
kommerziell, unmodernes Design

**www.kraeuter-buch.de**

einzigste Seite, die ähnlich informativ wie  
unsere ist, Werbung, kommerziell

## FAZIT:

**Wir haben eine starke Konkurrenz**

**“Kräuter” erzielt bei Google über 40  
Millionen Suchergebnisse**

**“Kräuterkunde” erzielt bei Google knapp  
500.000 Suchergebnisse**

KRÄUTERKÜCHE

KRÄUTERKOSMETIK

KRÄUTERHEILKUNDE



# UNSER USP & UNSERE BOTSCHAFT

SAVIRIAKRONE IST BUNDESWEIT DIE EINZIGE NICHT KOMMERZIELLE INFORMATIONSQUELLE, DIE MIT IHREN ONLINE-AKTIVITÄTEN DIE ANVISIERTE ZIELGRUPPE SACHLICH FUNDIERT, UMFASSEND UND MIT VISUELL/ INHALTLICH HOCHWERTIGEM CONTENT ÜBER DIE THEMENKOMBINATION KRÄUTERKÜCHE, KRÄUTERHEILKUNDE UND KRÄUTERKOSMETIK INFORMIERT - OHNE GLEICHZEITIG PRODUKTE ODER SERVICES ZUM VERKAUF ANZUBIETEN.

SAVIRIAKRONE STEHT FÜR KOSTENLOSE INFORMATIONEN ÜBER KRÄUTERKUNDE ZUR FÖRDERUNG DER GESUNDHEIT UND SCHÖNHEIT.

# UNSERE STÄRKEN

GESUNDE ERNÄHRUNG, GESUNDHEIT UND KÖRPERPFLEGE UND NACHHALTIGKEIT SIND DURCHWEG POSITIV BESETZTE THEMENFELDER

BILD-/AUFMERKSAMKEITSSTARKES, VIELSEITIGES THEMA MIT DEM LANGFRISTIG IMMER NEUER CONTENT GENERIERT WERDEN KANN

THEMA SPRICHT EINE BREITE ZIELGRUPPE AN

MOTIVIERTES, AGILES TEAM MIT BUNTEN VORKENNTNISSEN (TEXTER UND KONZEPTIONER, GRAFIKER, JOURNALIST, BETRIEBSWIRT, MARKETING INTERNATIONAL)

USP: DEUTLICHE ABGRENZUNG VOM WETTBEWERB

DADURCH, DASS WIR NICHT KOMMERZIELL AGIEREN, SIND WIR NICHT BEEINFLUSSBAR UND GLAUBWÜRDIG.

DURCH UNSERE PROFESSIONELLE ONLINEPRÄSENZ, WERDEN WIR BESSER WAHRGENOMMEN UND KÖNNEN UNS VOM WETTBEWERB POSITIV UNTERSCHIEDEN

AKTUELLES KNOW-HOW IN SOCIAL MEDIA

# UNSERE SCHWÄCHEN

KEIN KRÄUTERPROFI IM TEAM

NEUE WEBSITE UND SOCIAL MEDIA KÄNALE, BEKANNTHEITSGRAD = 0

KEIN BUDGET

ZEITDRUCK AUFGRUND EINES FESTGELEGTEN STARTTERMINS

# UNSERE CHANCEN

DIE VIELFÄLTIGKEIT DES THEMAS SPRICHT VIELE INTERESSENTEN AN  
DURCH DIE GLOBALISIERUNG SIND KRÄUTER DAS GANZE JAHR ÜBER ER-  
HÄTLICH

TRENDS WIE BIO, NACHHALTIGKEIT, KÖRPERPFLEGE, BACK TO THE ROOTS,  
DO IT YOURSELF UND GESUNDE ERNÄHRUNG KÖNNEN BESPIELT WERDEN

# UNSERE RISIKEN

SEHR VIEL KONKURRENZ, DIE DAS THEMA KRÄUTER BESPIELEN

DAS THEMA KRÄUTER IST SEHR ALLGEMEIN UND KEIN TREND, DER GEHYPED  
WIRD

SICH IN DER VIELFALT DES THEMAS VERZETTELN

MÖGLICHE NEGATIVE BEITRÄGE / MOBBING VON KANALBESUCHERN

S P E Z I F I S C H

M E S S B A R

A K Z E P T I E R T

R E A L I S I E R B A R

T E R M I N I E R B A R

**Ziele bis 11.09.2019:**

100 Followern auf unseren Social Media Kanälen

25 Besucher auf unserer Website

20 Facebook-Beiträge

5 Likes pro Beitrag

**Ab dem 11.09.2019:**

2 Mal pro Woche einen Beitrag auf unserer Website

täglich einen Facebook Beitrag

**Nach 6 Monaten:**

300 Followern auf unseren Social Media Kanälen

100 Besucher auf unserer Website

10 Likes pro Beitrag

20 Kommentare

10 eigene Beiträge

Unter KW "Kräuter"/"Kräuterkunde" auf Seite 1 bei Google

**Nach 12 Monaten:**

500 Followern auf unseren Social Media

400 Besucher auf unserer Website

Unter KW "Kräuter"/"Kräuterkunde" auf Platz 1 bei Google

**Nach 90 Tagen:****Pinterest**

Follower: 20

Pins (Posts): 50

Pinner ("Merker"): 50

Kommentare: 10

**Instagram**

Abonnennten (Follower): 150

Beiträge: 50

Likes pro Beitrag: 20

**YouTube**

5 Videos

10 Likes pro Video

1 Kommentar/Video

3 Shares/Video

R  
E  
Z  
E  
P  
T  
EE  
R  
N  
Ä  
H  
R  
U  
N  
GH  
E  
I  
L  
M  
I  
T  
T  
E  
L

# ZIELGRUPPE

**MENSCHEN (ÜBERWIEGEND FRAUEN) ZWISCHEN 25 UND 65 JAHRE, DIE VIEL WERT AUF THEMEN WIE NACHHALTIGKEIT, BIO, DO IT YOURSELF ODER BACK TO THE ROOTS LEGEN. UNSERE ZIELGRUPPE MÖCHTE MEHR ÜBER KRÄUTER UND DEREN WIRKUNG UND ANWENDUNGSBEREICHE WISSEN, SEI ES FÜR DIE KÜCHE, KOSMETIK ODER ALS HEILMITTEL. ES SIND ÜBERWIEGEND MENSCHEN, DIE NOCH KEINE EXPERTEN BEIM THEMA KRÄUTER SIND UND AKTIV IM INTERNET NACH INFOS, REZEPTEN ETC. SUCHEN. EINE GESUNDE ERNÄHRUNG IST FÜR SIE WICHTIG.**

## PERSONA

# ANNA FELKER

 weiblich, 43 Jahre

- **Ausbildung:** BWL
- **Berufliche Position:** Mittleres Management
- **Freizeitverhalten:** Sport/Entspannung
- **Hobbies:** Sport/Tanzen
- **Freunde:** 2 bis 3 enge Freunde, großer Bekanntenkreis
- **Einkaufsverhalten:** Kaufkraft mittel bis gut, probiert gerne Neues aus, legt viel Wert auf Qualität, Frische und Gesundheit
- **Welche Probleme hat das Persona?:** wenig Zeit möchte aber gerne selber kochen und ihre Familie gesund ernähren; auf natürliche Weise etwas für ihre Schönheit tun, z.B. für ihre Haut
- **Welche Folgen hat es, wenn Persona die Probleme nicht löst?:** Keine gesunde Ernährung für die Familie, gesundheitliche Folgeschäden könnten entstehen, Unzufriedenheit
- **Was sucht das Persona?:** abwechslungsreiche und gesunde Rezeptquellen für Essen und Getränke die sich für die ganze Familie eignen
- **Welche Lösung möchte das Persona?:** Rezepte für Essen und Getränke die gesund sind, einfach und schnell zuzubereiten, am besten mit Zutaten die schnell zu bekommen sind bzw. immer vorrätig sind
- **Welche Beeinflussungsfaktoren gibt es für das Persona auf der Website/Fanpage?:** Kochrezepte mit Kräutern, Kräuterkosmetik
- **Welche Alternativangebote unserer Konkurrenten kommen für das Persona in Frage?:** andere Rezeptportale, Kochbücher, Rezepte von Freunden und Familie, Kosmetikstudios
- **Was soll das Persona auf der Website/Fanpage tun?** Fragen, Feedback, Likes, Inhalte teilen, Teil der Community werden
- **Welche Fragen sollen für das Persona auf dem Social Media Kanal beantwortet werden?:** neue Rezepte, coole Servier-Tipps, Tipps zum Zeit sparen beim Kochen. Zutaten die im Supermarkt gut zu finden sind. Gesundheit Benefits aus der Kräuternutzung. Beauty-Tipps



