

Facebook, Twitter & Co. richtig einsetzen

Praxiswissen zum erfolgreichen Aufbau und Management von Online-Communities

- Lohnt sich der **Einsatz von Social Media** und welche **Strategie** sollte ich verfolgen?
- Welche **Möglichkeiten** bieten die einzelnen **Social Media-Kanäle** und wie sind sie **professionell** für Sportvereine zu nützen?
- Wie funktioniert der **richtige Aufbau und Betrieb** von **Online-Communities**?
- Warum sind **Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Authentizität** so wichtig?
- **Wo finde ich** meine **Zielgruppen** und wie kann ich daraus **wertvolle Kontakte** generieren?
- Wie setzt man **Blog, Twitter, Facebook & Co.** richtig ein und stellt den **richtigen Content** für die Plattformen bereit?
- Mit welchen **Social Media Kennzahlen** kann ich den Erfolg messen?

Mit vielen Best-Practice Beispielen:
Was funktioniert, was nicht und warum nicht?

GRUPPE 1: EinsteigerInnen-Gruppe**Social Media Grundlagen:****Was ist Social Media und was kann es für Ihren Verein leisten?****Kommunikation 2.0 – Neue Spielregeln, veränderte Rollen, neue Anforderungen**

- Was bedeutet Web 2.0/Social Web/Social Media überhaupt?
- Besonderheiten des Web 2.0 - Unterschiede & Veränderung im Mediennutzungs- und Informationsverhalten
- Wie verändert Social Media die Meinungsbildung und was bedeutet das konkret für mein Unternehmen? (Paid, Owned, Earned Media)
- Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren
- Wie geht es weiter? Neueste Trends und Entwicklungen
- Was kann Social Media für Ihren Verein leisten? Möglichkeiten und Grenzen?

Zielgruppenanalyse des Social Webs: Psychologische Insights zum Online-Verhalten der UserInnen & Folgerungen für das Marketing

- KonsumentenInnentypologien – NutzerInnen und Nutzungsmotive von Social Media
- Zielgruppen-Analyse - Wer nutzt welche Plattformen und warum? In welchen Kanälen bewegt sich meine Zielgruppe?

Die wichtigsten Social Media-Tools & Netzwerke – Facebook, Twitter, Google+, Blogs, YouTube, Flickr, Location-based Services (Foursquare, Facebook Places)

- Welche Plattformen, Netzwerke & Instrumente sind die wichtigsten, was sind die Besonderheiten: Facebook, Twitter, Foursquare, Google+, Blogs, Flickr, YouTube, etc, ...?
- Reichweiten international und in Österreich
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Social Media Instrumente
- Welche Plattform kann ich für meine Ziele einsetzen?
- Facebook und Youtube im Detail erklärt.

Beispiele: Einsatzmöglichkeiten von Social Media**+ Übung: Welche Social Media Plattformen eignen sich für Ihren Verein?**

SWOT-Analyse im Bereich Social Media Ihr Unternehmen – wo sind die Chancen, Risiken, Stärken, Schwächen für Ihr Unternehmen?

+ Übung: Was ist der Nutzen, den Sie der Community stiften wollen/können – und welche Contents eignen sich dafür?

In Gruppen definieren wir mögliche Mehrwerte, die Sie Ihren Fans/Community-Mitgliedern bieten können und welche Unternehmensinhalte sich dafür eignen könnten.

GRUPPE 2: Fortgeschrittenen-Gruppe

Vom Konzept zur Realisierung: Umsetzung von Social Media Maßnahmen & Social Media Kampagnen - Kontaktaufbau – Betreuung - Pflege

Die Strategie

- Die Kernkomponenten einer Social Media Strategie: SWOT-Analyse, Zieldefinition, Maßnahmenplanung, Ressourcenplanung.
- MitarbeiterInnen-Guidelines: Was haben meine MitarbeiterInnen/Vereinsmitglieder mit Social Media zu tun?

Community Aufbau

- Wie baut man in welchem Kanal (on- und offline) Communities auf und wie gewinnt man Fans?
- Promotions vs. langfristigen Dialog
- Was ist der Wert eines Fans?

Best practice: nationale und internationale Beispiele

Neue Spielregeln für die Kommunikation im Social Web: erfolgreicher Dialog über soziale Netzwerke

Die Kommunikations- und Content-Strategie für soziale Medien

- Wie können Sie Nutzen stiften?
- Integrierte Kommunikation für Vereine.
- Was ist eigentlich guter Content? Und wo finde ich ihn?

Community- Pflege: Führen/Managen von Online-Communities

- Erstellen eines Redaktionsplans
- Die richtige Betreuung von Communities – Was brauchen meine Communities? Textierung?
- Do's & Don'ts in der Social Media Kommunikation
- Wie reagiert man auf Kritik im Web?

Plattformen in der Praxis kennenlernen

Praxisteil: Facebook/Blogs/Youtube/Twitter

- Übersicht Funktionen
- Welche Möglichkeiten hat man als Verein (inkl. Plug ins, Ads)
- Was sind Facebook-Apps?
- Do's and Don'ts
- Facebook-Guidelines: was darf ein Unternehmen überhaupt?
- Twitter-Besonderheiten: Re-Tweets, @Replies, Hashtags, etc.
- Welche Inhalte eignen sich für Blogs/Youtube?
- Erfolgreiche Beispiele aus der Praxis

+ Übung: Wie legt man eine Unternehmensseite auf Facebook an und wie bereitet man die Inhalte dafür auf? Facebook in der Praxis: wie legt man die Seite an und wie geht man als AdministratorIn damit um?

+ Übung: Was ist der Nutzen, den Sie der Community stiften wollen/können – und welche Contents eignen sich dafür? In Gruppen definieren wir mögliche Mehrwerte, die Sie Ihren Fans/Community-Mitgliedern bieten können und welche Vereinsinhalte sich dafür eignen können.