

Let's go Social! Tipps und Tricks für Ihr Optik-Geschäft

Plattformen wie Instagram, Facebook, TikTok oder LinkedIn bieten Optikerinnen und Optikern die Möglichkeit, direkt mit ihren Kunden zu kommunizieren und wertvolle Informationen bereitzustellen. Der Gedanke hinter all diesen Kanälen ist der direkte, offene Austausch mit der Community, Ihren bereits bestehenden und möglichen neuen Kunden.

Diese Art der Onlinepräsenz bietet eine hervorragende Chance, um auf das eigene Geschäft und gleichzeitig wichtige Themen der Augentoptik aufmerksam zu machen.

Warum ist das Thema Trockene Augen bei Social Media besonders relevant?

Der Großteil der Kundschaft befindet sich täglich auf sozialen Plattformen und scrollt sich durch unzählige Beiträge. Nach und nach werden die Augen schwerer und beginnen zu ermüden. Das ist der perfekte Zeitpunkt, um durch einen gezielten Beitrag über Augentropfen und Augensprays auf sich aufmerksam zu machen.

Durch diese Beiträge in Form kurzer Videos oder Bilder wird das unmittelbare Problem verdeutlicht, welches sich in diesem Moment beim Nutzer bemerkbar macht.

Leserinnen und Leser werden aktiv auf seine Symptome hingewiesen und erhalten gleichzeitig einen Lösungsvorschlag, der einfach und simpel umzusetzen ist.



Tipps fürs optimale Posting

Um eine überzeugende Werbung auf Social Media zu erstellen, gibt es einige wichtige Regeln, die beachtet werden sollten. Hier sind einige der wichtigsten:

Zielgruppenorientierung und visuelle Anziehungskraft:

Definieren Sie die Zielgruppe und passen Sie die Inhalte entsprechend an. Social Media sind visuelle Plattformen, daher sollte Ihre Werbung ansprechend und modern sein. Nutzen Sie hochwertige Bilder, die sofort die Aufmerksamkeit der Nutzer erregen.

Beispiel 1

Insbesondere Frauen leiden häufig unter trockenen Augen.¹ Wenn Sie Ihre Augensprays und Augentropfen bewerben möchten, ist es daher sinnvoll, auf Ihrem Post eine Frau zu zeigen, die zum Beispiel am Computer arbeitet.

Vergessen Sie nicht, einen kurzen Text zum Bild zu posten. Eine Bildunterschrift (Caption) erhöht die Aufmerksamkeit, bietet Kontext, fördert Interaktion (z. B. durch Fragen oder Hashtags) und stärkt die Markenbindung durch Persönlichkeit oder Information.

Mögliche Bildunterschrift (Caption) zu unserem Beispiel:

Trockene, brennende Augen nach einem langen Tag am Bildschirm? Als Optiker wissen wir: Bildschirmarbeit belastet die Augen mehr, als viele denken. Gönn deinen Augen eine Erfrischung mit unserem Lipo Nit Augenspray! Komm vorbei, wir beraten dich gerne 🙄💻

#Augengesundheit #Bildschirmarbeit #OptikerTipps #LipoNit



¹ American Journal of Ophthalmology, Prevalence of Diagnosed Dry Eye Disease in the United States Among Adults Aged 18 Years and Older, K.F. Farrand, M. Fridman I.Ö. Stillman, D.A. Schaumberg, Open Access July 10, 2017

Klarheit und Prägnanz:

Die Botschaft sollte klar und einfach zu verstehen sein. Da die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer auf Social Media meist kurz ist, ist es wichtig, die wesentliche Information schnell zu kommunizieren. Vermeiden Sie unnötige Details und kommen Sie direkt zum Punkt.

Beispiel 2



50 % der Kontaktlinsenträger leiden zeitweise an Symptomen des Trockenen Auges.² Dieses Thema könnte für Ihre Follower von großer Bedeutung sein. Greifen Sie die Probleme Ihrer Kunden auf und bieten Sie hilfreiche Lösungen an.

Mögliche Bildunterschrift (Caption) zu unserem Beispiel:

Kontaktlinsen + juckende Augen? Das muss nicht sein! Unsere feuchtigkeitsspendenden Lipo Nit® Augentropfen bringen schnelle Linderung – auch mit Kontaktlinsen anwendbar und ideal für unterwegs. Frag einfach bei uns vor Ort nach! 👁️💡
#Kontaktlinsen #Augenspray #Frischeblick #OptikerTipp #LipoNit

Call-to-Action (CTA): Jede gute Werbung sollte einen klaren Handlungsauftrag haben. Fordern Sie die Nutzer auf, eine Aktion zu unternehmen – sei es ein Kauf, das Klicken auf einen Link oder das Teilen eines Beitrags.

Beispiel 3

Bringen Sie Ihre Kunden aktiv ins Geschäft! Starten Sie eine Trockene Augen-Sprechstunde und laden Sie sie ganz unkompliziert online dazu ein – so zeigen Sie Kompetenz, Nähe und echten Service!

