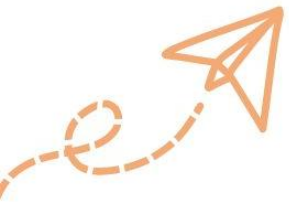


Winning on Social - So machen wir Social Media!

von Florina Emini



AGENDA

- 1. Vorstellung der VR-Bank Main-Rhön eG**
- 2. Die Social Media Welt**
 - a. Warum machen wir Social Media?
 - b. Was ist der Mehrwert für die Bank?
- 3. Social Media Konzept**

Unsere Vorgehensweise
- 4. Mitarbeiter-Kapazität**

Unser Social Media Team
- 5. LinkedIn**
- 6. Noch Fragen?**



DAS SIND WIR:

Zahlen & Fakten der VR-Bank Main-Rhön eG

- Bilanzsumme 2,4 Mrd. Euro
- Mitarbeiter 371
- 2017 mit Facebook gestartet
> zwei Verantwortliche
- Wöchentliches Postingverhalten:
> 3 Posts (Instagram u. Facebook)
> 1 bis 3 Videos (TikTok u. YouTube Shorts)
> 1 bis 3 Posts (Corporate Influencer Programm)
- Folgende Kanäle bespielen wir aktuell:

880 Follower

4.563 Follower

1.010 Follower

3.878 Follower

326 Follower



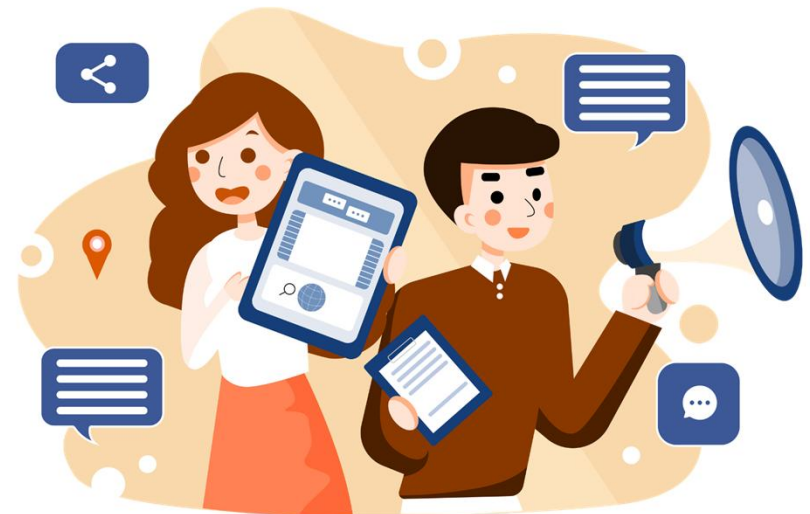
DIE SOCIAL MEDIA WELT

Warum machen wir Social Media?

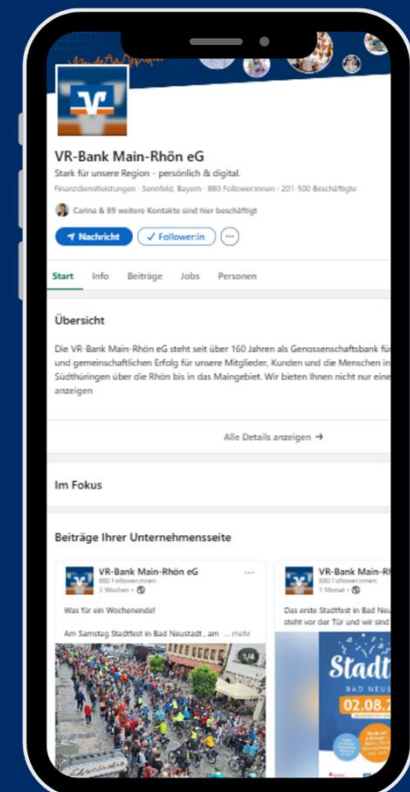
- Informationen über Finanzthemen – Blogs, Vergleichsportale & soziale Netzwerke gewinnen immer mehr an Bedeutung
- Steigerung der regionalen Sichtbarkeit
- Junge Zielgruppe direkt ansprechen
- Kontakt zu Kunden, die nicht mehr in die Filiale kommen
- Kundenbindung und Kommunikation
- Attraktivität als Arbeitgeber
- Erhöhung der Reichweite

Was ist unser Mehrwert?

