

SPHERES

JEWELRY

EINE PROJEKTARBEIT VERFASST IM RAHMEN DES
AUSBILDUNGSLEHRGANGS

SOCIAL MEDIA FACHKRAFT BASIC



LUCIA ELISABETH POTZ, BA

WIEN, JUNI 2023



INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	4
MARKENKERN	5
PURPOSE	5
VISION	5
MISSION	5
WERTE	5
CORPORATE COLORS	6
LOGO	6
SCHRIFTARTEN	6
FLYER	7
INSTAGRAM BEITRAG	8
KEYWORD RECHERCHE	8
HAUPT-KEYWORD	9
MID-TAIL-KEYWORD	9
LONG-TAIL-KEYWORD	9
SNIPPET	9
TEXTANZEIGE - GOOGLE ADS PREVIEW	10
NEWSLETTER	11
IST-ANALYSE	12
BRANCHE	12
MITBEWERBER	12
SWOT-ANALYSE	13
SMART ZIELE UND KPIS	13
UNTERNEHMENSZIEL	13
MARKETINGZIEL	14
SOCIAL MEDIA ZIEL	14
ZIELGRUPPENANALYSE	14
BUYER PERSONA	15
KANALANALYSE	15
INSTAGRAM	15
FACEBOOK	15
PINTEREST	16
TIKTOK	16
ONLINE-MARKETINGSTRATEGIE	16
BLOG THEMEN	17
INFLUENCER KAMPAGNE	18
NANO:	18
MID-TIER:	18
MEGA:	18

EARNED MEDIA MASSNAHMEN	19
SOCIAL MEDIA POSTS/MOCKUPS	20
INFOGRAFIK	21
CORE STORY	22
TONALITAET	22
ARCHETYP	22
STORYTELLING-POST INSTAGRAM	22
CONTENT-STRATEGIE	23
CONTENT SAULEN	23
INSTAGRAM POSTS	24

EINLEITUNG

Die vorliegende Projektarbeit wurde im Rahmen des Ausbildungslehrgangs „Social Media Fachkraft Basic“ verfasst und widmet sich der Erstellung einer umfassenden Online-Marketingstrategie und -analyse für das Unternehmen Spheres Jewelry GmbH, einen Juwelier spezialisiert auf hochwertigen Silberschmuck.

Das Unternehmen Spheres Jewelry GmbH eröffnet im Juni 2023 und befindet sich somit noch in der Anfangsphase seines Geschäftsbetriebs. Das Unternehmen hat bereits ein engagiertes Team von Mitarbeitern zusammengestellt, das aus zwei Designern, zwei Silberschmiedern, einer Buchhaltungskraft, einer Personalabteilung, einem Marketing-Manager, einem Social Media Manager, einem Key Account Manager und drei Verkäufern besteht.

Das Hauptaugenmerk von Spheres Jewelry GmbH liegt bei der Herstellung und dem Verkauf von hochwertigem Sterling Silberschmuck. Das Produktportfolio umfasst eine Vielzahl von Schmuckstücken, darunter Ringe, Halsketten, Ohrringe und Armbänder. Die Preisspanne der angebotenen Produkte bewegt sich zwischen 10 und 40 Euro, wobei Ringe und Ohrringe im niedrigeren Preissegment liegen und Halsketten und Armbänder etwas höherpreisig sind.

Im Rahmen dieser Projektarbeit steht dem Unternehmen Spheres Jewelry GmbH ein Budget in Höhe von 500.000 Euro zur Verfügung. Dieser finanzielle Spielraum ermöglicht dem Unternehmen, gezielte Maßnahmen zu ergreifen, um seine Online-Präsenz aufzubauen, die Marke zu stärken und potenzielle Kunden anzusprechen.

Im weiteren Verlauf der Arbeit werde ich mich mit der Analyse der Silberschmuck-Branche befassen und darauf aufbauend eine strategische Ausrichtung entwickeln, um die Ziele von Spheres Jewelry GmbH zu erreichen. Ich werde die SWOT-, Zielgruppen- und Kanalanalyse, Keyword-Recherchen und weitere wichtige Aspekte des Social Media Marketing behandeln.

Durch die effektive Nutzung des vorhandenen Budgets und die Implementierung einer gezielten Online-Marketingstrategie strebt Spheres Jewelry an, seine Präsenz am Markt zu stärken, die Markenbekanntheit zu steigern und den Umsatz deutlich zu steigern.

MARKENKERN

PURPOSE

Unser Purpose ist es, Menschen zu inspirieren, ihren individuellen Stil auszudrücken und sich selbstbewusst zu fühlen, indem wir trendigen und hochwertigen Silberschmuck anbieten.

