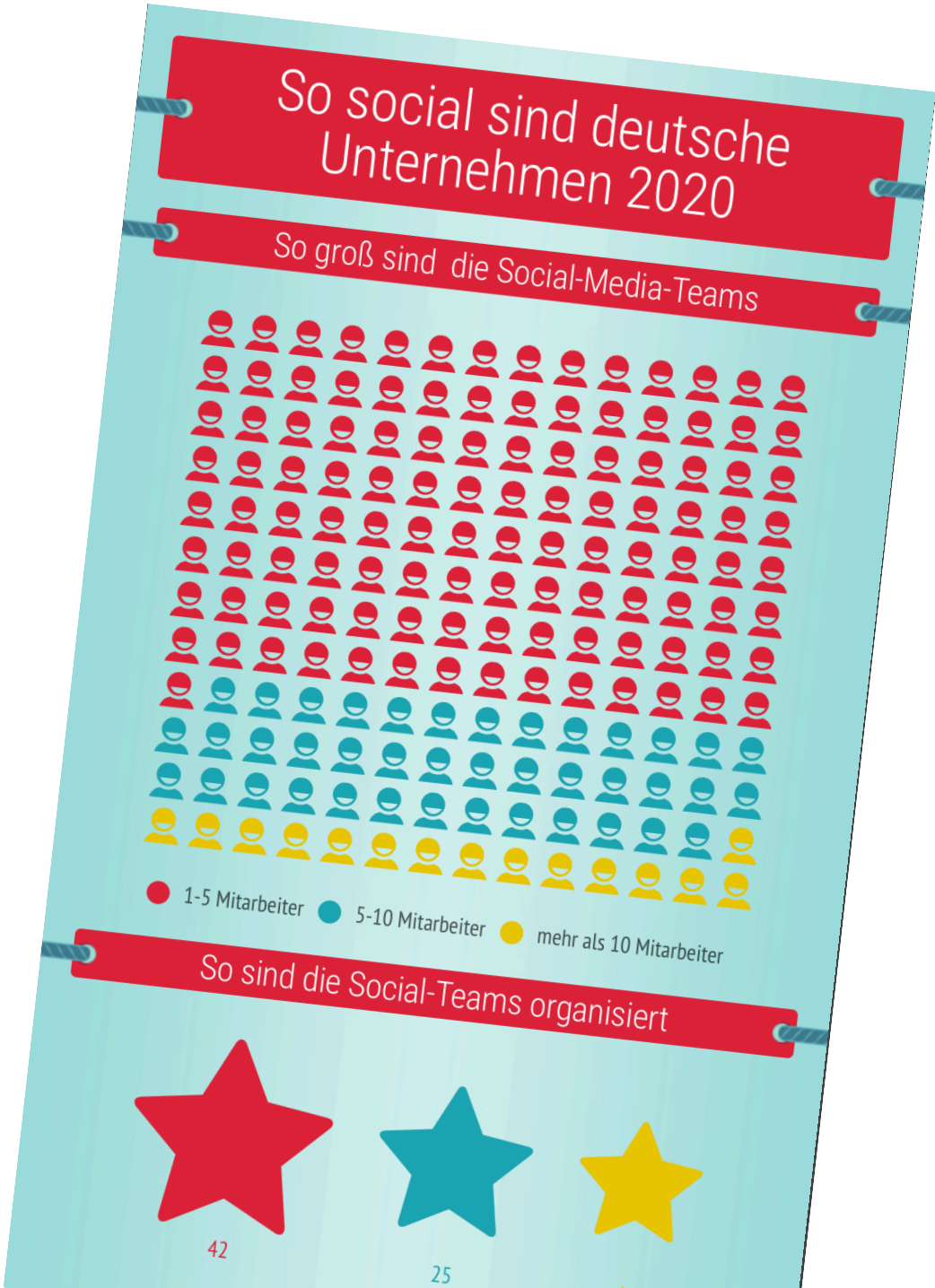
Zahlen, Daten, Fakten zur Social Media Welt in Deutschland

Eine nicht-repräsentative Umfrage
unter 102 Social Media Managern
von **berufsziel-socialmedia.de**



Dezember 2020

Wie Unternehmen ihre Social-Teams aufstellen, welche Firmenziele sie damit umsetzen, mit welchen sozialen Netzwerken sie diese erreichen, wie sie sie messen und was die größte Social-Herausforderung ist? Das und noch vieles mehr haben uns 102 Social Media ManagerInnen zwischen dem 1.12.2019 und dem 30.11.2020 in einer nicht-repräsentativen Umfrage verraten. Teilgenommen haben Social Media ManagerInnen der unterschiedlichsten Unternehmen: Von Großkonzernen wie der Deutschen Bahn, Siemens oder Bertelsmann über Automobil-Hersteller wie BMW, Audi oder Daimler bis hin zu Stadtwerken, Volks- und Raiffeisenbanken, Sparkassen oder Verbänden.

So sehen Social-Teams aus

Jedes zweite deutsche Unternehmen beschäftigt ein Social Media Team aus mehreren Mitarbeitenden. Nur noch rund 42 Prozent der Social Media ManagerInnen arbeiten allein. Im Vergleich: In der Studie von 2014 gaben noch rund 80 % der Befragten an, sich allein um die sozialen Netzwerke eines Unternehmens zu kümmern. Social Media Teams bleiben weiterhin klein: 70 Prozent der Teams bestehen aus maximal fünf Mitarbeitern.