- Stärkung des Images als moderne & innovative Bank
- Werbung als Ausbilder und Arbeitgeber #VReudeAmArbeiten
- Feedback von Kunden
- Steigerung der Kundenbindung
- Erhöhung der Markenbekanntheit
- Effiziente Krisenkommunikation



Wir begeistern unsere Kunden auf Social Media durch echte Mehrwerte!



SOCIAL MEDIA KONZEPT– VR-BANK MAIN-RHÖN EG



Botschaften & Werte

- Finanzexperten
- toller Arbeitgeber
- Lösungen für finanzielle Fragen
- regional
- digital
- engagiert etc.



Ziele

Qualitativ:

- fachlicher Mehrwert
- deutlich mehr Videos
- hohe Qualität

Quantitativ:

- steigende Impressionen
- Followerziel



Zielgruppe

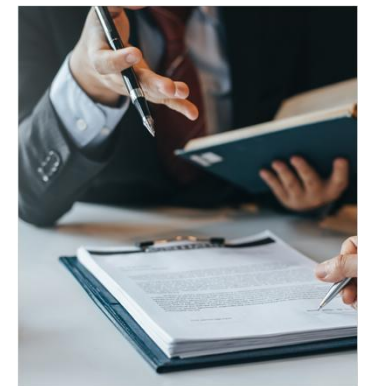
Zwei Zielgruppen:

- Young Professionals & Azubis
- Senior Professionals & Unternehmenskunden
- kein Zielgruppen-Fokus, außer Regionalität



Kanäle & Creator

- Standard-Plattformen: **Instagram**, Facebook, TikTok & YT
- Business-Plattformen: **LinkedIn** & Xing
- Hocheffiziente Multikanalstrategie (Standard-Plattformen)
- Authentizität durch regionale Gesichter



Vorgehensweise

1. Ideensammlung
2. Erstellung der Skripte
3. Videodreh an einem Videodrehtag
4. Schnitt der Videos
5. dezentraler Upload

SOCIAL MEDIA KONZEPT– VR-BANK MAIN-RHÖN EG

Vorgehensweise für Videocontent:



Social Media Treffen

- alle zwei Monate
- außerordentliche Projekte & Veranstaltungen
- Erstellung Contentplan (Kampagnen & Ideensammlung im Team)
- Skripting der Videos

Videodreh-Tag/Vormittag

- kurz nach dem Social Media Treffen
- Creator, Kamera & Supervisor
- durchschnittliches Ergebnis: 8 bis 10 Videos

Videoschnitt

- über iPad
- ermöglicht hohe Flexibilität
- Freigabe durch Team oder andere Cutter

Dezentraler Upload

- Upload & Freigabe über Social-Media-Box (außer TikTok u. YT-Shorts)
- Revisionssicher durch das 4-Augen-Prinzip
- Stories manuell

UNSER SOCIAL MEDIA TEAM

#Team

- 10 Personen in 3 Teams verteilt
- jedes Team ist abwechselnd für eine Woche zuständig
- Unterteilung in „Aufgabenfelder“
Creator, Cutter, Skripter, Erstellung Grafik (Bilder u. Stories), Funny-Content-Team und Erstellung Text

Mitarbeiter-Kapazität:

- **Zeitplanung insgesamt (monatlich)**
 - > Creator (ca. 2 Stunden)
 - > Cutter (ca. 3 – 4 Stunden)
 - > Skripter (ca. 1 Stunde)
 - > Erstellung Grafik (ca. 2 Stunden)
 - > Erstellung Text (ca. 1,5 – 2 Stunden)
 - > Erstellung Funny-Content (ca. 0,5 – 1 Stunde)
- **Aufwand pro Monat insgesamt:**
ca. 10 – 12 Stunden