Mögliche Bildunterschrift (Caption) zu unserem Beispiel:

Müde, brennende oder tränende Augen? Komm vorbei und hol dir deine kostenlose Beratung rund ums Thema Trockene Augen – direkt bei uns im Optikgeschäft! Wir nehmen uns Zeit für dich und deine Augen. 🤝
#TrockeneAugen #Augenpflege #OptikerLiebe #KostenloseBeratung #LipoNit



² Cureau, A Review of Contact Lens-Related Risk Factors and Complications, S. V. Waghmare, S. Jeria, published online 2022 Oct; 14(10): e30118.

Authentizität und Storytelling: Menschen auf Social Media schätzen Authentizität. Geschichten sind oft überzeugender als reine Verkaufsbotschaften. Wenn Sie Ihre Werbung in Form einer Geschichte präsentieren, können sich die Menschen besser damit identifizieren und eine emotionale Verbindung aufbauen.

Testimonials und Bewertungen können helfen, Vertrauen zu schaffen. Social Proof zeigt, dass andere Menschen Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung bereits positiv bewertet haben.

Wie oft posten – und wie erreichen Sie potenzielle Kunden in Ihrer Nähe?

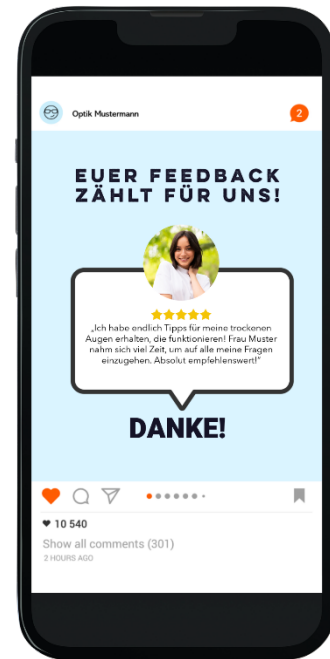
Generell wird empfohlen, mindestens drei bis fünf Mal pro Woche Inhalte zu veröffentlichen. Dies sorgt dafür, dass Ihr Optik-Geschäft wiederholt bei Ihren Nutzern angezeigt wird und erhöht gleichzeitig die Chance, ein größeres Publikum zu erreichen.

Mit einem gezielt eingesetzten Werbebudget haben Sie die Möglichkeit, Ihre Inhalte genau den Menschen zu zeigen, die zu Ihrer Zielgruppe passen – sei es lokal, nach Interessen oder demografischen Merkmalen. Auf diese Weise erhöhen Sie nicht nur Ihre Reichweite, sondern stärken auch Ihre Markenbekanntheit und gewinnen potenzielle Neukunden. Besonders für lokale Dienstleister ist das eine effektive Methode, sich von der Konkurrenz abzuheben und kontinuierlich neue Kontakte zu generieren. Social Media Werbung ist längst kein Nice-to-have mehr, sondern ein strategisches Instrument für nachhaltiges und planbares Wachstum.

Keine Zeit dafür? Lassen Sie sich von einer professionellen Agentur unterstützen

Social Media bieten eine wertvolle Möglichkeit, um Kunden gezielt Lösungen anzubieten. Doch ein bekanntes Thema in der Optik ist die mangelnde Zeit, sich um einen gepflegten Online-Auftritt kümmern zu können. Daher ist die Unterstützung einer Marketingagentur mit augenoptischem Background eine optimale Lösung, um diese Chance nicht zu verpassen.

Eine Marketingagentur mit augenoptischem Hintergrund bietet ansprechenden, fachlich fundierten Social-Media-Content, der individuell auf Ihr Optikgeschäft zugeschnitten ist. Die Inhalte können mit einem gezielten Budget effizient über Plattformen wie Facebook, Instagram oder LinkedIn



ausgespielt werden. So erreichen Sie Ihre Kunden ohne großen Aufwand, präsentieren Ihre Expertise und steigern gleichzeitig die Sichtbarkeit Ihres Geschäfts.

Der erste Eindruck entsteht online

bereit für einen starken online-auftritt?

Durchdachtes Webdesign und Onlinemarketing, mit der Userexperience jederzeit im Hinterkopf, stehen bei mir auf der Tagesordnung. Zugeschnitten auf Eure Bedürfnisse und dabei mit maximaler Zeitersparnis: Durch meinen beruflichen Hintergrund in der Optik & Optometrie spart Ihr euch aufwändige Texterstellungen oder zahlreiche fachliche Korrekturschleifen.

Meine Leistungen für Euch:

- Websites
- Social Media
- Print-Design
- Produkte (Tücher, Etuis und mehr)
- CI & Design-Guides
- Individuelle Anfragen

🌐 haru-vision.com
✉ info@haru-vision.com





Hannah Rutter
Augenoptikerin | B.Sc. Optometrie