



*top*pharm  
Genossenschaft

## **Webinar: Social Media für Apotheken (Auszug)**

© Juni 2023, Lars Berger, lars@l-ars.net, 079 355 53 75

---

## Lernziele «Social Media in der Praxis»

- Die Teilnehmenden wissen, welche **Grundlagen und Regeln** zum Social-Media-Marketing sie kennen sollten.
- Sie finden interessante **Themen** zum Posten und wissen, worauf sie beim **Texten** achten sollten.
- Sie wissen, was ein gutes Bild ausmacht und wie sie zu diesen **Bildern** kommen (ohne rechtliche Folgen!).
- Sie erfahren, was ein **Redaktionsplan** ist, wie man das **Engagement** erhöhen kann, welche **Plattformen** sinnvoll sind und welche **Tools** zur Verfügung stehen.



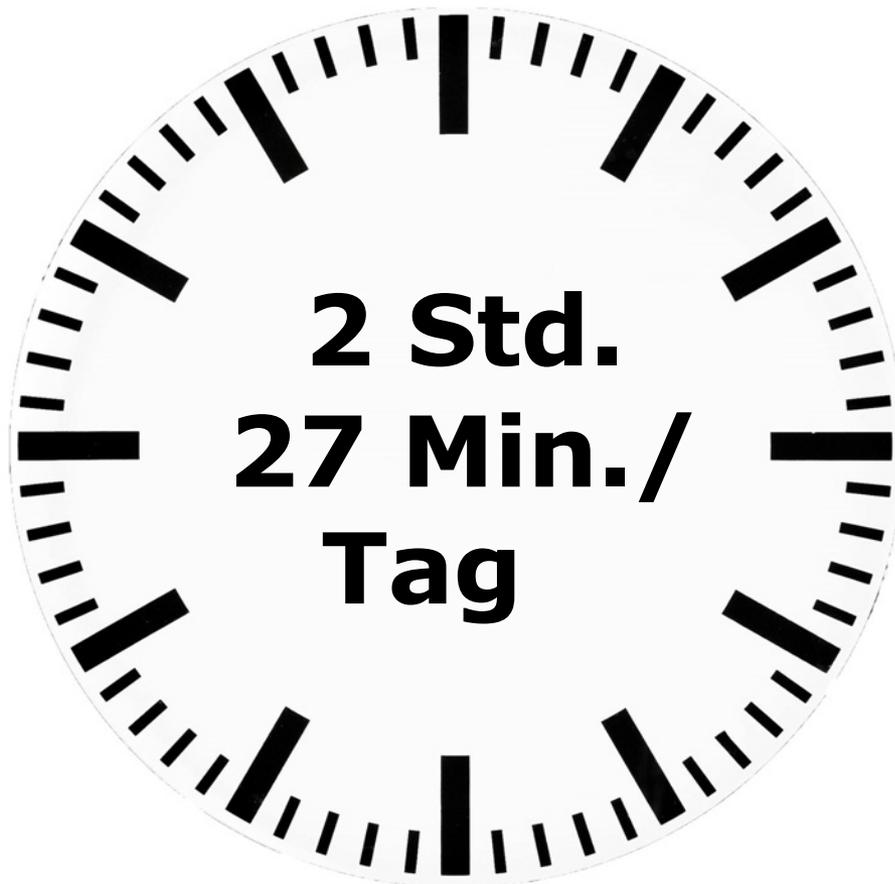
---

## Inhalt

1. Warum Social Media für Apotheken? Worauf achten?
2. Welche gesetzlichen Rahmenbedingungen gelten?
3. Was könnten interessante Themen sein?
4. Worauf sollte ich beim Texten achten? Wie ist das mit den Hashtags?
5. Wie mache ich geeignete Bilder? Worauf muss ich achten?
6. Wie finde ich passende Bilder im Internet, die ich verwenden darf?
7. Wie gehe ich im Social-Media-Marketing vor?
8. Wie kann ich das Engagement erhöhen?
9. Welche Plattformen sollte ich nutzen?
10. Welche nützlichen Tools gibt es?