REZEPTE

KOSMETIK

GESUNDHEIT

## PERSONA

# RALF SCHIRMER

männlich, 46 Jahre

- **Ausbildung:** Abitur, Bürokaufmann
- **Berufliche Position:** Mittleres Management
- **Freizeitverhalten:** Entspannung und Sport in der Natur
- **Hobbies:** Garten, Wandern, Survival und Gitarrespielen
- **Freunde:** Einzelgänger bis kleiner Freundeskreis, großer Online-Bekanntenkreis wegen intensiver Facebook- und Forennutzung
- **Einkaufsverhalten:** finanziell gut aufgestellt, gibt gerne Geld für qualitativ hochwertige Produkte aus, selten für Gemüse, Kräuter und andere Lebensmittel, da er diese selbst anbaut (Eigenversorger)
- **Welche Probleme hat das Persona?:** Stress im Beruf, eine pflegebedürftige Mutter und eine gesundheitlich angeknackste Ehefrau; zudem findet er nur wenig Zeit für seine Hobbies
- **Welche Folgen hat es, wenn Persona die Probleme nicht löst?:** möglicher Burn Out oder andere Erkrankungen, verschlechterter Gesundheitszustand der Familie, ein verwilderter Garten
- **Was sucht das Persona?:** Anregungen und Informationen
- **Welche Lösung möchte das Persona?:** eine Möglichkeit sich schnell und effektiv über Kräuter, Gemüse und Pilze informieren zu können - deren Wirkungen & Anwendungsmöglichkeiten
- **Welche Beeinflussungsfaktoren gibt es für das Persona auf der Website/Fanpage?:** ein Kräuterlexikon, Tipps für Fundorte, Heilkräuter und Kräuterheilkunde zur gesundheitlichen Unterstützung für sich und seiner Familie, Pflegetipps für den Kräuteraanbau,
- **Welche Alternativangebote unserer Konkurrenten kommen für das Persona in Frage?:** entsprechende Fachbücher, Seiten mit Wissen über alles Essbare aus der Natur, Pilzführer, Kräuter-Foren, Seiten die sich auf Anbau von Gemüse, Obst und Kräutern spezialisiert haben
- **Was soll das Persona auf der Website/Fanpage tun?** sich schnell und effektiv informieren und jederzeit von überall zur Kräuterbestimmung auf das Kräuterlexikon zugreifen zu können
- **Welche Fragen sollen für das Persona auf dem Social Media Kanal beantwortet werden?:** Kräuterbestimmung, Wirkung/Verwendungsmöglichkeiten sowie Pflegetipps



G A R T E N

G E S U N D H E I T

A N W E N D U N G E N

# CUSTOMER JOURNEY NACH AIDA+P

## UNSERE PERSONA ANNA FELKER

- **BESUCH EINER KOSMETIKERIN**
- **MÖCHTE NATURKOSMETIK SELBER MACHEN**
- **RECHERCHIERT IM INTERNET**

# CUSTOMER JOURNEY NACH AIDA+P

## ATTENTION

*Entdeckt unsere Pinnwand bei Pinterest*

*Findet unsere Bilder schön*

*Klickt auf Link und wird auf Webseite weitergeleitet*

## INTEREST

*DIY Kräuterkosmetik*

*Liest auf der Webseite*

*Wird neugierig*

## DESIRE

*Findet ein Rezept für ein Hausmittel zum Selbermachen mit Ringelblume*

*Will mehr wissen*

## ACTION

*Liest, liked und kommentiert diesen Beitrag*

# CUSTOMER JOURNEY NACH AIDA+P

## POSTACTION

- *Teilt unseren Artikel auf Pinterest*
- *Klickt auf unseren Facebook-Button*
- *Abonniert unsere Facebook-Seite*
- *Lädt Freunde auf unsere Pinnwand auf Pinterest ein*
- *Besucht regelmäßig unsere Webseite, um neue Rezepte und Anregungen zu erhalten*
- *Als Followerin liest sie regelmäßig neue Beiträge auf den SM Kanälen, die Sie teilt*
- *Sie lädt Freunde und Bekannte ein, die Facebook-Seite zu liken*
- *Postet ihre eigenen Erfahrungen mit den auf Basis unserer Rezepte hergestellten Hausmittel und erzählt sie ihren Bekannten und Freunden*



# WORDPRESS-WEBSITE

## HAUPTKANAL

ZIEL DER SEITE IST ES DIE MARKE AUFZUBAUEN, IHREN BEKANNTHEITSGRAD ZU STEIGERN, WISSEN ÜBER KRÄUTER ZU VERMITTELN UND VIEL TRAFFIC ZU GENERIEREN, IN DEM VIELE MENSCHEN DIE WORDPRESS-WEB-SITE BESUCHEN UND KOMMENTARE HINTERLASSEN SOWIE NEUE BLOGBEITRÄGE EINPFLEGEN.

VERKNÜPFUNG ALLER SOCIAL MEDIA KANÄLE WERDEN AUF DIE WORDPRESS-WEBSITE GELEITET SOWIE UMGEKEHRT.

CONTENT: KRÄUTERKÜCHE, KRÄUTERKOSMETIK, KRÄUTERHEILKUNDE, KRÄUTERLEXIKON.

BESUCHER SOLLEN INSPIRIERT WERDEN, MIT KRÄUTERN EIN GESÜNDERES LEBEN ZU FÜHREN.

DURCH KOOPERATIONEN MIT ANDEREN SEITEN SOLLEN BACKLINKS DIE SEO NACH OBEN PUSCHEN.

# FACEBOOK

BESUCHER AUF UNSERE WORDPRESS-WEBSITE AUFMERKSAM MACHEN

MISSION UND VERSPRECHEN DER MARKE SAVIRIAKRONE ZU KOMMUNIZIEREN

LÄNGERER SCHNUPPER CONTENT UM AUF DIE WORDPRESS-WEBSITE EINZULADEN

CONTENT: REZEPTE, KRÄUTERTIPPS, WISSENSWERTES ÜBER KRÄUTER

FOLLOWER GEWINNEN

BESUCHER ANREGEN LIKES UND KOMMENTARE ZU HINTERLASSEN SOWIE SHARES GENERIEREN

VERLINKUNG AUF UNSERE HOMEPAGE

# YOUTUBE

GERINGER FOKUS

CONTENT: EINSTELLUNG VON VIDEOS BEI DER ZUBEREITUNG VON REZEPTEN ODER EINPFLANZEN BZW. AUFBEREITUNG VON KRÄUTERN

KOMMENTAR GEWINNUNG

VERLINKUNG AUF UNSERE WORDPRESS-WEBSITE

# INSTAGRAM

KÜRZERER SCHNUPPER CONTENT UM AUF DIE WORDPRESS-WEBSITE  
EINZULADEN

CONTENT: MIT SCHÖNEN BILDERN, REZEPTEN, LUSTIGEM WISSEN ÜBER  
KRÄUTER AUF DIE WORDPRESS-WEBSITE AUFMERKSAM MACHEN

FOLLOWER GEWINNEN

EINSTELLEN VON HASHTAGS „#“

VERLINKUNG AUF UNSERE WORDPRESS-WEBSITE

# PINTEREST

SAMMLUNG VON BILDERN

CONTENT: TEASER, BILDER, REZEPTE, FOODPORN

EINSTELLEN VON HASHTAGS „#“ UND PINNWÄNDEN

VERLINKUNG AUF UNSERE WORDPRESS-WEBSITE

# KOMMUNIKATIONS STRATEGIE

## WARUM?/ZIEL

*Wir möchten mit unserem Kräuterwissen in den Bereichen Kräuterküche, Kräuterkosmetik und Kräuterheilkunde durch wissenswerte Informationen und Tipps möglichst vielen Menschen einen Mehrwert bieten.*

*Diese Menschen möchten wir als aktive Mitglieder bzw. Fans für unsere Community gewinnen.*

## WER?/ZIELGRUPPE

*Menschen (überwiegend Frauen) zwischen 25 und 65 Jahre, die viel Wert auf Themen wie Nachhaltigkeit, bio, do it yourself oder back to the roots legen. Unsere Zielgruppe möchte mehr über Kräuter und deren Wirkung und Anwendungsbereiche wissen, sei es für die Küche,*

*Kosmetik oder als Heilmittel. Es sind überwiegend Menschen, die noch keine Experten beim Thema Kräuter sind und aktiv im Internet nach Infos, Rezepten etc. suchen. Eine gesunde Ernährung ist für sie wichtig.*

## WAS?/BOTSCHAFT

*Wir sind bundesweit die einzige Informationsquelle/Anbieter, die mit unseren Online-Aktivitäten unsere Zielgruppe kostenlos, sachlich fundiert, umfassend und mit visuell/inhaltlich hochwertigem Content über die Themengebiete Kräuterküche, Kräuterheilkunde und Kräuterkosmetik informiert.*

# KOMMUNIKATIONS STRATEGIE

## WIE?/KANÄLE

Website, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube

## WO?

Online, Food- und Wellness-Szene

## WANN?/TIMING

### Webseite:

fortlaufende Aktualisierung und Ergänzung

### Facebook:

Die ersten 14 Tage nach dem Go live mindestens einmal täglich, bis unser Monitoring die ideale Post- bzw. Schaltfrequenz und die optimale Uhrzeit definiert hat.

### Instagram:

Die ersten 14 Tagen nach dem Go live mindestens einmal täglich, bis unser Monitoring die ideale Post- bzw. Schaltfrequenz und die optimale Uhrzeit definiert hat.

### Pinterest:

Da Pinterest keinen so hohen Nutzungsgrad wie Instagram und Facebook hat, posten wir hier 3 mal die Woche.

### YouTube:

Auf YouTube werden maximal 1 bis 2 Videos in den ersten 2 Wochen veröffentlicht. Anschließend einmal pro Monat.



AKTUELL

WISSENSWERT

OPTIMIERT

FACEBOOK

INSTAGRAM

FOREN



# SEEDING STRATEGIE

REICHWEITE UND TRAFFIC GENERIEREN DURCH CROSS-POSTING VON BEITRÄGEN IN DEN UNTERSCHIEDLICHEN KANÄLEN: WORDPRESS WEBSITE, FACEBOOK, INSTAGRAM, PINTEREST UND YOUTUBE

REICHWEITE UND BEKANNTHEITSGRAD ERHÖHEN MIT HILFE VON KOOPERATIONSPARTNERN (WIE Z. B. CARABUNJI) DURCH VERLINKUNG MIT IHREN KANÄLEN (WEBSITE, FACEBOOK ETC.)

## ZUKÜNFTIGE SEEDING-STRATEGIE

SOBALD WIR MEHR MANPOWER HABEN, WERDEN WIR REICHWEITE, MARKENAUFBAU UND IMAGE ZUSÄTZLICH DURCH QUALITATIV HOCHWERTIGE BEITRÄGE, KOMMENTARE, ANTWORTEN IN THEMENRELEVANTEN FOREN UND BLOGS UNSERE PRÄSENZ UND ANZAHL AN BACKLINKS STEIGERN.