Besteht das Social-Team aus mehr als einem Mitarbeiter, betreuen rund ein Viertel jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal oder teilen sich ihre Arbeit nach Kampagnenart auf. Jede/r sechste Social Media ManagerIn arbeitet mit unterschiedlichen Schwerpunkten auf allen sozialen Kanälen (CRM, Marktforschung, Marketing...) oder betreut unterschiedliche Länder/Regionen/Sprachen.

42 Prozent der befragten Social Media ManagerInnen können eine abgeschlossene Social Media Aus- oder Weiterbildung vorweisen. Knapp ein Drittel der Social Media ManagerInnen geben an, dass ihr Unternehmen eine Social-Media-Weiterbildung anbietet. Zum Vergleich: Im Vergleich zum Jahr 2017 ein Rückgang um 8 Prozentpunkte, im Jahr 2014 bildete noch mehr als die Hälfte der Unternehmen Mitarbeiter in Social Media-Fragen weiter.

Die Social-Missionen

Zwei von drei Social Media ManagerInnen treibt die Unternehmenskommunikation, jeder fünfte sieht sich als Enabler, der Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen vermittelt - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft möglichst viele Mitarbeiter beherrschen sollten. Rund 6 Prozent gaben an, dass Social Media so etwas wie eine Stabsabteilung darstellt (mit Projektmitarbeitern aus unterschiedlichsten Abteilungen). Nur vier Prozent der Befragten sind im Kundenbeziehungsmanagement angesiedelt. Das organisationale Verständnis von Social Media spiegelt sich auch in den Social-Zielen der Befragten wider:
PR und Marketing sind für 6 von 10 Social Media Managern am wichtigsten, gefolgt von PR (15%), Employer Branding (7%) und Abverkauf (5%).

Die wichtigsten Plattformen im Netz

Für mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen (54,9%) zählt Facebook als wichtigster Social Kanal, gefolgt von Instagram (22,5%). LinkedIn liegt mit rund 11 Prozent auf Platz drei der wichtigsten Social Kanäle für Unternehmen. Das Schlusslicht bilden unter anderem Twitter (2,9%) und Xing (1,9%), Youtube mit weniger als einem Prozent. Überraschend, da rund jeder dritte der befragten Social Media ManagerInnen Youtube nutzt.
Die Top 3 der meistgenutzten Social-Kanälen sind Facebook (97%), Instagram (93%), Youtube (75%). Über die Hälfte der Unternehmen nutzen LinkedIn (58,8%) und Xing (56.9%) um neue Mitarbeiter und Geschäftspartner zu gewinnen. Darauf folgt Twitter (54,9%) und Pinterest (40,2%). 14 Teilnehmer geben außerdem TikTok als wichtigste Social Plattform an. Den Messenger WhatsApp nutzen 26,5% der Unternehmen als Teil ihrer Marketingstrategie.

Das Social-Media-Toolkit

Die Erkenntnis, dass eine professionelle Betreuung der Kanäle ein Mindestmaß an Investition in professionelle Tools erfordert, herrscht bei den von uns befragten Unternehmen zu rund 85 Prozent. Dieser Anteil der Social-Media und Community ManagerInnen hat Zugriff auf mindestens ein Social-Media-Management und/oder -Monitoring Tool. Die Top-5 der eingesetzten Angebote sind Hootsuite (27%), Fanpagekarma (15%), Tweetdeck (9%), Creator Studio (7%) sowie Later (6%).

Die 5 größten Social-Herausforderungen

Das Berufsbild des Social Media Managers etabliert sich. Trotzdem besteht Handlungsbedarf: Der stetige Wandel der sozialen Netzwerke erfordert agile Strategien. Das rasante Wachstum von Netzwerken wie Instagram und TikTok, neue Funktionen sowie abnehmende organische Sichtbarkeit zwingen Unternehmen dazu, bestehende Strukturen neu zu denken und zu optimieren.

1. Social by Design

Rund 60 Prozent der Teilnehmer geben an, dass Social Media einen wichtigen Stellenwert innerhalb des Unternehmens hat. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzen und Kollegen. Die Umfrage zeigt aber auch, dass etwa jede/r dritte der Social Media ManagerIn zwar bei Bedarf die Unterstützung ihrer Vorgesetzten erhalten, die Social Media Aktivitäten ansonsten aber eine untergeordnete Rolle im Unternehmen spielen. Sieben Teilnehmer geben an, dass Social Media eher nebenbei läuft. Das zeigt, dass Social Media ManagerInnen nach wie vor für die Integration von Social Media kämpfen müssen: Viele Unternehmen haben noch nicht begriffen, dass ein konstanter Dialog zum Kunden wichtig ist. Es geht um Interaktion und Kommunikation der Marke - auch über das Internet hinaus. Zeit für Social Media ManagerInnen, als vernetzte Botschafter die Silos aufzubrechen, über Abteilungsgrenzen hinweg zusammenzuarbeiten und Social by Design zu werden. Um aber das volle Potenzial von Social Media auszuschöpfen, muss jeder einzelne Mitarbeiter vom Nutzen der Netzwerke überzeugt sein, beginnend bei der Unternehmensleitung.

