

HANDOUT:

Ich möchte Ihnen mit diesem Handout „nur“ ein paar kleine Anhaltspunkte und Eckdaten mitgeben, doch schließlich werden Sie feststellen, dass diese Anhaltspunkte völlig ausreichend sind, um Ihre eigene Social Media Strategie erfolgreich zu entwickeln. In Kapitel 3 finden Sie eine Grafik, welche Sie während des Vortrages mit ausfüllen können und natürlich genügend Platz für Notizen.

1. Strategie, Ziel und grobes Budget definieren
2. Kanal auswählen und planen
3. Budget festlegen und
4. starten

1. Festlegen einer Strategie:

Als erstes sollten Sie eine feste Strategie für Ihre Social Media Arbeit festlegen. Dabei geht es auch um die Frage „wofür möchten Sie Social Media nutzen?“ PR? Neukundenakquise? Mitarbeitergewinnung?

Definieren Sie in einem Satz Ihre Strategie (z.B.: wir möchten für potentielle Mitarbeiter attraktiver werden):

Definieren Sie ein SMARTES Ziel für Ihre Social-Media-Aktivitäten (**S**pezifisch, **M**essbar, **A**mbitioniert, **R**ealistisch, **T**erminiert – z.B. bis 01.01.2020 sollen 15 eingegangene Bewerbungen und mind. 1 Neueinstellungen erfolgen)

Legen Sie einige Messgrößen fest. (Welche Kennzahlen sind für Sie relevant? Die Anzahl der eingegangenen Bewerbungen? Oder die Anzahl der Follower?)

Geben Sie jedem einzelnen Messpunkt einen Wert in € (z.B.: jede Bewerbung ist mir 50€ Wert)

Multiplizieren Sie den Wert pro Messpunkt mit Ihrem Ziel. Sie erhalten dann ein erstes Budget (z.B. 50€ x 10 Bewerbungen = 500 € Budget)

2. Wählen Sie ein passendes Netzwerk aus. Achten Sie dabei nicht nur darauf, welches Soziale Netzwerk für Sie einfach zu bedienen ist, sondern setzen Sie sich aktiv mit der darauf anzutreffenden Zielgruppe und Ihrer eigenen Positionierung auseinander!

Es ist ein großer Unterschied, ob Sie Mitarbeiter auf Facebook suchen, oder z.B. auf den Plattformen XING und LinkedIn. Die gesamte Präsenz sollte auf das jeweilige Netzwerk abgestimmt sein!

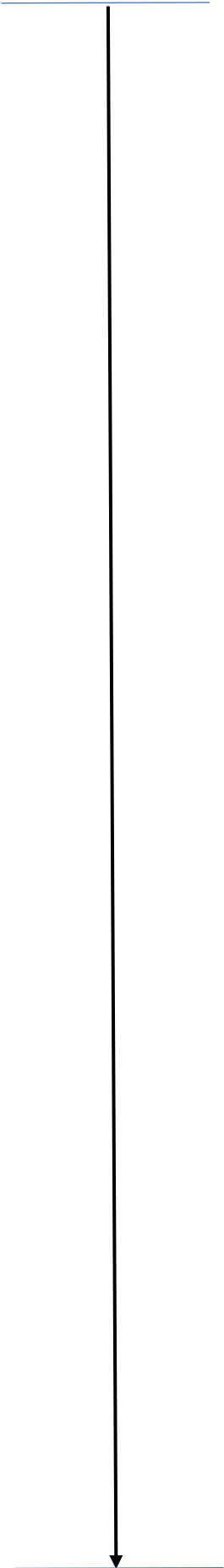
Sie sollten sich folgende Fragen stellen:

Welche Zielgruppe ist auf dem Netzwerk vertreten?