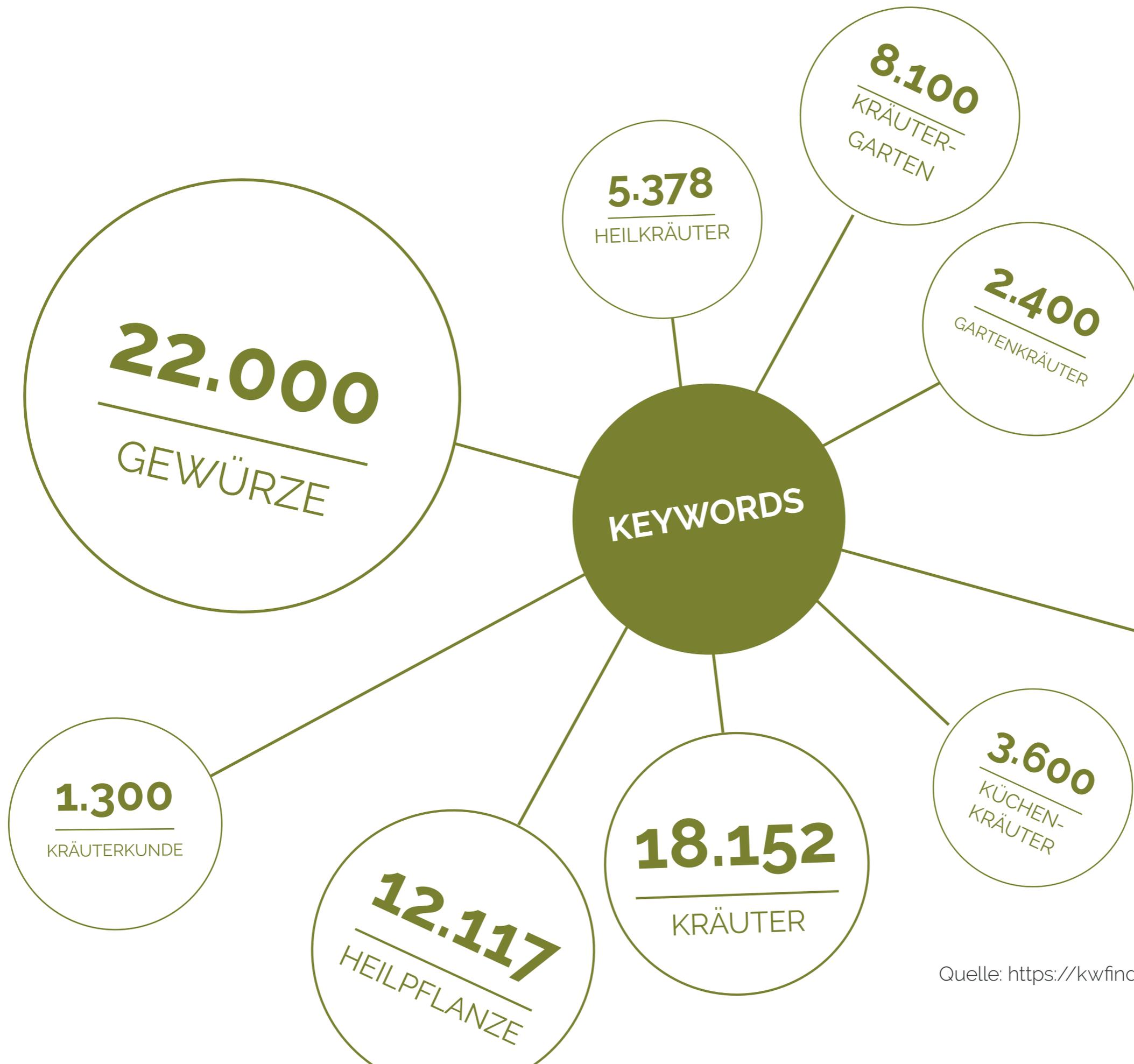
**FOLGENDE FOREN SIND ALS BACKLINKS VORGESEHEN:**

<http://www.kraeuter-forum.com/>

<https://forum.garten-pur.de>

<https://www.chefkoch.de/forum/2,22,16699/Kraeuter-forum.html>

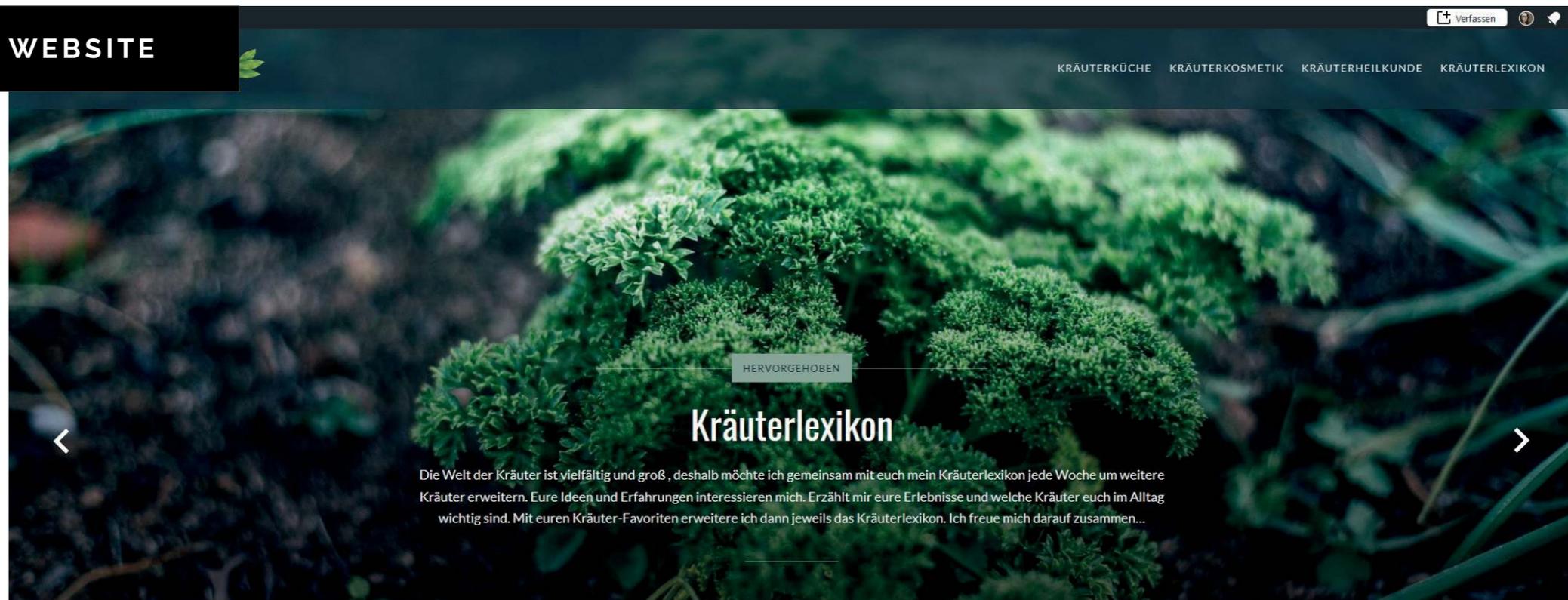
<https://www.ruehlemanns-forum.de>



Quelle: <https://kwfinder.com>

# UMSETZUNG & KANALVERSPRECHEN

## WEBSITE



BEARBEITEN

### SaviriaKrones Tipp gegen Kummer: Johanniskraut

Johanniskraut ist eine Heilpflanze, hellt die Stimmung auf und hilft so bei leichten bis mittelschweren Depressionen. Um seine Wirkung, die dem Inhaltsstoff Hyperforin zugesprochen wird, optimal zu

WEITERLESEN



BEARBEITEN

### SaviriaKrones Kräuterhandcreme

So pflegst du deine Hände schön. Wie in unserem Beitrag „Basiswissen Kräutersalben und -cremes“ versprochen, hier mein Rezept zur Zubereitung einer Handcreme auf Naturbasis, die auf meine Grundsubstanz basiert. Siebenwörter du, dass 18min durch

WEITERLESEN



BEARBEITEN

### SaviriaKrones Thymian-Zitronen-Limo

Anpassen ...

Meine neueste Mix-Idee: Zutaten für 2 Gläser: 2 unbehandelte Bio-Zitronen 2 Teelöffel Zucker 4 Stiele Thymian (Zitronen-Thymian) Einige Eiswürfel Tonic Water Zubereitung: 1. Die Bio-Zitronen waschen, eine

WEITERLESEN

BEARBEITEN

### Rosmarin – erklärt von SaviriaKrone

W. Name: Rosmarinus officinalis  
Familie: Lippenblütler Gattung:



BEARBEITEN

### Gewürnelkenbaum – erklärt von SaviriaKrone

Botanischer Name: Sycnium



BEARBEITEN

### Echter Lavendel – erklärt von SaviriaKrone

Botanischer Name: Lavandula



**Rosmarin** Beschreibung: Der Name stammt vom lat. „ros marinus“ ab und bedeutet „Tau des Meeres“. Rosmarin ist ein dichter, immergrüner Strauch mit harten, schmalen Blättern. [WEITERLESEN](#)

**Basilikum** – erklärt von SaviriaKrone  
 Botanischer Name: Ocimum basilicum Pflanzenfamilie: Lippenblütler Gattung: Ocimum  
 BESCHREIBUNG Das Basilikum wächst von Juni bis September und bildet schlichte Blüten. Die Blüten sind weiß bis zartrosa und symmetrisch. [WEITERLESEN](#)

**Brennnessel gegen Haarausfall**  
 Seit Jahrzehnten wird bereits Brennnessel bei Haarverlust und Haarproblemen als natürliches Mittel eingesetzt. Brennnessel enthält mehrere Vitalstoffe wie Kalium, Kalzium, Eisen, Vitamine B1, B5, C, D und Vitamin E. [WEITERLESEN](#)

**Brennnessel** – erklärt von SaviriaKrone  
 W. Name: Urtica Familie: Urticaceae Gattung: Urtica BESCHREIBUNG Es handelt sich dabei um eine mehrjährige Strauchpflanze mit vierkantigen Stängel. Die Pflanze wächst bis zu 3m hoch. Die Blätter sind markant durch ihre Brennhaare, welche schmerzhaft. [WEITERLESEN](#)

**Lavendel** Beschreibung: Der Echte Lavendel ist eine Heilpflanze, die auch zur Gewinnung von Duftstoffen genutzt wird. Das [WEITERLESEN](#)

**KANALVERSPRECHEN**

*SaviriaKrone versorgt alle wissensdurstige Menschen, die sich für Kräuter bzw. Gewürze und Heilpflanzen interessieren und deren Geschmacks-, Duft-, Wirk- und Heilstoffe gezielt nutzen möchten, kostenlos mit wissenswerten Informationen und Tipps rund um die Themen Kräuterküche, Kräuterheilkunde und Kräuterkosmetik.*

# UMSETZUNG & KANALVERSPRECHEN

## FACEBOOK

SaviriaKrone  
@SaviriaK

Startseite  
Beiträge  
Videos  
Fotos  
Info  
Community  
Seite erstellen

SaviriaKrone  
3. September um 12:46 ·

Über uns  
Diese Seite ist ein Projekt eines fünfköpfigen Teams von angehenden Content Managern: Cristina Ordonez Baquero (Internationales Marketing), Franziska Wolfram (Grafik & Design), Marnie Köhler (Audio/Vision), Murat Karanfil (Marketing & Vertrieb) und Thomas Kadanik (Text & Konzeption). Gemeinsam erschufen wir die Marke SaviriaKrone Kräuterkunde.  
Das Ziel unseres Teams besteht darin, mit einer professionellen, SEO-optimierten Social Media Kampagne möglichst schnell mögl...  
Mehr anzeigen

12  
4 Mal geteilt

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

SaviriaKrone  
19 Std. ·

Heute stelle ich dir meine ganz persönliche Wohlfühl-Kräuter-Guacamole vor. Damit hat man beim Essen garantiert kein schlechtes Gewissen 😊  
<https://youtu.be/VINp-pVVJfA>

Community  
Alle ansehen

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren  
165 Personen gefällt das  
168 Personen haben das abonniert  
Lisa Darling und 25 weiteren Freunden gefällt das

Info  
Alle ansehen

0160 7982358  
Nachricht senden  
saviriakrone.wordpress.com  
Gesundheit- und Wellness-Website  
Impressum  
Änderungen vorschlagen

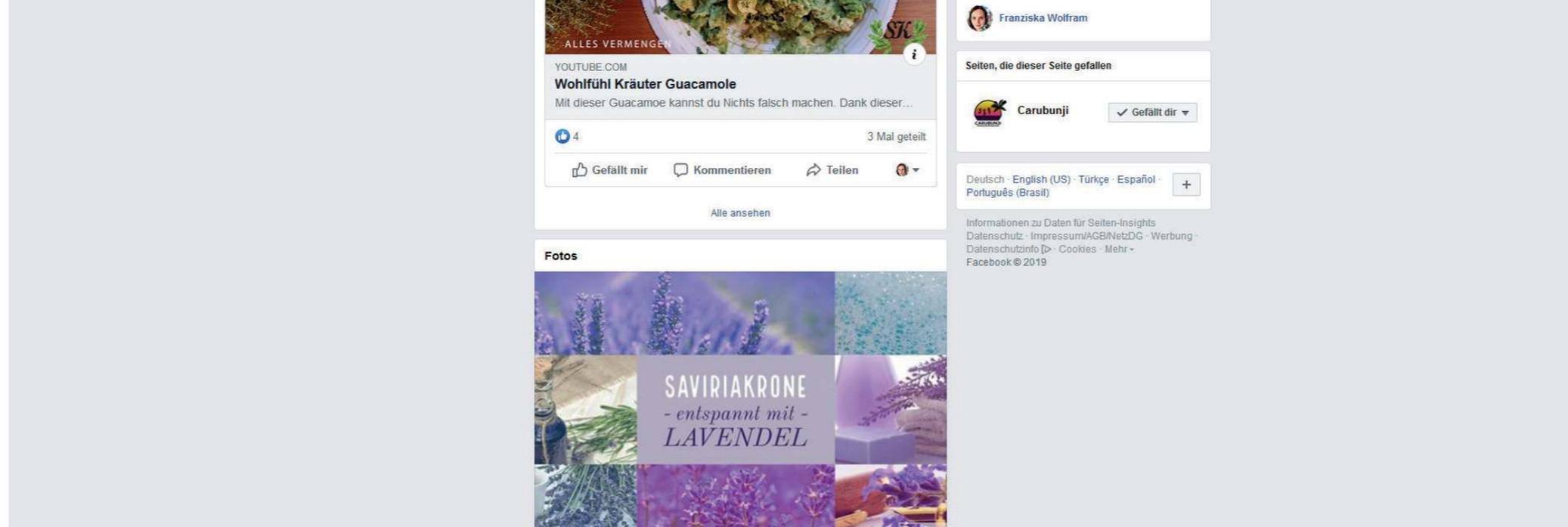
Seitentransparenz  
Mehr anzeigen

Facebook liefert Informationen, mit denen du die Intention von Seiten besser verstehst. Hier erfährst du mehr zu den Personen, die die Seiten verwalten und Beiträge darin posten.  
Seite erstellt – 27. August 2019

Gruppenmitglieder  
Alle ansehen

Cris Ordonez  
Murat Karanfil

Chat (12)



## KANALVERSPRECHEN

*Diese Fanpage ist eine stets aktuelle interaktive Kommunikationsplattform, auf der SaviriaKrone alle wissensdurstigen Menschen, die sich für Kräuter interessieren und deren Geschmacks-, Duft-, Wirk- und Heilstoffe gezielt nutzen möchten, mit wissenswerten Informationen und Tipps versorgt. Diese sind in drei Themenfelder zusammengefasst: Kräuterküche, Kräuterheilkunde und Kräuterkosmetik.*

# UMSETZUNG & KANALVERSPRECHEN

INSTAGRAM

Instagram

Suchen



saviria\_krone

Profil bearbeiten



15 Beiträge

85 Abonnenten

297 abonniert

SaviriaKrone

Kräuter, Rezepte, Wirk- und Heilstoffe

#kräuterlexikon #kräuterheilkunde #heilpflanzen #kräuter #küchenkräuter #gewürze

#kräutergarten #kraut

[saviriakrone.wordpress.com](http://saviriakrone.wordpress.com)



Kräuterküche



Kräuterheil...



Kräuterlexi...



Kräuterfakt...



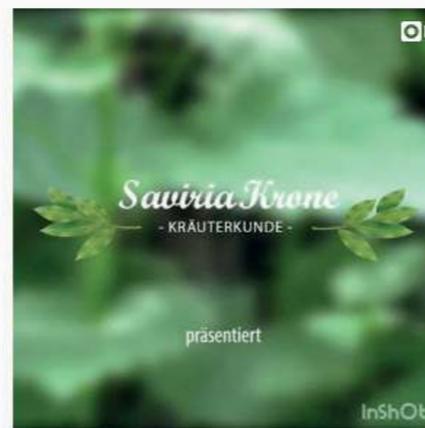
Kräutervid...

BEITRÄGE

IGTV

GESPEICHERT

MARKIERT





## KANALVERSPRECHEN

*Kräuter, Rezepte, Wirk- und Heilstoffe*

*#kräuterlexikon #kräuterheilkunde #heilpflanzen #kräuter*

*#küchenkräuter #gewürze #kräutergarten #kraut*

# UMSETZUNG & KANALVERSPRECHEN

PINTEREST

Startseite Ich folge Franziska 9

**SaviriaKrone**  
Kräuterkunde -  
Kräuterküche, -kosmetik  
& -heilkunde  
35 Betrachter pro Monat

Nürnberg  
saviriakrone.wordpress.com  
Impressum

SaviriaKrone Kräuterkunde liebt Kräuter und informiert regelmäßig über natürliche Kosmetik, leckere Rezepte und Heilwirkungen von und mit Kräutern.

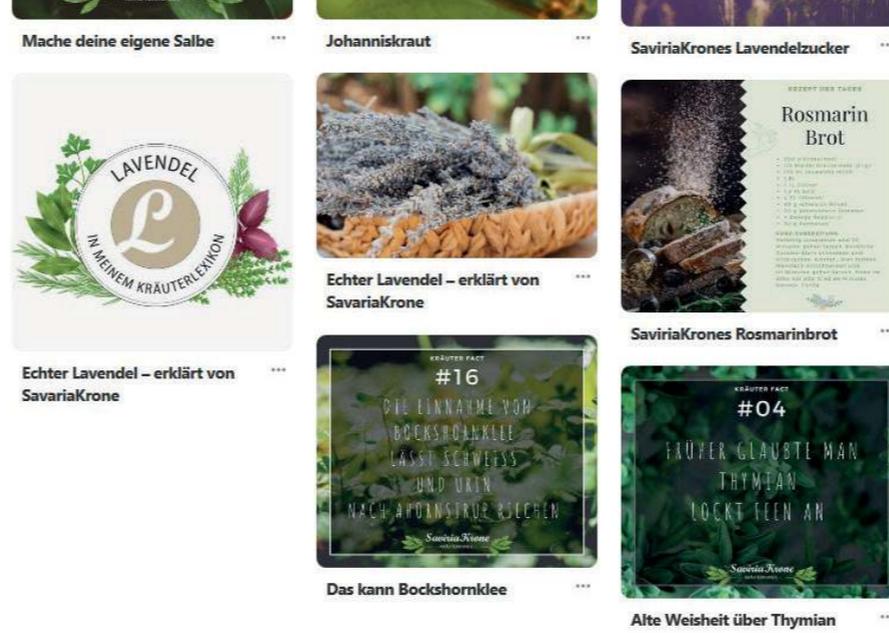
Übersicht Pinnwände Pins Aktivität Follower Ich folge

**Neueste Pins**  
Zuletzt gemerkt vor 3 Stunden

DIY KRÄUTER-SALBE  
GRÜNDWERT  
SaviriaKrone

TIPP BEGEGNEN KÜMMER

SaviriaKrones Lavendelzucker



Neueste Pinnwände



## KANALVERSPRECHEN

*SaviriaKrone Kräuterkunde liebt Kräuter und informiert regelmäßig über natürliche Kosmetik, leckere Rezepte und Heilwirkungen von und mit Kräutern.*

# UMSETZUNG & KANALVERSPRECHEN

## YOUTUBE

The screenshot displays the YouTube channel interface for 'SaviriaKrone'. At the top, there is a search bar with the text 'Suchen' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for video camera, grid, chat, and notifications. Below the search bar is a banner image of fresh green basil leaves. On the right side of the banner, there is a small link that says 'SaviriaKrone Website'. Below the banner, the channel name 'SaviriaKrone' is displayed with a logo featuring the letters 'SK' inside a laurel wreath, and '2 Abonnenten' (2 subscribers) below it. To the right of the channel name are two buttons: 'KANAL ANPASSEN' and 'YOUTUBE STUDIO (BETA)'. Below the channel name is a navigation menu with tabs: 'ÜBERSICHT' (selected), 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'KANÄLE', 'DISKUSSION', and 'KANALINFO'. Below the navigation menu, there is a section for 'Uploads' with a sub-link 'ALLE WIEDERGEBEN'. Three video thumbnails are shown in a row:

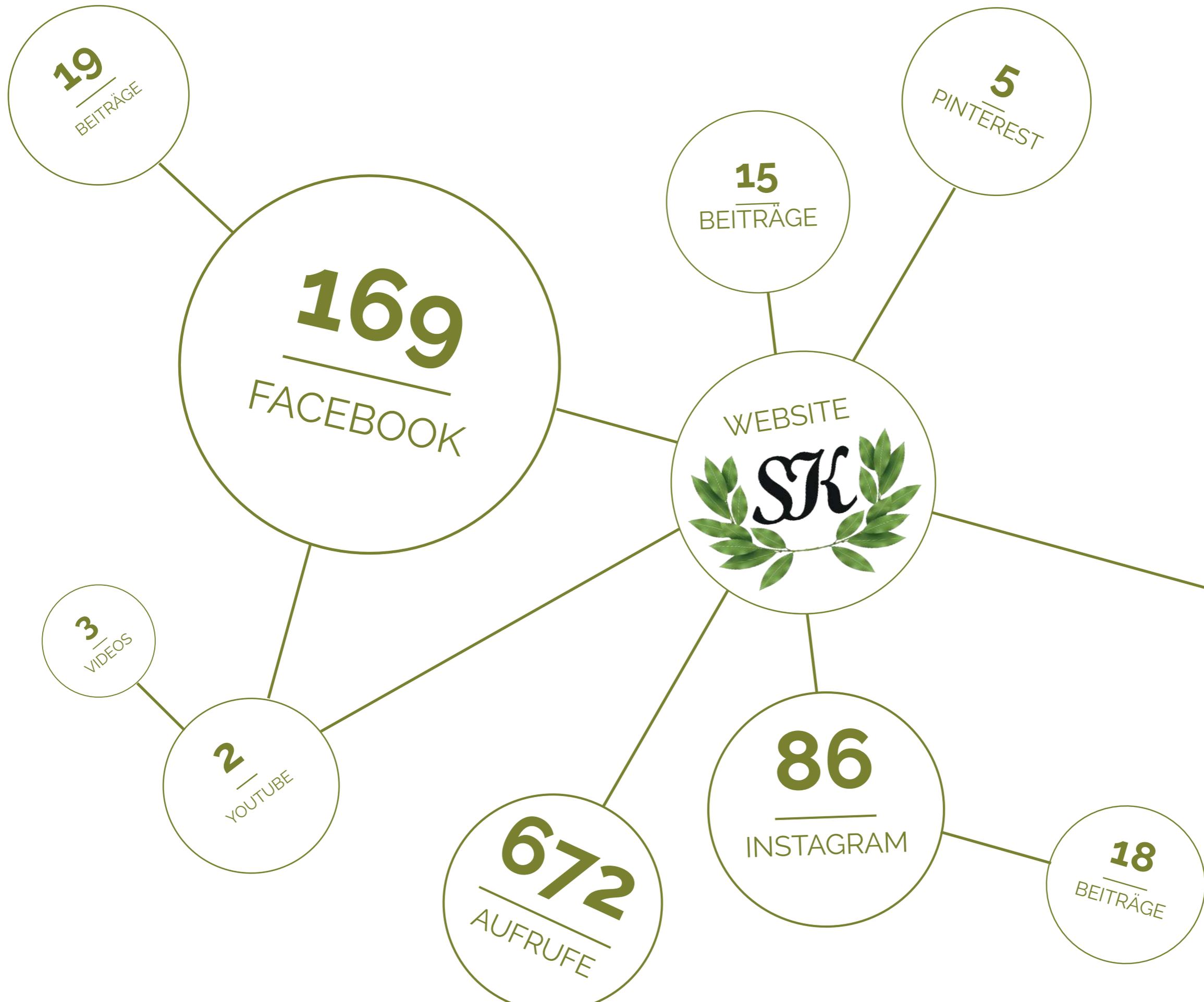
- Wohlfühl Kräuter Guacamole**: 17 Aufrufe • vor 22 Stunden. Duration: 1:23.
- SaviriaKrone Erdbeer Basilikum Drink**: Keine Aufrufe • vor 1 Tag. Duration: 1:21.
- DIY Lavendelzucker**: 9 Aufrufe • vor 1 Tag. Duration: 1:11.

The left sidebar contains the following navigation options:

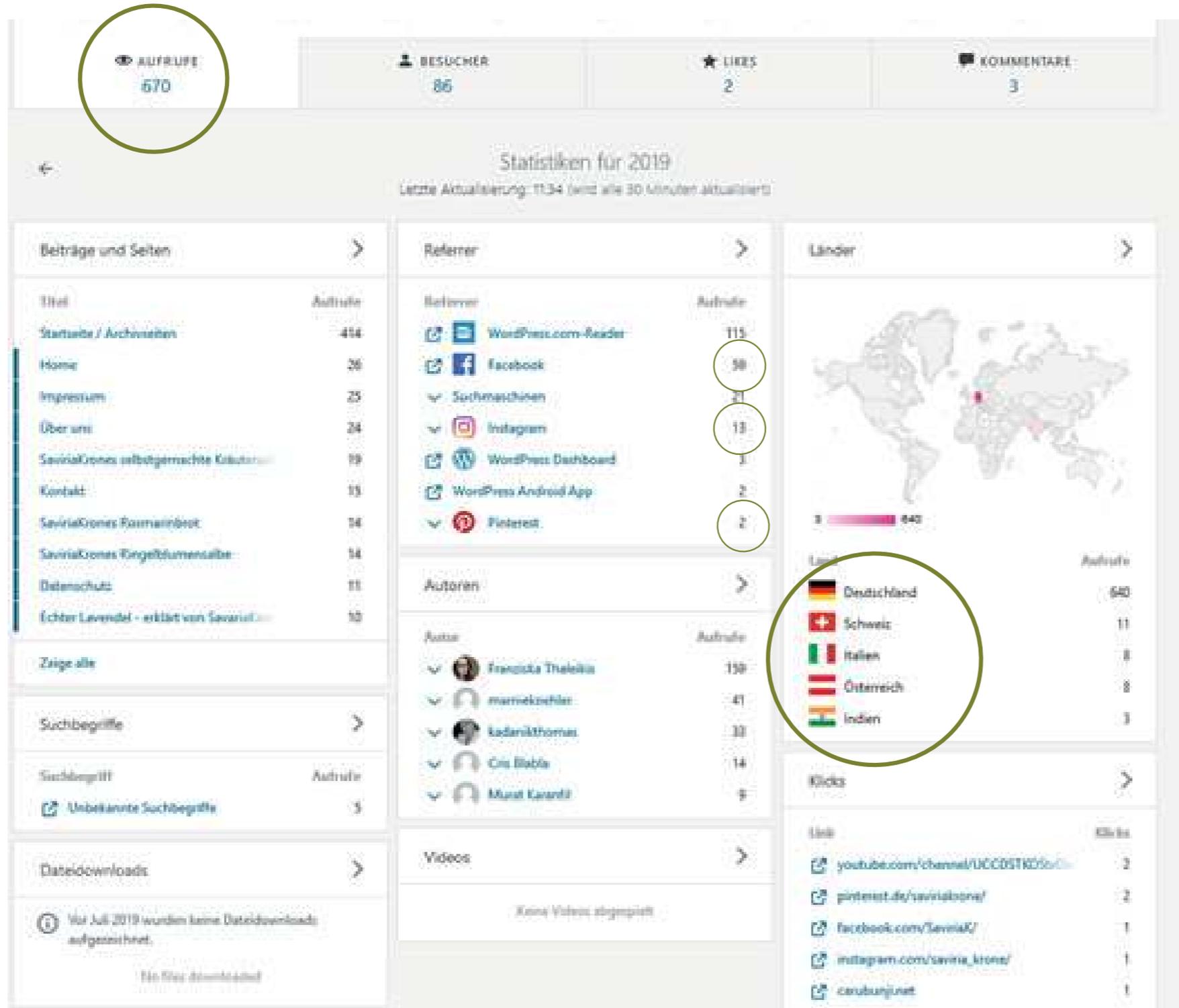
- Trends
- Abos
- Mediathek
- Verlauf
- Später ansehen
- Videos, die ich m...
- ABOS
- Beliebt auf YouTu...
- Sport
- Gaming
- Filme
- MEHR VON YOUTUBE
- YouTube Premium
- Filme & Shows
- Gaming
- Live
- Mode
- Einstellungen
- Meldungen

