



SOCIAL MEDIA & FOTOWORKSHOP

Welche Social Media Kanäle nutzt Medicon?

- **LinkedIn**
 - Zielgruppe: hauptsächlich Fachhändler
 - Informationen über Messe / Kongressbesuche, Medicon Courses
 - Produkte
 - Jobanzeigen
 - Firmenupdates
- **Instagram**
 - Zielgruppe: hauptsächlich plastische Ärzte
 - Informationen über Messe / Kongressbesuche, Medicon Courses
 - Produkte
 - Storys, Reels & Post werden genutzt
- **Newsletter**
 - Zielgruppe: alle, von denen wir die Kontaktdaten + Zustimmung haben
 - Regelmäßige Updates/Informationen der Business Units
 - Follow Up E-Mail nach Veranstaltungen



LINKEDIN

LinkedIn

Good to know

- Dient hauptsächlich als **Informationsplattform** im geschäftlichen Umfeld
 - Unterhaltungsbeiträge werden aber immer beliebter und erhalten auch mehr Aufmerksamkeit
- Beiträge **teilen hilft nicht** weiter!
 - Algorithmus verhindert, dass derselbe Beitrag öfters erscheint. Der Beitrag, der dann mehr Interaktion erhält wird letztendlich angezeigt
 - Besser ist, wenn Personen im Beitrag erwähnt werden, Personen darauf reagieren oder wenn die **Beiträge kommentiert / geliked** werden
- Mit **Hashtags** kann man eine enorme Reichweite erreichen
 - Alle, die einem Hashtag folgen bekommen den Beitrag angezeigt
 - Themenspezifisch einsetzen und nicht übertreiben
- **Fachhändler hinweisen**, dass sie uns auf LinkedIn folgen sollen


LinkedIn Ziele

- Zielgruppe: Vertriebspartner
- Regelmäßige Beiträge, um eine Routine reinzubringen
- Inhalt könnte sein:
 - Unternehmen vorstellen
 - Veranstaltungen + Verbindung mit eigentlichem Ziel
 - Monatlich ein Produkt hervorheben und detaillierter bewerben
 - Medizinische / Allgemeine Gedenktage
 - „Every Day Problems“ in der Medizinbranche
 - Lösungen mit Produkten / Anwendungen aufzeigen

LinkedIn Beispiele

Medicon eG
1415 Followerinnen
1 Monat · Bearbeitet · 1

A great day for Marius and Niklas!
Today they both finish their apprenticeship at Medicon.
With a small reception, a glass of sparkling wine and a personal ... mehr anzeigen



10 Kommentare · 1 direkt geteilter Beitrag



Mario Walzenegger · 1.
Präsident Technical Director bei Medicon eG
Herzlichen Glückwunsch

1 Monat · ...

Gefällt mir · Antworten



Barbara Schneider · 2.
Willkommen im Team!

2 Monate · ...

Gefällt mir · Antworten



Russ Maxey · 2.
Medical Distributor · Principal/Owner of Maxey Medical LLC
congratulations! 🎉
[Übersetzung anzeigen](#)

2 Monate · ...

Gefällt mir · Antworten



Ingo Parkoz · 2.
Market Development Manager bei Medicon eG
Glückwunsch an euch beide!

1 Monat · ...

Gefällt mir · Antworten



Anne Ahrens · 2.
Grafik-Designerin
Euch beiden herzlichen Glückwunsch und einen guten Start!

2 Monate · ...

Gefällt mir · Antworten



Ali Raza Shahid · 3.
Sales Executive at CARONIA SURGICAL
Impressive

2 Monate · ...

Gefällt mir · Antworten

LinkedIn Beispiele

Medicon eG
1.415 Followerinnen
8 Monate +

Congratulations to Dr. Jason McGowan (Centura St. Anthony Hospital in Lakewood, CO) for being the first surgeon to use the **#Medicon** **#MediExpandcervical** in the United States.

