

Lernziele

Sie erlernen einen Fahrplan mit sechs Phasen für die erfolgreiche Umsetzung und Nutzung eines Social Media Marketingkonzeptes im Unternehmen.

4.1

Die sechs Prozessschritte

Unternehmen, die mit der Einführung von Social Media Marketing starten, tun dies mit einem Risiko (vgl. Owyang). Die operative Planung für ein Social Media Marketingengagement ist neben den Vorbereitungen (Kapitel 2) und der Strategieentwicklung (Kapitel 3) die dritte größere Herausforderung. Sie unterliegt ebenso den Businesszielen.

Dieser Abschnitt widmet sich zentralen operativen Prozessschritten und Fragestellungen für konkrete Planungs- und Umsetzungsaktivitäten in einem eigenen Konzept; Abb. 44 zeigt die sechs Schritte für eine erfolgreiche Umsetzungsbegleitung.

Dieses Konzept ist allerdings nicht als Modell zu verstehen, das kopierbar die Komplexität des Themas in sechs einfachen Schritten auflöst. Die Schritte basieren vor allem auf Erfahrungen zahlreicher Social Media-Projekte mit Schwerpunkt Marketing- und Vertriebsauftrag. Die Prozessschritte und die daraus abgeleiteten Empfehlungen sind in der Praxis der nächsten Jahre weiter zu überprüfen und zu validieren (siehe dazu auch Kapitel 7 mit einem Fazit und Ausblick sowie Kapitel 8 mit Interviews).

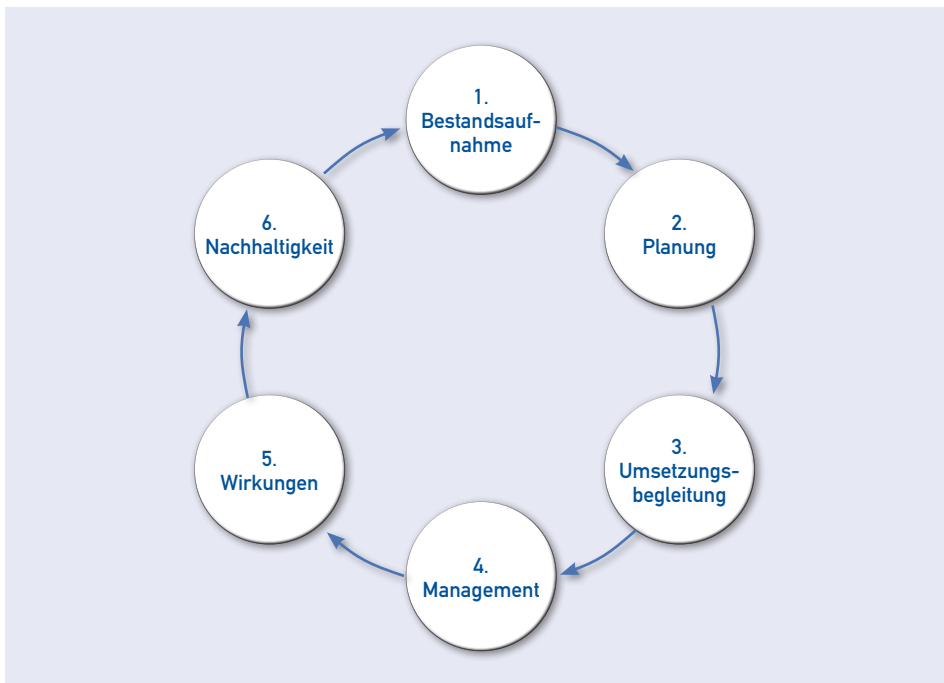


Abbildung 44: Sechs Schritte für eine erfolgreiche Umsetzungsbegleitung