**KANALVERSPRECHEN**

*SaviriaKrone: Hier auf diesem Kanal werde ich alle wissensdurstigen Menschen, die sich für Kräuter interessieren und für deren Geschmacks-, Duft-, Wirkstoffen mit leckeren und einfachen Rezepten versorgen.*



# INSIGHTS & MONITORING





# WORDPRESS



## Beliebtester Tag und Uhrzeit

BELIEBTESTER TAG

**Dienstag**

34 % der Aufrufe

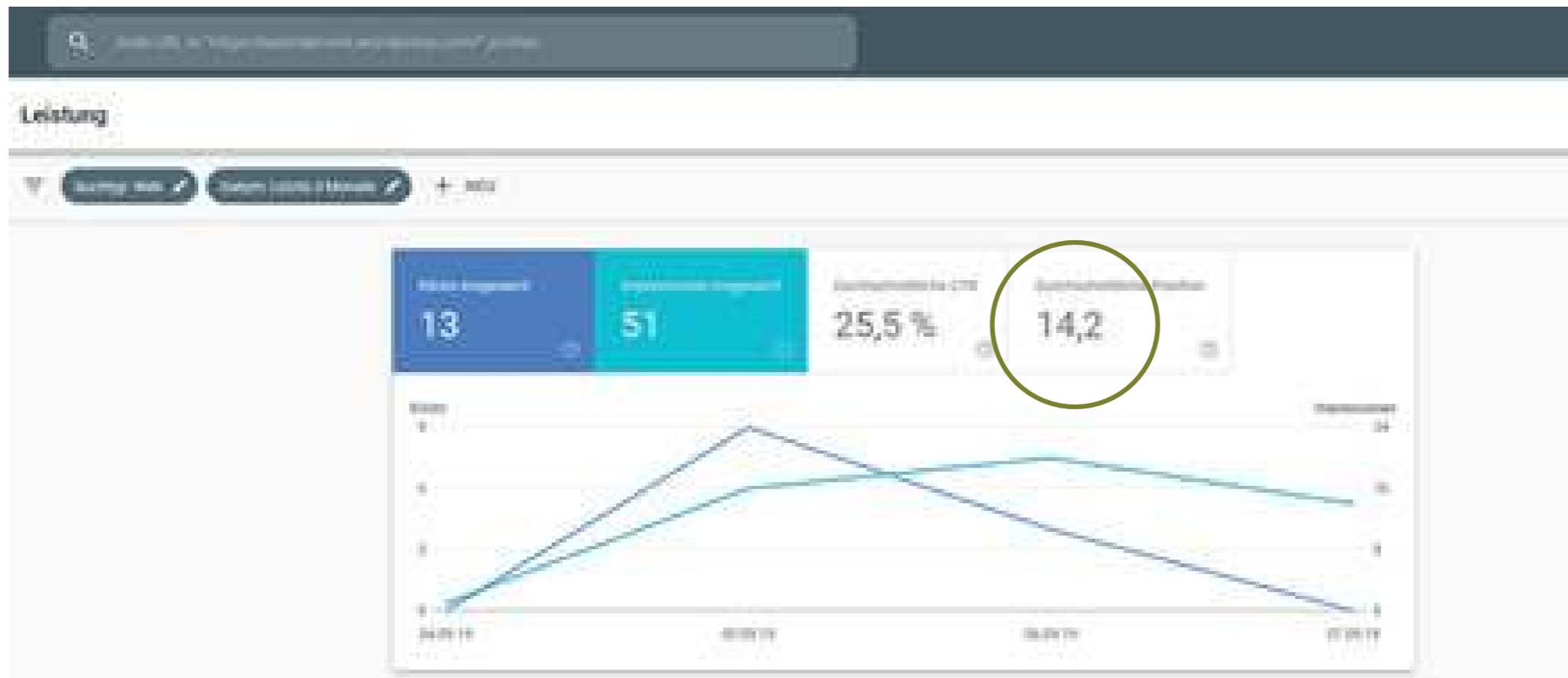
BELIEBTESTE UHRZEIT

**15:00**

13 % der Aufrufe



# GOOGLE SEARCH CONSOLE





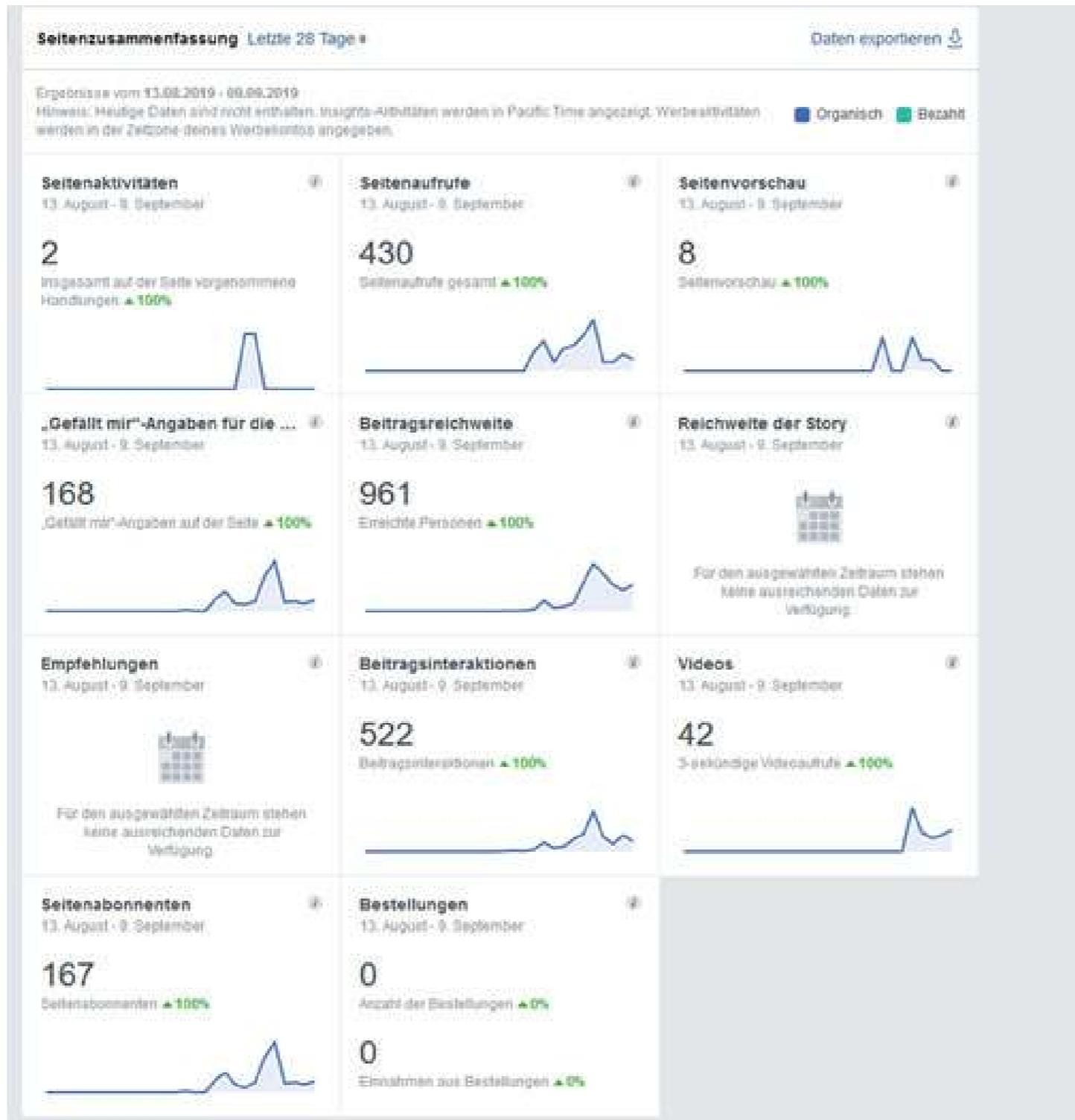
# GOOGLE SEARCH CONSOLE

| SUCHANFRAGEN  | SEITEN | LÄNDER | GERÄTE   | DARSTELLUNG IN DER SUCHE  |
|---|--------|--------|----------|---|
|   |        |        |          |   |
| Seite   |        |        | ↓ Klicks | Impressionen  |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/">https://saviriakrone.wordpress.com/</a>   |        |        | 6        | 15  |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/2019/09/05/gewurznelkenbaum-erklart-von-saviriakrone/">https://saviriakrone.wordpress.com/2019/09/05/gewurznelkenbaum-erklart-von-saviriakrone/</a> |        |        | 4        | 31  |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/2019/09/02/kraeuterkueche/">https://saviriakrone.wordpress.com/2019/09/02/kraeuterkueche/</a>   |        |        | 3        | 6   |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/kraeuterkosmetik/">https://saviriakrone.wordpress.com/kraeuterkosmetik/</a>   |        |        | 0        | 2   |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/home/">https://saviriakrone.wordpress.com/home/</a>   |        |        | 0        | 1   |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/impressum/">https://saviriakrone.wordpress.com/impressum/</a>   |        |        | 0        | 1   |
| <a href="https://saviriakrone.wordpress.com/kontakt/">https://saviriakrone.wordpress.com/kontakt/</a>   |        |        | 0        | 1   |

