

Aufmerksamkeit als Asset

Social Media für Banken, Auswirkungen auf die Marketingstrategie,
Social Media as a Service

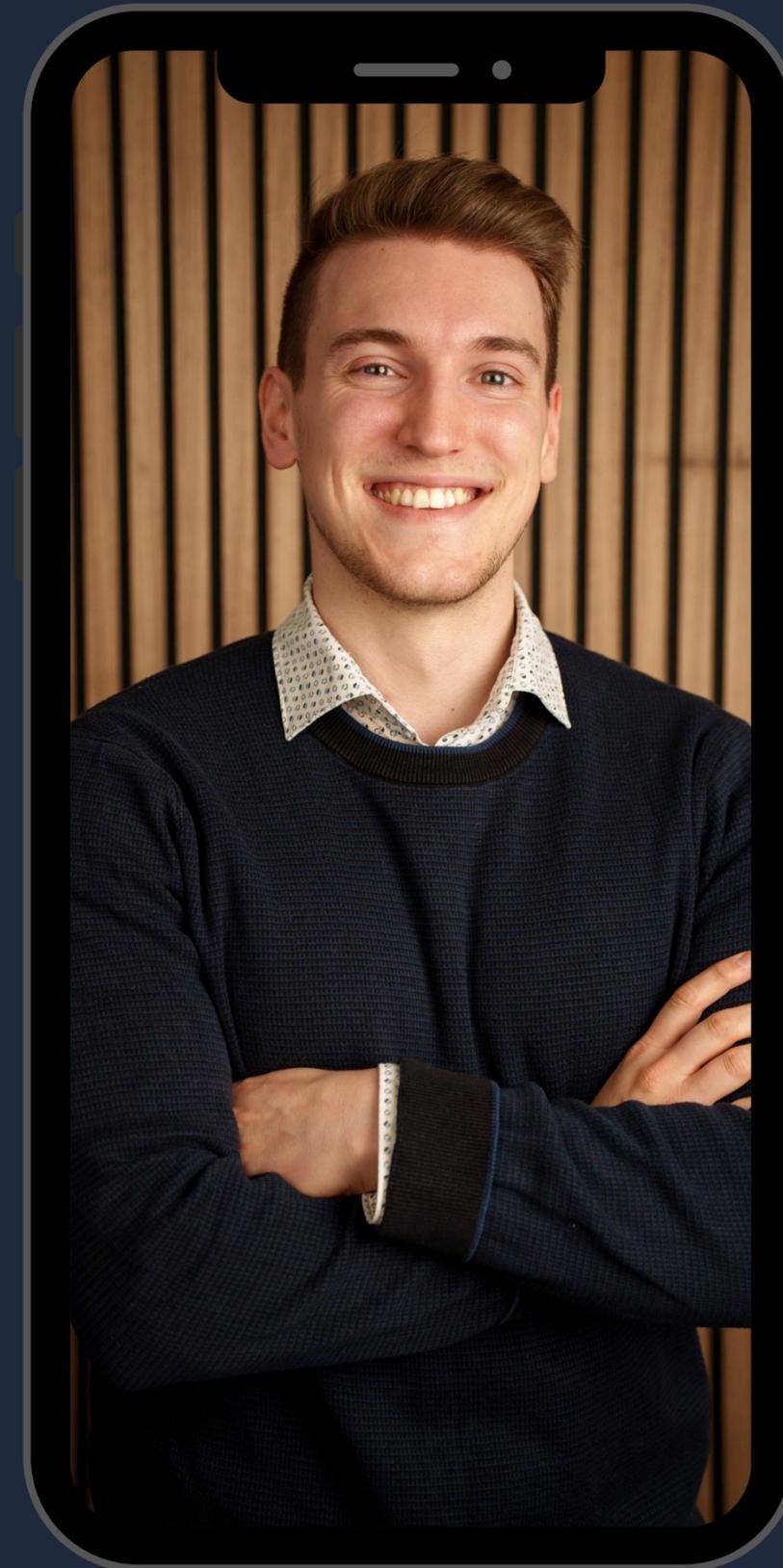
Wer bin ich eigentlich?

- **Artur Derr, Geschäftsführer BLACKVORST Group**
- **10 Mitarbeiter, 1 Mio+ € Jahresumsatz in 2023**
- **Coaching, Beratung, Konzeption und hybride Weiterbildung für GFG, Sparkassen und Mittelstand**
- **Weitere Aktivitäten in der Gruppe: Weiterbildungssoftware (SaaS), Corporate Finance, Agentur, Private Equity uvm.**



Wer bin ich eigentlich?

- Leon Saar, Lead Marketing BLACKVRS Group
- ehemaliger Teamleiter BlackVRst bei der Volksbank Lahr eG
- Stratege und Gesicht bei [finanzen.einfach.verstehen](#)



Unternehmensstruktur



BLACK▼RST
GROUP



BLACK▼RST
EQUITY GMBH

#dieMEHRakademie
LUST AUF ZUKUNFT



weitere strategische-
und kapitaltechnische Beteiligungen



BLACKVRST GROUP



Erneuerbare Energien demokratisieren!

- Nachhaltige Geldanlagen - in der Region für die Region!
- Beschleunigung des Ausbaus von erneuerbaren Energien!
- Kapitalbeschaffung für Projektentwickler, Kommunen und (Geno-)Banken!



