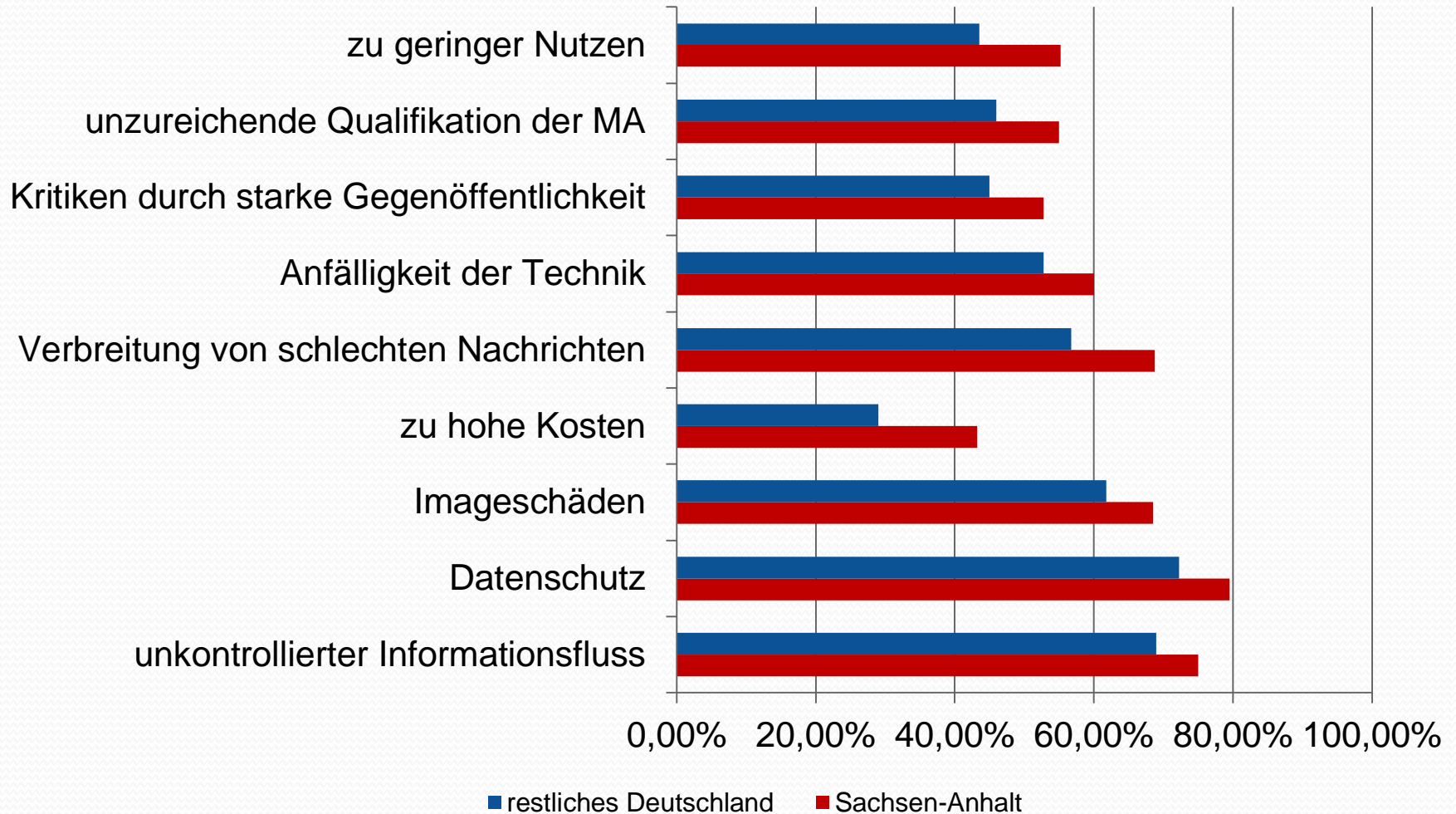


Soziale Medien im Unternehmen.

Eine Risikoanalyse.