---

## Durchschnittliche Social-Media-Nutzung Schweiz



23,7 h/Mt.



11,2 h/Mt.

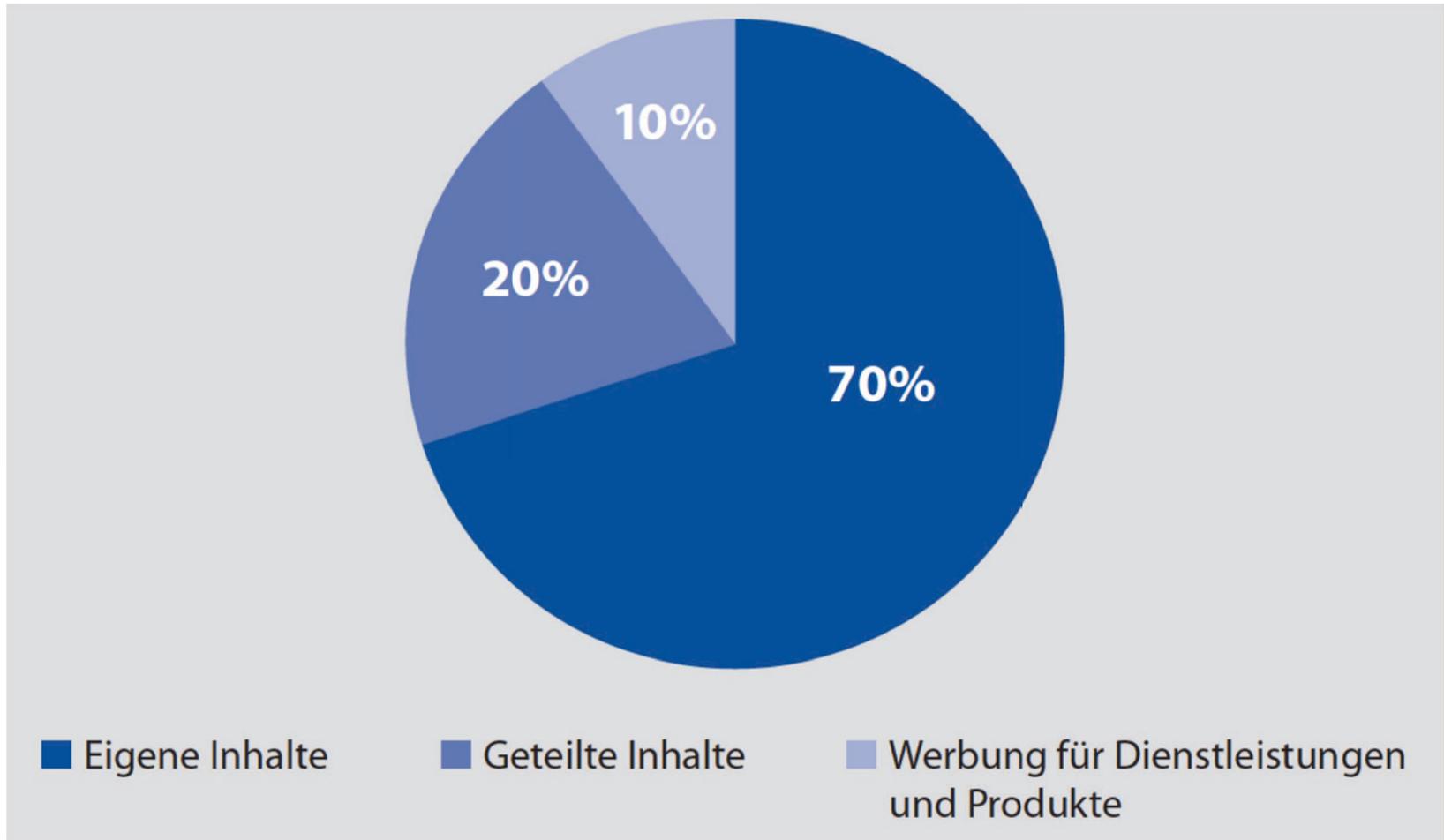


19,6 h/Mt.



19,6 h/Mt.

## Empfohlenes Verhältnis der verschiedenen Content-Arten



---

## Welche Inhaltsgruppen gibt es?

**1 News-Content**  
Neue Produkte, neue Dienstleistungen, neue Mitarbeitende etc.

**2 Entertainment-Content**  
Apotheken-Alltag, Persönliches, Anekdoten, Memes etc.

**3 Evergreen-Content**  
Anleitungen, Tipps, FAQ etc.

**4 Quality-Content**  
Tiefer gehende informative Beiträge

**5 Company-Content**  
Stellenausschreibungen, Öffnungszeiten etc.

---

## In welcher Form können Inhalte geteilt werden?

**1****Texte****2****Infografiken, Bilder und Slideshows****3****Videos, Animationen/GIFs****4****Rankings und Listen («Listicles»)****5****Interaktive Inhalte (Umfragen etc.)**

---

## 30 Social-Media-Content-Ideen

1. Tutorials/How-tos
2. Diskussions-Posts
3. Infografiken
4. Expertenmeinungen
5. Behind-the-scenes
6. Um Hilfe bitten
7. Umfragen
8. Ticker auf Event hin
9. Zitate
10. Blick zurück (History)
11. Buchempfehlungen
12. Wettbewerbe
13. Jahres-/Namenstage
14. Statistiken
15. Re-Posts alter Posts
16. Prognosen/Trends
17. Stereotypen
18. Quiz-Fragen
19. Kundenposts
20. Follower-Interviews
21. Best-ofs
22. Mitarbeiterbeiträge
23. Kreative Verwendungen
24. FAQs (Fragen beantworten)
25. Crowd sourcing
26. Gruppen-Empfehlungen
27. Alltags-Anekdoten
28. Umgang mit Kritik
29. Memes
30. Dank

# Fakten und Zahlen pharmaSuisse

## Inhaltsverzeichnis

Die Apotheken sind die ersten Anlaufstellen für gesundheitliche Fragen.

- Fakt 1** Fast 23 000 Personen verdienen ihren Lohn in der Apotheke.
- Fakt 2** Die Apotheken sind wichtige Akteure der Grundversorgung.
- Fakt 3** Die Apotheken sichern den Zugang zur medizinischen Grundversorgung.
- Fakt 4** Die Apothekenlandschaft verändert sich.

Die Apothekerinnen und Apotheker bilden sich laufend weiter.

- Fakt 5** Apothekerinnen und Apotheker sind gefragt.
- Fakt 6** Apothekerinnen und Apotheker bilden sich laufend weiter.
- Fakt 7** Die Apothekerinnen und Apotheker haben mehr Kompetenzen.

