

Inhalt

Einleitung.....
Voraussetzungen für die Erarbeitung des Konzepts.....
Analyse, was machen die anderen?.....
Welche SM Kanäle können/sollen genutzt werden?.....
Wegleitung für Konzept- Erstellungs- und Betriebsphase:.....
Facebook: Aufbau einer Profil-Seite (Fan-Seite).....
Welche Rollen können im Redaktionsteam vergeben werden?.....
Themenbereiche auf FB/Google+.....
Wie wird geplant?.....
Wie soll die Reaktionszeit sein?.....
Was macht im Social Media Bereich erfolgreich?.....
Werbemassnahmen.....
Online! ...und was danach zu tun ist.....
Potentielle Zwischenfälle?.....
Zwischenfall-Management im Social Web.....
Vorgehen bei einem Zwischenfall.....
Kommunikation im Krisenfall.....

Teil 2: GO!

Einleitung

Die Projekt-Vorbereitungen (vgl. Teil:1) haben u.a. dafür gesorgt, dass man sich mit dem Thema Social Media persönlich auseinandergesetzt hat. Neben den gesammelten Erfahrungen ist man jetzt auch in der Lage zu entscheiden, ob, wie, wann und mit welchen Mitarbeitenden und Partnern die Erarbeitung des Konzepts, die Ausführung, die Schulung, das „go online“ und der ganze Social Media Betrieb angegangen werden soll.

Voraussetzungen für die Erarbeitung des Konzepts

- Die Fragen und Punkte der Projekt-Vorbereitung aus Teil 1 wurden diskutiert, beantwortet oder definiert:
 - o Social Media, einige wichtige Schlüsselpunkte
 - o Warum sollte man Social Media nutzen?
 - o Welche Ziele sollen mit Social Media erreicht werden?
 - o Wer soll angesprochen und erreicht werden?
 - o Was bieten wir?
 - o Ressourcenfrage, Rollen und Aufträge
 - o Informations-, Interaktionskonzept und Content
- Die Plattformen(Facebook, Google+, Twitter, etc.)auf welchen man eine Startversion der Firmeneigenen Social Media lancieren will, sind definiert.

Kontakt:

David Trmal
david@strandgut.ch
+41 79 327 57 37