JAHRESRÜCKBLICK 2024 INSTAGRAM

884

Follower dazu gewonnen

176

Posts online gestellt

105.153

Menschen haben unsere Posts erreicht

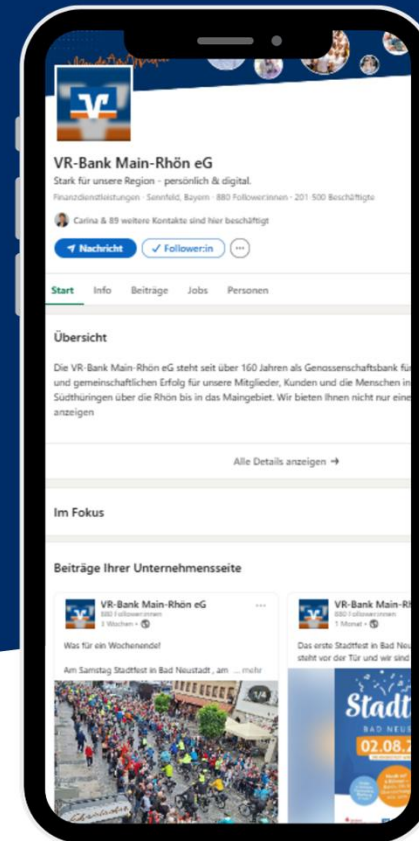
d.h. im Schnitt haben mind. 597 Personen
jeden einzelnen Post gesehen

Reporting-Highlight:

Adventskalender-Gewinnspiel

LinkedIn

- Verantwortlich: Marketing und Personal gemeinsam
- Losgelöst von der Multikanalstrategie
= separater Content
- Corporate Influencer Programm läuft erfolgreich
- Followerentwicklung 2024: +315 Follower
- Durchschnittliche Reichweite je Post: 964 Aufrufe



UNSERE BISHERIGEN ERFOLGE

#Erfolge



VR SOCIAL AWARD 2022

- Verliehen vom BWGV und vom GVB
- Kategorie „Kreativität“
- Weihnachtvideo 2022
 - Link zum Video: [Schöne Bescherung!](#) 🎄

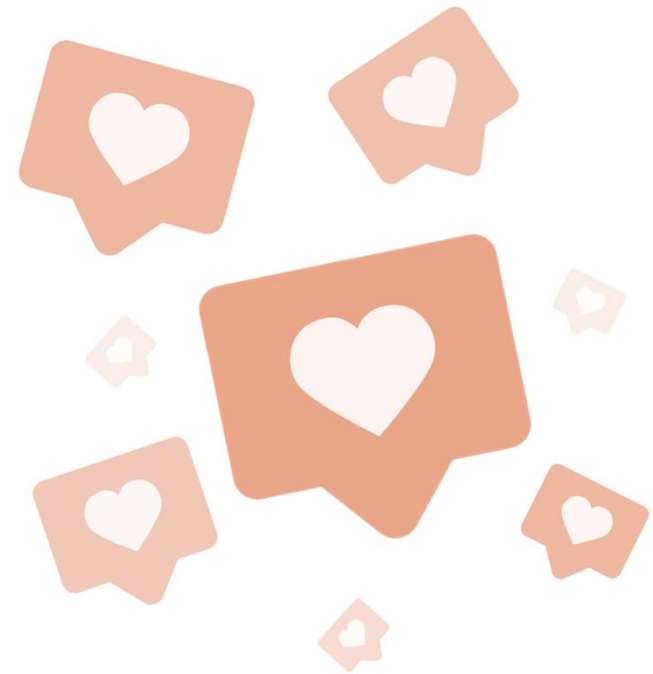


MuV-Forum 2024

- Vortrag als Referentin zum Thema „Social Media“
 - Teilnahme von 120 Vorständen und Mitarbeitern
 - Durchweg positives Feedback
 - Banken fragen unser Know-How etc. an – bis heute noch

ERFAHRUNGSBERICHT

- effiziente Arbeitsprozesse = Arbeitszeiterparnis/Geldersparnis
- Positionierung als Finanzexperten = wichtig und richtig!
- Vermeidung rechtlicher Risiken = better safe than sorry!
- Immer mehr Bewerber informieren sich über unsere Social Media Kanäle – Feedback ist positiv!
- Ohne Rückenwind von Vorständen/Führungskräften wird es schwer
> nehmt sie bestmöglich mit



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Digitale Visitenkarte

Folgt uns gerne:



@vrbankmr



@VR-Bank
Main-Rhön eG



@vrbankmr



@vrbankmr



@VR-Bank
Main-Rhön eG

