



Check: Social Media

Jeder Social Media-Kanal funktioniert auf seine eigene Art und Weise. Ob Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn oder Pinterest: Ihre Kund:innen nutzen aktiv oder passiv Social Media-Kanäle zur Inspiration, Information, Kaufvorbereitung oder zum Austausch mit anderen Menschen. Nutzen Sie Social Media dazu, um wertvolle Beziehungen aufzubauen? Erfolge wollen sich trotzdem nicht richtig einstellen?

Es gibt Unsicherheiten, Wissenslücken oder noch nicht voll ausgeschöpfte Möglichkeiten?

**Machen Sie den
Social Media-Check!**

JA NEIN

1 Nutzen Sie die richtigen Kanäle für Ihre Zielgruppe(n)?

Mit der Entscheidung für bestimmte Social Media-Kanäle haben Sie im besten Fall vorab für jede Plattform eine Strategie entwickelt. Denn jede Plattform hat ihre eigene Funktionsweise und entwickelt sich erfahrungsgemäß sehr flott weiter. Bedenken Sie, dass die Nutzungsabsichten und Erwartungen Ihrer Zielgruppe(n) an Social Media-Kanäle unterschiedlich sind.

2 Haben Sie klar definierte Social Media-Ziele?

Welche Ziele streben Sie mit Social Media an? Neukund:innen-Akquise, Erhöhung der Markenbekanntheit, mehr Conversions wie Leads, Käufe oder Produktanfragen, Webseiten-Traffic, stärkere Kund:innenbindung oder verbesserte Customer Experience? Haben alle Beteiligten wie Marketing, Vertrieb, Unternehmensleitung die Ziele vor Augen? Klar formulierte, realistische und quantifizierbare Ziele tragen zu Ihren Unternehmenszielen und zur Erfolgskontrolle bei.

3 Haben Sie die richtigen Inhalte gewählt?

Social Media-Nutzer:innen haben alle ihre eigenen Vorlieben. Content muss für die jeweilige Zielgruppe gemacht, schön gestaltet sowie informativ und unterhaltsam sein. Es ist wichtig zu wissen, was Fans und Wunschkund:innen bevorzugen! Experimentieren Sie mit unterschiedlichen Content-Formaten der Plattformen. Videos sind sehr beliebt, schaffen Nähe, fördern Markenbindung und damit auch den Verkauf. Auch Fotobeiträge oder Karussell-Posts kommen gut an. Überraschen Sie Ihre Kund:innen öfter mit was Neuem wie über Instagram Live oder mit Challenges.

4 Stehen ausreichend Budget und Ressourcen zur Verfügung?

Ganz ehrlich? Wenn Ihre Social Media-Aktivitäten erfolgreich sein sollen, dann sollte Social Media nicht nebenher (mit)gemacht werden. Social Media- und Community-Manager:innen machen einen wichtigen Job und haben fundiertes und analytisches Wissen. Dieser Wissensschatz braucht regelmäßige Updates aufgrund Veränderungen der Plattformen, Professionalität, neuer Trends und veränderter Kund:innenbedürfnisse. Davon hängt der Erfolg maßgeblich ab.

5 Wird Ihre Community aktiv von Ihnen betreut?

Bringen Sie sich kreativ in die Konversation mit ein? Dann wissen Sie, was Ihre Community bewegt und welche Bedürfnisse in Social Media preisgegeben werden. Dieses Wissen hilft Ihnen bei Ihrer Contenterstellung oder der Optimierung von Produkten. Gibt es Social Media-Richtlinien in Ihrem Unternehmen? Diese sorgen intern nicht nur für Transparenz, ein einheitliches Vorgehen und Sicherheit, sondern auch für ein Krisenkommunikationsmanagement.

6

Haben Sie eine Werbestrategie für Ihre Social Media-Kanäle und Zielgruppe?

Unterhaltsame Werbung führt auf Social Media am ehesten zum Kauf. Je besser Sie Ihre Zielgruppe kennen, umso erfolgreicher lassen sich relevante Werbekampagnen erstellen. Müssen Sie auch ältere Generationen dabei auf dem Schirm haben? Denn diese erweitern ihre Hobbies und Interessen ebenfalls online und sollten entsprechend angesprochen werden! Das bedeutet für Sie: Über den Tellerrand denken ist besonders ergiebig.

7

Beschaffen Sie sich hilfreiche Informationen über Social Listening?

Nutzen Sie Social Listening, um Konversationen auf verschiedenen Social Media-Kanälen zu beobachten, Trendthemen, Stimmung oder Mitbewerber:innen zu verfolgen? Was wird über Ihr Unternehmen, Ihr Produkt oder über eine Person diskutiert? Mit diesem Wissen können Sie Ihr Unternehmen besser wahrnehmen, haben eine Imagekontrolle und identifizieren Pain-Points Ihrer Branche: So können Sie bessere Entscheidungen treffen oder Ihre Werbekampagnen neu ausrichten. Denken Sie an Ihre Informationspflichten (Thema DSGVO), wenn es um Personen geht.

8

Haben Sie eine Übersicht aller Accounts, Admins und Zugriffsberechtigungen?

Haben Sie den Überblick über alle Konten, Profile, Seiten Ihres Unternehmens in den sozialen Netzwerken (auch über Nutzungsrechte verwendeter Fotos, Thema: Persönlichkeits- und Urheberrecht)? Machen Sie regelmäßig eine Bestandsaufnahme aller Accounts, Profile, Admins usw. Dokumentieren Sie wer welche Zugriffsrechte hat (Unternehmen/Agentur). Sorgen Sie für sichere Passwörter. Legen Sie diese geschützt und nicht unverschlüsselt ab. Arbeiten Sie z. B. mit einer 2-Faktor-Authentifizierung.

9

Gibt es ein zugängliches Impressum?

Nutzen Sie Social Media geschäftlich, ist ein Impressum gemäß §5 TMG Pflicht. Dieses muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Es muss die gesetzlichen Pflichtangaben enthalten. Vertrauensaufbau ist grundsätzlich das A und O.

10

Gibt es eine zugängliche und aktuelle Datenschutzerklärung?

Die DSGVO schreibt eine Informationspflicht der Verantwortlichen vor. Daher benötigen Sie aktuelle Datenschutzhinweise für Ihre Social Media-Kanäle. Diese müssen unmittelbar erreichbar sein. Aktuelle Urteile/Rechts-Updates sind zu berücksichtigen. Um informiert zu sein, Risiken besser einschätzen zu können, fragen Sie Ihren Datenschutzbeauftragten oder einen Fachanwalt.

Fragen?

Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf:

 Katja Schraer  05232 7069184

Überwiegt die Beantwortung der Fragen mit NEIN?

Wir sind erfahren in diesen Themen und helfen Ihnen gerne weiter. Wenn Sie strategisch an Social-Media herangehen möchten, dann legen wir Ihnen unseren Beitrag „Social-Media-Strategie: Eine Raketenwissenschaft?“ ans Herz. Ein Social Media-Strategieplan mit neun Punkten, der Ihnen als Impuls und Hilfestellung dienen soll:

www.s-punkt-online.de/aktuelles/leser/social-media-strategie-eine-raketenwissenschaft.html

