

3.4 Social-Media-Management

Mit diesen Werkzeugen lassen sich Inhalte koordinieren.

Jona Hölderle, pluralog.de

Besonders wenn mehrere Profile betreut oder im Team gepflegt werden, können verschiedene Tools den Social-Media-Alltag erleichtern. Jedes hat spezielle Funktionen in den Bereichen Planung, Interaktion, Monitoring oder Auswertung. Alternativ bieten sich auch Apps der jeweiligen Social-Media-Anbieter an, so hat Facebook beispielsweise eigene Apps für die Betreuung von Seiten und Gruppen.

Planungstools

Eine gute Planung ist für den Erfolg in sozialen Medien unerlässlich. Je nach Medium und dessen Algorithmus sind neben den richtigen Inhalten auch Zeitpunkt, Formulierung und Formatierung wichtig, um mit jedem Beitrag möglichst viele Fans zu erreichen und viel Interaktion (gefällt mir, Kommentar, Teilen etc.) zu generieren.

Je nach Strategie und Ressourcen kann zur Planung ein einfaches Textdokument mit vorgeschriebenen Beiträgen genügen. Für manche Organisationen (insbesondere für Kampagnen) kann es sich auch lohnen, Posts nach einem ausgeklügelten Redaktionsplan zu veröffentlichen. Arbeitet man als Team, ist es wichtig, Absprachen zu treffen, gegenseitiges Feedback zu ermöglichen und Veröffentlichungen zu planen. Die besten Tools dafür:

Anwendung	TweetDeck	Hootsuite	Buffer	some.io	IFTTT
Anwendungsbereich	Twitter	Twitter, Facebook, Google+ u. a.	Twitter, Facebook u. a.	Facebook, Twitter, LinkedIn	Instagram, Twitter, Kalender u. a.
Ausgewählte Funktionen	Posts planen, Nutzerstatistik, Teamarbeit, Alerts für Suchbegriffe	Posts planen, Nutzerstatistik, Teamarbeit mit Aufgabenverteilung	Posts planen, Nutzerstatistik, Teamarbeit, strategische Veröffentlichung (Zeitpunkt), Vorschläge für neue Inhalte	Posts planen, Teamarbeit mit Kommentar-Funktion, Freigaberegung	Verknüpft Apps und Kanäle miteinander und postet automatisch relevante Inhalte
Kosten	kostenlos	teilweise kostenlos	teilweise kostenlos	kostenlose Testversion	kostenlos

Interaktion

Soziale Medien dienen dem Austausch von Meinungen, Erfahrungen und Eindrücken. Deshalb ist es wichtig, auf Fragen, Kommentare und Beiträge der Fans und Follower zu reagieren. Bei den vielen Möglichkeiten ist es manchmal nicht einfach, den Überblick zu behalten. Hier helfen meist kostenpflichtige Tools, mit denen man alle Anfragen wie in einem E-Mail-Posteingang abarbeiten oder an Kollegen übertragen kann. Entsprechende Tools sind: SocialHub, Zendesk und Conversocial.

Monitoring

Wer mitbekommen möchte, was über die eigene Organisation auf den Social-Media-Kanälen geschrieben wird, auf denen man nicht vertreten ist, braucht ein Social-Media-Monitoring. Monitoring kann auch helfen, neue Kontakte und Themen zu finden. Die Zahl der Tools ist groß, es gibt einfache Alerts, Social-Media-Suchmaschinen und ausführliche Monitoring-Suites mit Warnsystem, Wettbewerbsanalyse und Viralitätsanalyse. Auch viele Anbieter von Presseclippings haben mittlerweile Monitoringdienste für soziale Medien. Ausgewählte Tools:

Anwendung	alert.io	Topsy	uberMetrics
Ausgewählte Funktionen	Monitoring von Suchbegriffen auf Facebook, Twitter, Blogs, Foren u. a., Datenanalyse verschiedener Suchwörter und Mentions (z. B. der Name der eigenen NPO)	Twitter-Suche, die bis 2007 zurück sucht. Datenanalyse und Ranking der Mentions (z. B. wichtige Influencer)	Monitoring von Mentions, Viralitätsanalyse, Alerts und Frühwarnung, Datenanalyse und Reports
Kosten	teilweise kostenlos	teilweise kostenlos	nicht kostenlos

Auswertung

Die Auswertung und Erfolgsmessung deiner Social-Media-Präsenz zeigt dir, wo deine Ressourcen am besten eingesetzt sind. Auch hier können externe Dienste die von der jeweiligen Plattform angebotenen Analysen erweitern. Besonders interessant wird das im Vergleich mit anderen Organisationen.

Anwendung	pluragraph	LikeAlyzer	Fanpage Karma	ManageFlitter
Ausgewählte Funktionen	Quantitatives Ranking der Social Media Reichweite von mehr als 12.000 Organisationen	Analyse deiner Facebook-Seite, Nutzerverwaltung und Analyse	Analyse und Optimierung eigener Posts auf versch. Social Media Profilen, Vergleich mit anderen Profilen, Datenanalyse	Findet die besten Zeitpunkte zum Twitttern, Nutzerverwaltung und -Analyse
Kosten	kostenlos	kostenlos	teilweise kostenlos	teilweise kostenlos

Die Tools können die Arbeit mit sozialen Medien deutlich vereinfachen. Trotzdem sollte jede Organisation zunächst klären, wo sie wirklichen Mehrwert bieten. Gibt es viele Absprachen im Team (Planung), wird auf den Profilen stark diskutiert (Konversation), ist es für die Organisation besonders wichtig, was über sie im Netz geredet wird (Monitoring), oder sollen Schlüsse aus dem Feedback der Nutzer gezogen werden (Auswertung)? Vielleicht ist es noch nicht nötig, für jeden Bereich ein eigenes Werkzeug zu haben. Aber man sollte vorbereitet sein. Besonders in Krisenzeiten ist ein eingespieltes Set an Tools hilfreich.