2. **Agiles Social Media**

Die größte Herausforderung für jeden zweiten Befragten: Agile Unternehmensstrukturen schaffen, um schneller auf aktuelle Entwicklungen in sozialen Netzwerken zu reagieren. Netzwerke wie Snapchat und TikTok erfordern neue Formate und Kommunikationsstrategien. Die Aufgabe von Social Media ManagerInnen besteht darin, Trends frühzeitig aufzuspüren und diese gewinnbringend für das Unternehmen einzusetzen. Zudem müssen Unternehmen lernen, sich stetig neu an das Verhalten von Zielgruppen anzupassen – um potenzielle Kunden, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu erreichen.

3. **Der Social ROI: Vertrauen schaffen**

42,2 Prozent der befragten Social Media ManagerInnen sehen es als Herausforderung, das Vertrauen von Fans und Followern zu gewinnen. Zwischen der Flut an Informationen und Postings bekannter Influencer fällt es Unternehmen zunehmend schwer, authentisch zu bleiben. Für Branding, Image und Kundenbindung müssen Teams abteilungsübergreifend zusammenarbeiten – gerade in Zeiten nachlassender Markentreue und zunehmender Bedeutung von (Freundes-)Empfehlungen.

4. **Storytelling is king - nicht nur auf Facebook**

Das ist der Hintergrund der dritt- und viertgrößten Herausforderung im Social Media Marketing: Die Kreation von Content, der Zielgruppen begeistert (33,3%), und glaubwürdig ist (8,8%). Storytelling und Content Marketing bleibt weiterhin wichtig. In der Praxis: Unternehmen müssen Geschichten hinter Produkten und Marken erzählen, die nützlich sind und unterhalten. Die wichtigste Aufgabe von Social Media ManagerInnen ist es, ihre Community Tag für Tag zu begeistern – mit Inhalten, die zu den jeweiligen Netzwerken und zur Zielgruppe passen. Ob Instagram für bildlastige Mehrwertinformationen zu den eigenen Marken und Produkten, TikTok weil kurze Videosequenzen mehr erklären als tausend Worte oder Pinterest, weil etwa "Produkt-Hacks" sich darüber wunderbar teilen lassen, um nur einige Möglichkeiten zu nennen.

5. **Der Wettkampf um Reichweite und Sichtbarkeit**

Eine weitere Herausforderung besteht einerseits darin, das Potenzial neuer Plattformen rechtzeitig zu erkennen und gewinnbringend zu nutzen. Andererseits müssen Unternehmen sichtbar bleiben: 2020 reicht es nicht mehr, sich auf organisches Wachstum zu verlassen. Die schleichende Sättigung der Netzwerke und neue Algorithmen erschweren die Sichtbarkeit eigener Inhalte. Gleichzeitig steigt das Angebot an Inhalten stetig. Diese Voraussetzungen bedeuten steigendes Angebot/Content bei gleichbleibender Nachfrage/Nutzung, was sich negativ auf den Share of Voice der eigenen Inhalte auswirkt. Laut 37 der befragten Social Media Manager brauchen Unternehmen mehr Know-How im Social-Advertising sowie neue Strategien, um für Fans und Follower weiterhin sichtbar zu bleiben.

Hintergrund der Studie

Die Studie wurde im Zeitraum von 01.12.2019 bis 30.11.2020 durchgeführt, teilgenommen haben 102 Befragte, die per XING akquiriert wurden.
Die Fragen wurden von Stefan Rippler, Autor von Berufsziel Social Media konzeptioniert und ausgewertet.

#1

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 16. Dezember 2019 21:09:03
Letzte Änderung: Montag, 16. Dezember 2019 21:12:33
Benötigte Zeit: 00:03:29
IP-Adresse: 23.66.122.15

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Abverkauf

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

Snapchat,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Authentizität Informationen an die richtigen Leute zu bringen. Keine Fakenews und kein Clickbaiting

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Swat.io und socialflow

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#2

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:04:56
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:07:02
Benötigte Zeit: 00:02:06
IP-Adresse: 23.66.122.205

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Die strategische Dynamik umgehend in alle unserer weltweiten Niederlassungen zu transportieren.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite und Adsespresso

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#3

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:06:44
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:13:19
Benötigte Zeit: 00:06:34
IP-Adresse: 2.16.128.62

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Die neuen Potenziale zu erkennen, organische Reichweite weiterhin salonfähig halten.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Gelegentlich socialhub

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#4

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:12:19
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:16:25
Benötigte Zeit: 00:04:06
IP-Adresse: 65.123.11.197

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram
Sonstiges (bitte angeben): Google+

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Erschließung neuer Kanäle
Content Creation mit mehr Fokus auf Videos
AR/VR implementierung in die Kommunikation

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Facebook Createrstudio

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#5

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:21:56
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 10:26:04
Benötigte Zeit: 00:04:08
IP-Adresse: 23.214.197.141

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Engagementrate hoch halten, weil die Netzwerke immer noch schnelllebiger werden und immer weniger Verweildauer auf den einzelnen Beiträgen bleibt.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Creator Studio, Hootsuite, Tweetdeck

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#6

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 13:06:49
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 13:11:33
Benötigte Zeit: 00:04:44
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

CRM

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Snapchat,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Die Sichtbarkeit in Feed und Stories, bzw. der Algorithmus.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Plattformeigene Tools, Fanpage Karma und ein eigens für das Unternehmen entwickelter Index.

