META PUSH SPEZIFIKATIONEN

www.lebensmittelzeitung.net

Lebensmittel Zeitung



IHR META PUSH

WISSENSWERTES

- Auf den folgenden Folien finden Sie eine Übersicht unseres Meta Pushs und welche Informationen wir für eine erfolgreiche Gestaltung benötigen.
- Wir übernehmen die vollständige inhaltliche Erstellung der Beiträge. Wir benötigen lediglich Bildmaterial, Ihre Zielsetzung sowie eine Produktbeschreibung. Hilfreich sind Pressemitteilungen, Salesfolder, Landingpages oder ähnliches Infomaterial.
- Unser Product Manager Ludwig Hinkel koordiniert mit Ihnen die weitere Umsetzung Ihres Meta Pushs und steht Ihnen bei Fragen zur Verfügung.

Ludwig Hinkel

Senior Product Manager Digital +49 69 7595-2536 Ludwig.Hinkel@dfv.de

ANMERKUNGEN:

- Bitte liefern Sie Texte unformatiert als Word.doc oder per E-Mail (nicht als PDF).
- Wir benötigen min. 3 Bilder.
- Haben Sie einen Ansprechpartner für das Community-Management, um fachgerecht auf Kommentare und Nachrichten reagieren zu können?

ACHTUNG!

Sie benötigen frische Ideen oder Hilfe bei der Auswahl oder der Erstellung der Inhalte? Profitieren Sie von unserer Erfahrung! Lassen Sie uns gerne vorab über Ihre Ziele und Wünsche sprechen.

DAMIT IHR INHALT ZUM ERFOLG WIRD



MEHRWERT BIETEN: Inhalte soll Wissen und Informationen vermitteln.



UNTERHALTEN

Die Inhalte sollten die Zielgruppe zum lächeln oder Nachdenken anregen.



BEGEHRLICHKEIT WECKEN

Die Inhalte sollen ein "das will ich haben Gefühl" auslösen.



DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

WELCHE INFORMATIONEN BENÖTIGEN WIR VON IHNEN

Alle Materialien spät. 2 Wochen vor Kampagne an Hr. Hinkel übermitteln: Ludwig.Hinkel@dfv.de

ALLGEMEINE INFORMATIONEN:
 □ Kampagnenhintergrund: Um was genau geht es (Produkt/Dienstleistung/Aktion) □ Ziele des Meta Pushs: Angabe der Kampagnenziele (z.B. Reichweite, Klicks, Interaktion etc.) □ Branding-Guidelines: Richtlinien für Logo, Farben, Sprache etc.
PRODUKTINFORMATIONEN:
□ Beschreibung des Produktes der Dienstleistung.□ Gibt es besondere Alleinstellungsmerkmale (USPs), die wir hervorheben können?
UNTERNEHMESNKANÄLE & RICHTLINIEN
 □ Gibt es Kommunikationsrichtlinien? (Art der Erwähnung/Bewertung des Produkts) □ Gibt es Hashtags, die verwendet werden sollen? □ Gibt es Unternehmenskanäle zur Verlinkung?
RESSOURCEN UND UNTERSTÜTZUNG:
 □ Bereitstellung von Inhalten: Bilder, Videos, etc. □ Kontaktdaten für Support und Ansprechpartner □ Gibt es einen Ansprechpartner für Social Media? □ Gibt es evtl. eine Pressemappe oder einen Salesfolder?
BILDVORGABEN FÜR FACEBOOK UND INSTAGRAM:
 Mindestens 3-5 Bilder bereitstellen. FACEBOOK: Bildformat: JPG oder PNG
Empfohlene Bildgröße: 1200 x 630 Pixel für Beiträge im Feed. ☐ INSTAGRAM: ☐ Bildformat für Posts: JPG oder PNG ☐ Empfohlene Bildgröße für Posts: 1080 x 1080 Pixel für quadratische Beiträge im Feed ☐ Bildformat für Stories: JPG oder PNG ☐ Empfohlene Bildgröße für Stories: 1080 x 1920 Pixel
Falls Sie die Bilder nicht im passenden Format zur Verfügung stellen können, bitte möglichst hochauflösend anliefern.

BEISPIELCASE WIE KANN DAS AUSSEHEN?

DIE BESTANDTEILE:

- + 1 Facebook Post
- + 1 Instagram Carousel Post + Story
- + 7 Tage Traffic Push

INFORMATIONEN

- / Wir erstellen für Sie passende Beiträge für Instagram und Facebook und veröffentlichen diese über unsere Kanäle.
- / Die Beiträge werden anhand Ihrer bereitgestellten Daten erstellt und entsprechend den Kommunikationszielen angepasst.
- / Diese Beiträge können aus einem oder mehreren Bildern bestehen, abhängig von den Zielen und dem Thema.
- Zusätzlich unterstützen wir diese Posts mit einer begleitenden Reichweitenkampagne auf Facebook oder Instagram.





LZ

IHR ANSPRECHPARTNER

MEDIENBERATUNG



Ludwig Hinkel Senior Product Manager Digital Ludwig.Hinkel@dfv.de +49 69 7595 2536