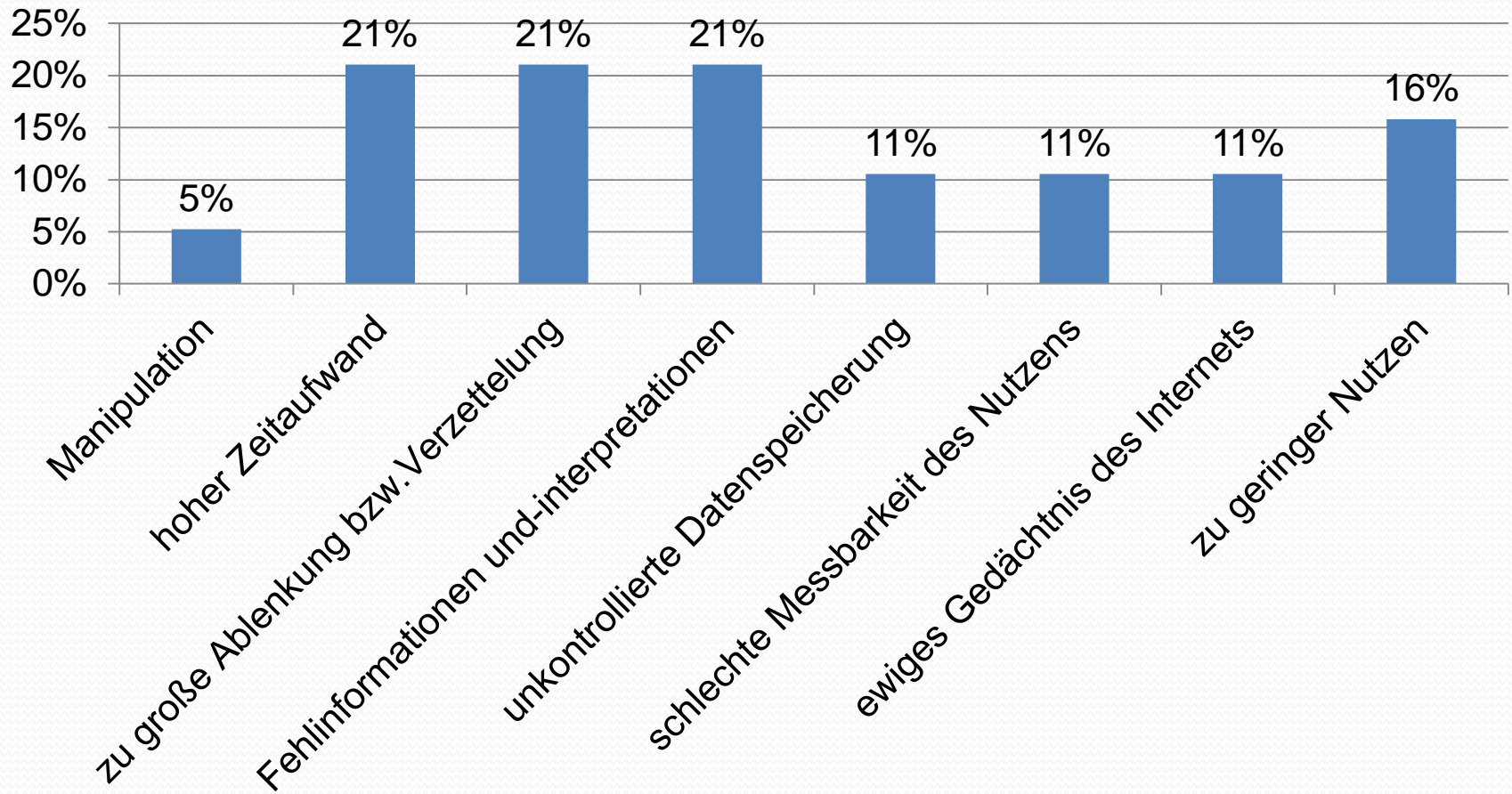


Risikoanalyse



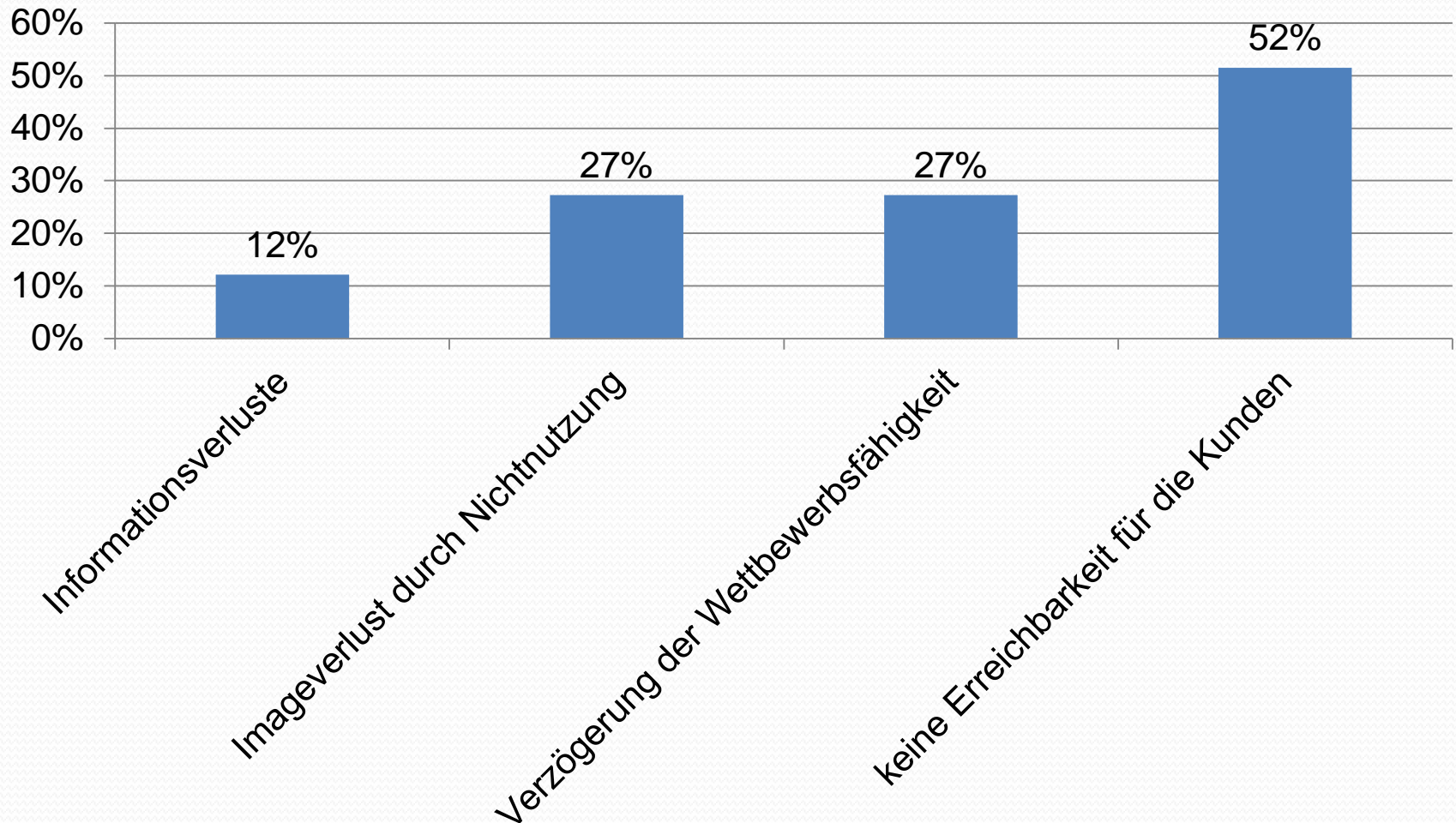
Risikoanalyse

Wo sehen Sie weitere Risiken bei der Nutzung von sozialen Medien?