Übersetzung anzeigen



Matthias Alber und 2 weitere Personen
6 Kommentare · 15 direkt geteilte Beiträge

Relevanteste



Ryan Smith · 2.
Medical Device Sales Leader

7 Monate (bearbeitet) +

Great teamwork, pretty neat to see this through FDA approval over the past year and have Dr. McGowan be the first in the country to trust and utilize this superior product. Here's to many more successful cases/corrections. Congrats **Jason McGowan** & **Medicon eG** **Michael Marsiglia** **Matthias Alber** **Andreas Burger** 🙌🙌

Übersetzung anzeigen

Gefällt mir · 1 · Antworten · 1 Antwort

Medicon eG **Autorin**

7 Monate +

1.451 Followerinnen

Here's to Dr. McGowan and you for both of your good work and your success. And here's to the patient, too. Thank you all for your trust. Sometimes - if you want to move forward - you don't have a choice but to be the first!

Übersetzung anzeigen

Gefällt mir · 2 · Antworten



Michael Marsiglia · 2.
Sales and Business Development Manager: Spine and Surgical

7 Monate +

Awesome news! Looking forward to many more cases here in the US with our unique system 🙌

Übersetzung anzeigen

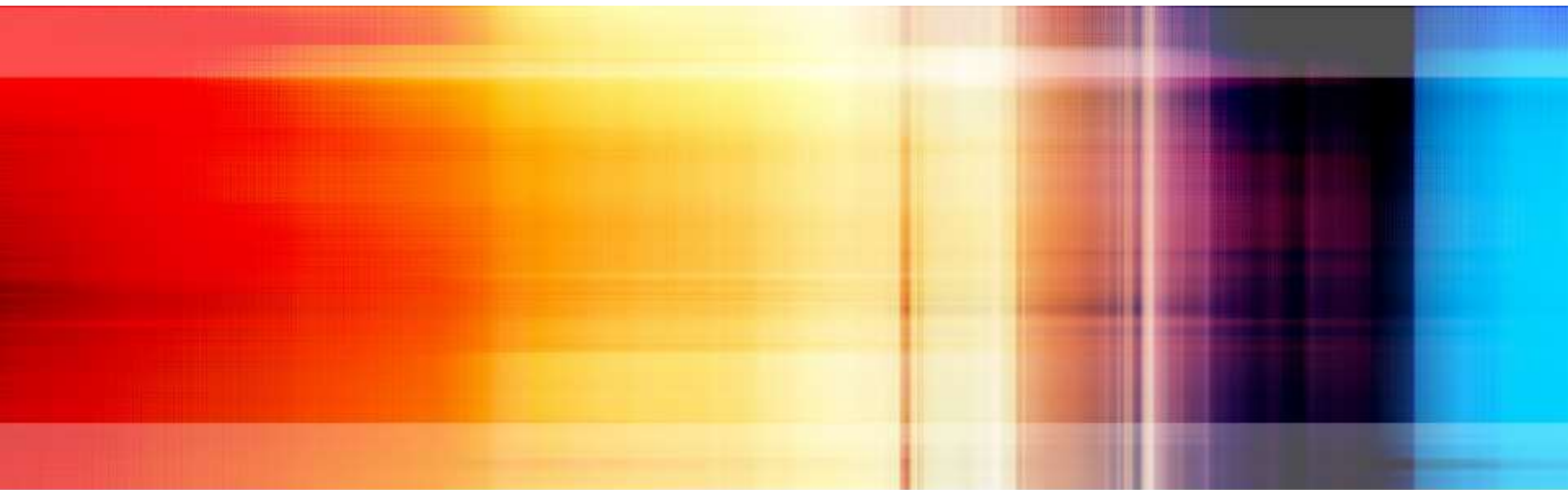
Gefällt mir · 4 · Antworten · 1 Antwort

Medicon eG **Autorin**

7 Monate +

1.451 Followerinnen

Keep going, Michael. First case done very well! Let there be more surgeons discover how helpful **#mediexpandcervical** can be for the patients in the