Zeilen pro Seite: 10  1 bis 7 von 7  



# FACEBOOK ALLGEMEINE ZAHLEN





# FACEBOOK BEITRÄGE

Alle veröffentlichten Beiträge

Reichweite: Organisch / Bezahlt | Beitragsklicks | Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

| Veröffentlicht      | Beitrag   | Typ | Zielgruppe | Reichweite | Interaktionen | Hervorgehoben    |
|---------------------|---|-----|------------|------------|---------------|------------------|
| 09.09.2019<br>20:10 | Heute stelle ich dir meine ganz persönliche Wohlfühl-Kräuter... |     |            | 54         | 8<br>10       | Beitrag bewerben |
| 08.09.2019<br>18:08 | Ich wünsche euch allen einen schönen entspannten...             |     |            | 128        | 4<br>8        | Beitrag bewerben |
| 07.09.2019<br>07:28 | #savitakrone<br>#savitakronekräuter                             |     |            | 53         | 0<br>3        | Beitrag bewerben |
| 06.09.2019<br>14:34 | Savitakrone<br>Ringelblumensalbe kannst du...                   |     |            | 67         | 5<br>8        | Beitrag bewerben |
| 06.09.2019<br>08:08 | Savitakrone Mix-Idee<br>Thymian-Zitronen-Limo Have              |     |            | 275        | 16<br>17      | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>10:03 | #savitakrone<br>#savitakronekräuter                             |     |            | 120        | 3<br>10       | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>19:54 | Savitakrone Kräuterbier –<br>Rezept für 25 Liter Hier eine      |     |            | 305        | 8<br>16       | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>13:38 | Danke für 100 Fans!   |     |            | 257        | 33<br>18      | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>14:42 | Brennnessel gegen<br>Haarausfall Seit Jahrzehnten               |     |            | 156        | 6<br>8        | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>14:41 | Wie ist eure Meinung? Ist die<br>Brennnessel ein verträgliches  |     |            | 103        | 1<br>6        | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>14:08 | Meine Webseite ist heute an<br>den Start gegangen!              |     |            | 252        | 11<br>17      | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>09:21 | Cooler Getränke zu heißen<br>Beitrag SavitaKrone wird 2020      |     |            | 164        | 7<br>17       | Beitrag bewerben |
| 04.09.2019<br>22:34 | Also wenn das wirklich<br>funktioniert... #savitakrone          |     |            | 60         | 2<br>7        | Beitrag bewerben |
| 04.09.2019<br>18:09 | In Lorbeer steckt so viel mehr,<br>als man so denken mag.       |     |            | 192        | 11<br>13      | Beitrag bewerben |
| 04.09.2019<br>15:31 | Rosmarin Brot – eine<br>Rezeptidee von Savitakrone              |     |            | 454        | 31<br>32      | Beitrag bewerben |
| 05.09.2019<br>14:08 | Meine Webseite ist heute an<br>den Start gegangen!              |     |            | 252        | 11<br>17      | Beitrag bewerben |
| 03.09.2019<br>12:48 | Über uns Diese Seite ist ein<br>Projekt eines fünfköpfigen      |     |            | 307        | 15<br>21      | Beitrag bewerben |
| 02.09.2019<br>08:15 | Ein Kräutergarten ohne Garten?<br>Savitakrone empfiehlt         |     |            | 65         | 5<br>13       | Beitrag bewerben |
| 31.08.2019<br>11:24 | Jetzt wo die Tage langsam<br>etwas kühler werden, hier ein      |     |            | 20         | 1<br>11       | Beitrag bewerben |
| 31.08.2019<br>10:07 | Französische Kräuterbutter -<br>eine Rezeptidee von             |     |            | 54         | 2<br>13       | Beitrag bewerben |
| 29.08.2019<br>14:53 | Savitakrone   |     |            | 1          | 0<br>10       | Beitrag bewerben |
| 28.08.2019<br>09:28 | Savita Krone  |     |            | 43         | 4<br>8        | Beitrag bewerben |
| 28.08.2019<br>08:14 | Gründung  |     |            | 41         | 3<br>8        | Beitrag bewerben |

## UNSERE TOP-BEITRÄGE SIND

*Rosmarin Brot (13:30 Uhr)*

*Über Uns (12:50 Uhr)*

*Kräuterbier (ca. 16:00)*

*Thymian-Zitronen-Limo (9:05)*

*-> Die Themen Rezepte Essen und Trinken  
laufen am Besten*



# FACEBOOK STORIES

Stories-Insights

Ergebnisse von 14.08.2019 - 13.09.2019 Spalten hinzufügen

| Veröffentlichung                    | Story-Elemente | Individuelle Aufrufe der Story | „Wasser“ geteilt | Interaktionen insgesamt |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------------|------------------|-------------------------|
| 03.08.2019<br>19:33<br>● Öffentlich |                | 3                              | 0                | 0                       |
| 03.08.2019<br>20:11<br>● Öffentlich |                | 0                              | 0                | 0                       |

*Unsere Stories hatten nicht so viele Aufrufe*



# FACEBOOK NUTZER





# FACEBOOK GEFÄLLT MIR ANGABEN

## „Gefällt mir“-Angaben (netto)

Diese Kennzahl ergibt sich aus neuen „Gefällt mir“-Angaben abzüglich „Gefällt mir nicht mehr“-Angaben.



### BENCHMARK

Vergleiche die Entwicklung deiner durchschnittlichen Performance über einen spezifischen Zeitraum hinweg

Gefällt mir nicht mehr

Organische „Gefällt mir“-Angaben

Bezahlte „Gefällt mir“-Angaben

„Gefällt mir“-Angaben (netto)

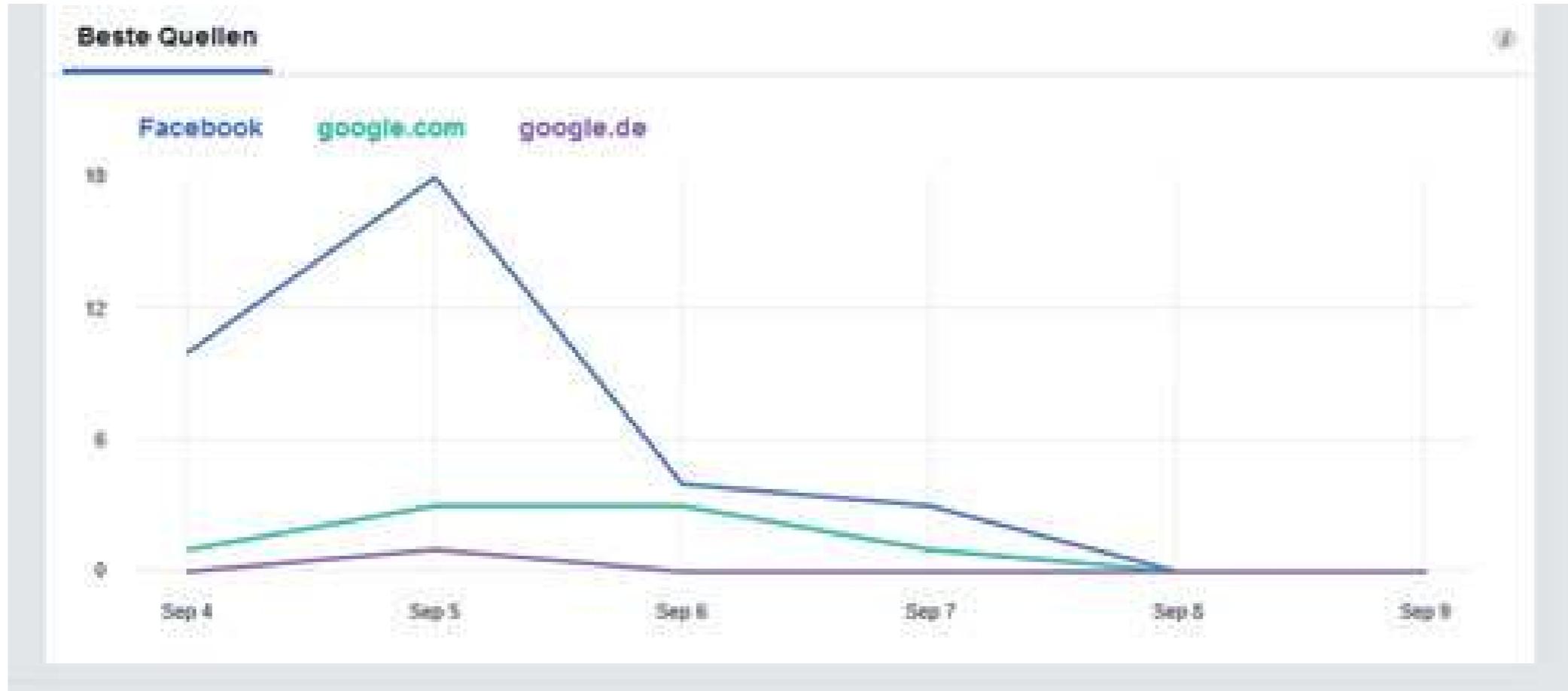
Möchtest du mehr  
Gefällt mir-Merke

Insgesamt haben wir nur wenige Gefällt mir nicht mehr

Peak liegt am 5. September 2019



# FACEBOOK QUELLEN



*Die beste Quelle ist Facebook*



# INSTAGRAM

09:29

← Insights

INHALTE AKTIVITÄT **ZIELGRUPPE**

**85 Abonnenten**  
+0 vs. 27. August - 2. September

Erst ab 100 Abonnenten erhältst du genauere Informationen zu deinen Abonnenten

Home Search Add Heart Profile

09:28

← Insights

INHALTE **AKTIVITÄT** ZIELGRUPPE

**Interaktionen** ⓘ

**369**  
Handlungen in deinem Konto von 3. September - 9. September

| Tag   | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|
| Werte | 18 | 36 | 25 | 18 | 17 | 16 | 14 |

Profilaufrufe 360  
Website-Klicks 8  
E-Mails 1

**Reichweite** ⓘ

**140**  
Erreichte Konten von 3. September - 9. September

| Tag   | Di | Mi | Do | Fr | Sa | So | Mo |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|
| Werte | 10 | 25 | 30 | 20 | 30 | 15 | 10 |

