

Checkliste: Ihr „Versuchsprojekt“ Social Media

Autor: Hubert Baumann

Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

„Versuchsprojekt“ Social Media

Ob sich die Aktivitäten in Internet und sozialen Medien speziell für Ihr Unternehmen lohnen, wird Ihnen niemand vorab mit Gewissheit sagen können. Es kommt auf einen Versuch an. Investieren Sie täglich 15 - 20 Minuten für dieses Versuchsprojekt.

Diese Checkliste zeigt Ihnen, wie Sie vorgehen können:

Maßnahme	Erledigt	Notizen
<p>1. Finden Sie heraus, in welchen Sozialen Netzwerken sich Ihre Zielgruppe und Kunden überwiegend bewegt. Tipp: in den meisten Fällen werden Sie bei Facebook gut aufgehoben sein.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>2. Registrieren Sie sich in diesen Netzen. Tipp: für den Anfang maximal 1 – 2 Netze, um den Aufwand in Grenzen zu halten und die Übersicht zu behalten.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>3. Hinterlegen Sie in den Netzen, die Sie sich ausgesucht haben, Ihre unternehmensrelevanten Informationen, Beschreibung Ihres Unternehmens, den Link zu Ihrer Webseite etc. Tipp: In Facebook sollten Sie neben einem persönlichen Profil auch eine Unternehmensseite über http://www.facebook.com/pages/create anlegen.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>4. Wichtig: Vergessen Sie in allen angelegten Profilen und Seiten nicht das Impressum (= Pflichtangabe, sonst droht Abmahngefahr).</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>5. Suchen Sie nach Personen, die Sie im jeweiligen Netz kennen und fügen Sie sie als Kontakt oder Freund hinzu. Tipp: Suchen Sie nach Ihrem Wohnort. Dort finden Sie sicherlich den ein oder anderen Bekannten. Über die Bekannten Ihrer Bekannten finden Sie weitere Kontakte, die Sie kennen könnten.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>6. Beobachten Sie eine Zeitlang, wie sich die Menschen in den Netzen bewegen, was und wie sie dort kommunizieren.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>7. Beginnen Sie allmählich, sich selbst an der Kommunikation zu beteiligen oder selbst sinnvolle Informationen einzubringen. Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfolgreich abgeschlossene Projekte, ggf. auch mit Bild - Lob / Anerkennung eines Kunden - Eine herausragende Leistung eines Mitarbeiters - Hinweis über neue Produkte - Bild von einem besonders gelungenen 	<input type="checkbox"/>	

Werkstück oder einer aktuellen Baustelle

- Usw. usw.

<p>8. Fordern Sie Ihre Leser auf, Ihnen ihre Meinung mitzuteilen. Zum Beispiel, indem Sie Fragen stellen</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>9. Investieren Sie über einen Zeitraum von 2 – 3 Monaten pro Tag etwa 15 – 20 Minuten Ihrer Zeit in diese Aktivitäten. Drei bis vier Meldungen pro Woche, max. eine Meldung pro Arbeitstag. zuzüglich der Anmerkungen, die Sie auf Statusmeldungen anderer Teilnehmer schreiben.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>10. Beobachten Sie die Rückmeldungen auf Ihre Veröffentlichungen. Tipp: Es wird eine ganze Weile dauern bis sich Ihre Aktivitäten in Form von Aufträgen auswirken, bis Sie „wahrgenommen“ werden. Verlieren Sie bitte nicht die Geduld.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p>11. Wenn Sie nach 2 – 3 Monaten feststellen, dass Ihr Umfeld Ihre Aktivitäten positiv aufnimmt und sie „auffallen“, können Sie Ihre Aktivitäten weiter ausbauen. Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weitere Kontakte ansprechen - Ein weiteres soziales Netz hinzunehmen (z. B. Twitter) - Einen eigenen Blog einrichten und mit Leben füllen. 	<input type="checkbox"/>	