



STRATEGIE PLANUNG

Ist-Analyse

Wurde eine konkrete Analyse der internen und externen Rahmenbedingungen durchgeführt? Stehen die zu vertreibenden Produkte und Leistungen fest?

Ziele

????????? Mehr Kunden, mehr Verträge sind kein klassisches Ziel.

Zielgruppen

Ist klar, wer mit den Aktivitäten im Social Web erreicht werden soll, auf welchen Plattformen sich diese Zielgruppe aufhält und welche Bedürfnisse sie hat?

Ressourcen

Ist festgelegt, wer innerhalb des Unternehmens für Social Media verantwortlich ist? Stehen ausreichend kompetente Ressourcen zur Verfügung?

Content

Steht relevanter, zielgruppengerecht und plattformgerecht aufbereiteter Content zur Verfügung? Ist klar, wer interne Content-Lieferanten sind?

Vernetzung

Sind alle Aktivitäten logisch miteinander verknüpft, bzw. bauen aufeinander auf (z. B. Social Media Buttons)? Sind online- und offline-Welt verbunden?

Richtlinien

Existieren konkrete Vorgaben/Hilfestellungen für alle Mitarbeiter in Bezug auf das Verhalten im Social Web?



Monitoring

Wird beobachtet, was in Social Media über das Unternehmen kommuniziert wird? Ist ein Prozess bei Negativmeldungen definiert?

Erfolgsmessung

Wird der Erfolg der Aktivitäten in Social Media-Umfeld gemessen und werden die Messergebnisse in Folgeplanungen berücksichtigt?