



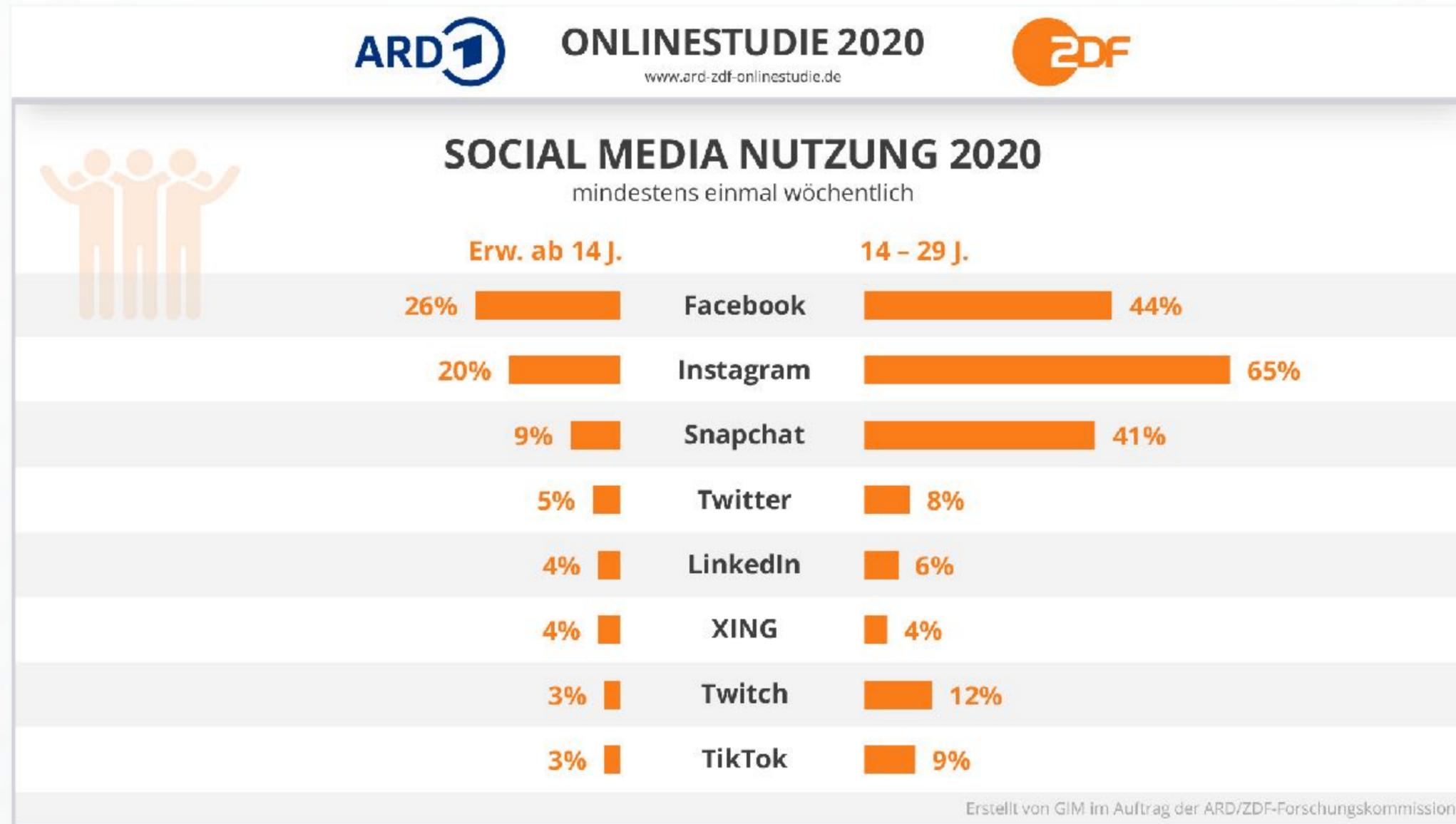
# **Social Commerce in Deutschland**

Zwischen Onlinesales und Storytelling

**CLOSED**

WHEN ONE DOOR CLOSES, ANOTHER  
OPENS. ALL YOU HAVE TO DO IS WALK IN.

# Social Media Nutzung | Deutschland



# E-Commerce Activity | Deutschland

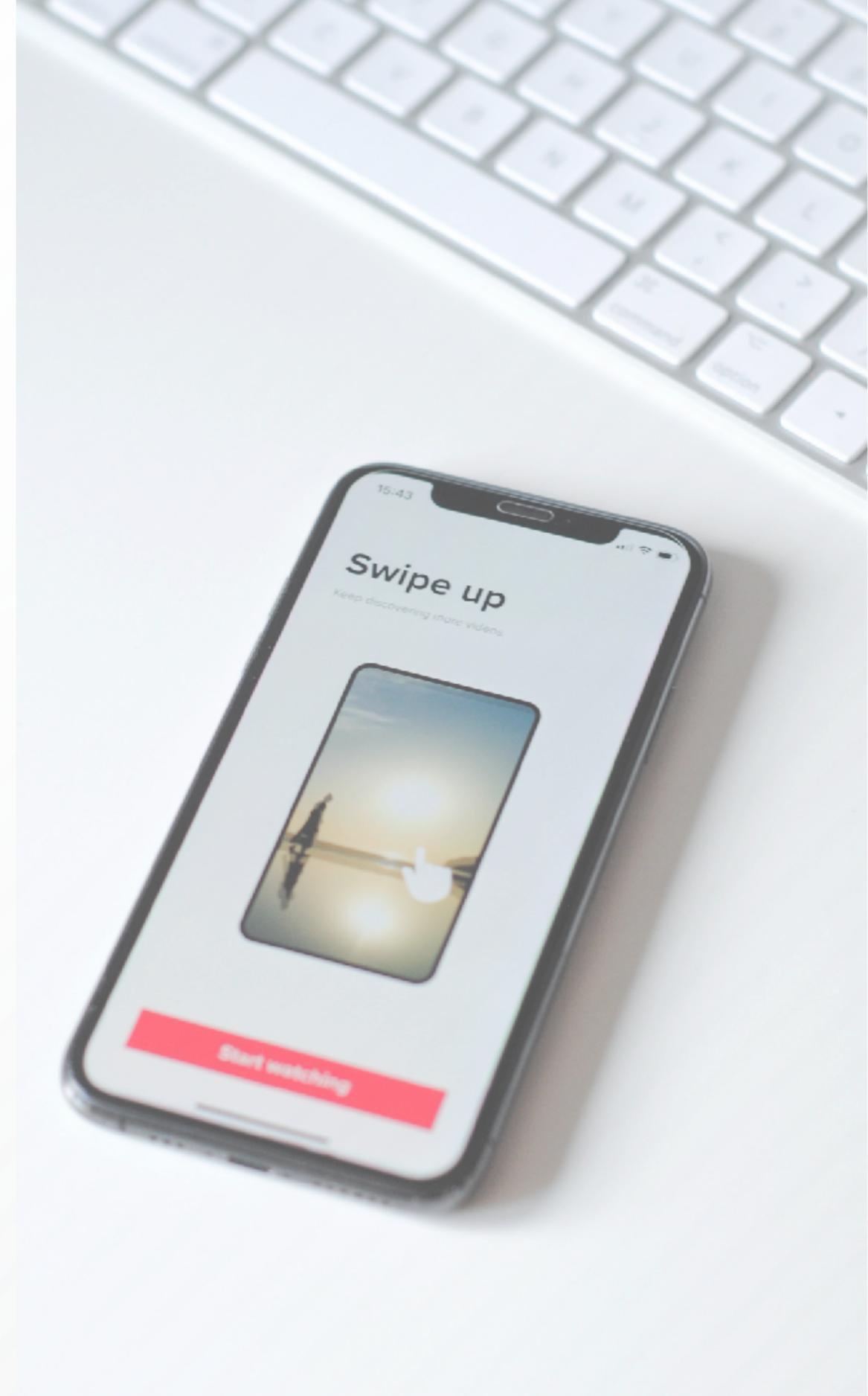


# Social Commerce | Definition

"**Social Commerce** beschreibt die Bewerbung und den **direkten Verkauf von Produkten über Social Media Plattformen**. Dabei können Kund:innen direkt mit dem Unternehmen durch Kommentare, Gefällt-mir Angaben und private Nachrichten **interagieren**."



# Social Commerce | Tools



# Social Commerce | Storytelling

- Fokus auf das SOCIAL in Social Commerce
  - Content Marketing mit Storytelling
  - Der Community einen Mehrwert bieten
  - Unternehmensthemen erzählerisch aufbereiten
  - Emotionen wecken
  - Ansprechende Inhalte regen zur Interaktion an
    - Wie der Klick zum Kauf
- ➔ Content der informiert aber auch unterhält!



# Social Commerce | Themenkörbe

Sponsoring

Feiertage

Reputation

USPs

Innovation

Aktionen

Point Of Sale

Artists

Events

User Generated Content

Spektakel

Technologie

Geschichte

Neue Produkte

Personality

# Social Commerce | Content



USPs



Feiertage



User Generated Content

# Social Commerce | Deutschland

- Noch keine In-App Käufe möglich
- Social Media ist essenzieller Teil der Customer Journey

➔ 7-10 Touchpoints vor Kaufabschluss

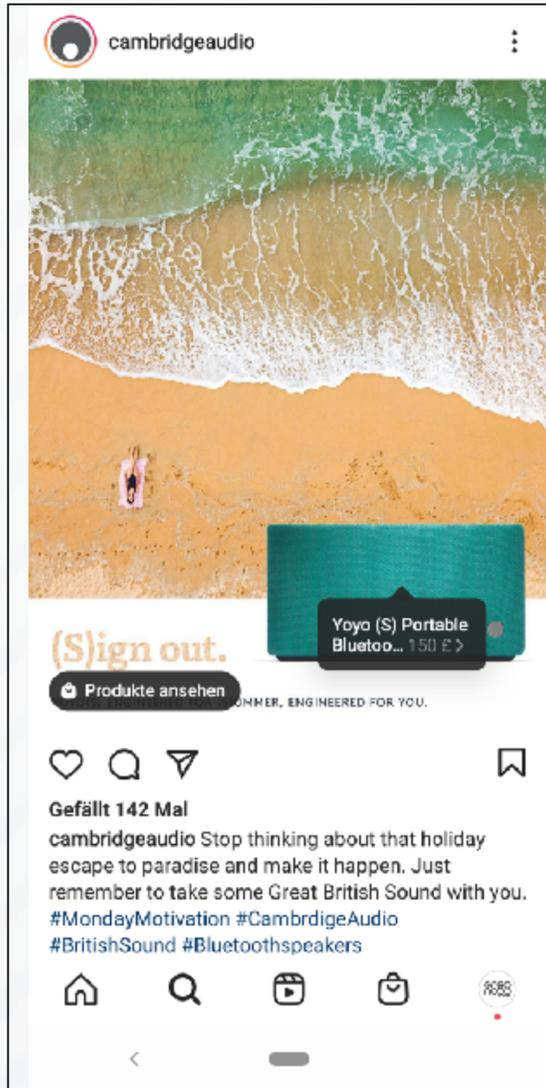
- Verbindung von Storytelling und den Tools des Social Commerce

➔ User:innen reagieren auf den Content

- Leads (Direktnachrichten) und Traffic (Onlineshop) generieren

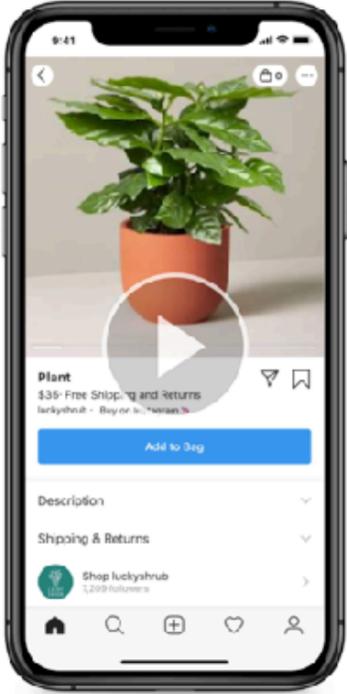


# Social Commerce | Deutschland



**Kunden eine Zahlungsmöglichkeit anbieten**  
Die Art des Kaufabschlusses bestimmt, wo Kunden ihre Zahlungsinformationen angeben, wenn sie etwas in deinem Shop kaufen möchten.

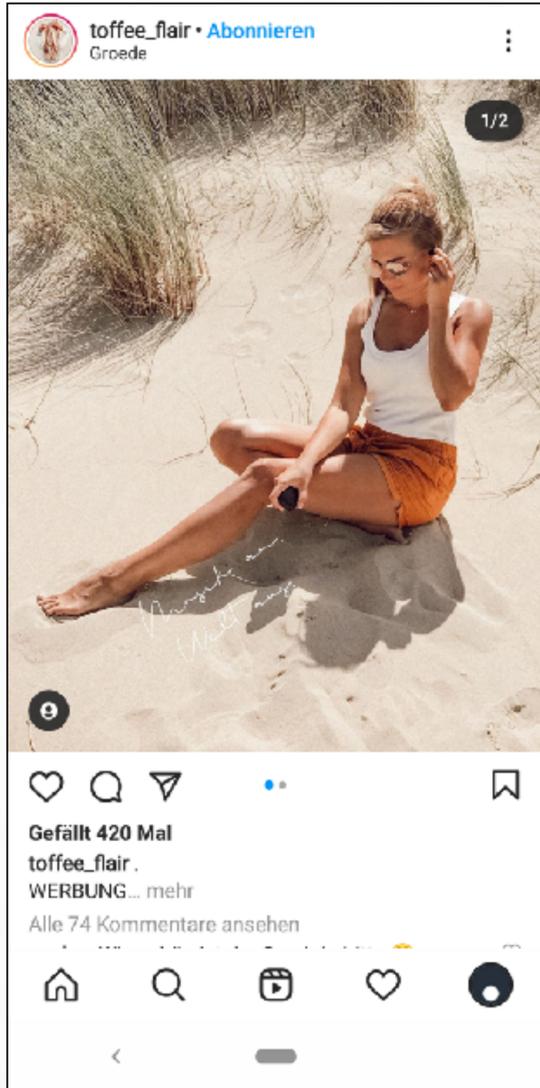
- Kaufabschluss auf einer anderen Website**  
Kunden können deinen Shop auf Facebook oder Instagram durchstöbern und werden dann beim Kaufabschluss über die Detailseite des Artikels auf deine Website weitergeleitet.  
[Mehr dazu](#)
- Checkout mit Facebook oder Instagram**  
Kunden können deinen Shop durchsuchen und direkt auf Facebook oder Instagram Artikel kaufen, ohne auf eine andere Website weitergeleitet werden zu müssen.  
[Mehr dazu](#)
- Nur verfügbar für Unternehmen mit Sitz in den USA**  
Stelle sicher, dass sich dein Unternehmen in den USA befindet und du ein US-amerikanisches Bankkonto hast.
- Kaufabschluss über Nachrichten**  
Wenn Kunden den Kauf abschließen möchten, werden sie weitergeleitet, um im Messenger oder über WhatsApp eine Nachricht an dein Unternehmen zu senden. Die Kunden werden zum Kaufabschluss nicht auf deine Website oder in eine App weitergeleitet.  
[Mehr dazu](#)



Über den Button auf der Produkt-Detailseite wird der Kaufabschluss direkt in der App gestartet.

Posting mit Produkt aus Facebook Shop

Möglichkeiten zum Kaufabschluss des Facebook Shops



Influencer Posting mit personalisiertem Rabatt-Code

Influencer Posting mit personalisiertem Rabatt-Code

# Social Commerce | Dos & Don'ts



Emotionen wecken



Zielgruppe definieren & kennenlernen



Kanalübergreifend agieren



Produkte an Kanäle anpassen



Interaktion mit der Community



Zu werblich agieren



Community-Pflege vernachlässigen



Duplicated Content



Ohne Strategie handeln



Unterlassenes Krisenmanagement

# themanual | Referentinnen



**Lena Götz**

Managerin Social Media &  
Influencer Relations



**Melanie Rudolph**

PR & Social Media Trainee



# themanual | Key Facts

Wir sind **themanual** – als Mitglied der rtfm Familie erweitern wir die klassische PR um **maßgeschneiderte Social-Media-Aktivitäten**.

Dabei verknüpfen wir das **Know-how** aus den Bereichen Technik und Kommunikation mit **Expertise** in Social Media.

Wir entwickeln **Strategien**, wir erstellen und vermarkten Inhalte, wir **analysieren und justieren** nach. Dabei stehen wir in **direktem Kontakt** zu persönlichen Ansprechpartnern von **Facebook, Instagram und TikTok**.

Geballte Kompetenz für „all things digital“ mit **passgenauen Kommunikationsstrategien** für unsere Kund:innen, ihre Produkte & Ideen.



# the manual.

Danke für Ihre  
**Aufmerksamkeit!**

**Rechtlicher Hinweis:**

Die in dieser Präsentation dokumentierten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum der rtfm GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die unautorisierte Nutzung, die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. rtfm GmbH ist berechtigt, abgelehnte Entwürfe anderweitig zu nutzen.

**Division of rtfm GmbH**

Lena Götz, Melanie Rudolph, Kai Stadelmann  
Flößbastr. 90  
90763 Fürth

Telefon: +49 911/310910-0  
E-Mail: [welcome@themanual.de](mailto:welcome@themanual.de)  
Web: [www.rtfm-pr.de](http://www.rtfm-pr.de)