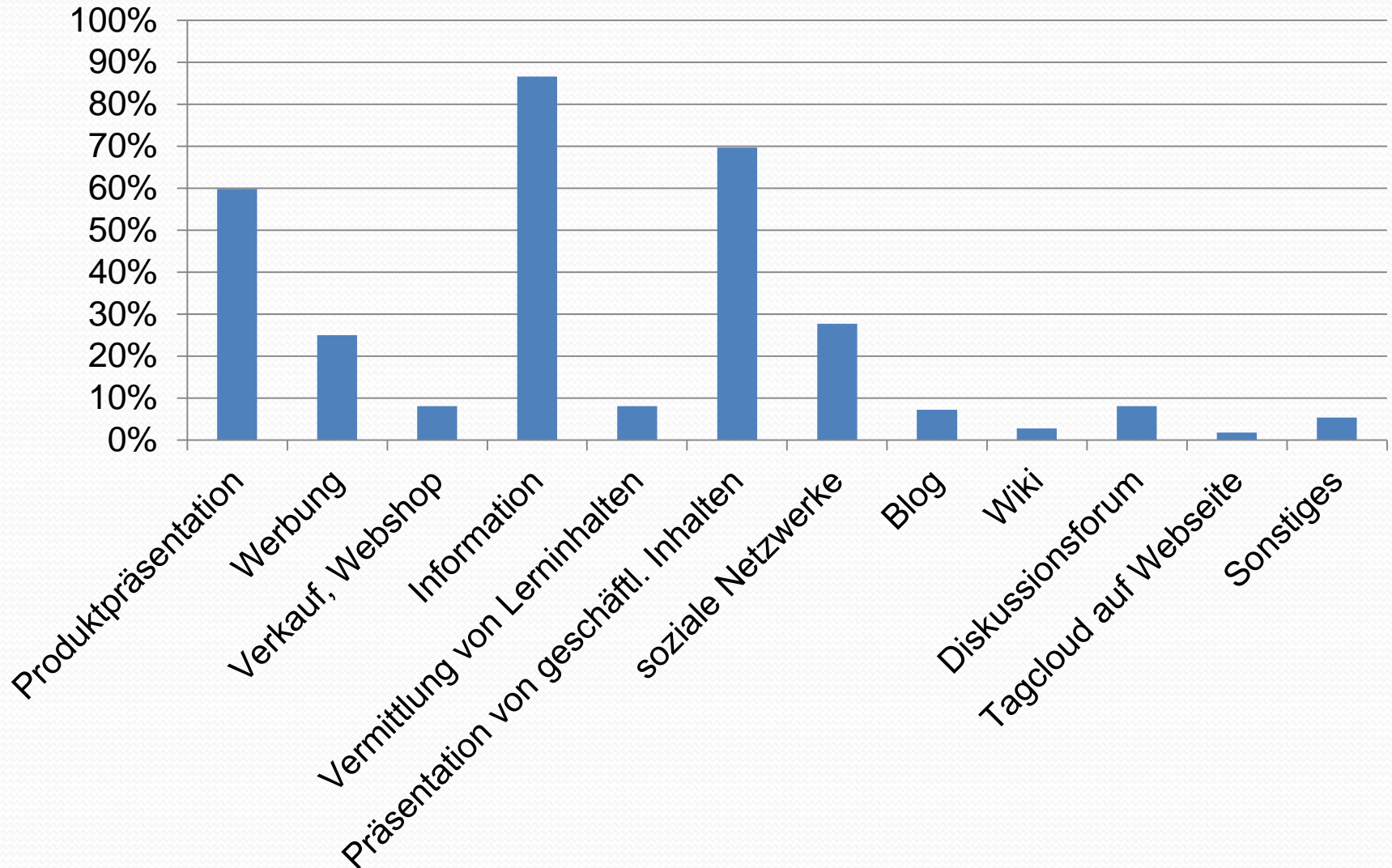


Risikoanalyse

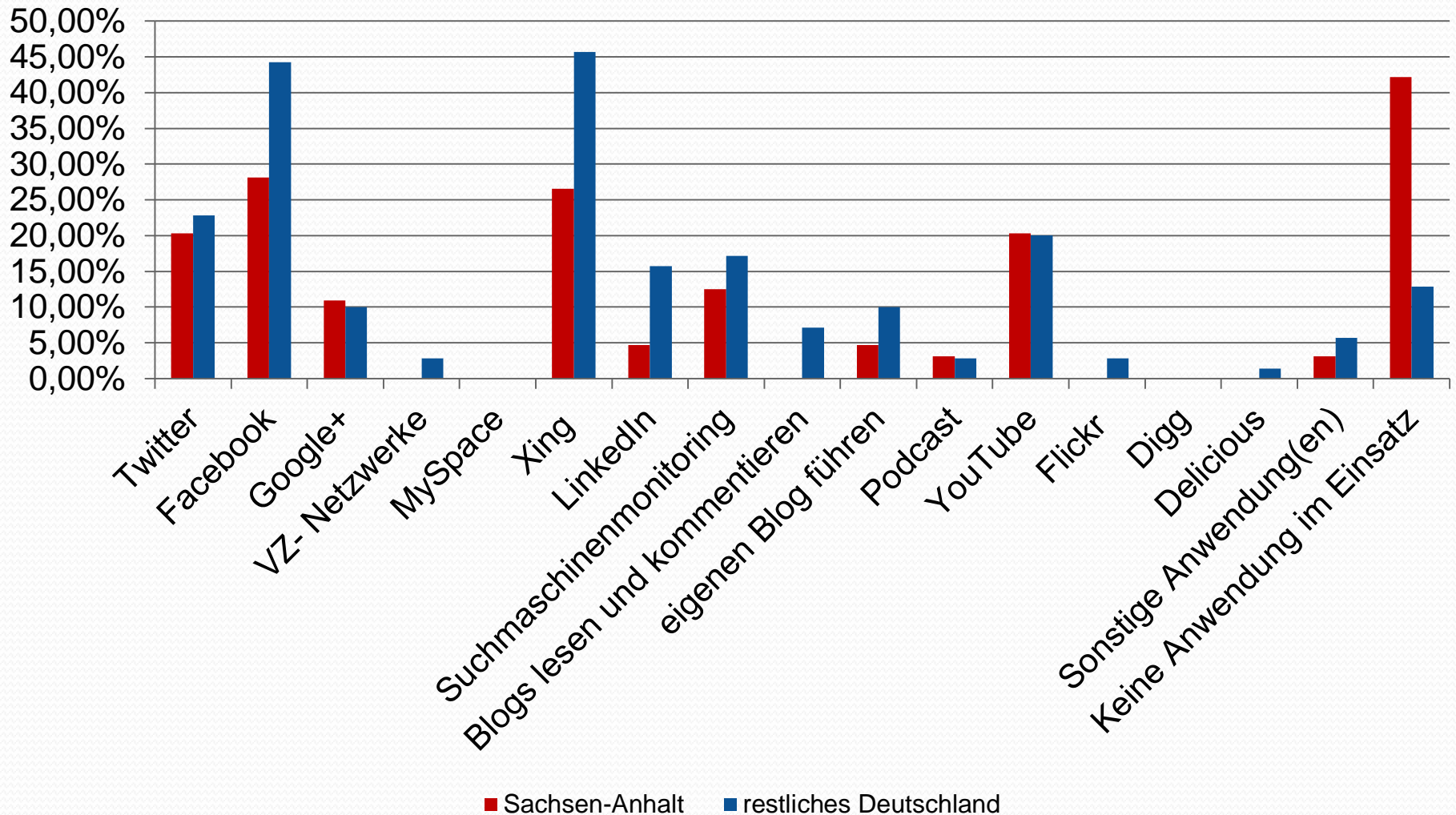
Sehen Sie Risiken durch die Nichtnutzung von sozialen Medien?



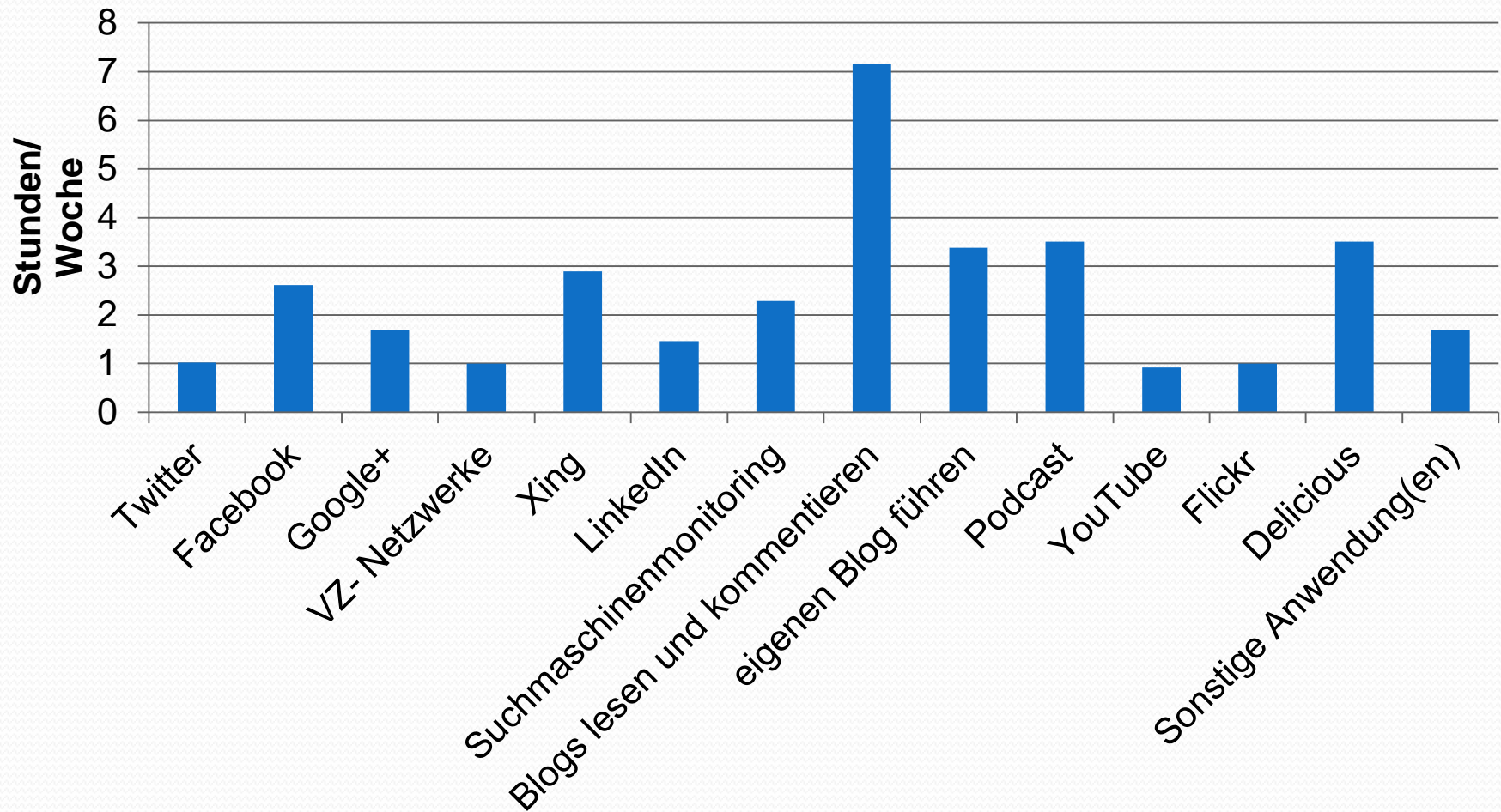
Welche Art von Webseiten betreibt Ihr Unternehmen?



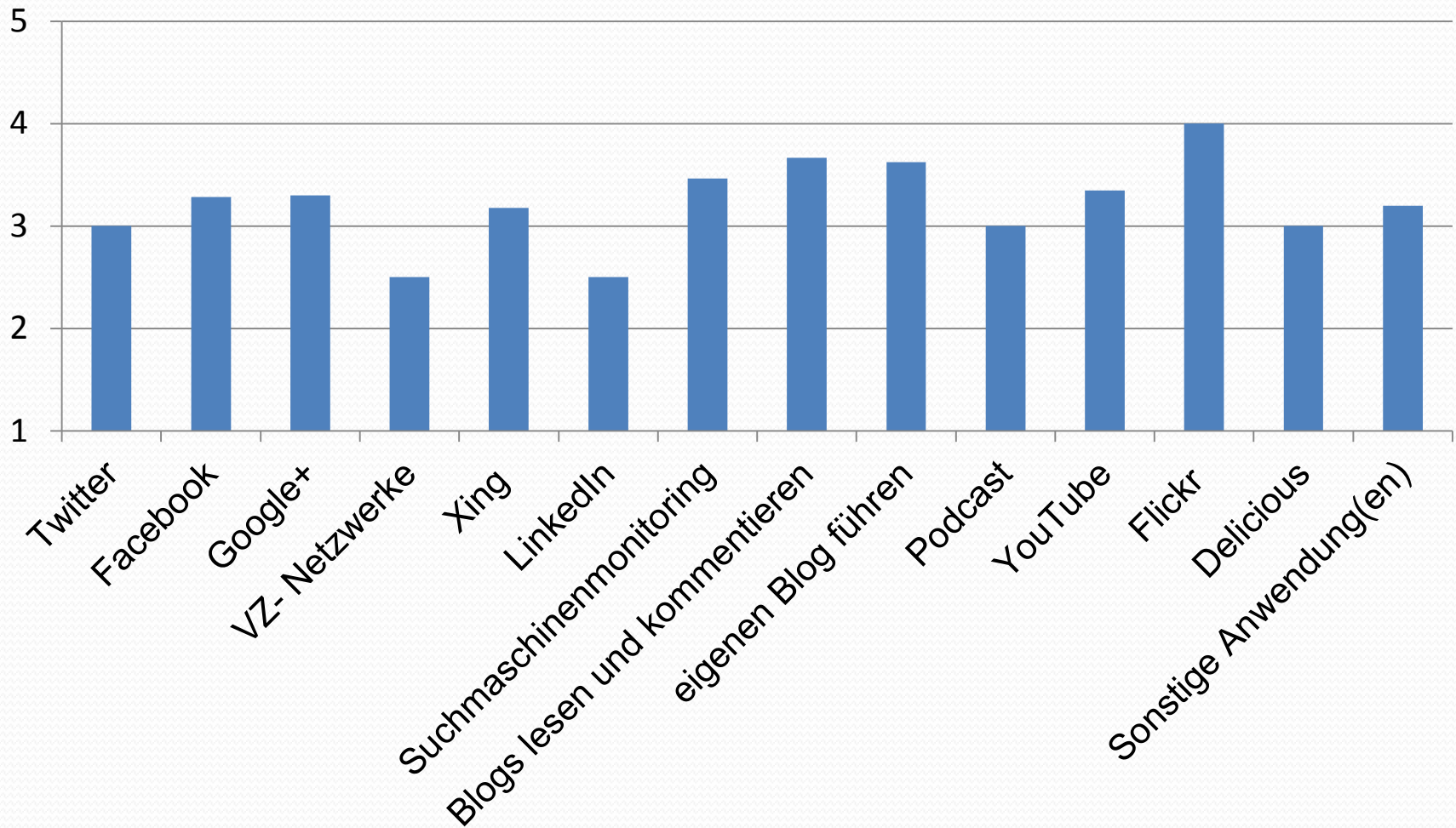
Welche der hier angegebenen Web 2.0-Anwendungen nutzt Ihr Unternehmen?