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#7

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 14:02:36
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 14:04:22
Benötigte Zeit: 00:01:46
IP-Adresse: 63.233.61.215

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Tik Tok ;)

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#8

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 17. Dezember 2019 14:47:28
Letzte Änderung: Dienstag, 17. Dezember 2019 14:49:57
Benötigte Zeit: 00:02:29
IP-Adresse: 23.66.122.197

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Verbreitung unserer redaktionellen Inhalte

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit auf die Schnelllebigkeit, neue Trends, neue Plattformen zu reagieren, immer up-to-date zu bleiben und die Strategien an die verschiedenen Plattformen anzupassen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck, Crowdtangle

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#9

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 18. Dezember 2019 13:43:12
Letzte Änderung: Mittwoch, 18. Dezember 2019 13:45:27
Benötigte Zeit: 00:02:14
IP-Adresse: 65.123.11.197

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Two-Man-Show (ein Hauptverantwortlicher, ein Deputy)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

-

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

hubspot

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#10

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 18. Dezember 2019 12:06:52
Letzte Änderung: Mittwoch, 18. Dezember 2019 15:59:01
Benötigte Zeit: 03:52:08
IP-Adresse: 104.123.69.148

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ich bin hauptverantwortlich im Bereich tätig und werde von Seiten der Pressesprecher unterstützt. Zuarbeit erfolgt durch das Haus.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Twitter

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

LinkedIn,

Sonstiges (bitte angeben):

Kununu

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Digitalisierung Always grüßt die Bewegtbildkommunikation, Einbindung der Fachkollegen aus dem Haus, verbandsimmanente Mitgliederpflege und -austausch

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck, Meltwater, Talkwalker

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#11

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 26. Dezember 2019 23:49:14
Letzte Änderung: Donnerstag, 26. Dezember 2019 23:53:00
Benötigte Zeit: 00:03:46
IP-Adresse: 23.223.150.47

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Abverkauf

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit shares

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ich weiß nicht.

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

xx

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#12

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 30. Dezember 2019 23:57:30
Letzte Änderung: Dienstag, 31. Dezember 2019 00:03:51
Benötigte Zeit: 00:06:20
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
40

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
In unserer Agentur ist Social Media die Hauptaktivität, da wir eine reine Social Media Agentur sind.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Jeder Social Media Manager ist für mehrere Accounts unterschiedlicher Kunden verantwortlich.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
Twitter,
Youtube,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Hochwertiger Content und Authentizität im Netz wird immer die größte und wichtigste Herausforderung bleiben. Gerade wenn Generation Y für Generation Z produziert etc.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facebook Insights, Fanpage Karma, Twitter Insights

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#13

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 31. Dezember 2019 14:25:22
Letzte Änderung: Dienstag, 31. Dezember 2019 14:31:20
Benötigte Zeit: 00:05:58
IP-Adresse: 104.103.73.102

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit - die steigende Bedeutung von Paid Social (organische Performance ist nicht mehr so stark wie vor ein paar Jahren, Plattformen selbst priorisieren Paid)
- neue Kanäle
- sehr wechselhafte Nutzung von Social Media von jungen Leuten
- wachsende Bedeutung von Ephemeral Content

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Sprout Social, Google Data Studio

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#14

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 6. Januar 2020 09:15:03
Letzte Änderung: Montag, 6. Januar 2020 09:48:39
Benötigte Zeit: 00:33:36
IP-Adresse: 63.151.119.17

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Authentizität Kundennähe & Kundenservice
die Kunden stehen nicht mehr Face to Face vor uns, sondern wir müssen lernen sie zu verstehen und ihr online Verhalten besser zu analysieren.

Glaubwürdigkeit
wird ebenfalls ein immer größeres Thema, trotz Influencer & Co...oder gerade deswegen. User glauben nicht mehr alles was ihnen da erzählt wird.

Und als Drittes, Werbekennzeichnung.
Hier muss dringend eine einheitlich geltende Regelung her.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Aktuell arbeiten wir nur mit den Insights der Social Media Kanäle. Extrainvestitionen sind ein harter Kampf

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#15

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 6. Januar 2020 10:00:09
Letzte Änderung: Montag, 6. Januar 2020 10:09:37
Benötigte Zeit: 00:09:28
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Authentizität Echte Communities aufzubauen, die sich mit einer Marke voll und ganz identifizieren und mit ihrem Engagement die Markenbotschaft weiterverbreiten. Dazu gilt es, erstmal das Vertrauen der User zu gewinnen und aufzubauen. Marken müssen glaubwürdig sein und dürfen ihre Kunden nicht mit Werbung überschütten. Relevanten Content zu schaffen, der die User wirklich interessiert, das ist die große Kunst.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Fanpage Karma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#16