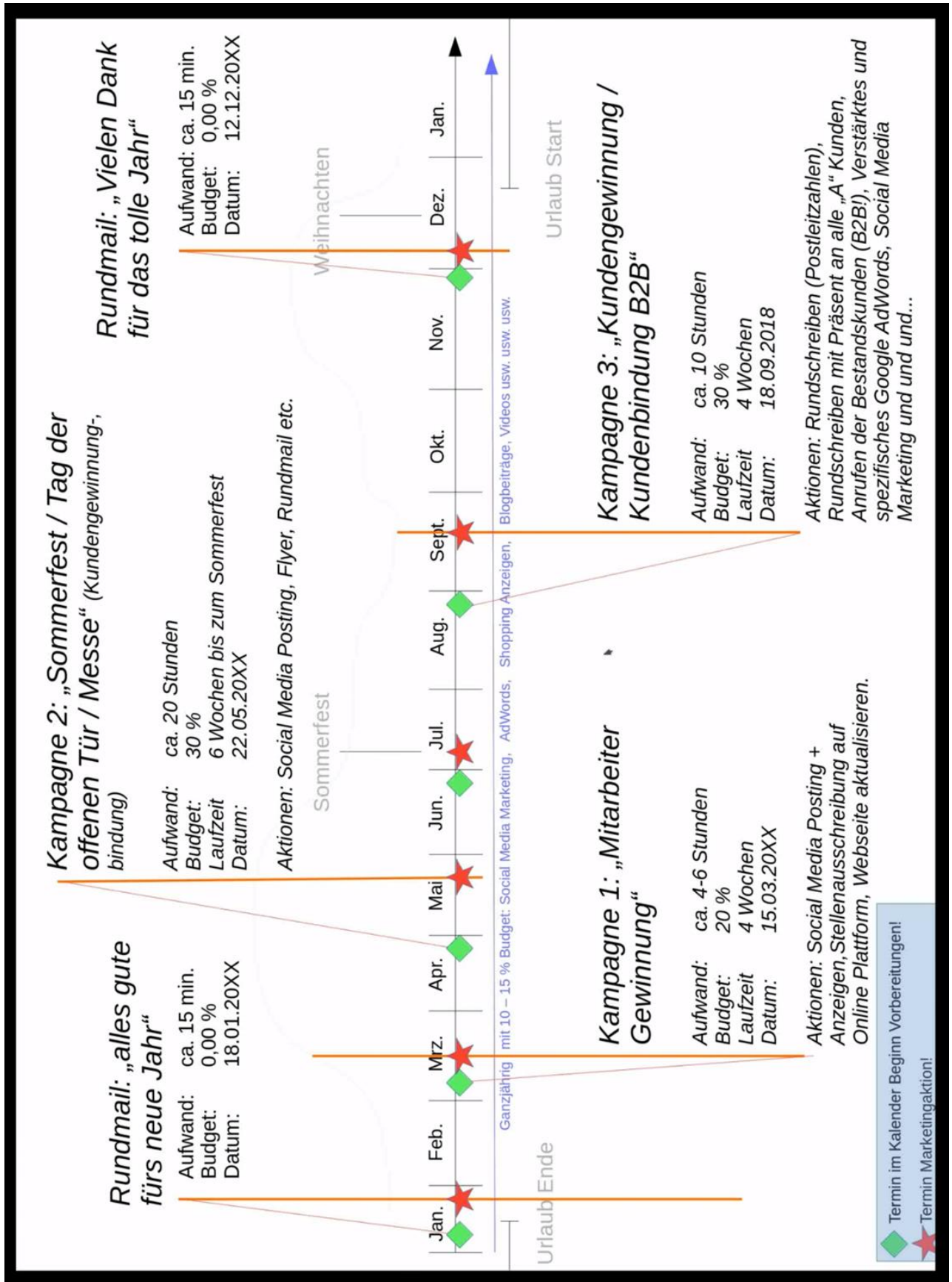
Können wir das Netzwerk bespielen? Passt es zu uns und unserer Positionierung?

Ist es möglich, die verschiedenen Marketingaktivitäten zu vernetzen? (Wenn Sie z.B. viele Veranstaltungen durchführen, können sich Facebook und Xing zum Bewerben der Veranstaltung bestens eignen)

3. Planen Sie:



Beispielplanung:



4. Starten Sie:

Legen Sie sich ein vollständiges „Unternehmensprofil“ oder Ihr persönliches Unternehmerprofil an
(Vorsicht: Auf Facebook sind es Unternehmensseiten diese werden „Fanpage“ oder „Seite“ genannt.
Profile sind auf Facebook nur für natürliche Personen!)

Vergessen Sie das Impressum und den Datenschutz nicht!

Nutzen Sie Tools wie:

Die „Entwürfe Funktion“ in Facebook zur Planung von Beiträgen.

„Hootsuite“ oder andere Programme, welche alle Ihre Netzwerke in einem Fenster abbilden.

Nutzen Sie einen Redaktionskalender!

Informieren Sie sich stetig über Neuerungen!

(unzählige weitere Hilfen finden Sie auch, wenn Sie einfach nach „Social Media Tools“ googeln)

Machen Sie sich mit allen Funktionen vertraut und nutzen Sie das Netzwerk vor allem selbst als Konsument!

Es würde den Rahmen sprengen hier nun alle Möglichkeiten und Funktionen aufzuzählen. Die großen Netzwerke veranstalten aber alle regelmäßig Schulungen und sind sehr hilfsbereit bei der Einrichtung von Profilen, Seiten, Werbekonten und Aktionen.

Zögern Sie also nicht, an so einer Schulung teilzunehmen oder gar selbst einfach bei Facebook Twitter und Co. anzurufen! Auch auf YouTube (einem sehr großen Sozialen-Netzwerk und der zweit größten Suchmaschine der Welt) finden Sie hilfreiche Tutorials zu allen einzelnen Netzwerken.

Vielen Dank!

Gerne übersende ich Ihnen meinen kompletten Vortrag via E-Mail!

Manuel Meya, MBA
Unternehmensberatung Manuel Meya

Am Moosfeld 13
81829 München

Tel: 089 / 954296110

Mail: meya@meya-consulting.com

Web: meya-consulting.com