

HitchOn **On the Search for...**



Hey Leute!

Es steht der eine Sonntag im Jahr bevor, an dem wir alle wissen, was die Menschen suchen: Ostereier! 🍫 Aus Schokolade, Ei oder Krokant, aber in jedem Fall bunt bemalt. 🍡

Wenn aber nicht gerade Ostern ist, stellen wir uns diese Frage ständig: *Was suchen die Menschen online auf den vielen Plattformen und Netzwerken?* Diese Frage ist aber weitaus vielschichtiger als sie scheint. Das alles steckt dahinter:

- Was interessiert die Zielgruppe? Was will sie?
- Wo sucht die Zielgruppe?
- Welche Stichwörter und Stichwortkombinationen geben die Menschen in die Suchfelder ein?
- Was erhoffen sich die Menschen – von der Suche und vom Medienkonsum allgemein?
- An welches Wissen zur Thematik knüpft die Zielgruppe an?

- Was gefällt der Zielgruppe? Welche Optik, welche Tonalität etc. spricht sie an?
- ...

Um Menschen zu erreichen, braucht es weitaus mehr als klassisches SEO-Wissen. Die benötigten Kenntnisse betreffen die Inhalte selbst. Mehr aber noch geht es um die Personen, die man erreichen möchte, ihre Beweggründe, ihre Gewohnheiten und ihre Vorlieben. Ein Weg, um diese Informationen in Erfahrung zu bringen, ist das **Social Listening**, über das du weiter unten mehr erfährst.

Mit diesen und weiteren Inspirationen zum Thema Content & Search wünsche ich dir ein schönes und fröhliches langes Wochenende.

Auch wir haben übrigens ein digitales Osterei in diesem Newsletter versteckt mit einem aktuellen und sehr amüsanten TikTok-Trend. 🐣
Findest du es?

Sarah



Viele Pflegekräfte stehen unter **Zeitdruck**, weswegen sie **Strafzettel** für zu schnelles Fahren bekommen.

Diesen Aspekt aus der Handlung griffen wir im Social-Media-Paket mit einer **humorvollen Umfrage mit den Schauspieler:innen** zu ihren letzten **Knöllchen** auf.

Social Listening: Es beginnt beim Zuhören

Das Thema Pflege authentisch aufgreifen und im öffentlichen Diskurs einbetten. So lautete das zentrale Ziel, das wir für die Webserie DIE PFLEGIONÄRIN gemeinsam mit unserem Kunden TELLUX CROSS MEDIA und dem Auftraggeber MDR formuliert haben. **Für uns begann die zielgruppengerechte Formatentwicklung für die Social-Media-Kampagne mit Social Listening.** Über Facebookgruppen zum Thema Pflege traten wir in direkten Austausch mit Pflegekräften und fanden heraus, was sie wirklich bewegt. Später konnten wir über diese Gruppen auch distribuieren und schönes Feedback zum Projekt einholen. 🐣

Die Pflegionärin
in der ARD-Mediathek



Habe die Folgen gesehen. Hat mir gut gefallen. Der anstrengende Alltag realistisch dargestellt, gewürzt mit einer Prise Humor.

Gefällt mir Antworten 3 Wo.



Super schön gemacht alle folgen grad gesehen und am Ende sogar ein paar Tränen vergossen

Gefällt mir Antworten 3 Wo.

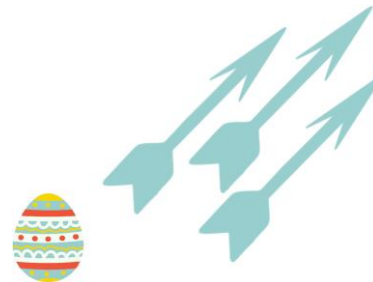


#MEDIENNUTZUNG > Die Mediennutzung nimmt immer stärker zu. Dabei fällt ein Großteil der Nutzung auf Videos.

#FORMATE > "Das ist also Kunst" von ZDFkultur verpackt die Klassiker der Malerei, Grafik und Fotografie in ein Instagram-Format für 25-34-Jährige. Host-Suche und -Betreuung laufen über HitchOn.

#INFLUENCER > Der Trend geht zu weniger Filter und mehr Authentizität. Ogilvy möchte nur noch mit Influencern zusammenarbeiten, die maximal Helligkeit und Kontrast verändern.

LINKS



Utopia Studie

Konsument:innen sind kritisch gestimmt, denn Nachhaltigkeit ist längst ein Buzzword in den Medien. Sie wünschen sich von Unternehmen u.a. (Produkt-)informationen im Onlineshop bzw. im Geschäft 🗨️

TikToks Engagement Rate

Die ist - wen überrascht es? - mit 5,96% im Durchschnitt besonders hoch. Doch der Abstand zu anderen Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter mag manche erstaunen. Mehr Zahlen bei Social Insider... 🗨️



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](#)