

# FRAGEN, DIE SIE SICH STELLEN SOLLTEN, WENN SIE PROFESSIONELLES SOCIAL MEDIA-MARKETING BETREIBEN MÖCHTEN

Als Hilfestellung für alle, die mit Social Media-Marketing beginnen, oder als Check für alle, die bereits Social Media-Marketing betreiben.

	JA	NEIN	Ihre Bemerkung dazu ...
Haben Sie Mitarbeiter oder professionelle Partner, die über genügend Zeit verfügen, um gezielt und regelmäßig Social Media-Aktionen zu planen bzw. umzusetzen und die sich regelmäßig mit den neuesten Entwicklungen der eingesetzten Social Media-Kanäle auseinandersetzen können und möchten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Verfügen Sie über genügend Budget um die Arbeitszeit der Mitarbeiter oder Partner und etwaiges eingesetztes Kampagnenbudget abzudecken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sind Sie sich bewusst, welches Ziel Sie mit Social Media verfolgen möchten, und können Sie das anhand ganz konkreter Kennzahlen fest machen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sind Sie imstande, diese Kennzahlen regelmäßig und einfach zu messen oder messen zu lassen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Haben Sie sich den Leitfaden zum Thema Social Media-Strategie sowie die dazugehörigen Tipps und Infografiken in Ruhe durchgelesen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Wissen Sie genau, welche Zielgruppen Sie mit Ihren Social Media Aktionen ansprechen möchten (z.B. Stammgäste oder neue Gäste? Freizeitgäste oder Businessgäste? Radfahrer oder Wanderer?)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Verfügen Sie über genügend attraktive zielgruppenspezifische Inhalte (Bilder, Videos, Texte, Angebote, Produkte, Services), die Sie an die von Ihnen definierten Gästegruppen kommunizieren können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Haben Sie die richtigen Partner oder Mitarbeiter, um regelmäßig neue Inhalte produzieren (lassen) zu können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Stellen Sie sicher, dass diese Inhalte an die verschiedenen von Ihnen bedienten Social Media Kanäle angepasst werden (z.B. Bildgrößen, Textlängen, Sprachen)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Gibt es einen „roten Faden“ in der Kommunikation Ihres Unternehmens nach außen (einheitliche Bildsprache, definierte Farbcodes, Schriftarten, Logos, Signets, Sprüche usw.), der übersichtlich zusammengefasst wurde und allen, die in die Umsetzung Ihrer Social Media eingebunden sind, als Leitfaden dient?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Setzen Sie einen Redaktionsplan ein, um Ihre Social Media-Aktivitäten regelmäßig im Voraus zu planen und um diese an Ihre weiteren Marketing-Aktivitäten sowie die übergeordnete Strategie anzupassen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung