



Social Media Manager (IHK): [...]

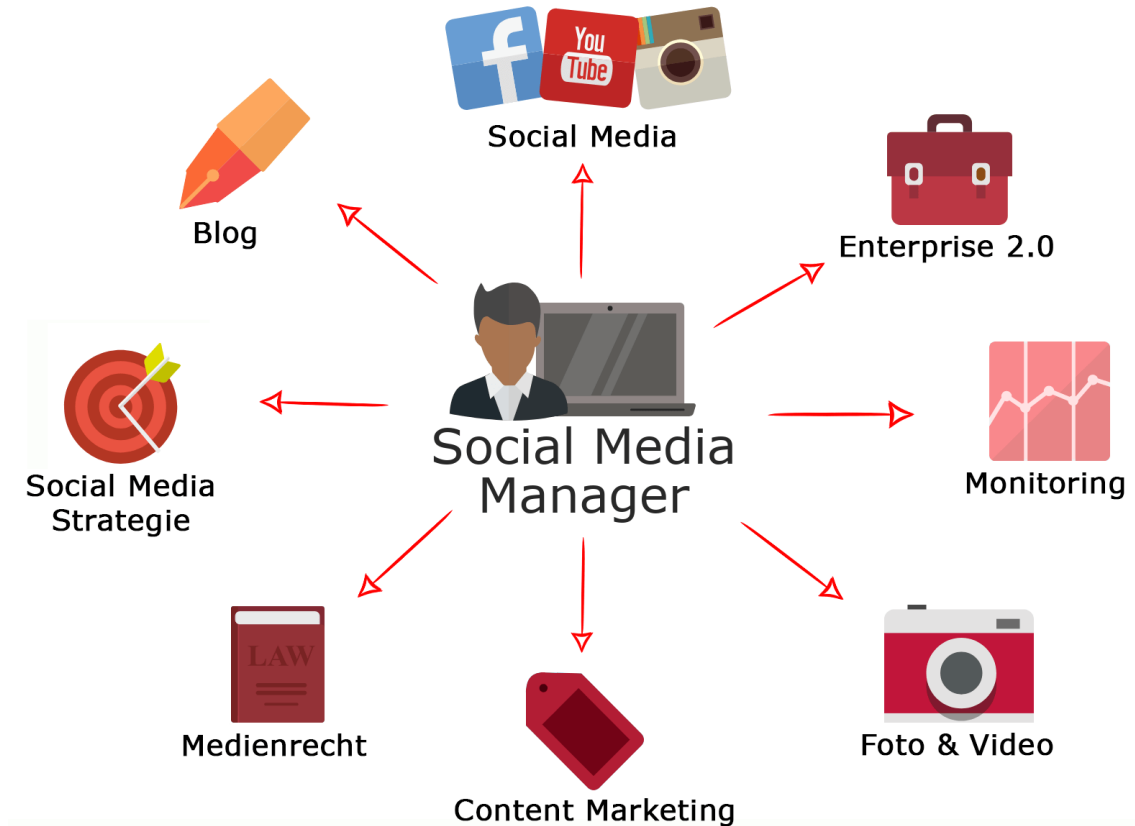
Vorname Nachname Dozent*in | TT.MM.JJJJ





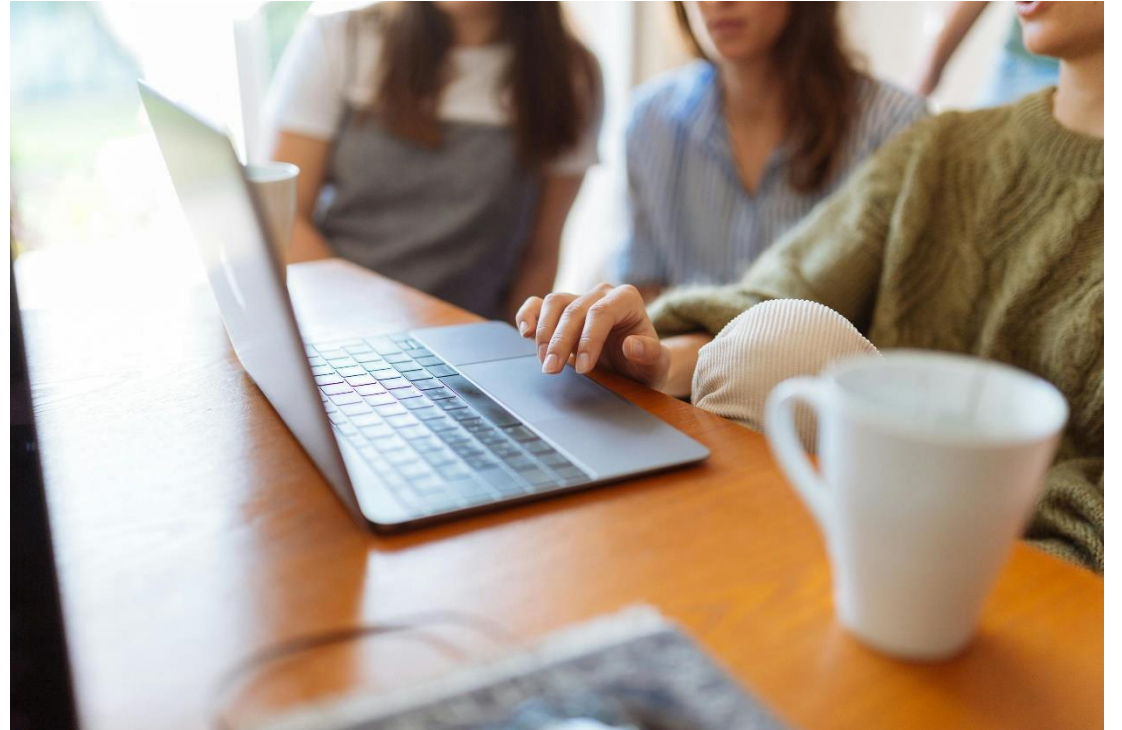
- Aufgabenbereiche im Social Media Management
- Private vs. unternehmerische Social Media Nutzung
- Zahlen, Daten, Fakten zur Social-Media-Nutzung
- Einsatzbereiche für Social Media im Unternehmen
- Qualitätskriterien guter Social-Media-Arbeit
- Content-Strategien
- Social-Media-Guidelines
- Agenturleistung und Briefing







- Change Management (Überzeugungsarbeit)
- Strategieentwicklung
- Entwicklung von Social-Media-Guidelines
- Koordination von Social-Media-Aktivitäten
- Community Management und Krisenmanagement
- Zusammenarbeit mit Agenturen/ Dienstleistern



Welche Erfahrungen habt ihr mit dem Thema Social Media
bzw. mit Social-Media-Plattformen?



Privat?

Beruflich?





Unternehmerische Nutzung

- Marketing-Maßnahme = Mönetary Ziele
- Kunden und Geschäftspartner
- Unternehmensdarstellung und –interessen
- Unternehmensbezogen: professionell und zielgerichtet
- Zusammenarbeit/Absprachen im Team
- Strategische Herangehensweise
- KPI basierte Erfolgsmessung

Private Nutzung

- Unterhaltung, Kommunikation, Selbsta Ausdruck
- Freunde, Familie, Bekannte
- Persönliche Interessen
- Personenbezogen: informell und persönlich
- Individuelle Nutzung
- Spontanes Handeln
- Keine Erfolgsmessung



- ...