VISION

Unsere Vision ist es, eine anerkannte Marke für innovativen Silberschmuck zu sein, die Trends setzt und die Grenzen des traditionellen Schmuckdesigns herausfordert.

MISSION

Unsere Mission ist es, unseren Kunden qualitativ hochwertigen Silberschmuck anzubieten, der die neuesten Trends widerspiegelt und ihre Bedürfnisse nach Selbstaussdruck und Individualität erfüllt. Wir streben danach, ein exklusives Einkaufserlebnis zu bieten, indem wir innovative Designs, erstklassigen Kundenservice und eine nachhaltige Produktionsweise kombinieren.

WERTE

Innovation:

Wir sind bestrebt, neue und kreative Schmuckdesigns anzubieten, die den aktuellen Trends entsprechen und die Erwartungen unserer Kunden übertreffen.

Individualität:

Wir glauben an die Einzigartigkeit jedes Einzelnen und möchten unseren Kunden helfen, ihren persönlichen Stil zu entdecken und auszudrücken.

Qualität:

Wir legen großen Wert auf hochwertige Materialien und exzellente Handwerkskunst, um Schmuck von bester Qualität zu produzieren, der lange Freude bereitet.

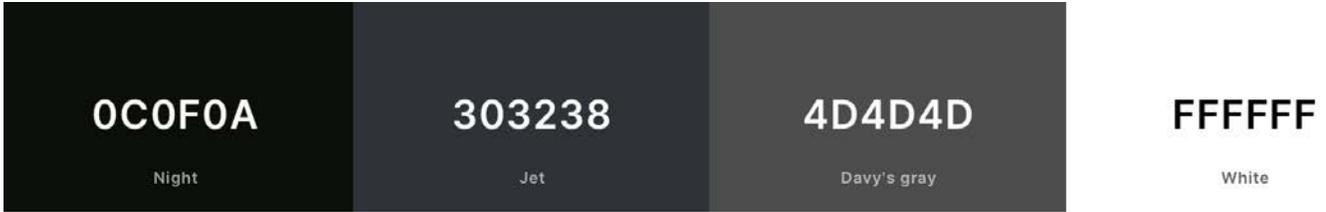
Nachhaltigkeit:

Wir sind bestrebt, unsere Produktionsprozesse so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten und verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen.

Kundenzufriedenheit:

Wir legen großen Wert auf hervorragenden Kundenservice und bemühen uns, die Bedürfnisse unserer Kunden zu verstehen und ihre Erwartungen zu übertreffen.

CORPORATE COLORS



LOGO



SCHRIFTARTEN

- > LASTICA
- > BANKGOTHIC LT BT

FLYER

GRAND OPENING

SPHERES
JEWELRY

30. JUNI 2023, 15 UHR
NEUBAUGASSE 44
1070 WIEN

@SPHERESJEWELRY

INSTAGRAM BEITRAG



KEYWORD RECHERCHE

- | | |
|--------------------------|----------------------------------|
| Juwelier | Moderner Silberschmuck |
| Schmuck | Silberschmuck kaufen |
| Nachhaltiger Schmuck | Günstiger Sterling Silberschmuck |
| Schmuck Wien | Silberschmuck 1070 Wien |
| Schmuck kaufen | Silberschmuck Wien |
| Silberschmuck | Hochwertiger Silberschmuck |
| Halsketten Silber | Sterling Silberschmuck |
| Ringe Silber | Schmucktrends |
| Ohringe Silber | Silberschmuck unisex |
| Handgefertigter Schmuck | Silberschmuck online shop |
| Armbänder Silber | Unique Silberschmuck im Trend |
| Wo gibt es Silberschmuck | |

HAUPT-KEYWORD

- > Silberschmuck

MID-TAIL-KEYWORD

- > Nachhaltiger Schmuck
- > Hochwertiger Silberschmuck
- > Moderner Silberschmuck

LONG-TAIL-KEYWORD

- > Unique Silberschmuck im Trend
- > Nachhaltiger moderner Silberschmuck
- > Hochwertiger einzigartiger Silberschmuck
- > Sterling Silberschmuck in Wien

SNIPPET

Vorschau für mobile Endgeräte:

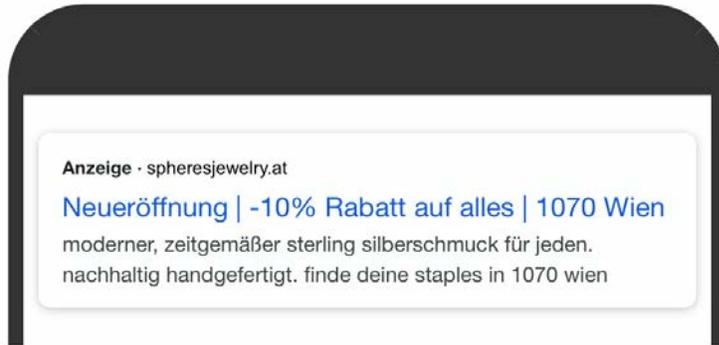


Vorschau für Desktop-Computer:



TEXTANZEIGE - GOOGLE ADS PREVIEW

Vorschau für mobile Endgeräte:



Vorschau für Desktop-Computer:



Neueröffnung | -10% Rabatt auf alles | 1070 Wien

Nachhaltiger Silberschmuck

Handgefertigt und einzigartig

Unique unisex

Schmuck für jeden

Innovative Designs

Recyceltes 925 Sterling Silber



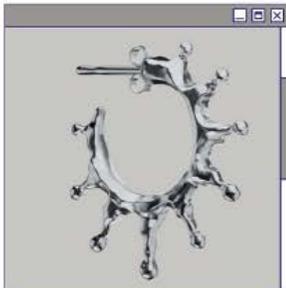
SPHERES
JEWELRY

HOT PICKS OHRRINGE HALSKETTEN RINGE

OFFICIAL OPENING

ES IST SOWEIT!
WIR ÖFFNEN UNSERE TÜREN
AM 30. JUNI 2023, 15 UHR
IN DER NEUBAUGASSE 44

-10 % AUF ALLE PIECES



MEHR FINDEST DU HIER

WWW.SPHERESJEWELRY.AT



HILFE & KONTAKT ABMELDEN

IST-ANALYSE

BRANCHE

Die wirtschaftliche Lage der Branche „Gold, Silberschmiede, Juweliere und Uhrmacher“ hat sich in den letzten Jahren aufgrund von steigender Preiskonkurrenz verschlechtert.

Der Umsatz lag 2022 in Österreich bei € 322,10 Mio., 2023 liegt er bei € 394,50 Mio.

In Hinblick auf die jüngeren Konsument*innen wird der Onlinehandel immer wichtiger. Bis 2025 erreicht der Marktanteil des E-Commerce voraussichtlich max. 35%.

MITBEWERBER

Eve's Jewel

<https://evesjewel.com>

Gumpendorfer Straße 76, 1060 Wien

„Jedes Schmuckstück erzählt eine Geschichte, genauso wie seine Trägerin.“

Persönlich, besondere Langlebigkeit, recyceltes Material, nachhaltig, soziale und verantwortungsvolle Arbeitsweise, individuell und personalisiert

Produkte: Armketten, Bags, Brillenkettchen, Charms, Halsketten, Hoops, Ohrringe, Fußketten, Ringe, Piercings

Marketingaktivitäten: Website, Instagram, Facebook, Pinterest, TikTok

Instagram: 58K Follower, posten fast täglich Beiträge oder Reels und organischen Content

Facebook: 11K Follower, posten mehrmals die Woche Fotos

Pinterest: 366 Follower, posten recht selten, vor einem Jahr wurde einiges hochgeladen

TikTok: 302 Follower, 4.600 Likes, posten 5-15 Mal im Monat Videos

Inhalt: Inspirationen, Produkte, Styling Tipps, organischer Content, Gewinnspiel

SWOT-ANALYSE

<p>SWOT-ANALYSE SPHERES JEWELRY</p>	<p>CHANCEN + Wachsender Markt + steigendes Interesse an nachhaltigen Produkten + starke Online-Präsenz aufbauen</p>	<p>RISIKEN - Intensiver Wettbewerb von etablierten Schmuckmarken - Preisdruck - Schnell ändernde Trends</p>
<p>STÄRKEN + hochwertiges Material + sorgfältige Handwerkskunst + Innovative Designs, die Kunden ansprechen + Engagiertes und kompetentes Team + gute Lage</p>	<p>STÄRKEN CHANCEN • Zusammenarbeit mit Influencer • Mehr Neben-Zielgruppen ansprechen • Preis-Leistungs-Verhältnis kommunizieren (hochwertiges Material, Nachhaltig, dennoch angemessener Preis)</p>	<p>STÄRKEN RISIKEN • Wettbewerbsvorteil durch hochwertiges langlebiges Material und innovative Designs • Durch innovative Designs den ändernden Trends gerecht werden</p>
<p>SCHWÄCHEN - begrenzte Markenbekanntheit - niedriges Budget - begrenzte Produktionskapazität für hohe Nachfrageperioden - eingeschränkte Lieferoptionen</p>	<p>SCHWÄCHEN CHANCEN • USP, Marketing- und Werbestrategien ausbauen • Begrenzttes Budget optimieren</p>	<p>SCHWÄCHEN RISIKEN • Lieferoptionen erweitern • Begrenzte Produktionskapazitäten verbessern</p>

SMART ZIELE UND KPIS

UNTERNEHMENSZIEL

Innerhalb von 12 Monaten soll die Produktinnovation durch vier neu eingeführte Kollektionen gefördert werden.