Coaching - Training - Keynotes - Agency

- Erfahrung von über 10.000(!) Seminartagen!
- für beste Führung und erfolgreichen Wandel!
- Aufmerksamkeit gewinnen und binden!



Wissen am besten Ort!

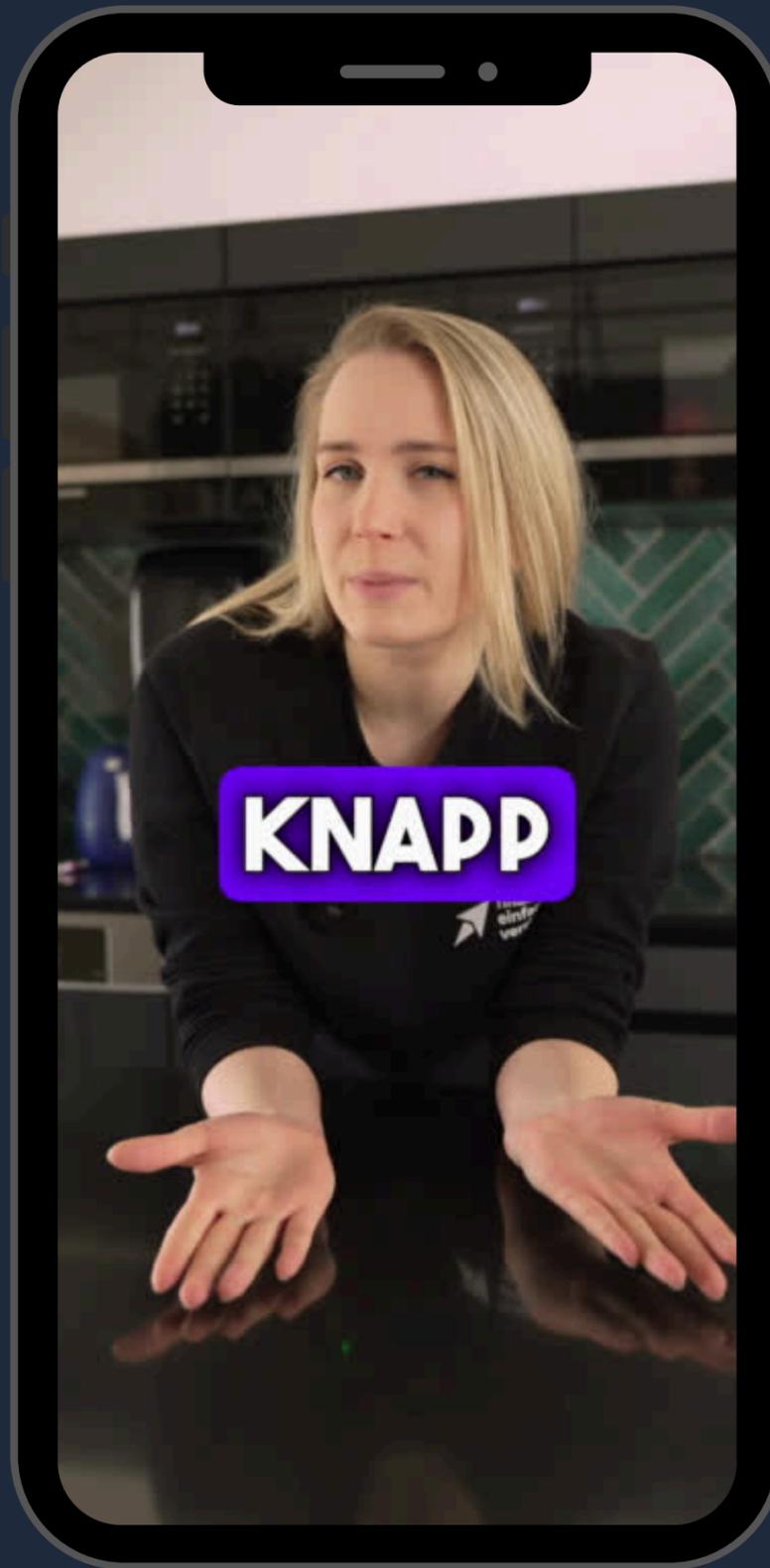
- Einfachstes Erstellen von Lerncontent!
- Wissen teilen und schnell finden!
- mit höchster Sicherheit!
- Für mehr Arbeitgeberattraktivität!



Die Zukunft mitgestalten!

- Corporate Venture Capital
- Förderung disruptiver Geschäftsmodelle im Bereich FinTech, InsureTech und dem Financial Ecosystem!
- BLACKVRST Studio als Company Builder im Bereich Banking (near&beyond)

