

HitchOn **On Target**

Hey Leute!

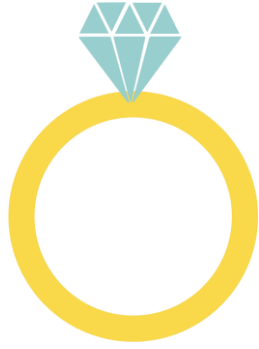
Was hat mein Ehering mit Social Media Targeting zu tun?

Stell dir vor, du bist frisch verheiratet und verlierst nur wenige Tage nach der Hochzeit deinen Ehering am Flughafen. Genau das ist mir passiert: In der Sicherheitskontrolle in London Stansted sollte ich alle metallischen Gegenstände abgeben und vergaß danach meinen Ring! Es blieb nur noch wenig Zeit bis zum Abflug und ich fragte mich, wie ich nun auf einer Fläche von tausend Hektar einen so kleinen und wertvollen Gegenstand wiederfinden sollte. Mit Sicherheit nicht allein und ohne Hilfe! Also erstellte ich kurzerhand eine Facebook-Seite "[Sarah's Ring](#)", auf der ich ein paar Fotos vom Ring hochlud und auf Englisch einen verzweifelten Hilferuf an die Allgemeinheit formulierte. Für 26 \$ schaltete ich eine Facebook-Ad im Umkreis des Flughafens. Und siehe da: Sofort erhielt ich zahlreiche Kommentare und Privatnachricht von Menschen, die mir helfen wollten! Auch die Airport Security sah die Anzeige und half mir – sodass ich schließlich zwei Stunden später und wenige Minuten vor Abflug meinen Ehering wieder glücklich in den Händen hielt.

Was lernen wir in unserer Social-Media-Arbeit daraus? Wir müssen die **Zielgruppe genau definieren**, das **richtige Thema** in eine **authentische Botschaft** verpacken und dafür zum **passenden Zeitpunkt** das **beste Medium** wählen. In meinem Fall waren die entscheidenden Faktoren, um die hilfreiche Unterstützung bei der Suche meines Rings zu bekommen, mein verzweifelter Hilferuf, die targeted Ad im Umkreis des Flughafens und die Wahl des Mediums Facebook.

Ich hoffe, ich kann euch mit dieser Anekdote und den untenstehenden Infos ein wenig inspirieren und zeigen, wie wichtig das genaue Targeting für Medienschaffende ist – egal ob für Werbekampagnen, fiktionalen, journalistischen Content – oder im echten Leben. ;-)