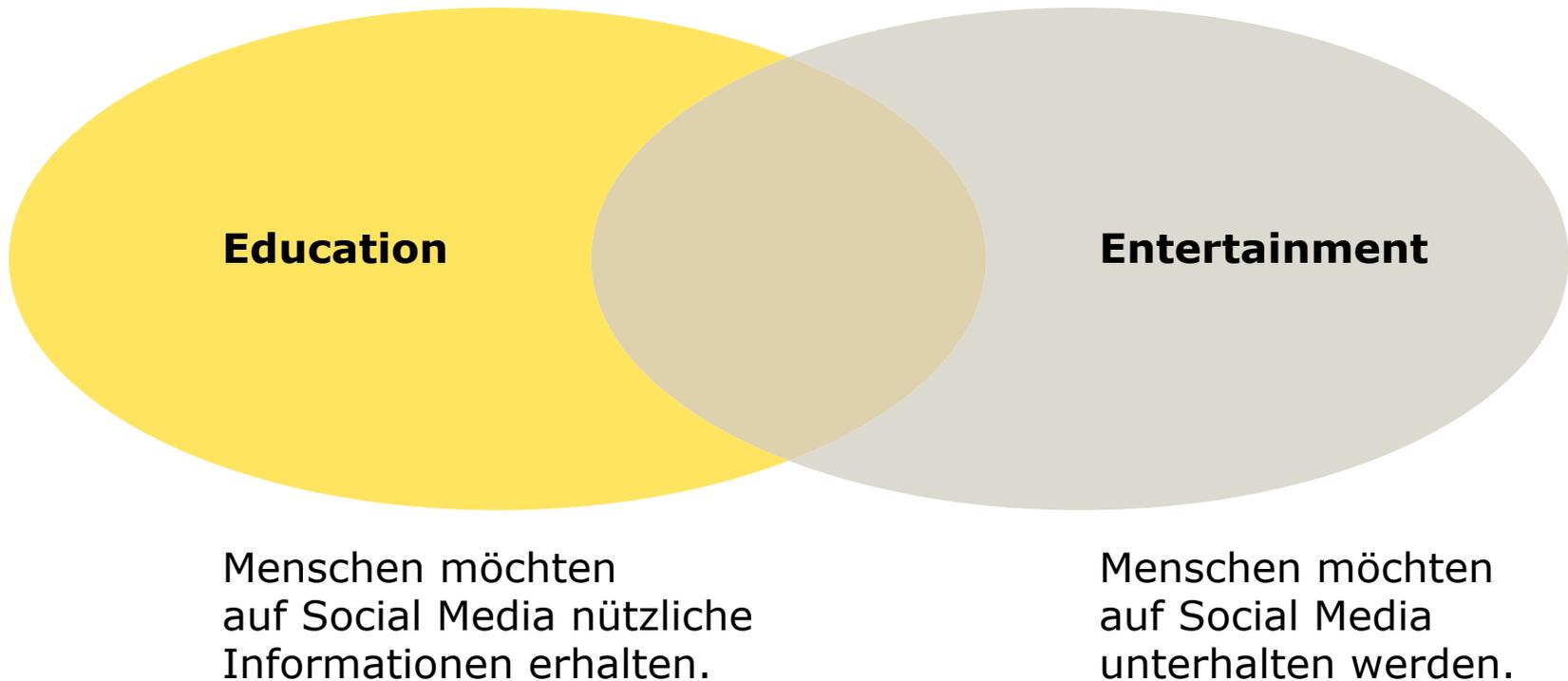
Die Apotheken fördern die Gesundheit der Bevölkerung.



kerinnen und Apotheker sind personen.	30
ke als Kompetenzzentrum für dienstleistungen.	32
ebot der Apotheken kommt gut an.	34
e sind ein eher kleiner Budgetposten.	36
enkäufe im Internet können gefährlich	38
ur Kostendämpfung bei.	
innen und Apotheker fördern neue und den Therapieerfolg.	42
ntenpreisindex setzt seine	44
, aber nicht zulasten des Personals.	46
ntenpreise gefährden die erheit.	48
Das Potenzial von Generika ist nicht ausgeschöpft.	50
Lieferengpässe betreffen öfter tiefpreisige Medikamente.	52

---

## Edutainment



**Menschen suchen KEINE werberischen Inhalte auf Social Media!**

---

## Inhalte pro Plattform

Jede Plattform hat eigene Zielgruppe, Logik und Sprache  
> Idealerweise Inhalte **nicht** überall gleich kommunizieren!

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

### Facebook

Mehr Text möglich, Fokus auf Textbeitrag möglich (Statement, längere Information etc.), Recruiting von Angestellten

The Instagram logo, featuring the camera icon in a square with a gradient from purple to orange, followed by the word "Instagram" in a black, cursive-style font.

### Instagram

Bild im Fokus, Text als begleitende Erklärung, noch informeller als Facebook, Recruiting von Angestellten und Lehrlingen (dort auch TikTok)

The LinkedIn logo, with the word "Linked" in black and "in" in white lowercase letters inside a blue square.

### LinkedIn

Business-Zielgruppe im Fokus, seriöser, «trockener», Recruiting von leitenden Positionen

## Hashtags (#)

- Dienen zur Einordnung und Indexierung von Inhalten
- **Facebook:** eher keine Hashtags
- **Instagram:** max. 10 (wenige passende effektiver als viele austauschbare; 30 wären aktuell erlaubt)
- **LinkedIn:** max. 5
- Können auch **in den Text** eingebunden werden
- Bei **Events** auch Hashtags in der Einladung vorschlagen:  
z. B. #toppharmgesundheitstag

<https://www.netdokter.ch> › Krankheiten

**Grippe: Symptome, Behandlung, Dauer - NetDoktor.ch**

16.11.2022 — Die Grippe (Influenza) ist eine schwere Atemwegserkrankung, die durch Viren hervorgerufen wird. Besonders in den Wintermonaten erkranken ...

Grippe: "Erkältung" (grippaler Infekt) Fieber meist länger als drei Tage anha...



### Ähnliche Suchanfragen

grippe symptome	grippe behandlung
grippe-verlauf	grippe inkubationszeit
grippe ansteckend	grippe medikamente
grippe dauer	grippe wikipedia

Go o o o o o o o o o o g l e >  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Weiter

grippe — Google durchsuchen

Siri Website-Vorschlag

**ER** Grippe: Symptome, Dauer & Verlauf | Erkältungsratgeber [erkaeltungs-ratgeber.de/grippe](http://erkaeltungs-ratgeber.de/grippe)

Google Vorschläge

- grippe
- grippe symptome
- grippewelle schweiz
- grippe 2023
- grippe englisch
- grippewelle 2023

## Nutzung von Künstlicher Intelligenz (ChatGPT)

 Schreibe einen Post für Instagram für eine Apotheke zum Thema "Bereit für den Sommerurlaub", inkl. den passenden Hashtags.

 "Endlich ist es soweit! Der Sommer ist da und der wohlverdiente Urlaub steht bevor ☀️ Aber seid ihr auch gut vorbereitet? In unserer Apotheke findet ihr alles, was ihr für einen gesunden und sorgenfreien Sommerurlaub braucht 🌴🌊 Von Sonnenschutz über Insektenschutz bis hin zu Reiseapotheken – wir haben das richtige Produkt für euch! Lasst uns gemeinsam dafür sorgen, dass euer Urlaub unvergesslich wird! 🥰 #Sommerurlaub #Gesundheit #Sonnenschutz #Insektenschutz #Reiseapotheke #Apotheke #GemeinsamGesund #Erholung #Sorgenfrei"

---

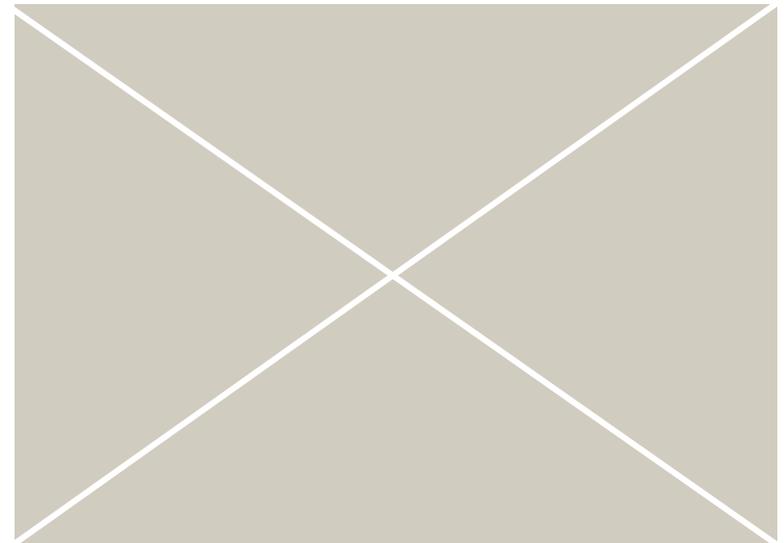
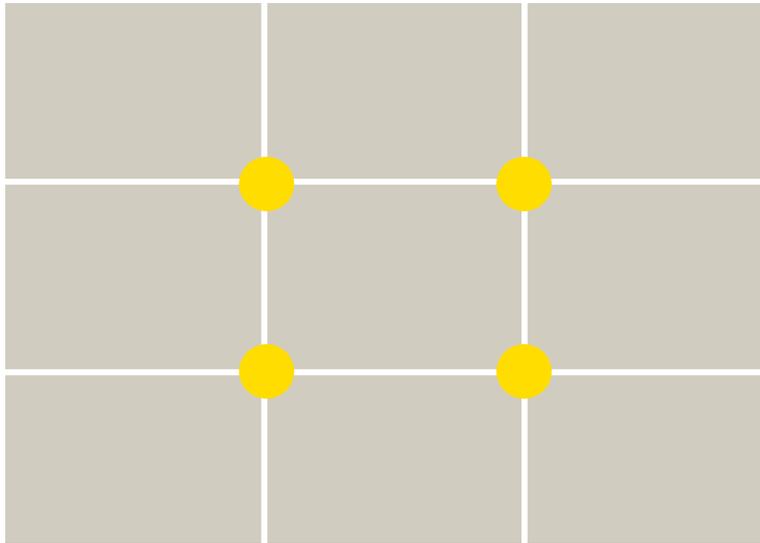
## Transfer