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 6. Januar 2020 10:51:18
Letzte Änderung: Montag, 6. Januar 2020 11:03:58
Benötigte Zeit: 00:12:39
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit 1.Die Informationsüberflutung und somit sinkende Aufmerksamkeit der Masse auf ein Kanal.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#17

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 7. Januar 2020 12:22:38
Letzte Änderung: Dienstag, 7. Januar 2020 12:25:55
Benötigte Zeit: 00:03:17
IP-Adresse: 2.22.240.53

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Monetarisierung Sichtbar bleiben im wachsenden (Über-)Angebot. Und in unserem speziellen Fall (Nischenanbieter, B2B), ausloten, ob und wie wir Sales mit unseren Social Media Plattformen gezielt unterstützen können.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Momentan keines

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#18

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 9. Januar 2020 17:28:14
Letzte Änderung: Donnerstag, 9. Januar 2020 17:35:09
Benötigte Zeit: 00:06:54
IP-Adresse: 88.221.214.229

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
Es gibt kein Socialmedia-Team in dem Sinne. Social Media ist mittlerweile fester Bestandteil des Aufgabenbereichs in fast jeder Abteilung.

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Kundenservice

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Formal bin ich der einzige mit dem Titel "Social Media Manager". Es gibt aber in anderen Abteilungen jeweils Kollegen, die sich für das Thema zuständig fühlen und mit mir in regelmäßigem Austausch stehen.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Wir behandeln alle Kanäle gleichrangig

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Telegram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Die Veränderung von Socialmedia-Plattformen hin zu noch stärkeren Gatekeepern und die kulturelle Ausdifferenzierung und Zerfaserung innerhalb der Plattformen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Swat.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#19

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 9. Januar 2020 21:02:11
Letzte Änderung: Donnerstag, 9. Januar 2020 21:04:49
Benötigte Zeit: 00:02:37
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Teil der Online Redaktion

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
News und Klicks auf die Website

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Am Ball bleiben. Die Jugend über neue Netzwerke erreichen (Tiktok)

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ich weiß nicht.

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Tailwind, mittlerweile vermehrt Facebook Creator Studio

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#20

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 15. Januar 2020 21:15:21
Letzte Änderung: Mittwoch, 15. Januar 2020 21:23:22
Benötigte Zeit: 00:08:00
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media wird hauptsächlich als Kundenbeziehungsmanagement-Tool gesehen und ist bei uns im CRM angesiedelt.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

CRM

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Authentizität Nischenmärkte zu etablieren, neue/ weitere Kanäle für CRM auszubauen, Einsetzung von Tools die der Kreativität keine Grenzen mehr setzen und dementsprechend/angemessen auch von den Kunden für die Arbeit bezahlt zu werden. Es ist nicht einfach nur "posten" drücken.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Google Data Studio für Reporting, ansonsten Creator Studio und kein extra Tool zur Planung etc.

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#21

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 15. Januar 2020 22:15:56
Letzte Änderung: Mittwoch, 15. Januar 2020 22:22:47
Benötigte Zeit: 00:06:50
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tickaroo

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Der Weggang von Facebook hin zu den jüngeren Kanälen wie Instagram oder Snapchat

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck, Buffer, Followmeter

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#22

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 16. Januar 2020 12:44:16
Letzte Änderung: Donnerstag, 16. Januar 2020 12:46:51
Benötigte Zeit: 00:02:35
IP-Adresse: 63.151.119.14

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ich bin die Einzige, die im Unternehmen eine Ausbildung als Social Media Managerin hat, gebe das Wissen aber rudimentär weiter und baue mir so Unterstützung auf.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Zu filtern, was Social Media ist und wo andere Abteilungen (Personalentwicklung, Marketing...) ihre Aufgaben abdrücken und den Überblick über alle Möglichkeiten zu finden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

keines

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#23

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 16. Januar 2020 15:18:27
Letzte Änderung: Donnerstag, 16. Januar 2020 15:29:00
Benötigte Zeit: 00:10:32
IP-Adresse: 2.16.187.7

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Herausforderungen sehe ich vor allem intern, da bei vielen Kollegen keine Bring-Mentalität vorherrscht. Stattdessen muss die einzige Social-Media-Managerin alle Themen einholen und den Content meist noch selbst gestalten oder von Dienstleistern gestalten lassen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

SocialHub

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#24

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 21. Januar 2020 23:57:46
Letzte Änderung: Mittwoch, 22. Januar 2020 00:03:33
Benötigte Zeit: 00:05:46
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Pinterest,
Youtube,
LinkedIn,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Erstellung von geeignetem Content, unterschiedliche Formate der Kanäle, hoher Konkurrenzdruck um Reichweite und Interesse der Kunden

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Keine - nur was die Plattformen bereitstellen

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#25

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 23. Januar 2020 13:09:00
Letzte Änderung: Donnerstag, 23. Januar 2020 13:11:11
Benötigte Zeit: 00:02:10
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tik Tok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Der schnelllebige Wandel und die stetige Veränderungen innerhalb der Werberichtlinien und Werbformate.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Früher Talkwalker, heute nur die eigenen Analytic Tools von Facebook (Insights etc.)

