Social-Media-Strategie

Social-Media-Profil

Datum

Readiness

Nutzen wir bereits soziale Medien?
Welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind bereits in sozialen Medien aktiv?
Passen unsere Organisationsstrukturen zum Einsatz sozialer Medien?
Wie gehen ähnliche Organisationen mit sozialen Medien um?
Gibt es bereits Leitlinien zum Thema?

Monitoring

Was wird über uns geredet?
Welche Social-Media-Profile gibt es schon?
Kommen unsere Themen in sozialen Medien vor?

Zielgruppe

Wer ist unsere eng umrissene Zielgruppe?
Wen stellen wir uns vor, wenn wir schreiben?
Wie alt ist die Zielgruppe, wo kommt sie her?
Was für Erfahrungen können wir voraussetzen?

Inhalte

Was interessiert unsere Zielgruppe?
Warum lohnt es sich immer wieder zu uns zurückzukehren?
Welche Inhalte erzeugen Interaktion?
Können wir mit diesen Inhalten unsere Ziele erreichen?

Ziele

Was wollen wir erreichen?
Können wir das erreichem?
Wie messen wir unseren Erfolg?

Wachstum

Woher kommen unsere Fans & Follower?
Wie machen wir auf unser Profil aufmerksam?
Wie findet das Profil Verbreitung?
Brauchen wir bezahlte Werbung?

Tonalität

Wie sprechen wir mit unseren Fans & Followern?
Wie gehen wir mit Kritik um?
Wie sprechen wir über uns?
Sind wir mit unserer Sprache interessant und authentisch?

Ressourcen

Welche personellen Ressourcen haben wir?
Wie viel Geld haben wir für Werbung?
Benötigen wir externe Hilfe?

Einführung

Wer muss an der Einführung neuer sozialer Medien beteiligt werden?
Wie bringen wir das Thema in die Organisation?
Welche internen Schulungen, Fortbildungen haben wir?
Wie wird die Arbeit aufgeteilt?
Haben wir eine Exit-Strategie? Wann lohnt sich das Profil für uns nicht?

Version 1.2