


Themen und Adressaten

Inhalt	Zielgruppe
Servicethemen <ul style="list-style-type: none">- Schimmel- feuchte Wände- how-to (Hilfe zur Selbsthilfe)- Experten	Endkunden Öffentlichkeit
HR-Themen <ul style="list-style-type: none">- Unsere Besten- Azubikampagne- Azubi-Dreh	B to C / B to B <ul style="list-style-type: none">- Franchiseiser (existierend und potentielle)- Nachwuchs
Gruppe / Intern <ul style="list-style-type: none">- CSR Themen der GL- - identitätsstiftende Themen	Franchiser Mitarbeiter

Ziel	Erfolg	Erwartung	Ressourcen
<p>Potenziale Heben (Ressourcen und Themen)</p> <p>Erwartungen der GL</p> <p>Mitarbeiterbindung und - motivation</p> <p>CSR</p>	<p>Geschichten erzählen und damit in Social Media Kanälen auftreten.</p>	<p><u>Kosten vs. Nutzen</u></p> <p></p> <p>Produktionsweise</p> <p>Klicks? Konversion?</p> <p>„Youtube ist Google“ (GL)</p>	<p>Verwertungskette</p> <p>Social Media Know-How fehlt</p> <p>Ressourcen Management (vorhandene Ressourcen konzentrieren)</p>

Formate 1

redaktioneller Beitrag / Kompetenz inhouse

Storytelling (vgl. Erfolg / s.o.)

Themen: vor Ort Berichte, Service, HR, CSR

O-Töne: Experten (ISOTEC / EXTERN); Betroffene (Kunden, Mitarbeiter)

Abläufe standardisieren

Aufbau

1. Ort: (Aufnahmen außen / innen)
2. Interviews: (Experte/Betroffene/r)
3. Schnittbilder
4. Outro
5. Vertonung (optional)

Tipp:

- Experteninterview als Basis (Wirbelsäule) des Beitrags
- Interview mit Betroffenen ergänzt und konkretisiert
- Schnittbilder: Details mit Bezug zu den Aussagen der Interviews.

Formate 2

Thomas erklärt.... (vgl. Foodwatch)
(geeignete Protagonisten inhouse)

10 – 11 Themen im Jahr, die ggf. in sich noch weiter in Unterthemen segmentiert werden können.

Themenplanung wird bereits jetzt über das Jahr entwickelt
Saisonale Themen (winterfest, Frühjahrscheck,...)

Aufbau

1. festes Setting („Studio“)
2. ein Experte/Expertin (intern/extern)
3. Schnittbilder (vorhandene bzw. leicht produzierbare Bilder vgl. Foodwatch)
4. direkte Ansprache (in die Kamera)
5. kurzes Intro/direkter Einstieg

Tipp:

En-Bloc Produktion möglich;
spart Ressourcen

Format schafft
Wiedererkennungswert

Formate 3

Thomas vor Ort
(Kompetenz inhouse)

Produktion im Rahmen von vor Ort Berichten. Auch für andere Themen denkbar.

Ziel: Kurze Teaser, die auf ein Thema hinlenken ohne Zusatzaufwand produzieren.

Aufbau

1. fester Ablauf
2. ein Protagonist (Thomas Bahne)
3. direkte Ansprache
4. zusätzliches Bildmaterial ggf. über Fotos

Tipp:

Format schafft
Wiedererkennungswert