INSTAGRAM

Instagram

Good to know

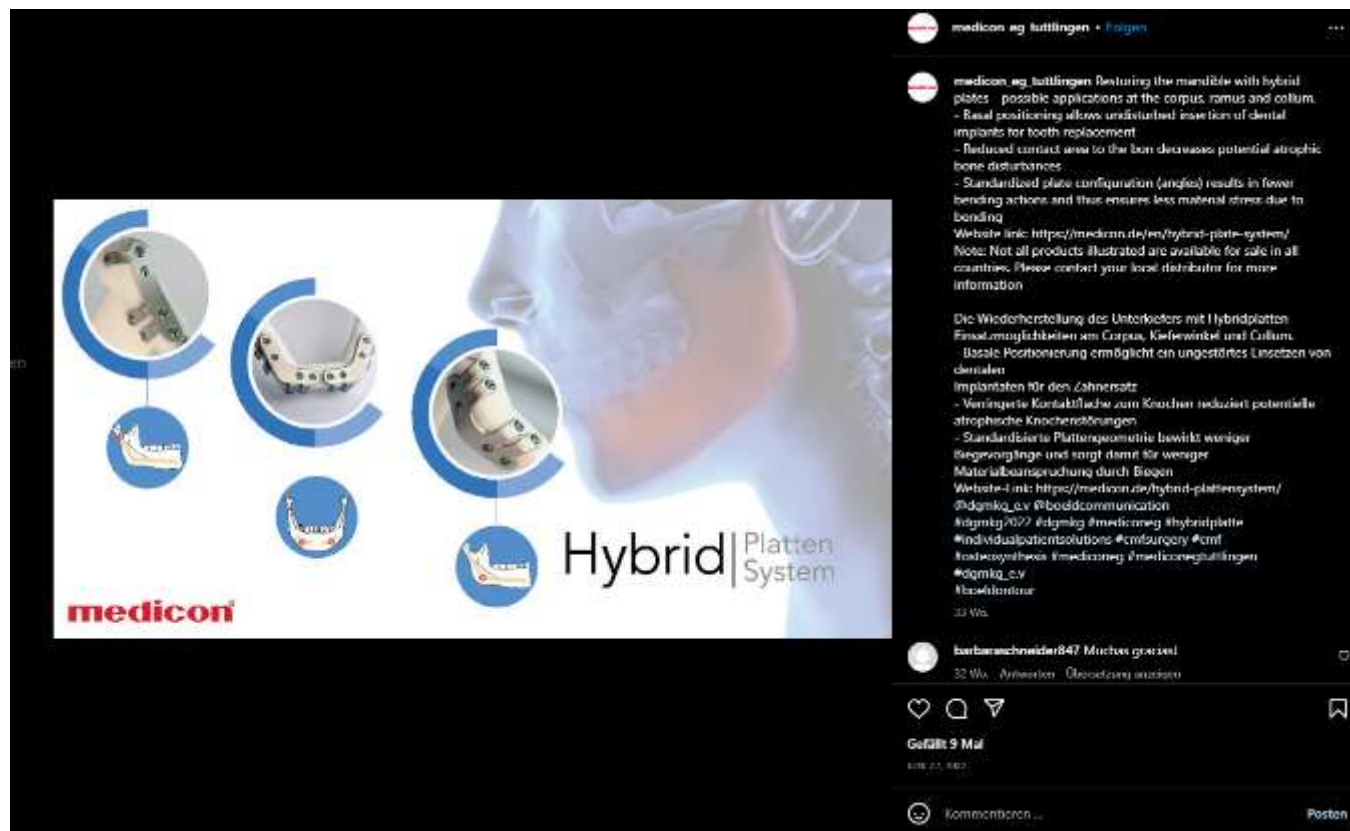
- medicon_eg_tuttlingen und medicon.youngsters Account
- **Unterhaltung** steht im Vordergrund
 - Vor allem Videos werden konsumiert (Story & Reel)
 - Zu übermittelnde Information sollte deutlich dargestellt und schnell ersichtlich sein
 - Lange Texte werden meist nicht gelesen
- **Hashtags** können die Reichweite steigern
 - Sollten passend zum Thema / Inhalt ausgewählt werden
 - Nicht übertreiben
- **Qualitativ gute** Bilder und guter Inhalt notwendig, um Interaktionen zu steigern