**Und mit
finanzen.einfach.verstehen
machen wir sowas...**

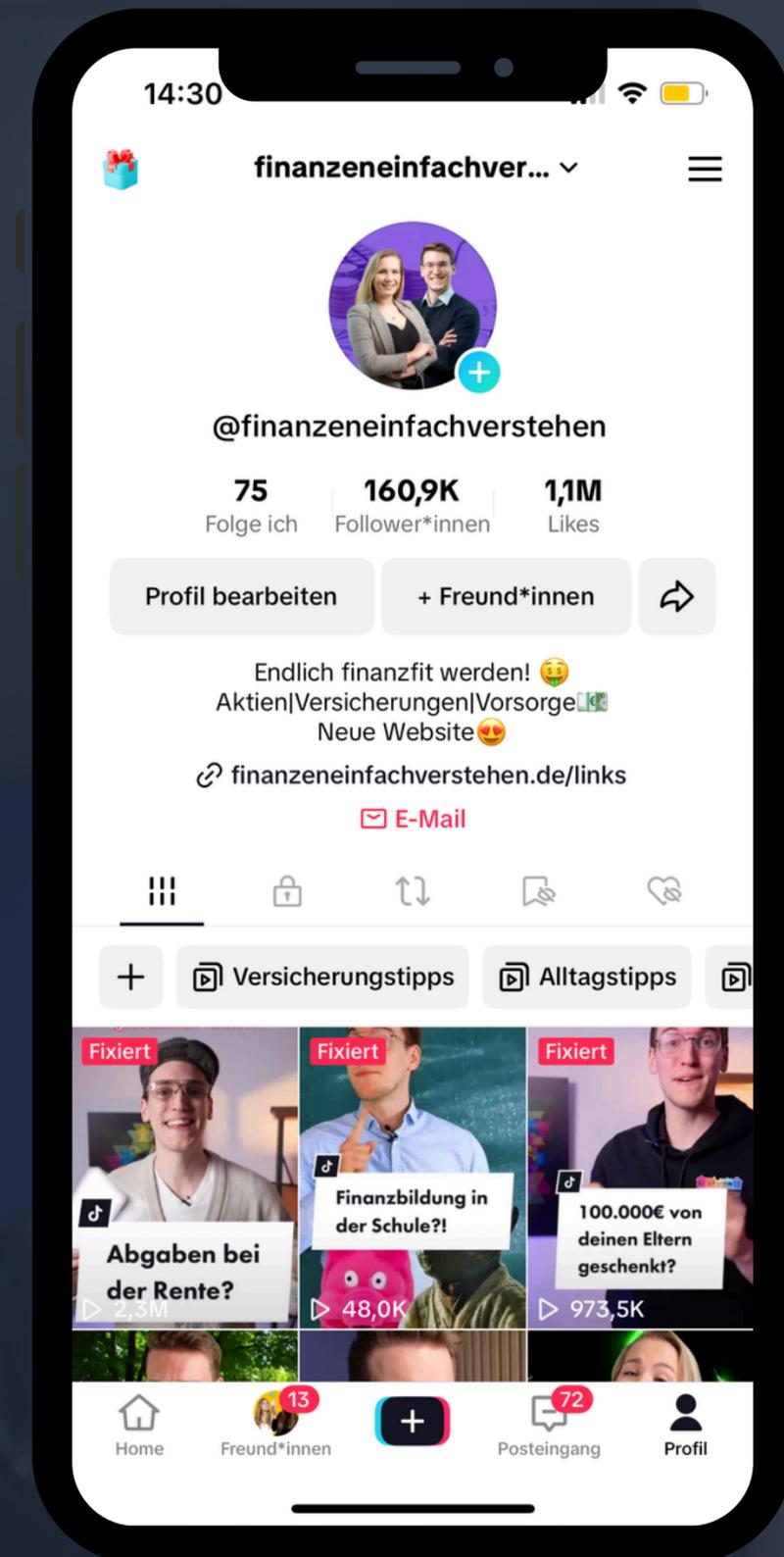


KNAPP



Jugendmarktkonzept BlackVRst & finanzen.einfach.verstehen in Zahlen

- Auf allen relevanten Plattformen: TikTok, Instagram, YouTube & Facebook
- Education + Entertainment
- Über 150.000 Follower
- Regelmäßige Kundenanfragen
- Über 15 Millionen Videoaufrufe seit Start 2022
- Durchschn. Zielerreichung pro Berater in 2023: 113%
- Deutlich verbesserte Datenqualität bei betreuten Kunden
- Kundenkontaktquote wurde extrem erhöht durch Whatsapp (ca. 5x)
- Vollausslastung der 6 Berater + VA, Tendenz weiter steigend



Finanzfit werden: Wir machen's möglich!



Jetzt Loslegen!

Gemeinsam mit uns
deine finanzielle Freiheit
gestalten!

 Nimm Kontakt mit uns auf

3 Erkenntnisse aus mehr als fünf Jahren Social Media in der Finanzwelt:

**Was ist DIE wichtigste
Ressource in 2024?**

Aufmerksamkeit.

**Aufmerksamkeit ist ein Asset.
Und dieses hat einen bestimmten Preis und auch
bestimmte Handelsplätze.**



108

73
cfdsa2

Trader
12909873
ABNVA cfdsa2



**Social Media gibt uns die Möglichkeit
Menschen kostenfrei, effizient und
spezifisch zu erreichen.**

(wenn wir nicht cringe sind)

Was bedeutet Cringe?

"Cringe" ist, wenn etwas so mega peinlich oder unangenehm ist, dass es fast schon wehtut – wie ein TikTokvideo voller Boomer oder wenn jemand was total Uncooles raushaut.

Es kann schon fast als Schütteln vor Fremdscham übersetzt werden.

Definition ChatGPT

Erkenntnis Nummer 1:

**Es gibt im Kampf um die
Aufmerksamkeit keine Toleranz für
Langeweile oder fehlenden Mehrwert.**



477 Kommentare



Mein Zeichen mein Konto bei der Sparkasse aufzulösen!

2023-8-9 Antworten

♡ 2721



— 35 Antworten anzeigen



Max Schuster (Geek) · 2.

