

Folge 2: Social Media Strategie

Sie sind ein Unternehmen und lesen jetzt überall, dass man sich mit dem Thema Social Media beschäftigen soll. Allerdings stehen Sie noch am Anfang und haben wenig oder keine interne Kompetenz zum Thema.

Zum Einstieg empfehlen wir Ihnen, sich vorweg folgende Fragen zu stellen:

- ✓ Wer entwickelt Ihre Social Media-Strategie? Der Leiter Unternehmenskommunikation, der Social Media Manager, ein Mitglied der Geschäftsleitung oder der Praktikant mit Praxiserfahrung in sozialen Netzwerken? Haben Sie genügend interne Ressourcen oder benötigen Sie zum Start externe Unterstützung?
- ✓ Lässt sich aus Ihrer Unternehmens- bzw. Produktstrategie eine Strategie für das Mitmach-Web entwickeln oder ist diese komplett eigenständig?
- ✓ Sind Sie sich bewusst, dass Sie mit dem Einstieg in Social Media einen Teil Ihrer Markenhöhe verlieren? Wie wollen Sie diesen Prozess managen? Intern und extern?
- ✓ Hat Ihr Unternehmen, Ihre Marke genügend Faszination und Ausstrahlung, um die Menschen im Web zu erreichen? Und falls Sie ein Low-Interest-Produkt fertigen: Können und wollen Sie Inhalte produzieren, die attraktiv genug für das Web sind?
- ✓ Welche Abteilungen sollen in das Entwickeln Ihrer Social Media-Strategie eingebunden sein? Kann diese Aufgabe ein Board übernehmen?
- ✓ Was genau wollen Sie mit Ihren Social Media-Aktivitäten erreichen? Das Image verbessern, Multiplikatoren versorgen, die Kundenbeziehungen intensivieren, neue Kunden oder Markenbotschafter gewinnen?
- ✓ Können Sie jetzt schon (in Zahlen) exakte Ziele für Ihre Social Media-Aktivitäten nennen? Haben Sie beispielsweise Benchmarks von Wettbewerbern? Wie intensiv wollen Sie Social Media Monitoring betreiben? Und was sind Ihre Messparameter?
- ✓ Kennen Sie die für Sie relevanten Social Media-Plattformen sowie deren Möglichkeiten und Eigenheiten?

- ✓ Sind Sie dafür gerüstet, dass Social Media sich in Echtzeit verändert? Ihre Strategie muss sich anpassen und laufend optimiert werden.
- ✓ Wer hat die Budgethoheit für Ihre Social Media-Projekte und wer kann kurzfristig über ein Aufstocken oder Umschichten der Gelder entscheiden?

Natürlich führt das Beantworten dieser vielleicht banal scheinenden Fragen nicht automatisch zu einer perfekten Social Media-Strategie. Diese entsteht immer individuell. Aber vielleicht haben Sie einzelne Aspekte gefunden, die Sie sonst nicht mit einbezogen hätten.

Als Grundlage für die Social Media-Strategie haben wir uns in Folge 1 unserer Serie mit dem Thema „Organisation befasst: <http://bit.ly/d5mcTB>.

In der dritten Folge der cocodibu-Reihe „Social Media für Einsteiger“ beschäftigen wir uns mit dem „Social Media Content Check“ oder der Frage, welche Inhalte Unternehmen für das Mitmachweb eigentlich benötigen.

Falls Sie Fragen zum Thema haben, freuen wir uns auf Ihren Anruf.

Kontakt:

Christian Faltin, cocodibu

Tel. 089-46 133 46-10

contact@cocodibu.de

https://www.xing.com/profile/Christian_Faltin

www.twitter.com/cfaltin

<http://www.facebook.com/christian.faltin>.