

JONA HÖLDERLE

TWITTER
 * viel newslastiger * höhere Anonymität
 * (noch) kein Algorithmus maximal 140 Zeichen
 * Das ist öffentlich!
 * viel Aufwand, um erfolgreich zu sein
 * JE PERSONLICHER, DESTO BESSER!

FACEBOOK
 * Privatsphäre: Einstellungen überprüfen!
 * die breite Masse
 * Wenn ich nebenbei noch etwas anderes mache
 * Die Worten nicht auf uns
 * Ich sehe nicht, wer meine Fans sind!
 * Wir kommen als Organisation kommunizieren
 * Wir können Gruppen bilden
 * Veranstaltungen

Werkstatt: J like it!
 Ein Ein- und Überblick in **SOCIAL MEDIA**

Wir haben die richtigen Inhalte für die richtige Zielgruppe!
 Beitrag muss Reaktionen hervorrufen!
 Zeit: es muß aktuell sein!
 Ohne Interaktion findet keine Kommunikation statt!
 Facebook nutzt Algorithmen und entscheidet, was von uns interessiert
 Wir haben ein Problem!

Wie online seid ihr?
 * Wo sind Chancen?
 * Wo sind Grenzen?
 * Welche Analyse-Tools
 * Was geht noch?
 * Rechtliche Probleme
 * Wie können wir mehr erreichen?
 * Wie verbrachte ich Jubilate der Website?
 * Mode des noch Gefühl...

Um's Internet kommt keiner herum!
 * Das ist Kommunikation!
 * Plattformen zum Austausch
 * Wie ist das mit der Wissensvermittlung?
 * Die Kultur baut das
 * Wissenskommunikation!

meistgenutzte Informationsquelle
 Social Media: Die Leute reden über uns!

Instagram & Co
 für spezielle Zielgruppen

YOUTUBE
 * wird als Suchmaschine genutzt
 * für serviceorientierte Themen

BLOGS, FOREN & EIGENE COMMUNITIES
 * langlebig und persönlich
 * können Wissen vermitteln
 * Die Leute müssen zu mir kommen

WHATS APP
 Vom Adressbuch des Nutzers abhängig

3 Trends
 mobil, privat, medienbasiert, live

4 Fragen
 * Sind unsere Zielgruppen da?
 * Können wir der Zielgruppe etwas bieten?
 * Entzahlung auf unsere Organisationsziele?
 * Zeitaufwand: mind. 1/2 Std./Tag

Rechtliche Probleme
 Arbeitszeiten regeln, Copy-right, Bildrechte

Datenschutz

Werkstatt: J like it!
 Ein Ein- und Überblick in **SOCIAL MEDIA**

In wie vielen Netzwerken sollen wir noch präsent sein?
 Welche Ziele wollen wir erreichen?
 Welche Zielgruppen?
 Wachstum, bestehende Gemeinschaft, Erfolgsmessung

Je kleiner die Zielgruppe, desto mehr Menschen kann ich erreichen!
 Auf Krisenkommunikation vorbereitet sein