Was würdest du an deinem Post «Bereit für die Sommerferien» noch ändern?



---

## Bilder selber aufnehmen: Die 9-Felder- und die Diagonalen-Regel



## Regeln für die Aufnahme

1

Auf das **Motiv** konzentrieren

2

Ein geeignetes **Format** finden

3

Die passende **Bildaufteilung** wählen

4

Den richtigen **Ausschnitt** suchen

5

Die richtige Wahl von **Licht & Schatten**

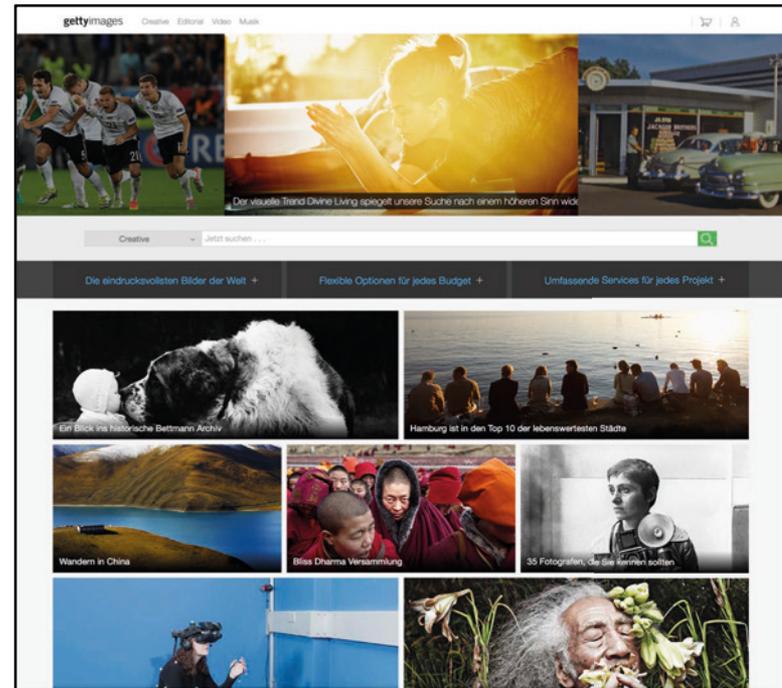
6

Die **Tiefenwirkung** gekonnt einsetzen



## Quellen von Bildern

- Eigenes Foto-Shooting
- Eigene Bilddatenbanken
- Bildagenturen  
(«Stock Picture Agencies»)
  - RM (rights managed, lizenzpflichtig)
  - RF (royalty free, lizenzfrei)
- Kostenlose Bilder im Internet
  - CC (creative commons)
  - PD (public domain)
- Durch künstliche Intelligenz erzeugte Bilder