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#26

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 28. Januar 2020 19:15:54
Letzte Änderung: Dienstag, 28. Januar 2020 19:26:30
Benötigte Zeit: 00:10:35
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Ein Mix zwischen Employer Branding, PR und Marketing.

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Eine Social Media-Managerin in einem Zweierteam, beide eigegliedert in die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Bildung/Mitarbeiter Im Unternehmen alle Mitarbeitenden mitzunehmen, da bei einigen noch immer das Verständnis fehlt.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Noch keines.

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#27

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 11. Februar 2020 12:36:20
Letzte Änderung: Dienstag, 11. Februar 2020 13:08:26
Benötigte Zeit: 00:32:06
IP-Adresse: 63.233.61.147

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

XING

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Die Herausforderungen der nächsten Jahre sind für mich der kulturelle und digitale Wandel, hier muss vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung viel getan werden, da die Unternehmen sonst den Migrationsprozess zu den digitalen Herausforderungen nicht erreichen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Plattform-Insights,

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#28

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 12. Februar 2020 18:47:58
Letzte Änderung: Mittwoch, 12. Februar 2020 18:53:24
Benötigte Zeit: 00:05:25
IP-Adresse: 184.26.53.14

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Wir sind eine Agentur die das Social Media Management und die Kampagnengestltung darin für Kunden übernimmt

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
teilung zwischen strategie und aktivierung und reporting

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Privat? PS Whatsapp ist kein Soziales Medium sondern ein Messenger ;)

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Digitalisierung cookieless targeting

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

hootsuite, sprout social

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#29

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 17. Februar 2020 13:15:27
Letzte Änderung: Montag, 17. Februar 2020 14:29:17
Benötigte Zeit: 01:13:49
IP-Adresse: 184.28.198.60

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ich bin als Teil eines globalen Social Media Teams für alle deutschsprachigen Social Media Kanäle des Konzerns zuständig. Jede/r Social Media Manager/in arbeitet in seinem/ihrem jeweiligen Heimatmarkt.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

Foursquare,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Agilität/Wandel Das allgemeine Verständnis für den Nutzen und die verschiedenen Einsatzfelder von Social Media Content (Organic Social) und Paid Social beim Management vorantreiben und auch deren Grenzen aufzeigen. Social Media Marketing ist KEIN Sales!

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Brandwatch und fanpage karma nutze ich aktuell. Falcon.io und uberMetrics (Monitoriring) habe ich bei meinem vorherigen Arbeitgeber eingeführt und im Team verwendet.

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#30

VOLLSTÄNDIG

Collector: Mobil-Link (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 18. Februar 2020 17:08:59
Letzte Änderung: Dienstag, 18. Februar 2020 17:11:54
Benötigte Zeit: 00:02:54
IP-Adresse: 89.204.130.129

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Trafficlieferant

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Snapchat,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Die ständige Veränderung & Ausrichtung der Kanäle / Die Macht von Facebook auf dem Social Media Markt (Aufkauf von Kanälen etc)

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ich weiß nicht.

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Swat.io, iconosquare, Tools von Facebook & Instagram selbst d.h. Instagram Analytics & FB Analytics, Google Analytics

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#31

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 18. Februar 2020 22:18:39
Letzte Änderung: Dienstag, 18. Februar 2020 22:22:58
Benötigte Zeit: 00:04:18
IP-Adresse: 104.123.69.150

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Youtube,
LinkedIn,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Den Überblick über die schnelle Entwicklung neuer und alter Plattformen behalten und einschätzen können ob diese für das Unternehmen wichtig sind und wie sich das Unternehmen dort positionieren kann.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift Cloud

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#32

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 24. Februar 2020 14:48:33
Letzte Änderung: Montag, 24. Februar 2020 14:53:16
Benötigte Zeit: 00:04:43
IP-Adresse: 2.16.187.13

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Der Facebook-Algorithmus hat sich zu unseren Ungunsten verändert, dadurch müssen wir aus unserer einst bequemen Position heraustreten und neue Strategien entwickeln.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Fanpage Karma, Later

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#33

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Mittwoch, 26. Februar 2020 17:19:09
Letzte Änderung:	Mittwoch, 26. Februar 2020 17:22:28
Benötigte Zeit:	00:03:18
IP-Adresse:	140.174.24.37

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
1 person

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Facebook und instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Bildung/Mitarbeiter In allen unternehmensbereichen werden social media manager gesucht, aber alle sollen alles können und generalisten sein. SMM müssen gut bezahlt werden und die Positionen nicht nur mit praktis und Werkstudenten aufgefüllt werden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Iconosquare, Facebook business manager

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#34

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 3. März 2020 00:38:56
Letzte Änderung: Dienstag, 3. März 2020 00:50:20
Benötigte Zeit: 00:11:24
IP-Adresse: 2.18.214.36

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Neue Plattformen erschließen und für Kunden nutzen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Mehrere u.a. Dirico und Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#35

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 9. März 2020 10:00:59
Letzte Änderung: Montag, 9. März 2020 10:02:22
Benötigte Zeit: 00:01:22
IP-Adresse: 184.25.57.130

