

9 Social Media Strategie-Bausteine



Analyse

Welche SM Kanäle werden jetzt verwendet?
 Welche Mitarbeiter nutzen jetzt schon Social Media?
 Passen die Organisationsstrukturen zum SM Einsatz?
 Wie positionieren wir uns im Umfeld?
 Wie gehen Mitbewerber mit SM bereits um?
 Gibt es SM Leitlinien und Best Practise Beispiele?
 Rechtliche Hindernisse?



Monitoring

Was wird über uns geredet (Reputation)?
 Welche SM Profile gibt es schon (Image)?
 In welchen SM Kanälen wird über unsere
 Themen gesprochen (Messwerkzeuge)?
 Wo und was machen die Mitbewerber (Positionierung)?
 Wer macht laufendes Monitoring mit welchen Tools?
 Reputation Management und Reporting?



Content?

Was interessiert unsere Zielgruppe/n?
 Wer arbeitet am Redaktionsplan?
 Welche Geschichten wollen wir erzählen und
 woher kommen sie (Storytelling)?
 Welche Inhalte erzeugen Interaktionen
 (Weitersagen, Viralität)?
 Mit welchen Inhalten können wir
 unsere Ziele erreichen?



Wachstum?

Woher kommen unsere FANS/Folger?
 Wie machen wir auf uns aufmerksam in den SM?
 Wie findet die Verbreitung genau statt?
 Brauchen wir bezahlte Werbung?
 Welche Messfaktoren nutzen wir?
 Community Building & Management?



Ziele?

Was wollen wir erreichen? (Marketing, PR, Personal-
 wesen, R & D, Kundenservice, Crowd Socurcing,
 Social Enterprise bis hin zum Social Business)
 Welche Social Media Ziele setzen wir uns?
 Wie messen wir den Erfolg (SMART)?
 Welche Metriken/KPIs haben wir ausgewählt?



Zielgruppe?

Wer ist unsere Zielgruppe/n genau?
 Wen stellen wir uns vor, wenn wir schreiben?
 Wie alt ist die Zielgruppe und woher kommt sie?
 Welche Erfahrungen können wir voraussetzen?
 Können uns Meinungsführer (Influencer) helfen
 und wer bzw. wo sind sie?



Tonalität?

Wie sprechen wir mit unserem Social Media Publikum?
 Wie sprechen sie über uns?
 Wie sprechen wir über uns (Identität)?
 Wer ist die einheitliche Stimme in Social Media?
 Sind wir mit unserer Sprache
 interessant und authentisch für Zielgruppe?
 Gibt es einen Krisenplan?



Ressourcen?

Welche personellen & finanziellen Ressourcen haben wir
 und wie viele brauchen wir um unsere Ziele zu erreichen?
 Wie viel Budget gibt es für die Werbung & Kampagnen?
 Wie organisieren wir interne & externe Dialoge?
 Benötigen wir externe Unterstützung (Grafiker, Texter,
 Redakteure, Agentur, SEO, SEM, Change Manager,...)?



Wissen?

Welches Wissen/Fähigkeiten benötigt der Social
 Media -, Reputation-, Community- bzw. Manager?
 Wie erfolgt die Integration in der Organisation
 (Change- und Projekt Management)?
 Welche Schulungen benötigen wir in welchem
 Zeitraum zu welchen SM Kanälen?