

Checkliste

Social Media strategisch planen

- Ist-Analyse** Wurde eine konkrete Analyse der internen und externen Rahmenbedingungen durchgeführt? Stehen die zu vertreibenden Produkte und Leistungen fest?
- Ziele** Sind konkrete, „SMARTe“ Ziele für die Aktivitäten in Social Media festgelegt? Bauen diese auf die Unternehmensziele auf und sind Ergebnis der Analyse?
- 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?
- Technologie** Wurden Plattformen analog der Zielstellung und Zielgruppe ausgewählt? Ist die Form der Beteiligung klar (eigenes Profil oder Beteiligung)?
- Ressourcen** Ist festgelegt, wer innerhalb des Unternehmens für Social Media verantwortlich ist? Stehen ausreichend kompetente Ressourcen zur Verfügung? Sollen externe Dienstleister einbezogen werden?
- Content** Steht relevanter, zielgruppengerecht und plattformgerecht aufbereiteter Content zur Verfügung? Ist klar, wer interne Content-Lieferanten sind?
- Plan** Werden Social Media-Aktivitäten in einem Redaktionsplan geplant und sind SMM-Maßnahmen integraler Bestandteil der allgemeinen Marketingplanung?
- 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 / Krisen definiert?
- Erfolgsmessung** Wird der Erfolg der Aktivitäten in Social Media-Umfeld gemessen und werden die Messergebnisse in Folgeplanungen berücksichtigt?