1 Woche ...

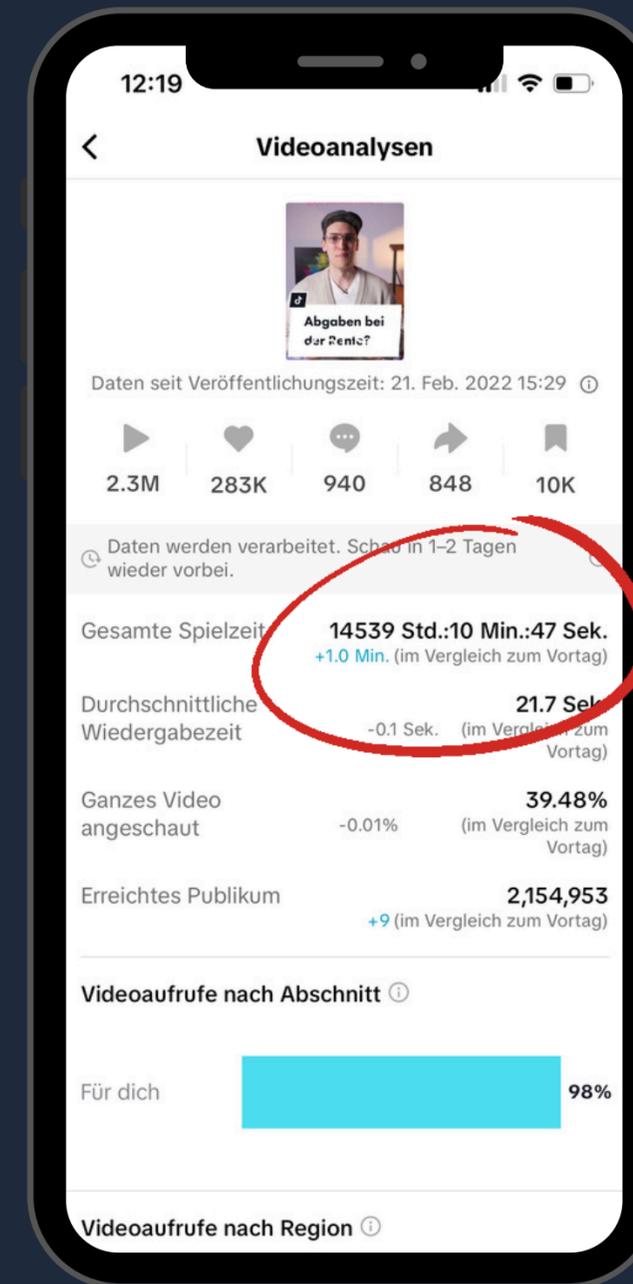
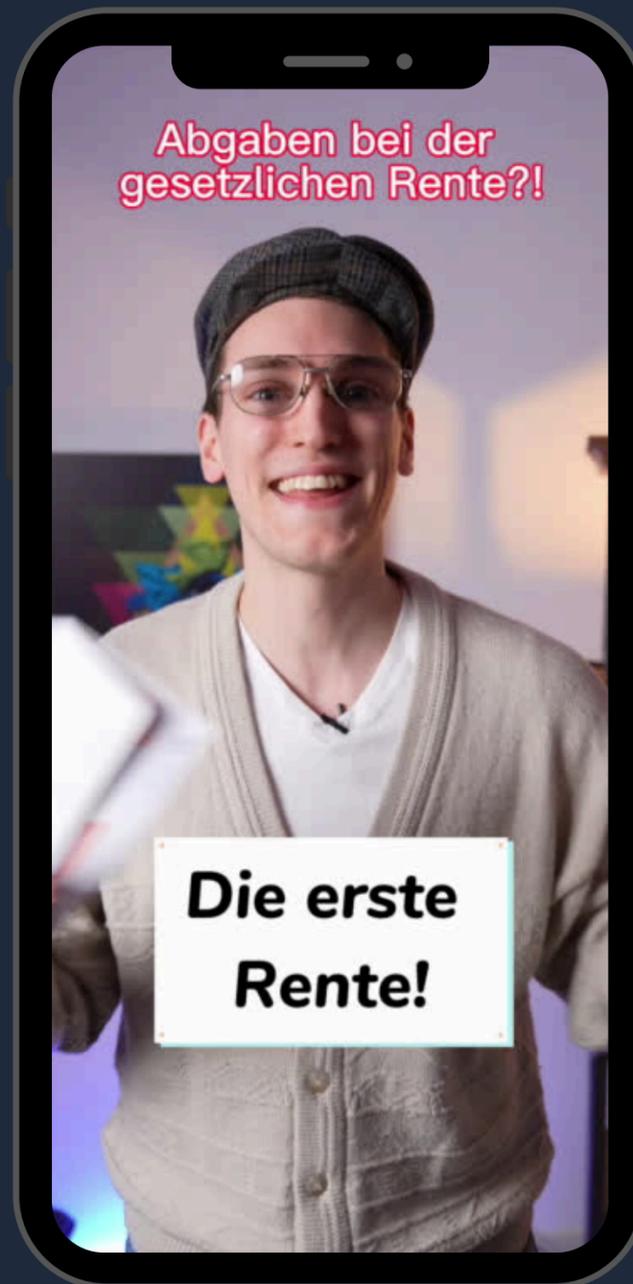
IT-Fluencer | Jeder ITler verdient Unterstützung bei einem geilen Karr...

