



Social Media Monitoring Checkliste

Evaluationsziele: Wofür wollen Sie Social Media Monitoring einsetzen?

- Wollen Sie das Monitoring für die Krisenerkennung, zur Evaluierung Ihrer Social Media Performance, zur Kundenakquise oder zu Marktforschungszwecken einsetzen?
- Welcher Zeitraum soll untersucht werden?
- Welche Social Media Kanäle sind für Sie relevant?
- Welche Mitbewerber haben Sie?
- Welche Kernbotschaften wollen Sie in Ihrer Kommunikationsarbeit vermitteln?
- Welche Keywords sind für Ihr Unternehmen bzw. Ihre Branche relevant?
- Welche Ergebnisse benötigen Sie zum Überblick in Ihrem Dashboard?

- Welche Aussagen wollen Sie daraus ziehen?
- Wer sind die Empfänger der Monitoring-Ergebnisse?

Auswahl des Monitoring-Ansatzes: Welche Monitoring-Ansätze benötigen Sie?

- **Reputationsmanagement:**
Image, Vertrauens- und Glaubwürdigkeit, Produktqualität und Authentizität wirken sich unmittelbar auf Ihre Reputation aus. Wir analysieren zunächst, wie hoch Ihre Reputation im Social Web ist, aus welchen Teilaspekten sie sich zusammensetzt und wie Sie damit im Vergleich zum Wettbewerb dastehen. Danach erarbeiten wir mit Ihnen eine Strategie, wie Sie kontinuierlich auf Ihr Image einwirken können.
- **Krisenmanagement:**
Mit unseren Alerts informieren wir Sie rechtzeitig über besondere Vorkommnisse im Social Web, z.B. wenn sich die Beiträge zu Ihrem Unternehmen sprunghaft häufen oder die Tonalität unerwartet umschlägt. So können Sie rechtzeitig reagieren, bevor es zur ausgewachsenen Krise kommt.
- **Stakeholder-Profilings:**
Unter dem Blickwinkel des Stakeholder-Profilings filtern wir, welche Interessengruppen sich vorrangig zu Ihrem Unternehmen und Ihren Themen äußern. Sie erhalten zum Beispiel Aufschluss darüber, ob sich verstärkt Journalisten, Blogger und Experten oder Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten austauschen. Ebenso erfahren Sie, wie die einzelnen Gruppen zu den relevanten Themen stehen und welche Stakeholder die Meinung im Social Web maßgeblich bestimmen.
- **Influencer-Profilings:**
Im Rahmen unseres Influencer Managements ermitteln wir für Sie die User mit der höchsten Relevanz, Reichweite und Vernetzung. Typische Influencer-Profile geben z.B. Aufschluss über die Motivation, die Qualifikation, den beruflichen Hintergrund und die relevanten Kanäle, die ein Influencer bedient.
- **Kundenbindung | Kundenbindungsstrategien:**
Das Social Web bietet zahlreiche Möglichkeiten, mit Ihren Kunden in Kontakt zu treten. Wir filtern für Sie die geeigneten Kanäle heraus und erarbeiten ein praxisnahes Konzept, wie Sie das Social Web für Ihr Kundenmanagement nutzen können.
- **Netzwerkanalyse:**
Unsere Netzwerkanalysen zeigen Ihnen anschaulich, auf welchen Wegen neue Themen Eingang ins Social Web finden und wie sie sich dort verbreiten. So können Sie zum Beispiel erkennen, welche klassischen Medien Einfluss auf die Kommunikation im Social Web haben oder nachverfolgen, welche Influencer regelmäßig neue Impulse setzen.
- **Netnographie:**
Mit dem Analyseansatz Netnographie untersuchen wir zum Beispiel, welche Ihrer Konsumentengruppen sich im Social Web über Ihre Produkte und Services austauschen, welche Plattformen dabei bevorzugt werden und wie die verschiedenen Gruppen untereinander kommunizieren.
- **Benchmarkanalyse:**
Durch unsere Benchmarkanalysen erfahren Sie, wie die mediale Präsenz Ihres Unternehmens im Vergleich zu Ihren Mitbewerbern ist. So erhalten Sie nicht nur einen Überblick darüber, wie Ihr Marktumfeld im Social Web aufgestellt ist, sondern lernen zugleich viel über die Stärken und Schwächen Ihrer Social Media-Arbeit.

○ Brand-Monitoring | Markenbeobachtung:

Das Brand-Monitoring legt den Schwerpunkt darauf, wie im Social Web über Ihre Marken und Produkte gesprochen wird. Über Alerts, Tonalitätsbarometer oder Zusammenfassungen können Sie das Geschehen nahezu in Echtzeit mitverfolgen.

○ Evaluation von Events, Messen, Veranstaltungen, Produkteinführungen, Sponsorings und Co.:

Durch unsere Event-Analyse erfahren Sie in Echtzeit, wie Ihr neues Produkt, Ihr Tag der offenen Tür oder Ihr Messeauftritt von den Communities aufgenommen wurde und können, bei Bedarf, unmittelbar reagieren.

○ Customer Services:

Wir bringen für Sie in Erfahrung, welchen Ruf Ihr Kundenservice im Social Web genießt. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen können Sie beispielsweise Ihren Service gezielt verbessern oder bedarfsgerecht ausbauen. Ebenso kann das Ergebnis Hinweise darauf liefern, ob es sinnvoll wäre, einen Social Media-gebundenen Kundenservice aufzubauen.

○ Effektivitätsmessung von Kampagnen:

Auf Basis des Social Media Monitorings können wir präzise messen, wie effektiv Ihre Kampagne war. Wir liefern Ihnen z.B. Angaben zur Reichweite, zum Buzz, zur Interaktionsrate und zum Sentiment.

Evaluation – und dann? Was passiert mit den Ergebnissen?

- Wir liefern Ihnen Handlungsempfehlungen für Ihre Social Media-Strategie und unterstützen Sie dabei, die gesteckten Kommunikationsziele zu erreichen. Damit Sie die Erkenntnisse effektiv in Ihre Unternehmensprozesse integrieren können, empfehlen wir Ihnen vorab Reaktionsrichtlinien festzulegen. Dabei sollte bspw. bestimmt werden, was bei aufkommenden Krisen unternommen wird, wie man mit Kundenbeschwerden umgeht oder auf welche Art und Weise man mit Key Influencern in Kontakt tritt.

**pressrelations GmbH
Düsseldorf**

Klosterstraße 112
40211 Düsseldorf
Tel.: 0211 1752077-0
Fax: 0211 1752077-41

www.pressrelations.de
mail@pressrelations.de

**pressrelations GmbH
Berlin**

Marktstraße 8
10317 Berlin
Tel.: 030 2000775-21
Fax: 030 2000775-52

www.pressrelations.de
mail@pressrelations.de

pressrelations
schneller mehr wissen