Reichweite 140  
Impressionen 1383

Home Search Add Heart Profile

09:28

← **Feed-Beiträge**

Alle der vergangenen 1 Jahr sortiert nach Interaktionen werden angezeigt

Home Search Add Heart Profile



# PINTEREST





# PINTEREST BEITRAGSANALYSE

## Top-Pins

Impressions

| Pin   | Typ       | Quelle      | Format   | Impressions insgesamt | +   |
|---|-----------|-------------|----------|-----------------------|---|
|  Echter Lavendel – erklärt von Saviriakrone      | Organisch | Andere Pins | Standard | 57                    |    |
|  Alte Weisheit über Thymian                      | Organisch | Andere Pins | Standard | 55                    |    |
|  Das kann Bockhornkraut                         | Organisch | Andere Pins | Standard | 51                    |   |
|  Echter Lavendel – erklärt von Saviriakrone    | Organisch | Andere Pins | Standard | 48                    |  |
|  Saviriakrones Lavendelzucker                  | Organisch | Deine Pins  | Standard | 16                    |  |
|  Saviriakrones Rosmarinbrot                    | Organisch | Deine Pins  | Standard | 14                    |  |
|  Johanniskraut                                 | Organisch | Deine Pins  | Standard | 14                    |   |
|  Saviriakrones Tipp gegen Kummer: Johannisk... | Organisch | Andere Pins | Standard | 11                    |  |
|  Saviriakrones Kräuterhandcreme                | Organisch | Andere Pins | Standard | 3                     |  |
|  Rosmarin – erklärt von Saviriakrone           | Organisch | Andere Pins | Standard | 0                     |  |



# PINTEREST BEITRAGSANALYSE

## Top-Pins

Closeups

| Pin  | Typ       | Quelle      | Format   | Closeups pro Pin (Rate) ↓ |  |
|--|-----------|-------------|----------|---------------------------|--|
| Alte Weisheit über Thymian                 | Organisch | Andere Pins | Standard | 5 (9,1 %)                 |  |
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 4 (8,3 %)                 |  |
| SavariaKrones Kräuterhandforme             | Organisch | Andere Pins | Standard | 2 (6,7 %)                 |  |
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 2 (3,5 %)                 |  |

## Top-Pins

„Merken“-Aktionen

| Pin  | Typ       | Quelle      | Format   | Gesetzte Pins pro Pin (Rate) ↓ |  |
|--|-----------|-------------|----------|--------------------------------|--|
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 3 (5,3 %)                      |  |
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 2 (4,2 %)                      |  |
| SavariaKrones Lavendelzucker               | Organisch | Deine Pins  | Standard | 1 (6,3 %)                      |  |
| Alte Weisheit über Thymian                 | Organisch | Andere Pins | Standard | 1 (1,8 %)                      |  |

## Top-Pins

Klicks auf Links

| Pin  | Typ       | Quelle      | Format   | Link-Aufrufe pro Pin (Rate) ↓ |  |
|--|-----------|-------------|----------|-------------------------------|--|
| Alte Weisheit über Thymian                 | Organisch | Andere Pins | Standard | 1 (1,8 %)                     |  |
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 1 (1,8 %)                     |  |
| Rosmarin – erklärt von SavariaKrone        | Organisch | Andere Pins | Standard | 0                             |  |
| Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone | Organisch | Andere Pins | Standard | 0                             |  |



# PINTEREST BEITRAGSANALYSE

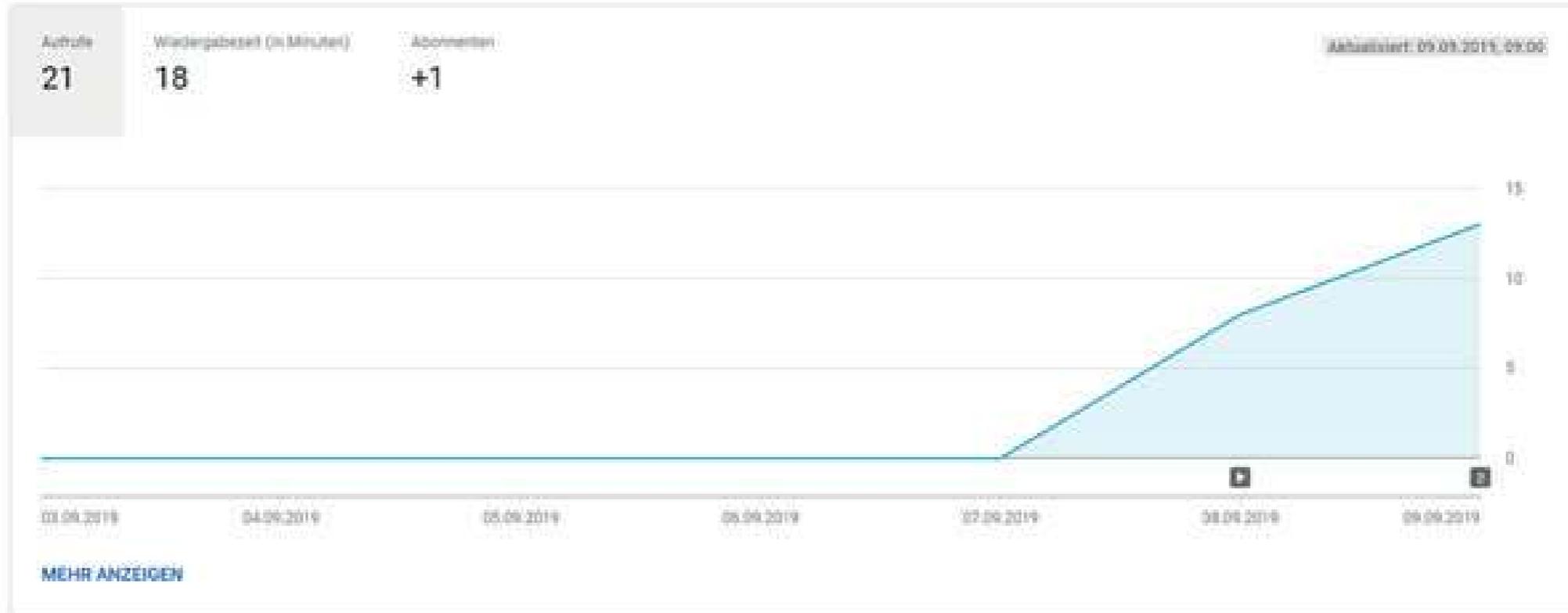
## Top-Pins

Interaktionen

| Pin   | Typ       | Quelle      | Format   | Interaktionen prozent Anteil |  |
|---|-----------|-------------|----------|------------------------------|--|
|  Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone      | Organisch | Andere Pins | Standard | 7 (14,6 %)                   |  |
|  Alte Weisheit über Thymian                      | Organisch | Andere Pins | Standard | 7 (12,7 %)                   |  |
|  Echter Lavendel – erklärt von SavariaKrone      | Organisch | Andere Pins | Standard | 7 (12,3 %)                   |  |
|  SavariaKrones Kräuterhandcreme                | Organisch | Andere Pins | Standard | 4 (100 %)                    |  |
|  SavariaKrones Lavendelzucker                  | Organisch | Deine Pins  | Standard | 2 (12,5 %)                   |  |
|  Das kann Bockshornklees                       | Organisch | Andere Pins | Standard | 2 (3,9 %)                    |  |
|  Brennnesseln sind mehr als Unkraut!           | Organisch | Deine Pins  | Standard | 2                            |  |
|  SavariaKrones Tipp gegen Kummer: Johannisk... | Organisch | Andere Pins | Standard | 1 (9,1 %)                    |  |
|  SavariaKrones Rosmarinbrot                    | Organisch | Deine Pins  | Standard | 1 (7,1 %)                    |  |
|  Johanniskraut                                 | Organisch | Deine Pins  | Standard | 1 (7,1 %)                    |  |



# YOUTUBE



# FAZIT

## 1. Facebook ist der erfolgreichste Kanal

*Instagram und Pinterest funktionieren aber auch sehr gut.*

**Gründe:** Facebook wurde am längsten und intensivsten bespielt.

## 2. Zielstellung Website durch Social Media zu pushen klappt, aber sollte verbessert werden

*am besten funktioniert auch hier Facebook (59 Referrer)*

*danach folgt Instagram (13 Referrer)*

*Pinterest muss noch verbessert werden (2 Referrer)*

## 3. Erfolgreiche Themen noch nicht eindeutig

*bei Facebook gewinnen Themen wie Essen / Trinken / Rezepte*

*bei der Website gewinnen die Lexikon-Beiträge*

## 4. Erfolg der Website noch zu Gering

*670 Aufrufe und nur 86 Besucher*

*Gründe: Website befindet sich noch im Aufbau, zu wenig Inhalt, es gab einige Fehlerseiten*



# MASSNAHMEN ABLEITUNG

## 1. Allgemein:

- Redaktionsplan erstellen für bessere Übersicht
- Seeding in Foren betreiben
- mehr Anreize für Interaktionen schaffen Bsp. Umfrage, Fan-Rezepte
- Zeit- und Postverläufe weiter analysieren, um erfolgreicher auf den einzelnen Kanälen zu posten
- eigene Community aufbauen, die aktiv postet und eigene Rezepte mitbringt und stärker Feedback gibt. Top-Fans generieren.
- Mit Fans stärker in Kontakt treten

## 2. Facebook:

- weiter mit neuen Rezepten bespielen und Call-to action weiter ausbauen.
- Karussell Funktion nutzen, um Website präsender zu machen.
- Beste Uhrzeit bei Facebook war zwischen 12-15 Uhr. Diese stärker nutzen

## 3. Pinterest:

- insgesamt stärker ausbauen, mehr # anwenden
- zielgruppengerechter bespielen
- stärker das Pinterest-Format nutzen

## 4. Instagram:

- mehr reine Bilder posten (keine designten Grafiken)
- mehr Teaservideos wie Brennessel
- weiter so mit Kräuterfacts-Posts
- call-to-action zu Website weiter ausbauen

## 5. Youtube

- weiter ausbauen und für Wordpress nutzen
- Mit anderen Kanälen stärker verknüpfen

SAVIRIAKRONE

# BEDANKT SICH

VON

SAVIRIAKRONE

Kräuterkunde

*[saviriakrone.wordpress.com](http://saviriakrone.wordpress.com)*