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
Test NaG

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Test NaG

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Test NaG

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):
Test NaG

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Test NaG

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Test NaG

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#36

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 9. März 2020 11:53:16
Letzte Änderung: Montag, 9. März 2020 11:57:27
Benötigte Zeit: 00:04:10
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Abverkauf

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

Sonstiges (bitte angeben): Google+

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Authentizität Social Ads werden immer wichtiger, da die meisten Plattformen ihren Newsfeed so ausgerichtet haben, dass bezahlte Posts bevorzugt werden.
Die Social Media-Nutzer wollen mit Neuem überrascht werden und nicht mit Sachen, die sie schon 100 Mal gesehen haben. Individualität wird deshalb immer wichtiger.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

falcon.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#37

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 9. März 2020 12:36:26
Letzte Änderung: Montag, 9. März 2020 12:40:53
Benötigte Zeit: 00:04:26
IP-Adresse: 65.152.2.6

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Digitalisierung Die Digitalsierung, abseits der Big Player, in Deutschland vorantreiben. Wir müssen im Ländervergleich noch deutlich aufholen!

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Google Data Studio, Salesforce

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#38

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 9. März 2020 18:32:26
Letzte Änderung: Montag, 9. März 2020 18:35:27
Benötigte Zeit: 00:03:00
IP-Adresse: 2.18.214.14

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Authentizität Immer up to date bleiben. Trends setzen und für die Marken/Unternehmen passen umsetzen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Talkwalker, Later

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#39

VOLLSTÄNDIG

Collector: Mobil-Link (Weblink)
Begonnen: Montag, 9. März 2020 20:45:10
Letzte Änderung: Montag, 9. März 2020 20:47:09
Benötigte Zeit: 00:01:59
IP-Adresse: 37.201.7.209

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Sichtbarkeit Agilität/Wandel Roi

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#40

VOLLSTÄNDIG

Collector: Mobil-Link (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 10. März 2020 12:37:23
Letzte Änderung: Dienstag, 10. März 2020 12:40:05
Benötigte Zeit: 00:02:42
IP-Adresse: 91.249.131.155

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Authentizität In einer wandelnden Medien-Welt (TikTok, Snapchat und Co) relevant zu bleiben

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facebook Creator Studio, Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#41

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 10. März 2020 17:06:10
Letzte Änderung: Dienstag, 10. März 2020 17:13:58
Benötigte Zeit: 00:07:47
IP-Adresse: 184.25.57.130

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
Mehrere Standorte die teils je Standort & aber auch im Team arbeiten. Im direkten Team: 3 Gesamt: 10

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Social Media Manager, Konzepter & Srategen sowie Redaktion & Content Creator arbeiten im Team auf mehreren Kanälen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Authentizität Unternehmen:

Social in die Unternehmenskommunikation sowie in generelle unternehmerische Aktivitäten zu involvieren und ernst zu nehmen.

Social Media in unterschiedliche Positionen und Ressourcen aufteilen - Spezialisten im eigenen Fachbereich aufbauen

Allgemeines:

Weniger Abkupfern, mehr innovative Ideen. Raum fürs ausprobieren und testen. Hinfallen & Austehen Mentalität eingliedern.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

falcon

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#42

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 11. März 2020 13:45:46
Letzte Änderung: Mittwoch, 11. März 2020 13:49:51
Benötigte Zeit: 00:04:05
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Agilität/Wandel Authentizität die richtige Ansprache, die User sind durch die ganzen Fake-News sehr verunsichert und nicht mehr so planbar wie früher

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

ich bin noch in Verhandlungen mit der Geschäftsführung, ich hätte gern "Mention". Bis dato mache ich das selbst und das wird immer Zeitaufwendiger

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#43

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Sonntag, 22. März 2020 17:56:13
Letzte Änderung:	Sonntag, 22. März 2020 18:00:02
Benötigte Zeit:	00:03:49
IP-Adresse:	63.233.61.154

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Blog

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Datenschutzthematiken

Rechtfertigung / harte Messung im Unternehmen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Fanpage Karma, Facebook Business Manager, Pinterest Analytics, Econda, Google Analytics, WordPress

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#44

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 23. März 2020 11:01:58
Letzte Änderung: Montag, 23. März 2020 11:06:43
Benötigte Zeit: 00:04:45
IP-Adresse: 104.123.69.150

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Recruiting

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

XING

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Sichtbarkeit Die Aufmerksamkeit der User zu gewinnen, die immer kürzere Inhalte (zumeist Videos) konsumieren wollen sowie die weite Verbreitung von Fake News einzudämmen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

keins

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#45

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Sonntag, 29. März 2020 13:12:57
Letzte Änderung: Sonntag, 29. März 2020 13:16:23
Benötigte Zeit: 00:03:26
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität -Abgrenzung von Branchen ähnlichen Konkurrenten - Einzigartigkeit
- Zahn der Zeit zu bleiben - immer etwas Neues zu entdecken und etablieren
- Glaubwürdigkeit und Wirksamkeit der sozialen Medien

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

falcon, fanpagekarma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#46

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 30. März 2020 07:44:42
Letzte Änderung: Montag, 30. März 2020 07:48:17
Benötigte Zeit: 00:03:34
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media wird hauptsächlich als Kundenbeziehungsmanagement-Tool gesehen und ist bei uns im CRM angesiedelt.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Ka