## Nutzung von Künstlicher Intelligenz (Midjourney)



## Der Social-Media-Redaktionsplan

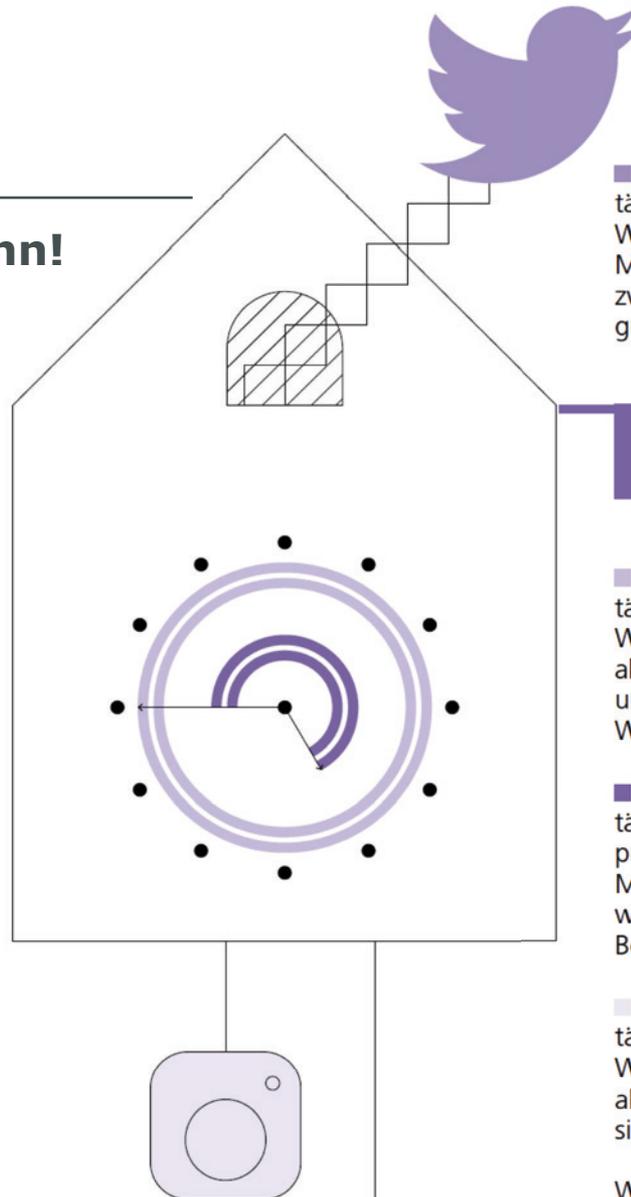


The screenshot shows a Trello board named "Redaktionsplan" with a calendar view for September 2021. The board is set to "Arbeitsbereich von Isabell" and is private. The calendar view shows tasks and content types assigned to specific dates.

MO.	DI.	MI.	DO.	FR.	SA.	SO.
30	31. Aug.	<b>1. Sept.</b> 1 Element Engagement-Post Instagram Umfrage zur Social-Media-Nutzung	<b>2</b> 1 Element Blog Blogbeitrag: Thema XY	<b>3</b> 1 Element LinkedIn Content-Post Thema AB	4	5
<b>6</b> 1 Element Gewinnspiel	<b>7</b> 1 Element Blog Blogbeitrag: Social-Media-Planung	<b>8</b> 1 Element Commerce-Post Facebook Produkt H	<b>9</b> 1 Element LinkedIn Stellenanzeige	<b>10</b> 1 Element Instagram Geburtstag: Teammitglied Z	11	12
<b>13</b> 1 Element Produkteinführung: Produkt XY	<b>14</b> 1 Element Vorstellung Team-Mitglied	<b>15</b> 1 Element BTS: Content-Production	<b>16</b> 1 Element Office-Day	<b>17</b> 1 Element BTS: Video-Dreh Kunde X	18	19
20	21	<b>22</b> 1 Element Herbst-Beginn	23	24	25	26



## Wann? Dann!



■ **Twitter:** 3–10 Tweets täglich, 21–70 Tweets pro Woche. Morgens, über den Mittag und am frühen Abend zwischerts sich besonders gut.

