

**Meike Leopold (Hrsg.) · Björn Eichstädt (Hrsg.) · Andreas H. Bock ·
Anett Gläsel-Maslov · Malina Kruse-Wiegand · Thomas Lehmann ·
Jan-Paul Schmidt**

Erste Hilfe für Social Media Manager

**Rezepte & Best Practices für mehr Erfolg
im Unternehmensalltag**



dpunkt.verlag

Meike Leopold (leopold@start-talking.de)
Björn Eichstädt (b.eichstaedt@storymaker.de)

Lektorat: Boris Karnikowski, karnikowski.com
Copy-Editing: Friederike Daenecke, Zülpich
Herstellung: Birgit Bäuerlein
Satz: Ulrich Borstelmann, borstelmann.de
Umschlaggestaltung: Helmut Kraus, www.exclam.de
Druck und Bindung: M.P. Media-Print Informationstechnologie GmbH, 33100 Paderborn

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86490-197-3

1. Auflage 2015
Copyright © 2015 dpunkt.verlag GmbH
Wieblinger Weg 17
69123 Heidelberg

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weder Autor noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

5 4 3 2 1 0

Inhaltsverzeichnis

	Verzeichnis der Probleme und Rezepte	vii
	Einleitung	1
	Über dieses Buch	2
	Über die Herausgeber und Autoren	5
1	Social-Media-Ziele und -Strategie finden und festlegen	9
1.1	»Leider« gibt es keine Patentrezepte	9
1.2	Ziele und Strategie sind eine dialogische Koproduktion	15
1.3	Rezepte zur besseren Ausrichtung Ihrer Strategie und Ziele an denen des Unternehmens	18
2	Richtlinien erstellen für Social Media im Unternehmen	31
2.1	Governance – Policy – Guidelines?	31
2.2	Rezepte für die Umsetzung Ihrer Social Media Guidelines.	35
2.3	Monitoring	45
2.4	Krisen-Fahrplan	46
3	Prozesse: Den Arbeitsalltag organisieren	47
3.1	Wozu brauchen Sie Prozesse?	47
3.2	Was lernen Sie in diesem Kapitel?	48
3.3	Social Media verändert die Prozesse Ihrer Organisation	49
3.4	Rezepte zur Implementierung von Social Media in Prozessen	57

4	Social Media im Berufsalltag	67
4.1	Arbeitsorganisation – Rudern gegen den Strom	67
4.2	Alles, nur kein 9-to-5-Job (oder: nur nicht die Work-Life-Balance verlieren)	73
4.3	Mit der richtigen technischen Ausstattung können Sie auch mal abschalten	77
4.4	Mut zum Abschalten: von der Notwendigkeit, neue Kraft zu tanken	77
5	Wenn Mitarbeiter zu Markenbotschaftern werden – mehr Teilhabe an Social Media im Unternehmen	79
5.1	Mehr Teilhabe der Mitarbeiter an den Social-Media-Aktivitäten.	79
5.2	Mitarbeiter als Markenbotschafter	80
5.3	Von der Theorie zur Praxis: Wer macht mit – und wo lauern die Fettnäpfchen?	81
5.4	Rezepte für mehr Teilhabe.	85
5.5	Formen der Teilhabe – Beispiele für Mitarbeiter-Engagement im Social Web.	99
6	Arbeiten mit Dienstleistern	105
6.1	Dienstleister sind überlebensnotwendig	105
6.2	Wie gewinnen Sie Dienstleister für Ihr Unternehmen?	106
6.3	Erkennen und minimieren Sie Reibungsverluste	113
6.4	Schaffen Sie Transparenz zu aktuellen Themen und Aktivitäten.	116
6.5	Bilden Sie ein Team aus Internen und Externen	117
6.6	Rezepte für eine bessere Zusammenarbeit mit Dienstleistern.	118
6.7	Sorgen Sie für eine gesunde Beziehung zu Ihrem Dienstleister	122
7	Interne Kommunikation	125
7.1	Nehmen Sie das Unternehmen mit auf die Reise	125
7.2	Ohne interne Kommunikation ist alles nichts	126
7.3	Interne Kommunikation betrifft alle: Teamkollegen, unmittelbare Vorgesetzte, Management, Mitarbeiter	127
7.4	Wenn Sand ins Getriebe kommt	131
7.5	Rezepte für mehr Erfolg als Social Media Manager.	134
7.6	Gute Erfolge, mehr Budget	139
7.7	Katalysatoren und Helfer: Warum Sie Dienstleister für Ihre interne Kommunikation nutzen sollten	142
7.8	Beispiele für Ihre Praxis.	144
	Index	159