Instagram

Ziele

- Zielgruppe: plastische Ärzte → Follower werden bewusst aussortiert
- Regelmäßige Beiträge, um eine Routine reinzubringen
- Klares Design definieren, um ein stimmiges Profil zu erstellen
- Evtl. Erstellung eines dritten Profils, welches nur zur Bewerbung des Unternehmens allgemein dient und für Mitarbeiterakquise hilfreich sein kann
 - Alltag der verschiedenen Abteilungen teilen
 - Einzelne Personen berichten über Erfahrungen
- Für Veranstaltungen Fokus auf Storys und Reels legen
 - Gerne auch „Fails“ teilen → Unterhaltung generiert Interaktion
 - Reels werden nicht nur Followern angezeigt → Steigern Reichweite
- Wichtige Informationen, die auch noch in Monaten relevant sind, als Post teilen

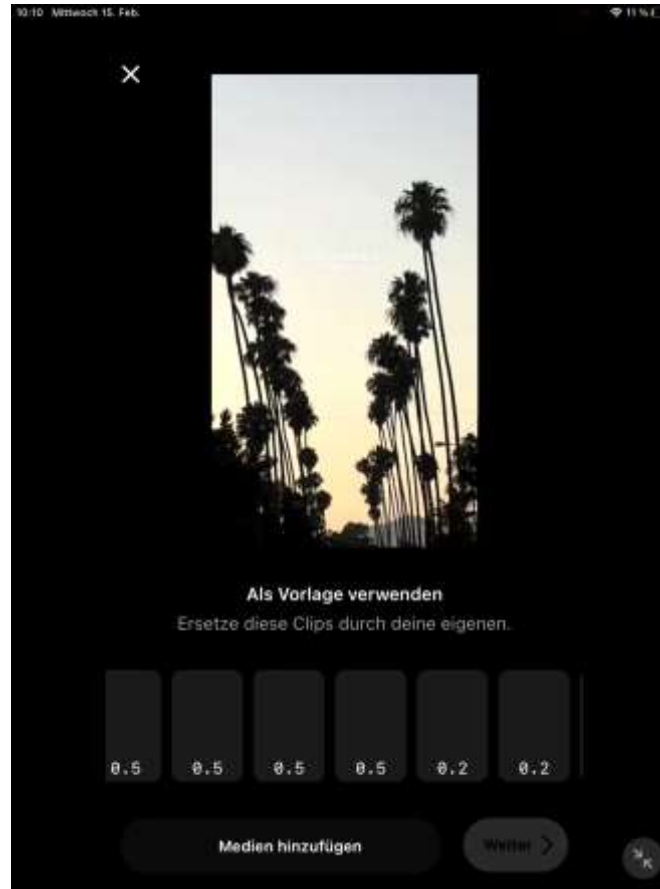
Instagram Beispiel - Post



Instagram

Beispiel - Reel

- Was benötigen wir?
 - Videomaterial
 - Bildmaterial
- Gerne viel davon!



Instagram

Beispiel - Story





NEWSLETTER

Newsletter

- Monatliche Newsletter an Fachhändler
 - Jeweils abwechselnde Business Unit
 - Ziel: Fachhändler zu informieren über
 - Produktinfos → zugehöriges MKT Material, Kampagnen
 - Upcoming Events
 - Unternehmen Updates
- Ärzte und generelle Interessenten melden sich über die **Webseite** an
- Fachhändler melden sich über das **Extranet** an
- Medicon Mitarbeiter sollten sich auf der Webseite + Extranet anmelden, um alle Newsletter zu erhalten



