

Social Media Einstieg für KMU

- ✔] Warum wollen Sie mit Ihrem Unternehmen in die Social Media einsteigen?
- ✔] Haben Sie konkrete Ziele, die Sie mit dem Engagement verfolgen?
- ✔] Sind diese Ziele realistisch zu erreichen?
- ✔] Bringen Sie die notwendige Geduld für einen nachhaltigen Aufbau der Social Media Präsenzen mit?
- ✔] Wer kennt sich im Unternehmen mit den Social Media aus?
- ✔] Haben Sie Mitarbeiter, die mit einer Schulung in der Lage sind, die neuen Kommunikationskanäle zu betreuen?
- ✔] Sind Sie bereit, ausreichende Ressourcen - zeitlich, personell und finanziell - in die Social Media Aktivitäten und deren Aufbau zu stecken?
- ✔] Kennt sich die Geschäftsführung zumindest rudimentär mit den Social Media aus?
- ✔] Steht die Geschäftsführung hinter dem Einstieg in die Social Media?
- ✔] Wird der Einstieg in die Social Media auch intern an alle Mitarbeiter kommuniziert?
- ✔] Gibt es aktuell ein Kommunikationskonzept?
- ✔] Wie können die Social Media in die bestehende Kommunikationsstrategie eingebunden werden?
- ✔] Wird es ein Corporate Blog geben?
- ✔] Welche Netzwerke eignen sich für das Unternehmen überhaupt?
- ✔] Welcher Kanal wird für welche Inhalte genutzt?
- ✔] Wie viele Mitarbeiter sind für die Betreuung zuständig?
- ✔] Müssen diese geschult werden?
- ✔] Ist das für die Erstellung von Inhalten, wie beispielsweise Videos, notwendige Equipment vorhanden?
- ✔] Gibt es Handlungsleitfäden, an denen sich die Mitarbeiter orientieren können?
- ✔] Wie wurde bisher intern mit den Social Media umgegangen?
- ✔] Ist die Unternehmens-Webseite ansprechend gestaltet?
- ✔] Welche Mitarbeiter werden zu Administratoren der jeweiligen Social Media Präsenzen ernannt?
- ✔] Wie wird das Social Media Team in die bestehende interne Kommunikation integriert?

- ✔ Wie läuft die Kommunikation zwischen Social Media Team, Kundensupport und den anderen Abteilungen?
- ✔ Welche Handlungsspielräume haben die Mitarbeiter des Social Media Teams?
- ✔ Sind die sozialen Netzwerke von den Firmenrechnern aus überhaupt erreichbar?
- ✔ Wird das Social Media Team bei Produkteinführungen und Veränderungen im Unternehmen in die Planungen einbezogen?
- ✔ Sind Berater und/oder Trainer bekannt, die beim Aufbau unterstützen können?
- ✔ Wird Wert auf das Corporate Design und einen generell optisch ansprechenden Auftritt in den sozialen Netzwerken gelegt?
- ✔ Welche Zielgruppen sollen erreicht werden?
- ✔ Müssen im Vorfeld erst interne Kommunikationsprobleme gelöst werden?
- ✔ Ist das Unternehmen bereit, sich auf eine transparente Kommunikation einzulassen?
- ✔ Ist die Geschäftsführung bereit, sich für Fehler bei den Kunden öffentlich zu entschuldigen?
- ✔ Werden Kritik und Feedback als Chance oder als Problem wahrgenommen?
- ✔ Ist Dialogbereitschaft vorhanden?
- ✔ Ist die Aufgabenverteilung im Social Media Team klar geregelt?
- ✔ Wissen die Personaler, worauf sie bei der Einstellung geeigneter Mitarbeiter achten müssen?
- ✔ Wird das Risiko eines möglichen Shitstorms oder einer möglichen Abmahnung bewusst in Kauf genommen?
- ✔ Wie stehen - vor allem im Business-to-Business-Bereich - die Kunden und Geschäftspartner den Social Media gegenüber?
- ✔ Ist das Unternehmen und das Führungspersonal bereit, notwendige Änderungen vorzunehmen?