

Social Media Konzept

ZUM ÄUSSEREN STAND



1 Zielgruppe/Ziele

1.1 Ziele

- Reichweite erzielen
- Höherer Bekanntheitsgrad
- Jüngere Zielgruppe ansprechen
- Angebot bekannt machen (unter anderem Events)

1.2 Zielgruppe

- Mittagessen: Geschäftsleute (Mittagessen)
- Abendessen: Kulinariker
- Mittag/Abendessen: Geniesser

1.3 Personas

1.3.1 Persona 1



Name: Stefan
Alter: 39
Beruf: Bankangestellter
Wohnort: Stadt Bern

Beschreibung

Stefan ist das Ebenbild eines klassischen Geschäftsmann. Sein Tag beginnt mit einem Kaffee und einem «Gipfeli» von seinem Bäcker des Vertrauens, der direkt auf seinem Arbeitsweg liegt. Sein morgen sowie auch am der Nachmittag verbringt er mit Meetings oder an seinem Schreibtisch. Der Tag ist kurz, trotzdem ist es ihm wichtig, den Kontakt mit seinen Geschäftskollegen oder Kunden zu pflegen und das am liebsten bei einem gemütlichen Mittagessen. Dort schätzt er es vor allem, wenn er sich an einem ruhigen, diskreten Ort einen Moment der Ruhe gönnen kann.

1.3.2 Persona 2



Name: Helena
Alter: 22
Beruf: Studentin
Wohnort: Stadt Bern

Beschreibung

Helena ist Teilzeitstudentin an der Berner Fachhochschule. Sie ist eine Geniesserin und verabredet sich oft mit ihren Freunden. Sei es auf einen Kaffee oder zum Mittag- oder Abendessen. Ästhetik ist ihr wichtig, nicht selten landet ein Foto von dem Essen in ihrem Instagramfeed.

1.3.3 Persona 3



Name: David und Selina
Alter: 34 und 31
Beruf: Bankangestellter
Wohnort: Stadt Bern

Beschreibung

David und Selina erkunden gerne und nicht selten neue Lokale in der Gegend. Auf der Suche nach einer frischen und modernen Küche geben sie auch gerne mal etwas mehr aus.

1.3.4 Persona 4



Name: Lena

Alter: 29

Beruf: Eventmanagerin

Wohnort: Stadt Bern

Lena ist Eventmanagerin und ständig auf der Suche nach neuen Lokalisationen für bis zu 100 Personen in der Umgebung Bern. Auf Instagram und anderen Social Media Kanälen lässt sie sich inspirieren und kann so ihren Kunden spannende neue Orte präsentieren.

2 Kanäle

2.1 Instagram

Highlights

1. Rezepte
2. Aktuelle Gerichte
3. Ambiente
4. Events
5. ...

2.1.1 Content

2.1.1.1 Bild

Was	Bemerkung	Wann/Wie oft
Restaurant Ambiente	Innen und Aussenansicht Restaurant	wöchentlich
Menus	Fotografie	wöchentlich
Rezepte	Einfache Rezepte zum nachkochen Instagram: Slider mit	wöchentlich
Geschichtliche Facts	Passendes Bild	wöchentlich
Gericht des Monats	Fotografie	monatlich
Zutat der Woche/Monat		monatlich
Porträt - Fabio Toffolon - Mitarbeiter	Porträtbild	monatlich
Kunden, Influencer, die ein Review über Restaurant schreiben		monatlich

2.1.1.2 Video

Was	Bemerkung	Wann/Wie oft
Gericht anrichten	20 Sekunden Videos	Monatlich
Einen Abend in der Küche (Zeitraffer)	Zeitraffervideo	Monatlich
Gericht kochen	30 Sek Videos	Monatlich
Interviewszenen	30 Sekunden Videos mit B-Roll	Pro Quartal
Porträt <ul style="list-style-type: none"> - Fabio Toffolon - Mitarbeiter 		Pro Quartal

2.2 Facebook

Facebook wird grundsätzlich analog Instagram geführt. Der Fokus soll aber auf Angeboten und mehr informativen Post liegen. Dies auf Grund einer anderen Zielgruppe die angesprochen wird. Bei Facebook werden in diesem Fall eher Persona 1 und 3 angesprochen (Stefan und David + Selina)

Bsp:

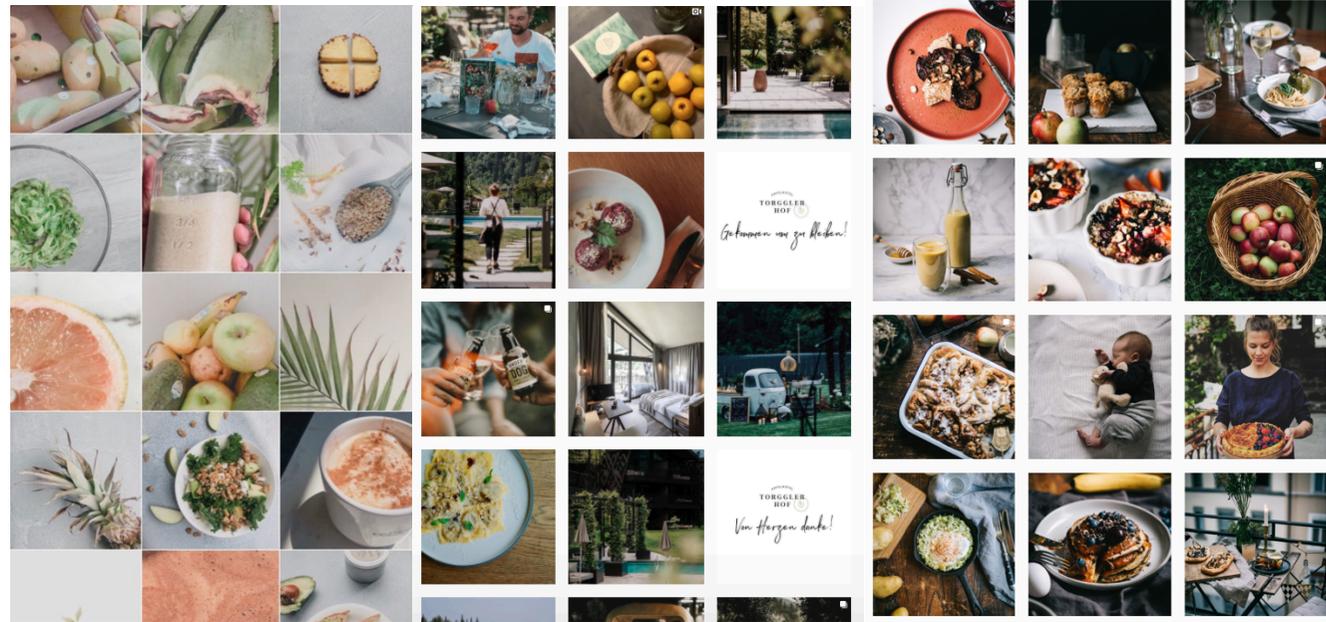
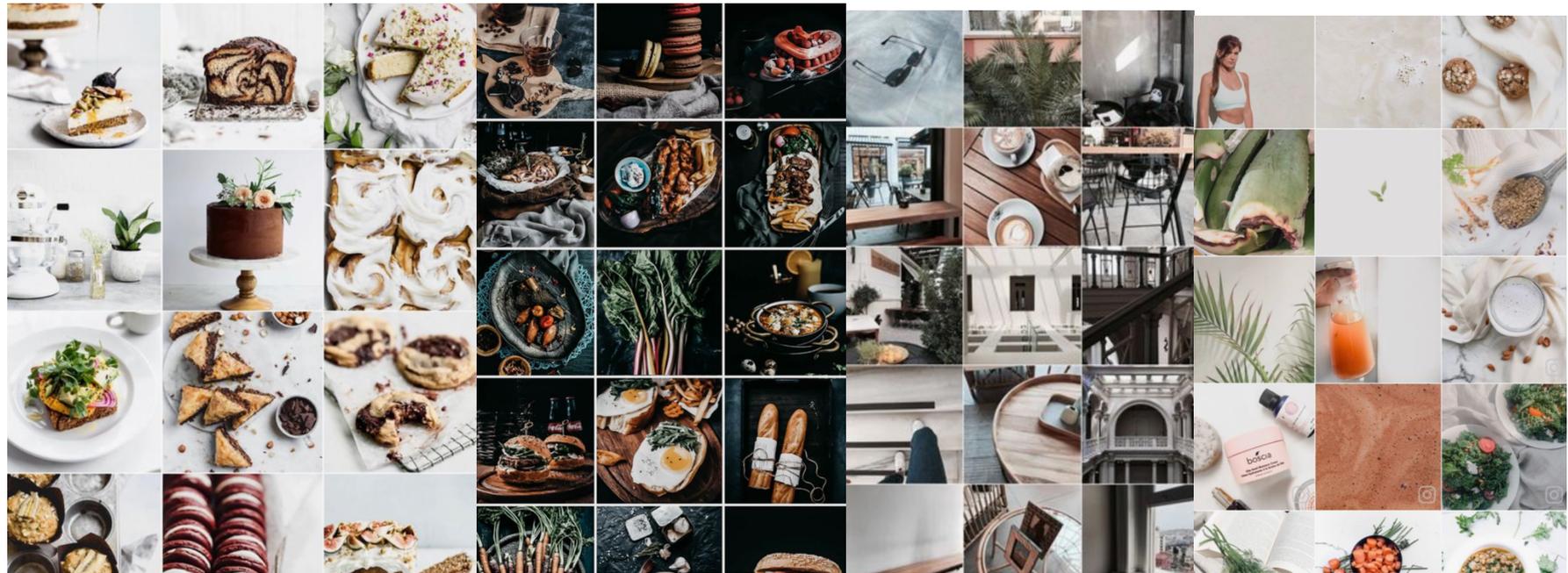
- Menuwechsel
- Angebote
- ...

2.3 Google MyBusiness

- Veranstaltungen aufschalten
- Google Ads verwalten

2.4 Interaktionen Social Media

Kommentare <ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Instagram 	Kommentieren, Bedanken, etc.
Storyerwähnungen <ul style="list-style-type: none"> - Instagram 	Reposten → falls relevant
Markierungen <ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> - Kommentieren - Reposten - Liken
Nachrichten/ Anfragen <ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> - Verwaltung durch Jamie



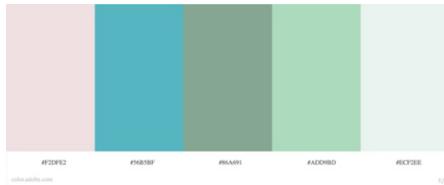
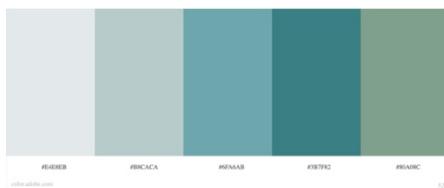
2.5 Moodboard

2.6 Stylesheet

#86A691

#E4E8EB

Themen



Schriften

Bodoni 72

Helvetica

RESTAURANT

**ZUM ÄUSSEREN
STAND**