KPI:

- > Anzahl der verkauften Produkte dieser Kollektion
- > Kundenfeedback
- > Bewertungen
- > Kommentare

MARKETINGZIEL

In den nächsten 12 Monaten soll die Anzahl der Leads um 15% gesteigert werden.

KPI:

- > Kosten pro Lead
- > Besucherzahlen
- > Klick- und Öffnungsrate
- > Conversion Rate
- > Absprungrate

SOCIAL MEDIA ZIEL

In den nächsten 6 Monaten soll die Anzahl der Follower*innen auf über 1.000 steigen.

KPI:

- > Anzahl der Follower
- > % der Follower
- > Reichweite

ZIELGRUPPENANALYSE

- > Personen im Alter von 15 bis 30 Jahren mit niedrigem bis mittlerem Einkommen, die modebewusst sind und gerne Trends verfolgen
- > Frauen im Alter von 20 bis 40 mit mittlerem Einkommen, die im Kunst- und Kulturbereich arbeiten und gerne Statement Pieces tragen

Hauptzielgruppe

- > 19-29 Jahre
- > Mittleres Einkommen
- > Spricht auch Englisch
- > Interessiert sich für Mode und Kunst
- > Nutzt regelmäßig TikTok, Instagram, YouTube
- > Ist kreativ und experimentell
- > Verfolgt Trends

BUYER PERSONA

BUYER PERSONA



CARD FERRERA
experimentierfreudig, kreativ, modebewusst

Alter 23

Geschlecht Weiblich

Familienstand ledig

Bildung BA Grafikdesign

Einkommen € 2.000,-

Wohnort Wien






PERSÖNLICHKEIT

Introvertiert ————— Extrovertiert
○ ○ ○ ○ ● ○ ○ ○

Kreativ ————— Analytisch
● ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Aktiv ————— Passiv
○ ○ ● ○ ○ ○ ○ ○

Emotional ————— Rational
○ ○ ● ○ ○ ○ ○ ○

HOBBIES UND VORLIEBEN

Fotografie

Mode und Thriften, hochwertige Kleidung, die lange hält

Neues ausprobieren

Musik und Ausgehen

Verfolgt die neuesten Modetrends

HERAUSFORDERUNGEN

Findet es oft schwierig, langlebigen Schmuck zu einem angemessenen Preis zu finden

Suche nach coolen Modestücken nimmt viel Zeit in Anspruch

Fängt neue Dinge an und zieht sie nicht durch

Vertraut Modegeschäften wenig, die nicht transparent sind

ZIELE

Ihren eigenen Stil entwickeln

Häkeln und Französisch lernen

MA Grafikdesign

Möchte auf Fast Fashion und massenproduzierte Ware verzichten

Neue Projekte für Instagram und YouTube starten

Möchte in hochwertigen Schmuck investieren

KANALANALYSE

INSTAGRAM

Zielgruppe: junge Mode- und Kunstinteressierte, interessieren sich für ästhetische Inhalte, Mode, Schmucktrends, Lifestyle und holen sich gerne Inspiration

Ziele: Markenbekanntheit steigern, Engagement/Interaktion erhöhen, Verkäufe generieren

Mitbewerber: haben eine starke Präsenz, sind erfolgreich darin, hochwertige Schmuckfotos, Influencer-Kooperationen und Storytelling-Beiträge zu teilen

Fakten: 62,3% verwenden IG um Marken oder Produkte zu folgen, 3.15 Mio. Österreicher*innen verwenden Instagram, hat ein 10x höheres Brand-Engagement als FB, 60% finden neue Produkte über IG

FACEBOOK

Zielgruppe: Ein Teil der Zielgruppe benutzt Facebook, informiert sich über Trends und Produkte

Ziele: Markenbekanntheit erhöhen, Traffic auf Website generieren, Kundenbindung

Mitbewerber: Nutzen Werbekampagnen und Diskussionen mit der Community

Fakten: Meist verwendete Social Media Plattform, 5.12 Mio. Österreicher*innen verwenden Facebook, Videos haben den niedrigsten durchschnittlichen CPC

PINTEREST

Zielgruppe: Junge weibliche Zielgruppe interessiert sich für Mode, DIY-Projekte, suchen nach visuellen Ideen und Inspiration und sind aktiv

Ziele: Markenbekanntheit erhöhen, Traffic auf Website generieren, Inspirationsquelle

Mitbewerber: Teilen ansprechende Fotos, Ideen und Trends und pinnen diese

Fakten: die meisten verwenden Pinterest um Marken und Produkte zu folgen, 1.67 Mio.

Österreicher*innen verwenden Pinterest, 55% suchen nach Produkten, 93% planen einen Kauf, Return of Investment ist höher als bei anderen Plattformen

TIKTOK

Zielgruppe: Junge, kreative, trendbewusste Personen, die neue Inhalte entdecken und unterhalten werden möchten

Ziele: Markenbekanntheit steigern, virale und unterhaltsame Inhalte schaffen, Engagement und Website-Traffic generieren

Mitbewerber: Posten originelle und trendige Videos, die unterhaltsam sind und das Potenzial haben, schnell bekannt zu werden

Fakten: 78,2% verwenden TikTok um unterhaltsamen und lustigen Content zu schauen, 1.75 Mio.

Österreicher*innen verwenden TikTok, aktuelle am schnellsten wachsendes soziales Netzwerk, hohes Tagesbudget, aber kein High-End-Equipment nötig

ONLINE-MARKETINGSTRATEGIE

Instagram und Facebook

- > Zielgruppe verwendet diese
- > Täglich mindestens einen Beitrag posten
- > Täglich Storys posten
- > 2x die Woche Reels posten
- > Organischen Content und Ads schalten (besonders zur Eröffnungsfeier)

- > Transparenz und Kundenservice
- > Produkte, ansprechende Fotos und Videos, Einblick in Produktion, Styling Tipps, Team vorstellen, Gewinnspiele durchführen, Lieblingsprodukte vom Team, Einladung zum Eröffnungs-event, Produktanzeigen, Diskussionen, Umfragen, Produktbewertungen, Kampagnen, Schmucktrends

Pinterest

- > Hauptsächlich weibliche User, passt dementsprechend zur Zielgruppe
- > Posten täglich Bilder und verlinken Website oder Instagram
- > Keine Werbung schalten, da zu teuer
- > Produkte, Outfit of the day, DIY-Projekte, Schmuckinspiration, Collagen, DIY-Projekte, Schmucktrends

TikTok

- > Zielgruppe ist jünger, sie verwenden oft TikTok
- > 2-3x Woche organischen Content
- > Kreative und unterhaltsame Videos, Trends und Challenges, Influencer Kampagnen
- >

E-Mail-Newsletter

- > Zielgruppe auf dem Laufenden halten
- > 2x im Monat Newsletter
- > Angebote, Aktionen, neue Kollektionen, Influencer Kampagnen

BLOG THEMEN

- > Silberschmuck reinigen
- > Schmuck richtig aufbewahren
- > Schmuck vs. Modeschmuck, was ist der Unterschied?
- > Nachhaltiger Schmuck
- > Gold oder Silber, was steht mir besser?

Wie sollen die Blog Themen auf Social Media promotet werden?

- > Auf Social-Media-Kanälen Blog verlinken

- > In Beiträgen Überschriften der Blogposts erwähnen und in Caption „mehr Info in Bio“
- > Kurze Reels mit Info aus den Blogposts und „mehr Info in Bio“ + Blog verlinken
- > In Story posten und verlinken

INFLUENCER KAMPAGNE

- > Influencer arbeiten gemeinsam an einer eigenen Kollektion und launchen je drei Produkte
- > Influencer filmen die Zusammenarbeit und posten zwei Wochen vor dem Launch zwei Reels und innerhalb von vier Wochen 6 Beiträge + Video auf YouTube
- > Reichweite und Markenbekanntheit erhöhen

NANO:

@polchini

3K Follower



MID-TIER:

@rubeyray

94.6K Follower



MEGA:

@kayla_shyx

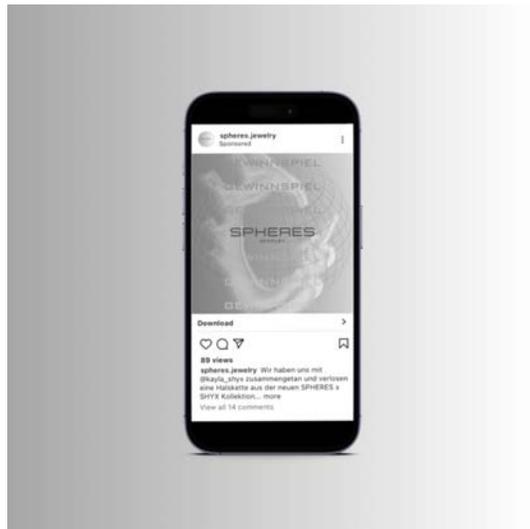
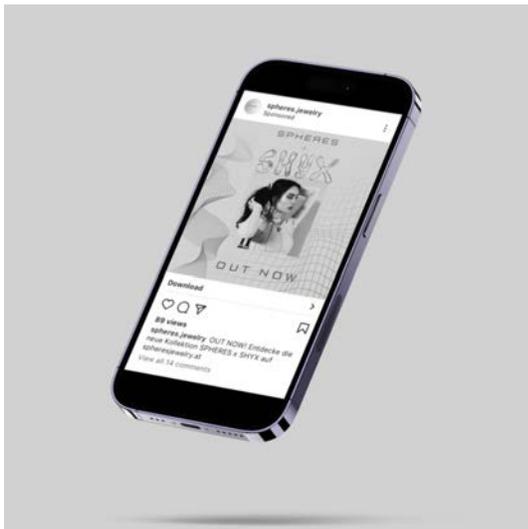
837K Follower



EARNED MEDIA MASSNAHMEN

- > hilfreicher und freundlicher Kundenservice
- > auf Social Media präsent sein
- > hochwertiger/spannender Content
- > auf Bewertungen bzw. Feedback achten/reagieren
- > SMART Ziele setzen
- > übersichtliche Aufbereitung, Struktur
- > Engagement und Reichweite erhöhen
- > Zielgruppe ansprechen
- > Trends und Challenges machen, um Wahrscheinlichkeit eines viralen Posts zu erhöhen
- > Produkte verschicken um Bewertungen zu erhalten
- > Erfolge messen

SOCIAL MEDIA POSTS/MOCKUPS



#schmuck	2.7 Mio.
#jewelry	116 Mio.
#fashion	1 Mill.
#accessories	77.1 Mio.
#style	634 Mio.
#sterlingsilber	40.3 K
#sterlingsilver	1.4 Mio.

INFOGRAFIK

DEIN WEG ZUM/ZUR

SILBERSCHMIED*IN



RECHERCHE UND INTERESSE

INFORMIERE DICH ÜBER DEN BERUF, LIES BÜCHER UND SUCHE IM INTERNET NACH INFORMATIONEN ODER SCHAU DIR VIDEOS AN. SUCHE NACH SCHULEN, UNIVERSITÄTEN ODER FACHHOCHSCHULEN, DIE KURSE ODER STUDIENGÄNGE IN SCHMUCKDESIGN, SCHMIEDEKUNST ODER JUWELIERHANDWERK ANBIETEN.



AUSBILDUNG UND PRAKTIKA



EINE PRAKTISCHE AUSBILDUNG IST OFT EIN WICHTIGER SCHRITT, UM DAS HANDWERK ZU ERLERNEN. SUCHE NACH JUWELIERWERKSTÄTTEN, SCHMUCKWERKSTÄTTEN ODER UNTERNEHMEN, DIE AUSBILDUNGSPROGRAMME ODER PRAKTIKA FÜR ANGEHENDE SCHMIEDE ODER JUWELIERE ANBIETEN. BEWIRB DICH UM EINE SOLCHE POSITION, UM PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN ZU SAMMELN UND VON ERFAHRENEH HANDWERKERN ZU LERNEN.

FÄHIGKEITEN

WÄHREND DEINER AUSBILDUNG WIRST DU GRUNDLEGENDE FÄHIGKEITEN UND TECHNIKEN WIE ZEICHNEN, MODELLIEREN, FEILEN, LÖTEN, SCHLEIFEN UND POLIEREN ERLERNEN. NIMM DIESE LERNMÖGLICHKEITEN ERNST UND ÜBE REGELMÄSSIG. IM LAUFE DEINER AUSBILDUNG KANNST DU DICH AUF BESTIMMTE BEREICHE WIE EMAILLE-ARBEITEN, SCHMUCKDESIGN ODER GRAVUREN SPEZIALISIEREN. SETZE DEINE BEMÜHUNGEN DARAUFG, DICH IN DIESEN BEREICHEN WEITERZUENTWICKELN.



PORTFOLIO UND HARRIERE



WÄHREND DEINER AUSBILDUNG SAMMLE FOTOS UND DOKUMENTATIONEN VON DEINEN ARBEITEN, UM EIN AUSSAGEKRÄFTIGES PORTFOLIO ZU ERSTELLEN. EIN PORTFOLIO IST WICHTIG, ZU ZEIGEN, WAS DU KANNST. NACHDEM DU AUSREICHEND ERFAHRUNG GESAMMELT HAST, KANNST DU ENTSCHEIDEN, OB DU ALS SELBSTSTÄNDIGE*IN SILBERSCHMIED*IN ODER JUWELIER*IN ARBEITEN MÖCHTEST ODER OB DU DICH BEI EINEM ETABLIERTEN UNTERNEHMEN BEWIRBST.

CORE STORY

„SPHERES Jewelry feiert die Freiheit der Selbstentfaltung und Individualität. Wir glauben daran, dass jeder Mensch das Recht hat, seinen eigenen Stil auszudrücken und seine eigene Geschichte zu erzählen. Unsere Schmuckstücke dienen als Ausdrucksmittel für Menschen, die mutig genug sind, gegen den Strom zu schwimmen und ihren eigenen Weg zu gehen.“

Die Freiheit und Individualität sollen in den Inhalten widerspiegeln und den Kund*innen dabei zu helfen, deren persönliche Geschichte zu erzählen.

TONALITÄT

Die Tonalität ist rebellisch, energisch und inspirierend. Die Botschaften sollen mit einer Leidenschaft und Begeisterung übermittelt werden. Die Zielgruppe soll dazu ermutigt werden, sich von den gesellschaftlichen Konventionen zu lösen, kreative Risiken einzugehen und sich selbst treu zu bleiben. Die Kommunikation ist direkt, authentisch und ehrlich.

ARCHETYP

Der Rebell

- > Unabhängig
- > Grenzüberschreitend
- > Inspirierend
- > Provokativ

STORYTELLING-POST INSTAGRAM

Kurzer Clip für Instagram, 30-60 Sekunden

Es läuft eine beunruhigende schnelle Musik. Eine Person geht durch ein Museum, auf den Wänden hängen Werke – gerahmte Schmuckstücke in verschiedenen Größen – die Person fängt plötzlich an zu laufen und reißt die Werke von den Wänden, schmeißt diese auf den Boden, um den Inhalt zu entnehmen und davonzulaufen.

Der Alarm geht los, die Aufnahmen sind unruhig und wackeln etwas. Die Person nimmt schnell die Schmuckstücke, die auf dem Boden liegen und läuft zum Ausgang. Sie hängt sich währenddessen die Halsketten und Armbänder um, hinter ihr läuft die Security. Sie schafft es aus dem Museum, bleibt vor der Tür stehen und wirft den Kopf nach hinten. Danach sieht man das Logo „SPHERES Jewelry“ und den Slogan „You decide who you want to be.“