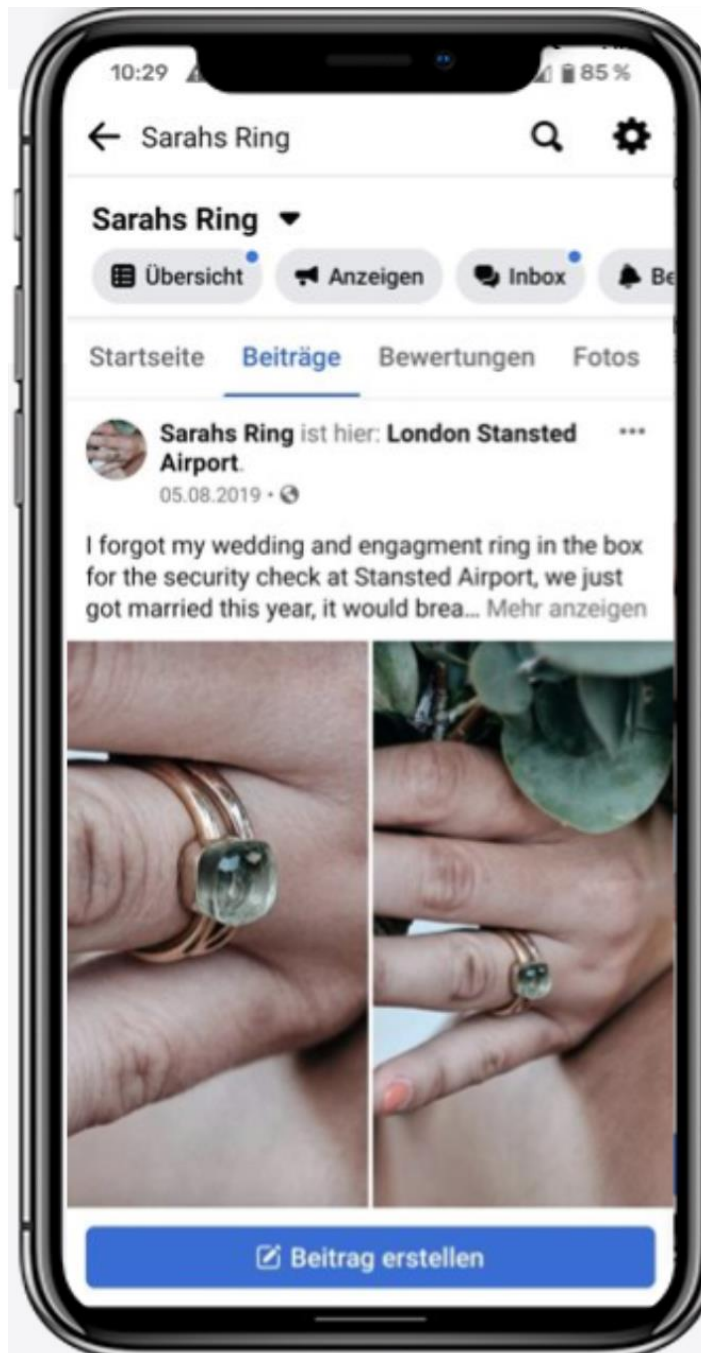
Auf bald!
Eure Sarah



TRUE STORY: "Sarah's Ring"

Zielsicheres Targeting: immer teuer und kompliziert?!

Vor allem mit Hilfe von Daten, aber auch mit dem richtigen Maß an Bauchgefühl zielen wir bei HitchOn mit unseren Kampagnen stets auf ein klardefiniertes TARGET! Nur so bekommen wir Aufmerksamkeit für unseren Content und können unsere Ziele erreichen. Und nur so gab es 2019 für meinen Mann und mich noch vor Abflug ein glückliches Wiedersehen mit meinem Ring. 🍷



**DEFINE THE
TARGET**

#DISTRIBUTION > Über Social Media im stetigen Austausch mit der Zielgruppe: Das ist das Ziel von Social Seeding. Mehr erfahren im hr-Podcast zum digitalen Wandel zusammen mit HitchOn-Expertin Julia Post.

#TV > TV Total feiert Tagessieg in der jungen Zielgruppe: das Comeback mit Sebastian Puffpaff.

#ONLINE > Mediennutzung im Internet und mobile Nutzung nehmen zu. Alle Daten zur Entwicklung der Internetnutzung in der ARD/ZDF-Onlinestudie.

#INFLUENCER > Fußball nur als Nebenjob? Profi Cristiano Ronaldo verdient über Instagram mehr Geld als mit seinem Sport - wer hätte das gedacht? Und auch der erfolgreichste Social-Media-Post aller Zeiten geht auf die Kappe des Rekordfußballers!

LINKS



Sinus-Jugendmilieus

Bildungsferne Jugendliche konsumieren eher kürzere Inhalte - oft, weil sie eher mobil und ohne Flatrate schauen. Eine von vielen Erkenntnissen aus der Sinus-Jugendforschung.

Austausch mit TikTokern

Über die neue Plattform Creative Exchange sollen Marken einfacher mit Creatoren zusammenkommen, um sich über Kampagnenwünsche auszutauschen.

IMPRESSUM: HITCHON GMBH vertreten durch die Geschäftsführerin Sarah Kübler

An den Grachten 27 | 55120 Mainz | Tel: +49 (0)6131 20 77 00 6

Web: www.HitchOn.de | Email: info@HitchOn.de

Registergericht AG Mainz | HRB Nr.: 46438 | USt-IdNr.: DE 298 789 989



Hier klicken zum [Abmelden](#)