### Social Media

■ **Facebook:** 1–2 Posts täglich, 2–5 Beiträge pro Woche, nachmittags und abends gehts hier rund, unbedingt auch am Wochenende posten.

■ **LinkedIn:** 1–2 Beiträge täglich, 2–5 Beiträge pro Woche. Dienstag und Mittwoch sind ideal, nur während den Arbeitszeiten Beiträge veröffentlichen.

■ **Instagram:** 1–2 Beiträge täglich, 5–10 Beiträge pro Woche. Über den Mittag, abends und am Wochenende sind hier viele User aktiv.

Wichtig: Bei Facebook und LinkedIn gibt es ein «Zuviel» an Beiträgen. Bei Twitter und Instagram darf die Frequenz weit höher sein.

**Hinweis**  
Die Zentrale postet weniger häufig (ca. 3 x pro Woche)

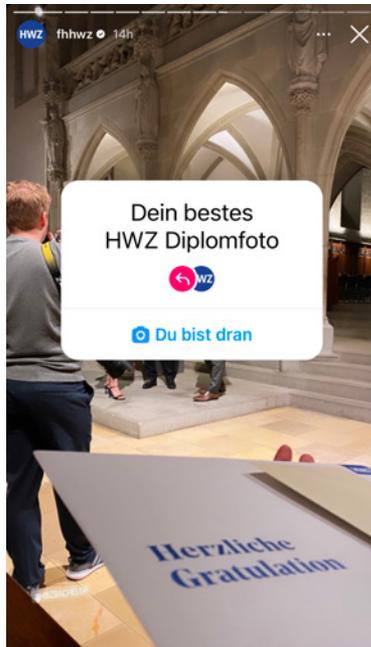
---

## 9 Tipps für mehr Instagram-Engagement

1. **Längere** und erzählende **Bildunterschriften** (Verweildauer!)
2. Überzeugender **Call-to-action** (Kommentare ranken höher als Likes; Fragen- und Umfragen-Sticker etc.)
3. Bilder posten, die man **nicht jeden Tag sieht**
4. **Videos** und **Slideshows** einsetzen (Interaktion, Verweildauer!)
5. Richtige **Hashtags** sparsam setzen, andere **Nutzer markieren**
6. **Emojis** verwenden (quintly-Studie: Engagement +47%)
7. Regelmässig zur **besten Zeit** posten (User-Insights im Business-Account)
8. **Selber aktiv sein**: sofort reagieren, proaktiv andere Posts kommentieren
9. Hochwertigen **Content** anderer Accounts **teilen**

## 2. Überzeugender Call-to-action

Wie sieht es bei dir aus? Mach mit und verrate uns, wie viele Minuten (oder Stunden) du am Tag online bist 💬. P.S.: Mit einem Apple-Gerät kannst du direkt in Instagram gucken, wie viele Minuten es bei dir sind 😊



### 3. Sorgfalt bei der Bilderwahl

Wie viel soll ich  
trinken?

A photograph of a plastic bottle of 'Frauenholzene Mineralbrunnen' water. The bottle is partially filled with water and has a white label with blue and green text. The label includes the brand name 'Frauenholzene Mineralbrunnen', 'Mit Kohlensäure', and '1,5l e naturnorm'. A large red 'X' is drawn over the entire image, indicating that this image is not recommended for use.A photograph of a woman drinking water from a plastic bottle. She is shown in profile, with her head tilted back and water splashing out of her mouth. The background is a clear blue sky. The text 'Wie viel soll ich trinken?' is overlaid on the bottom right of the image.

Wie viel  
soll ich  
**trinken?**

## 7. User-Insights im Business-Account



Eher Inhalte für Frauen posten, die aber auch Männer interessieren könnten.

Beste Zeiten: Mittag oder ca. 18 Uhr > kann mit Meta Business Suite, Buffer oder Hootsuite auch programmiert werden.



***Was ist der Unterschied  
zwischen einen Goldfisch und einem  
durchschnittlichen TikTok-User?***