Wenn ich mir die TV Werbungen und Co. bei den Banken ansehe, ist der einzige Grund warum da nicht "ich will kündigen" mit 30k Likes drunter steht, weil es keine Kommentarfunktion gibt. 😂

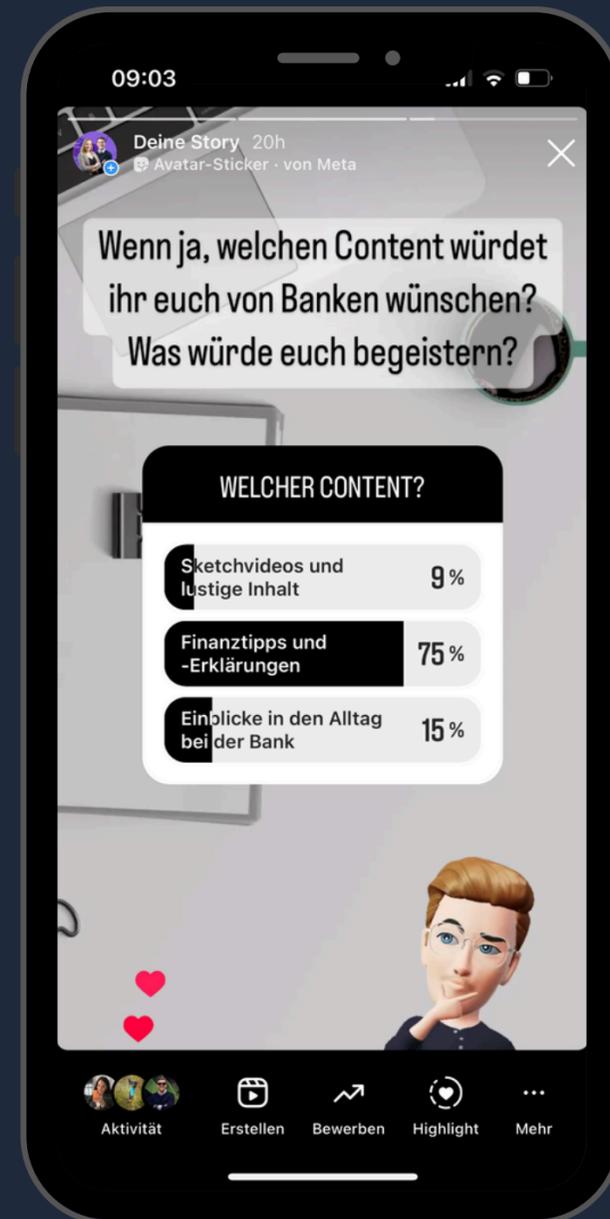
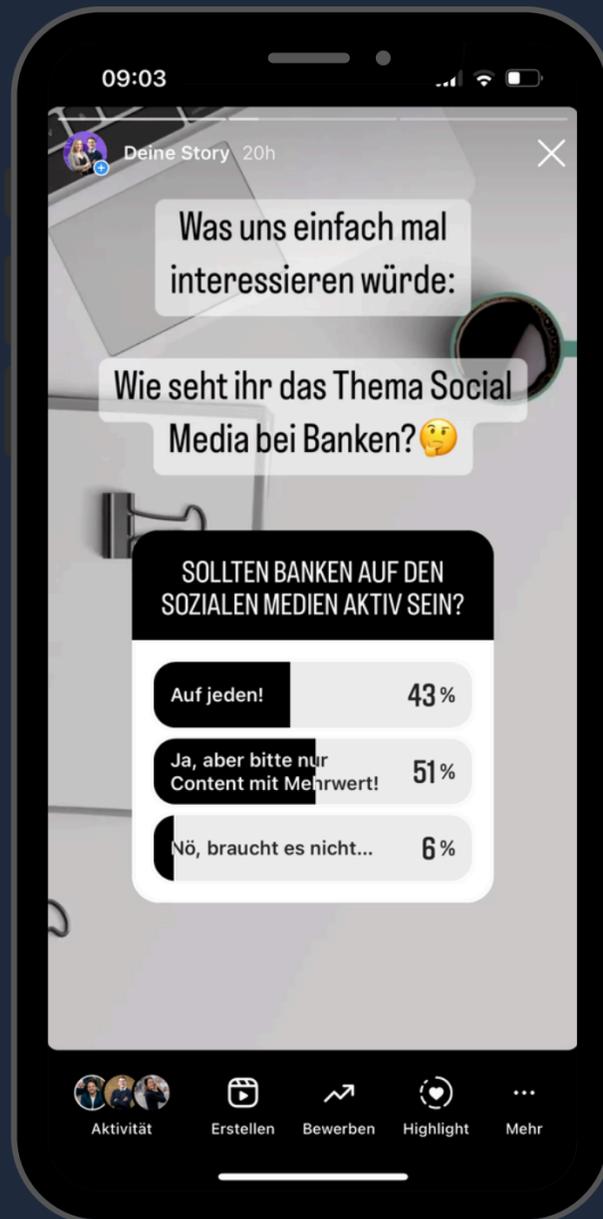
Gefällt mir · 6 | Antworten · 2 Antworten

**Was haben wir daher
gemacht?**

Content, der nicht cringe ist & messbare Marketingergebnisse!



