

## *Post-Beispiel: Ankündigung Heurigentermin*

*AUSG´STECKT IS: 17. JÄNNER - 2. FEBRUAR*

*Ein 5-gängiges, köstliches Degustationsmenü & ein reichhaltiges Heurigenbuffet erwarten dich. Unsere kreative Küchenchefin, Barbara, hat wieder gezaubert und verwöhnt dich mit diesem Feinschmecker-Menü:*

- \*Feiner Gabelbissen mit Nordseekrabben*
- \*Saiblingsfilet lauwarm mit Fenchel-Erdäpfel-Creme*
- \*Osso Bucco mit Ruccola*
- \*Französischer Brie mit Muskateller-Trauben-Gelee*
- \*Dessertvariation um die Orange mit Zitroneneis*

*Mmmhhh... Alle Gänge werden frisch gekocht und von exzellenten Weinen aus unserem Keller begleitet. Läuft dir schon das Wasser im Mund zusammen? Wir bitten um eine Reservierung und freuen uns auf deinen Besuch! (Degustationsmenü € 33,00, Weinbegleitung € 17,00)*

## *Ihre Fans Lieben Fotos...*

Ja, sicher, weiß ich - werden Sie jetzt sagen... Aber wie oft kommen Sie dazu, ein Foto zu posten? Ihre Fans möchten gerne sehen, was sich in Ihrem Leben als Winzer so tut. Im Weingarten, Keller, bei der Flaschenabfüllung, Etikettierung, auf Veranstaltungen, im Heurigen, bei Treffen mit anderen Winzern, auf Auslandsreisen, in Ihrer Winzer-Familie etc.

## *Es darf gerne auch ein Handy-Video sein ...*

Noch spannender wird es für Ihre Fans, wenn es was zu sehen UND zu hören gibt. Nicht Perfektion ist gefragt, sondern Spontanität und Kreativität. Wenn Sie z.B. mit dem Refraktrometer im Weingarten stehen und im Video die aktuellen KMW-Werte Ihres Grünen Veltliners erklären...

## *Einfache Grafiken und Posters*

Zu bestimmten Anlässen wie z.B. Weihnachten, Ostern, Pfingsten, Muttertag etc. kann eine schöne Grafik in Form einer Grußkarte stimmungsvoller und passender sein als ein Text. Oder auch, wenn es ganz emotionale Momente zu feiern gibt, wie die Bekanntgabe eines prämierten Sieger-Weins. Oder auch wenn Sie z.B. den 3.000 Fan auf Ihrer Facebook-Seite begrüßen.



## *Sehr beliebt: Gewinnspiele*

Fans lieben es, an Gewinnspielen teilzunehmen. Für Sie als Winzer ist es eine ausgezeichnete Gelegenheit, mit geringem Zeit- und Kostenaufwand die Anzahl Ihrer Facebook-Fans deutlich zu erhöhen und neue potentielle Kunden anzusprechen. Ein gutes, gelungenes Gewinnspiel muss für beide Seiten eine Win-Win-Situation sein.

## *Niederschwellige Gewinnspiele ohne Datenerfassung*

Grundsätzlich gilt: je geringer der Aufwand - oder die Schwelle - zur Teilnahme ist, desto mehr Personen werden mitspielen. Am besten funktionieren Gewinnspiele mit sehr einfachen Fragen, deren Beantwortung binnen Sekunden - auch mobil am Handy - möglich ist. Hiefür sind keinerlei zusätzliche Web-Programmierungen erforderlich, der Aufwand für die Vorbereitung und Umsetzung des Gewinnspiels ist äußerst gering. Wenn Teilnehmer Fan Ihrer Facebook-Seite sein bzw. werden müssen, um am Gewinnspiel teilnehmen zu können, werden Sie einen deutlichen Zuwachs Ihrer Community verzeichnen. Und das bedeutet eine permanente Reichweiten-Erhöhung in der Zielgruppe Wein-Interessierte für alle Ihre künftigen Posts und Aktionen. Und genau darum geht 's ja bei Social Media...