

BarCamp – Workshop: Social Media Audit

Definition Social Media

Unter Social Media wird das dialogorientierte Austauschen und Kommunizieren von nutzergenerierten Inhalten und Informationen (Texte, Bilder, Video- und Audiodateien) über digitale Kanäle und Plattformen verstanden. Der Austausch und die Kommunikation können sowohl ausschließlich intern als auch extern sowie als Mischform über Blogs, Facebook, Twitter, Wikis oder YouTube erfolgen.

Bedeutung Social Media I/II

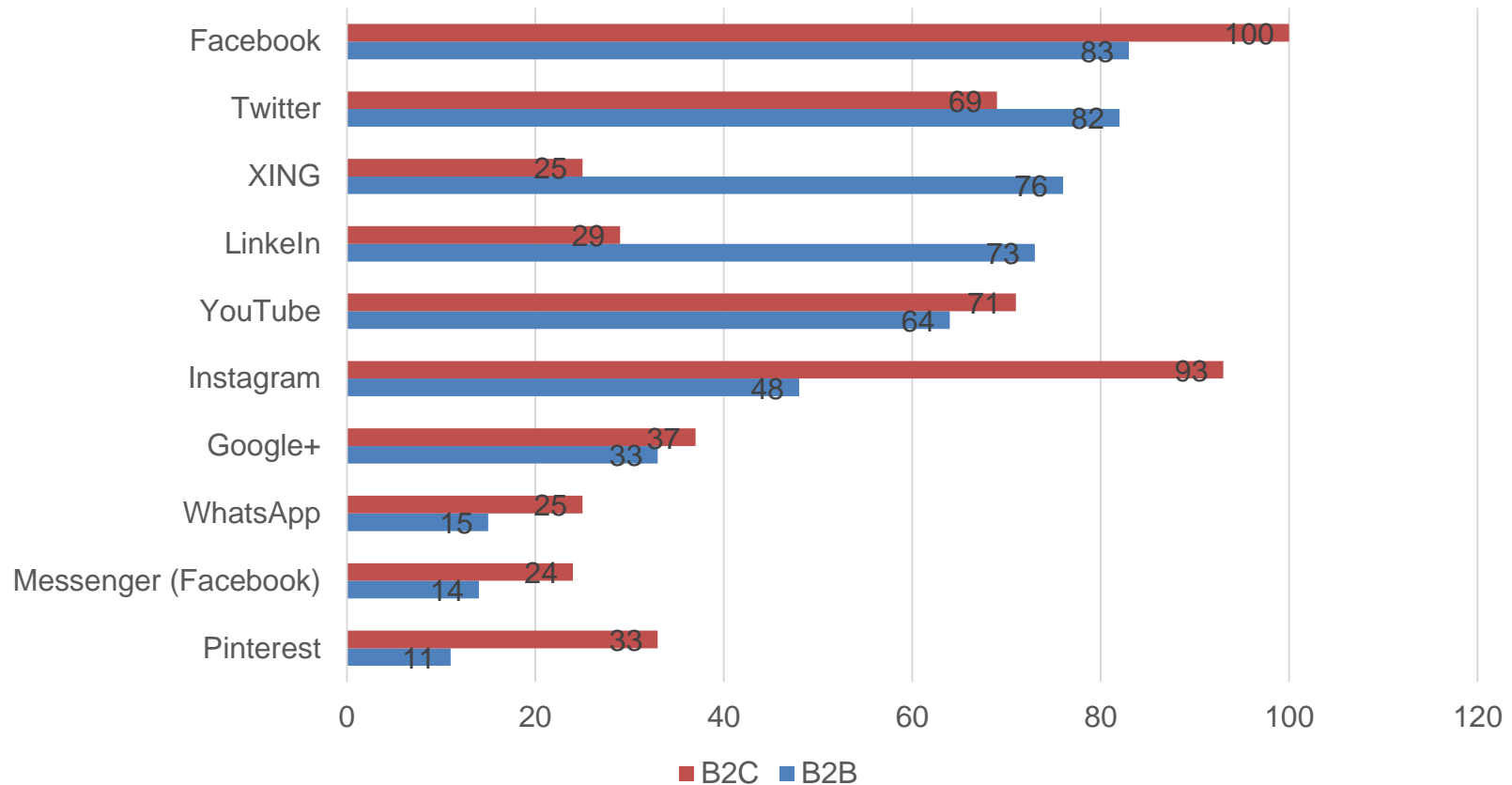
„Ein zentrale Rolle im Unternehmenskontext“

- 86 % der befragten Unternehmenskunden finden, dass Social Media unabdingbar ist, um wettbewerbsfähig zu bleiben
- 79 % sagen, die Bedeutung von Social Media in Ihrem Unternehmen habe im Vergleich zum Vorjahr zugenommen
- 73 % glauben, die Social Media-Nutzung in ihrem Unternehmen wird sich in den 12 kommenden Monaten steigern

Quelle: 'Hootsuite – Social Barometer Report', <http://hootsuite.com/de/resources/guide/barometer-2018-de>

Bedeutung Social Media II/II

Beliebteste Netzwerke deutscher Unternehmen



Quelle: 'Hootsuite – Social Barometer Report', <http://hootsuite.com/de/resources/guide/barometer-2018-de>

Chancen & Risiken

Als Chancen können angesehen werden:

- Zeitnahe und direkte Kommunikation sowie persönliche Ansprache
- Zeitnahes Kundenfeedback
- Geringere Kosten im Vergleich zu klassischen Marketingaktivitäten

Daneben stehen auch Risiken, die bestehende eher tendenziell verstärken als neue erzeugen:

- Reputationsrisiken aufgrund negativer Schlagzeilen
- Erwartung von zeitnahen Antworten und Reaktionen

Stichwörter

Guidelines
Richtlinien

Datenschutz

Measuring

Strategie

Marken-
schutz

Security z.B.
Passwörter

Policy /
Regelwerk

Social
Media Audit

Risiko-
management

Zuständig-
keiten

Content
Provider

Monitoring

Rechtliche
Frage-
stellungen

Diskussion



Zusammenfassung