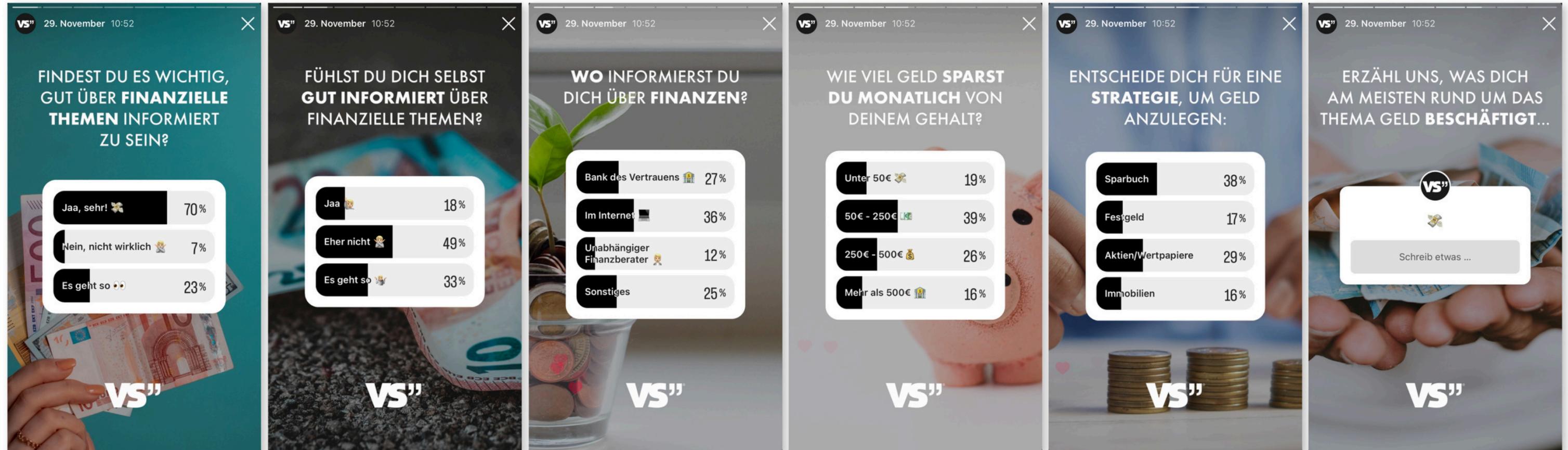
Nutzer wünschen sich Content mit Mehrwert von Banken



- Nutzer erwarten von Banken, dass sie auf den sozialen Medien stattfinden
- Nutzer erwarten Content mit Mehrwert von Banken
- Finanztipps und -Erklärungen sind der Wunschcontent der Nutzer

Storybefragung auf der Marke VS'' zum Thema Finanzielle Bildung

Erreichte Konten: 33.534 | Teilnehmende: 2.651



70% finden es sehr wichtig, über finanzielle Themen informiert zu sein, aber 82% fühlen sich selbst nicht oder nur mäßig gut informiert. Der Großteil informiert sich im Internet oder bei der Bank des Vertrauens.

39% der Community spart monatlich 50 - 250€ und 42% sogar mehr als 250€.

Die beliebteste Strategie, um Geld anzulegen, ist dabei das klassische Sparbuch.

Außerdem bewegen die Community vor allem die Themen Rente, Inflation und Fonds / ETFs.

Messbare Marketingergebnisse gibts übrigens auch bei bezahlten Werbeanzeigen:

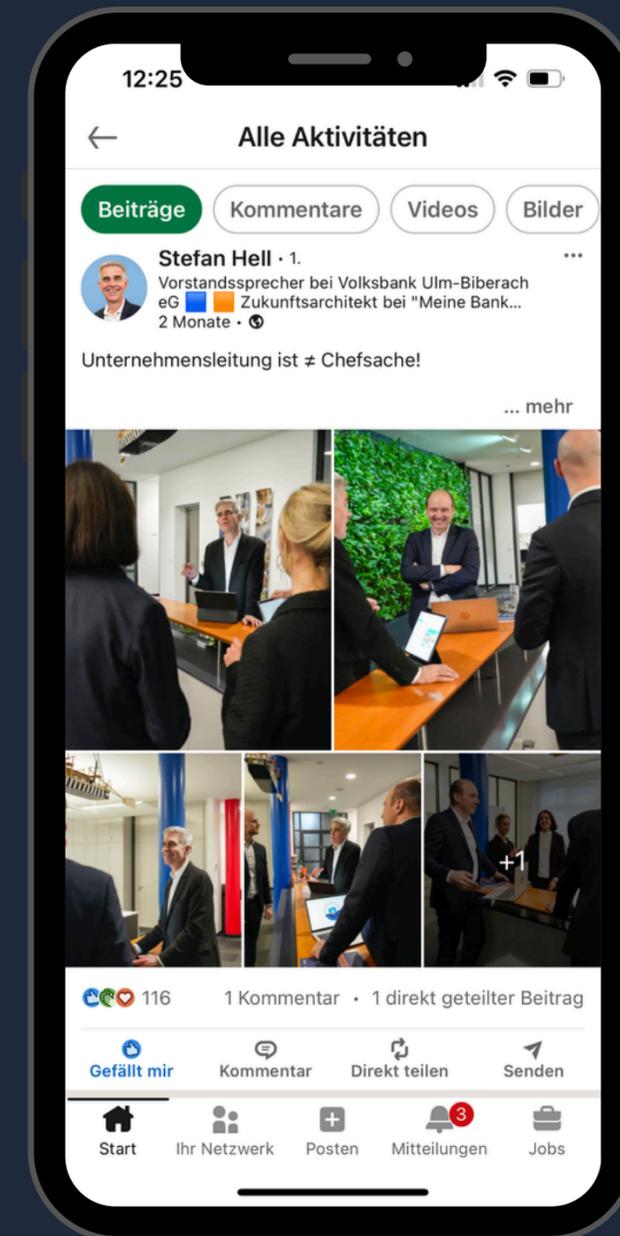
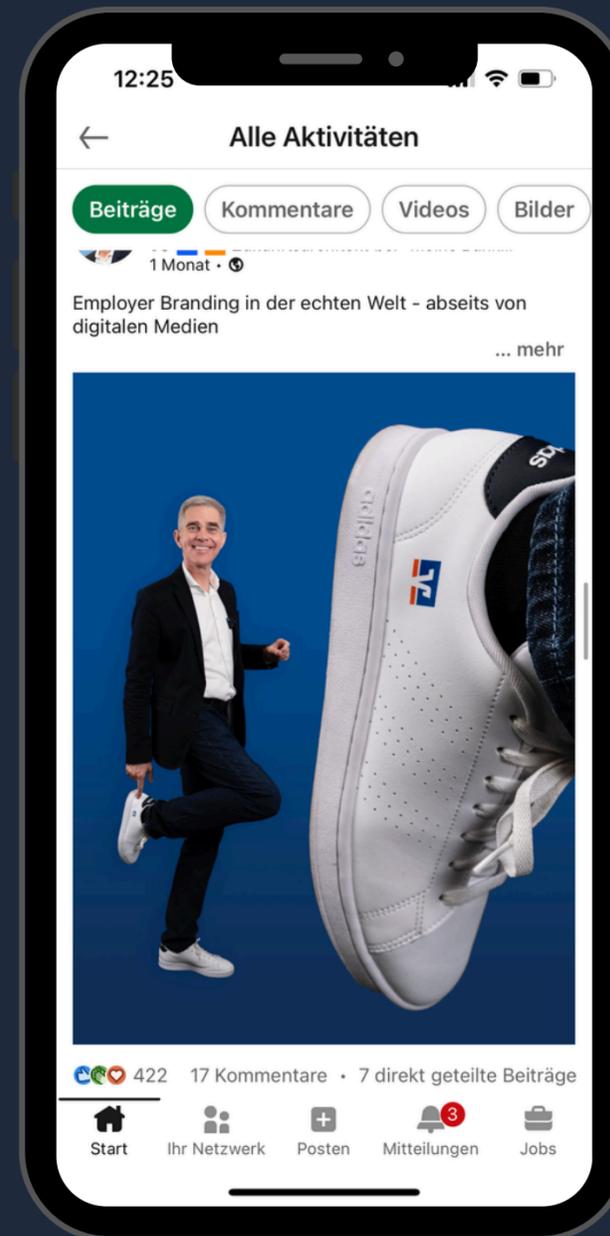
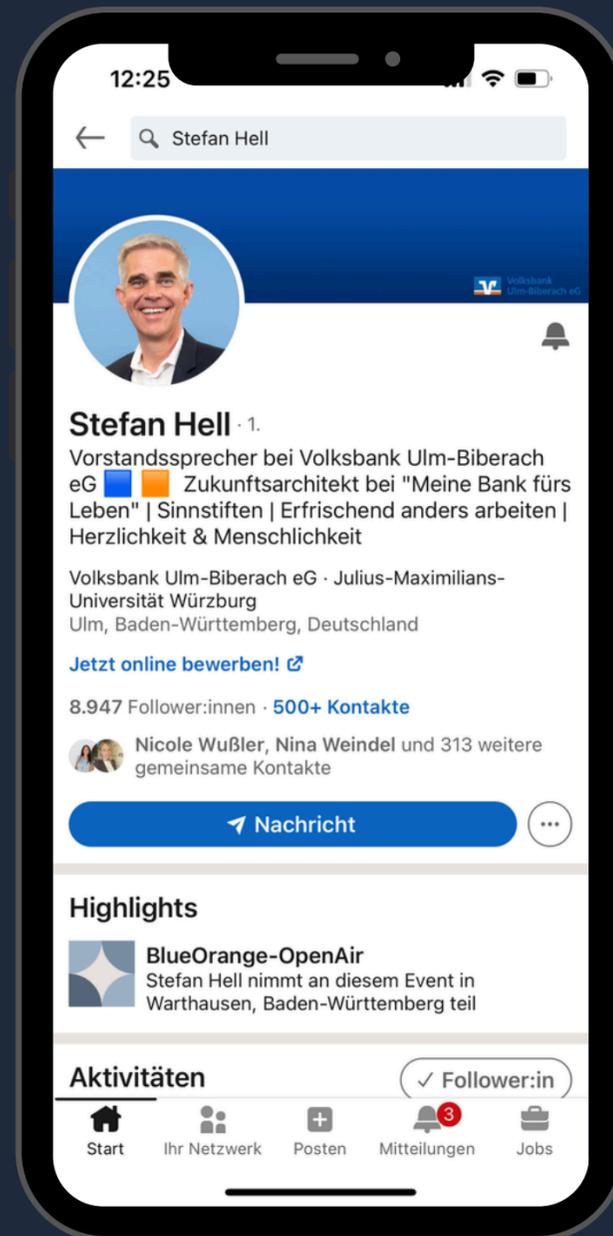
Aus/Ein	Anzeigengruppe	Sortierung ↑	Ausgegebener Betrag	Budget	Impressionen	CPM (Kosten pro 1.000 Impressionen)	Reichweite	Frequenz	CTR (alle)	Link-Klicks	CPC (alle)	Attributionseinst.	Ergebnisse	Kosten pro Ergebnis
<input type="checkbox"/>	Neue Anzeigengruppe für Traffic	eschlossen	750,00 €	750,00 € Laufzeit	121.872	6,15 €	56.017	2,18	5,75%	5.096	0,11 €	7 Tag(e) (Klick...	5.096 Link-Klicks	0,15 € Pro Link-Klick
Ergebnisse aus 1 Anzeigengruppe ⓘ			750,00 € Gesamtausgaben		121.872 Gesamt	6,15 € Pro 1.000 Impressionen	56.017 Kontenübersichts-Kon...	2,18 pro Kontenübersichts-...	5,75% Pro Impression	5.096 Gesamt	0,11 € pro Klick	7 Tag(e) (Klick...	5.096 Link-Klicks	0,15 € Pro Link-Klick