BILDMATERIAL

Aktuelles Bildmaterial



Aktuelles Bildmaterial



Aktuelles Bildmaterial



Aktuelles Bildmaterial



Aktuelles Bildmaterial



Aktuelles Bildmaterial

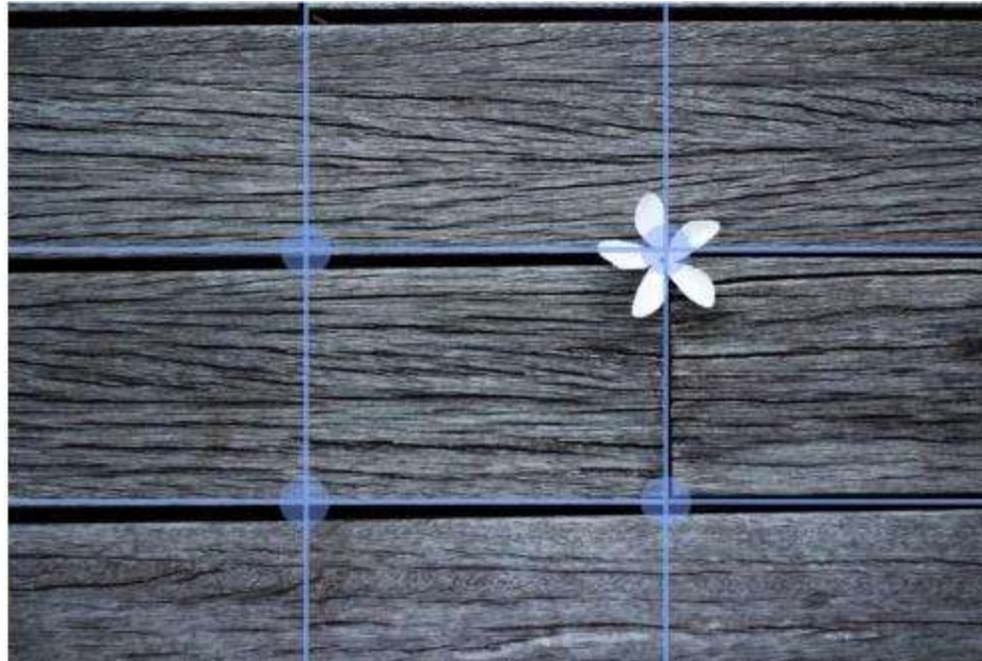


Allgemeine Bildtipps

- Kein grelles Licht → falls nicht vermeidbar versuche es mit dem Blitz auszugleichen
- Keine störenden Schatten
- Auf den Hintergrund achten → Was ist alles sichtbar?, „Tote“ Ecken vermeiden
- Wenn möglich Medicon Farben ins Bild bringen
- Für **Instagram** immer im **Hochformat** (Story) oder **Quadratisch** (Beitrag)
- **LinkedIn / Newsletter** im **Querformat**
- Bei Personen
 - immer die Augen fokussieren → hier liegt der Fokus des Betrachters
 - Verschiedene Positionen einnehmen → locker!
- Zentrales Motiv an Gitterlinien ausrichten → Einstellen in der Fotokamera
 - Orientierung an den vier Kreuzpunkten
 - Hauptmotiv fokussieren & gerne auch nah an das Motiv ran
 - Spiele mit dem Bildwinkel

Allgemeine Bildtipps

Die Drittel Regel



Allgemeine Bildtipps Personenfotografie



Bildrechte

- Grundsätzlich gilt, dass Bilder nur veröffentlicht werden dürfen, wenn es eine **vorherige Einwilligung** gibt
- Einwilligungen müssen **schriftlich** vorliegen, da diese **zu jeder Zeit nachverfolgbar** sein müssen
- Es ist nicht ausreichend Personen zu verpixeln oder einen Balken über das Gesicht zu legen → Personen können auch an Hand anderer Merkmale erkannt werden
- Im Zweifelsfall **haftet** nicht nur das Unternehmen, sondern auch **die Person** selbst
 - Strafen in Höhe eines Jahresgehalt für die Person sind möglich

Take Home Message

- Instagram → liken, kommentieren & reposten falls markiert
- LinkedIn → liken oder kommentieren, wenn teilen dann nur mit eigenem Kommentar/Mehrwert
- Bilder anschauen und analysieren
 - steht das Wichtige im Fokus?
 - sind die Lichtverhältnisse in Ordnung?
 - Stimmen die Formate?
- Probieren, probieren, probieren,... Übung macht den Meister
 - Zu Beginn gerne sehr viel Bildmaterial liefern → wir sortieren aus & geben Feedback

Take Home Message

- 5 A's
 - Alles anders machen als alle anderen!
 - Gerne mal etwas wagen. Seriös, aber locker!
 - Bilder, die Emotionen wecken und Geschichten erzählen, motivieren zur Interaktion
- Eigene Ideen sind willkommen
- Bildrechte einholen, damit wir die Bilder auch verwenden dürfen

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!