CONTENT-STRATEGIE

PRODUKTE

- NEUE PRODUKTE
- KOLLABORATIONEN
- FAST AUSVERKAUFTE PRODUKTE

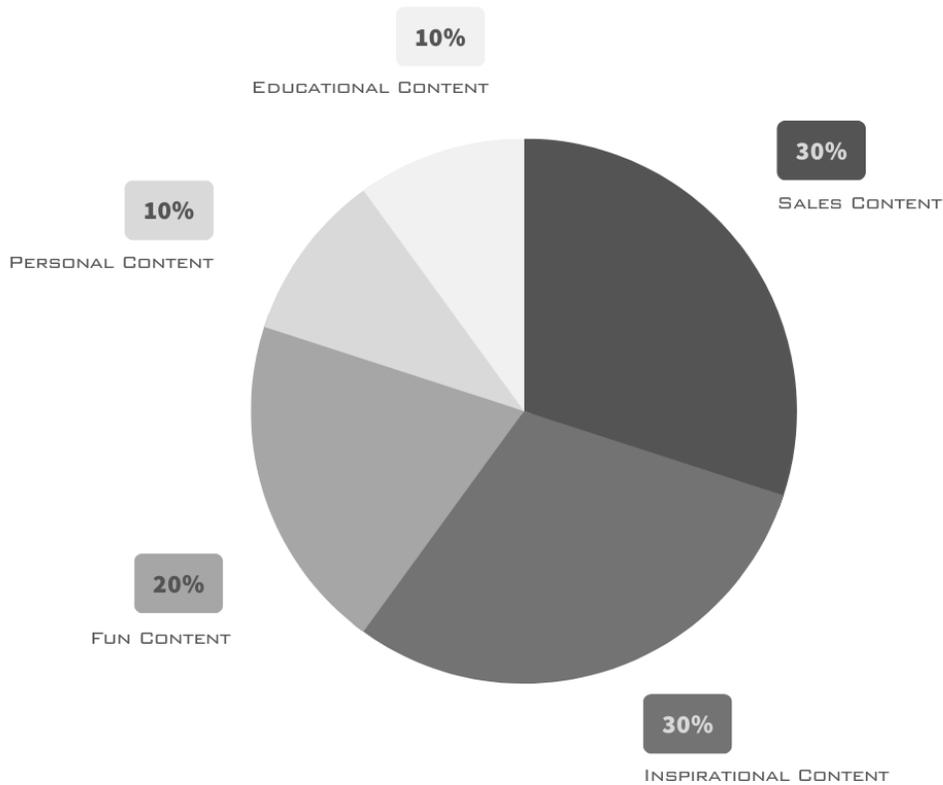
INSPIRATION

- STYLINGTIPPS
- TRAGEBILDER
- FAVORITES DER WOCHE

BTS

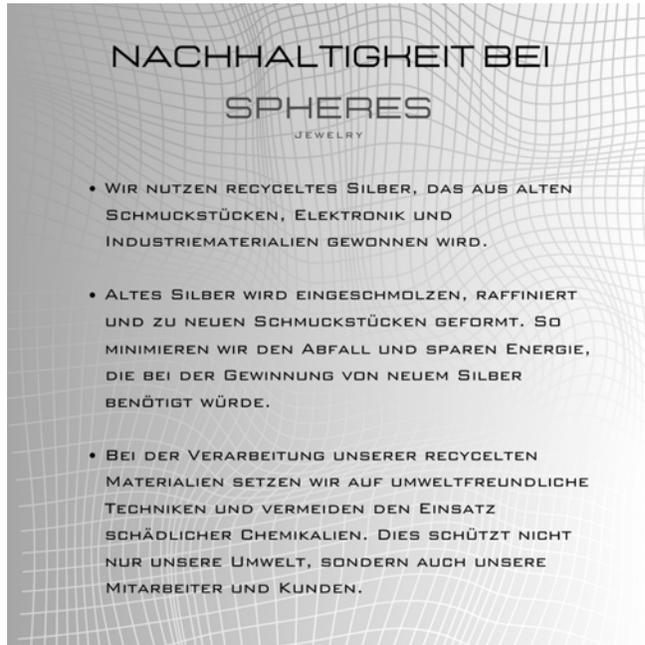
- PRODUKTIONSPROZESS
- RECYCLING VON SCHMUCK
- INTERVIEW MIT TEAM

CONTENT SAULEN



INSTAGRAM POSTS

EDUCATIONAL CONTENT



CAPTION

Die Schmuckindustrie hat oft einen negativen Einfluss auf die Umwelt durch den Abbau von Edelmetallen und die Verwendung von nicht-nachhaltigen Materialien. Aber wir sind anders! Wir sind der Meinung, dass Nachhaltigkeit und Schönheit Hand in Hand gehen können. Deshalb setzen wir auf recycelte Materialien, um unseren Schmuck herzustellen. Jedes unserer handgefertigten Schmuckstücke erzählt nicht nur eine Geschichte, sondern trägt auch dazu bei, unsere Umwelt zu schützen. Durch den Einsatz von recyceltem Silber und nachhaltigen Verpackungsmaterialien minimieren wir unseren ökologischen Fußabdruck.

Es treibt uns an, innovative Wege zu finden, um Nachhaltigkeit in all unseren Geschäftsprozessen zu integrieren. Von der Beschaffung unserer Materialien bis hin zur Verpackung und dem Versand - wir streben danach, die bestmöglichen Entscheidungen für unseren Planeten zu treffen.

#nachhaltig #schmuck #greenfuture #sterlingsilver #spheresjewelry

SALES CONTENT



CAPTION

Rebelliere gegen hohe Preise und sichere dir jetzt unsere einzigartigen Schmuckstücke zu unschlagbaren Preisen!

In unserem limitierten Sale bieten wir dir die Möglichkeit, dein Schmuckspiel zu erweitern, ohne dein Budget zu sprengen. Von außergewöhnlichen Ringen bis hin zu trendigen Halsketten - wir haben alles, was dein Herz begehrt!

Sei schnell und sichere dir dein Lieblingsstück, bevor es vergriffen ist!

Besuche unseren Online-Shop (Link in Bio) und entdecke die Welt des innovativen Luxus.

#sale #silberschmuck #fashion #spheresjewelry