Total cost	CPC (Destination)	CPM	Impressions	Clicks (Destination)
367.92 EUR	0.15 EUR	2.05 EUR	179,148	2,441
0.00 EUR	0.00 EUR	0.00 EUR	0	0
374.93 EUR	0.31 EUR	1.91 EUR	196,771	1,196
742.85 EUR	0.20 EUR	1.98 EUR	375,919	3,637

Erkenntnis Nummer 2:

**Führungskräfte sind starke
Multiplikatoren auf den
Plattformen.**

Best Practice: Stefan Hell



Erkenntnis Nummer 3:

**Ressourcen & Prozesse entscheiden
über Erfolg und Misserfolg.**

Social Media erfolgreich umsetzen

Strategie

Eine fundierte Social Media Strategie, die Hand in Hand mit der Gesamtbank-Strategie geht, schafft die Grundlagen für eine erfolgreiche Umsetzung.

Taktik und Formate

Was sind die richtigen Kanäle?
Welche Formate können sinnvoll sein?
Welche Zielgruppen möchten wir erreichen?

Umsetzung und Prozess

Wie entsteht schnell und stetig qualitativ hochwertiger Content, der für die Kanäle und unsere Marke als Bank passend ist?

Führungskräfte/Vorstände

operative Kräfte/Social
Media Manager

Social Media as a Service



Auswahl und Schulung der Protagonisten

3-4 Workshoptage vor Ort



Erstellung, Anlieferung, Durchsprache von Videoskripten

Virtuell alle 2 Wochen 1-2 Stunden



eigenständige Drehtage im definierten Raum Ihrer Bank

anschliessende Übermittlung des Rohmaterials



Schnitt, Produktion und Übermittlung der fertigen Videos

inkl. rechtssicherer Verwendung von Musik, Animationen und Effekten für alle Plattformen

Auswahl und Schulung der Protagonisten

Die richtigen Menschen für die richtigen Formate.

Gemeinsam erarbeiten wir einen Fahrplan für die Auswahl der Protagonisten vor der Kamera.

Diese werden dann in drei bis vier Workshoptagen trainiert um effizient eine hohe Anzahl an Kurzvideoformaten, Bildern oder auch anderen Medieninhalten zu produzieren.

Unser Ziel: 2 Stunden für 20 Contentpieces.



Erstellung, Anlieferung, Durchsprache von
Videoskripten

Sie performen, wir liefern.

Mit passenden Prozessen und Erfahrungen aus über 1000 Social Media-Contentpieces, erhalten Sie individuelle Skripte für Kurzvideos oder lassen ihre eigenen Skripte durch unsere Qualitätssicherung laufen.

Neben Skripten unterstützen wir auch gerne mit fertigen Inhalten, welche Sie rechtssicher auf Ihren Kanälen ausspielen können.

Diese sprechen wir in einem regelmässigen Call (alle 2-4 Wochen) durch um Unklarheiten und Herausforderungen zu klären.

Anschliessend beginnen Sie selbst mit dem Dreh und liefern uns per Datenübermittlung das Rohmaterial an.



Schnitt, Produktion und Übermittlung der fertigen Videos

Wir liefern an, Sie posten und profitieren.

Nach dem wir das Rohmaterial erhalten haben, produzieren wir Ihre individuellen Inhalte.

So wird Ihr Team nie mehr ohne Content da stehen und kann gleichzeitig von viralen Effekten der Plattformen profitieren.

Weitere Dienstleistungen wie das Unterstützen bei Vorstands-LinkedIn Accounts, Ad-Skalierung oder Corporate Influencer-Programme sind seperat buchbar.



Erkenntnisse:

- **Social Media ist essentiell und darf alles nur nicht cringe sein.**
- **Führungskräfte sind relevante Multiplikatoren und müssen als gutes Beispiel voran gehen.**
- **Ressourcen & Prozesse entscheiden über Erfolg und Misserfolg.**

Danke für eure Aufmerksamkeit.



Artur Derr

Geschäftsführer

+49 1623467082

+49 7821 5094241

a.derr@diemehrakademie.de



Leon Saar

Marketing

+49 17660383091

+49 7821 5094215

l.saar@diemehrakademie.de