
Was ist eine Social-Media-Strategie?

→ Eine Social-Media-Strategie hilft Unternehmen, ihre Ziele auf den sozialen Medien zu erreichen, indem sie den Erfolg von Interaktionen misst und die Zielgruppe definiert. So behalten Unternehmen den Überblick über ihre Kanäle und ihren Content und haben die Möglichkeit, Erfolge und Fehlschläge zu messen und Aktionen stetig zu optimieren.

Wie wird eine Social-Media-Strategie aufgebaut?

→ Eine durchdachte Social-Media-Strategie ist vielschichtig und variiert von Unternehmen zu Unternehmen. Diese Leitfragen können helfen, das Fundament für eine Strategie zu legen: Was möchte ich durch Social Media erreichen? (Ziel) Wen möchte ich mit meinen Inhalten ansprechen? (Zielgruppe) Auf welchen Plattformen und mit welchen Inhalten möchte ich kommunizieren? (Kanal und Content) Wie läuft der Content-Produktionsprozess ab? (Team und Prozess).

Welche Tools helfen bei der Umsetzung einer Social-Media-Strategie?

→ Egal ob in einer Excel-Tabelle oder einem Software-Tool – ein Redaktionskalender erleichtert die regelmäßige Organisation von Inhalten. Er enthält beispielsweise Angaben zum Veröffentlichungsdatum, zum Social-Media-Kanal, zum Thema, zum Format, zu den Verantwortlichkeiten, zu den Deadlines und zum Bearbeitungsstatus. Es gibt auch Tools, mit denen Unternehmen Inhalte planen und gleichzeitig Daten analysieren können, was die Anpassung der Social-Media-Strategie erleichtert.