Mit welchem Zeitaufwand (Stunden/Woche) nutzen Sie die jeweiligen Anwendungen?



Wie groß sehen Sie den Nutzen der Verwendung von Web 2.0- Applikationen?

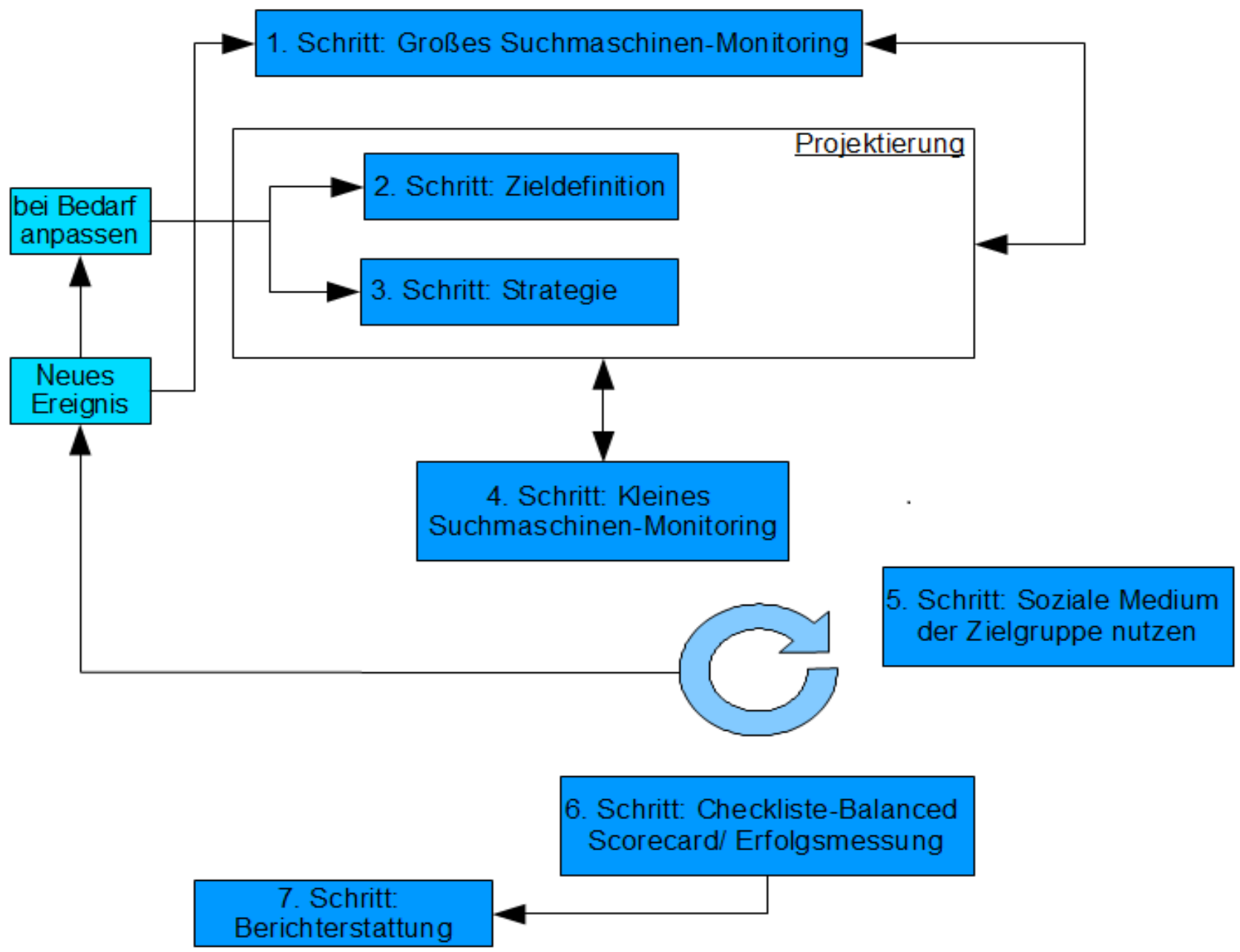


Balanced Scorecard

Kontrollgröße	Gewichtung	Wert	Summe	Zielwert	Beschreibung	Maßnahmen
Likes für das Kampagnenbild	+2	245	490	400	Daumen nach oben	- Post mit „ <i>gefällt Euch das?</i> “ erweitern
Positive Kommentare	+4	39	156	160	Kommentare der Zustimmung	- Post mit „ <i>was meint Ihr dazu?</i> “ erweitern
Negative Kommentare	-8	2	-16	0	Kommentare der Ablehnung	-nachfragen, wieso es nicht gefällt
Teilen des Bildes	+10	119	1.190	500	Zeigt an, wie viele das Bild geteilt haben	-negative Kommentare genau analysieren

Erfolgsmessung

- messbare Instrumente
 - Kontakte in Netzwerken
 - Webseiten- /Blogbesucher
 - Onlineshopkäufe
 - Neue Newsletterlisteneinträge
 - Frage bei Bestellung



Wichtige Fakten

- Unternehmenswebseite ist Eigentum + Visitenkarte + Aushängeschild
- Soziale Medien ergänzen Internetpräsenz
- Richtlinien für soziale Medien (Arbeitsvertragsbestandteil)
- Mitarbeiterschulungen
- Mitarbeiter → Botschafter



Quellen

- **Huber**, Melanie (2010): Kommunikation im Web 2.0. Twitter, Facebook & Co. 2. Aufl. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- **Höller**, Johann (2004): Internet und Intranet. Herausforderung E-Business ; mit 11 Tabellen. 3. Aufl. Berlin [u.a.]: Springer.
- **Hüsing**, Alexander (2010): Social Media im Unternehmen. Die zwölf häufigsten Fehler. Online verfügbar unter <http://www.deutsche-startups.de/2010/04/26/social-media-im-unternehmen-die-zwoelf-haeufigsten-fehler/>, zuletzt aktualisiert am 26.04.2010, zuletzt geprüft am 02.09.2011.
- **Jodeleit**, Bernhard (2010): Social Media Relations. Leitfaden für erfolgreiche PR-Strategien und Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0. 1. Aufl. Heidelberg: dpunkt-Verl.
- **Koch**, Bastian; Pfeiffer, Thomas (2011): Social Media. Wie Sie mit Twitter, Facebook und Co. Ihren Kunden näher kommen. München: Addison-Wesley.
- **Piskorski**, Mikolaj Jan: Die richtige Strategie für Social Media. In: *Harvard Business manager* 34.Jahrgang (Mai 2012), S. 62–70.
- **Schwartz**, Evan I. (1997): WEBonomie. Die 9 Grundregeln für wirtschaftlichen Erfolg im World Wide Web. 1. Aufl. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- **Steuck**, Joachim W. (1998): Geschäftserfolg im Internet. 1. Aufl. Berlin: Cornelsen.
- **Stuber**, Reto (2011 // 2010, [2010): Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, XING & Co. Düsseldorf: Data Becker.
- **Weinberg**, Tamar (2011): Social Media Marketing - Strategien für Twitter, Facebook & Co. 2. Aufl. Köln: O'Reilly.