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#47

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Montag, 30. März 2020 09:54:58
Letzte Änderung:	Montag, 30. März 2020 09:58:23
Benötigte Zeit:	00:03:25
IP-Adresse:	184.25.57.163

Seite 1

F1 Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?	**1-5 Mitarbeiter**
F2 Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?	**Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.**
F3 Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?	**CRM**
F4 Wie ist Ihre Abteilung organisiert?	**Ich bin eine One-Man-Show**
F5 Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?	**Facebook**
F6 Welche Social Kanäle nutzen Sie?	**Facebook,** **XING,** **Twitter,** **Youtube,** **LinkedIn,** **WhatsApp,** **Instagram**

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Das Altern eines Portals und die Aufnahme von Tätigkeiten auf neuen Portalen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#48

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 30. März 2020 10:11:23
Letzte Änderung: Montag, 30. März 2020 10:14:18
Benötigte Zeit: 00:02:55
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

Snapchat,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok (!)

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Reach

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift, Later, Trello

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#49

VOLLSTÄNDIG

Collector: Mobil-Link (Weblink)
Begonnen: Montag, 30. März 2020 11:02:07
Letzte Änderung: Montag, 30. März 2020 11:07:55
Benötigte Zeit: 00:05:47
IP-Adresse: 2.200.100.219

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Social Media ist bei uns im Unternehmen als ein eigenständiger Bereich etabliert. Das heißt, es gibt die Abteilung Online Marketing worunter Team Social Media, Team SEO, Team Content etc. fällt. Communications und PR ist ein Bereich für sich und gehört nicht dazu.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):
TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Content zu liefern, der die Menschen interessierst und inspiriert. Es gibt zu viele Wettbewerber, die eine Idee schneller oder besser umsetzen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Social Hub für das Community Management. Later für die Planung von Instagram-Postings. Iconosquare für das Monitoring.

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#50

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 2. April 2020 13:47:21
Letzte Änderung: Donnerstag, 2. April 2020 13:49:49
Benötigte Zeit: 00:02:27
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Etablierung von Corporate Influencern: Mitarbeiter für Social Media als Markenbotschafter fit machen

Einsatz von Videos - diese Disziplin wird noch wichtiger werden

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Falcon, Unicepta

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#51

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 8. April 2020 10:31:39
Letzte Änderung: Mittwoch, 8. April 2020 10:34:04
Benötigte Zeit: 00:02:25
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media wird hauptsächlich als Kundenbeziehungsmanagement-Tool gesehen und ist bei uns im CRM angesiedelt.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Glaubwürdigkeit, da Influencer etc immer stärker in die Kritik geraten

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Keins, nur die Insights der Kanäle

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#52

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 8. April 2020 10:38:57
Letzte Änderung: Mittwoch, 8. April 2020 10:43:03
Benötigte Zeit: 00:04:05
IP-Adresse: 104.123.69.148

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Frühzeitig auf neue Trends reagieren und mit kanalspezifischem Content die gewünschte Zielgruppe abholen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Iconosquare

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#53

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 8. April 2020 10:50:28
Letzte Änderung: Mittwoch, 8. April 2020 10:54:05
Benötigte Zeit: 00:03:37
IP-Adresse: 104.123.69.150

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Dass die Zielgruppen sehr stark verschwimmen.
Man hat nicht mehr diesen Erfolg wie früher mit Reach, CPC etc. wie früher.

F9 **Nein**

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Keine davon.

F11 **Vom Befragten übersprungene Frage**

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

#54

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 8. April 2020 12:12:26
Letzte Änderung: Mittwoch, 8. April 2020 12:14:42
Benötigte Zeit: 00:02:15
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Authentizität Neue Kanäle zu erforschen und die dafür passenden Inhalte zu produzieren.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Google Analytics, Facebook Business Manager

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#55

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 9. April 2020 08:21:07
Letzte Änderung: Donnerstag, 9. April 2020 08:25:11
Benötigte Zeit: 00:04:03
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
1 Mitarbeiter und eine Agentur

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Die Aufmerksamkeit der User zu bekommen , weil sie einer Informationsflut ausgesetzt sind und gerade als Unternehmen wird es immer wichtiger, aber auch immer schwieriger seine eigenen Inhalte so zu gestalten, dass sie von der eigenen Zielgruppe wahrgenommen werden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#56

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Sonntag, 12. April 2020 21:18:22
Letzte Änderung: Sonntag, 12. April 2020 21:28:04
Benötigte Zeit: 00:09:42
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Die User Wanderung junger Zielgruppen zu neuen Plattformen wie TikTok und die damit verbundene Relevanzverschiebung der Plattformen, Content-Relevanz

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweet Deck, Iconosquare, FB Businesses Manager

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#57

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 14. April 2020 11:26:29
Letzte Änderung: Dienstag, 14. April 2020 11:35:40
Benötigte Zeit: 00:09:10
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Mit qualitativem Content Menschen unterhalten oder unterstützen und nicht durch lauteren, billigeren Content untergehen.

Qualität muss zukünftig also noch mehr im Fokus stehen, weil die Konsumenten immer schwieriger zu erreichen sind. Sie werden immer wählerischer, launischer.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

swat.io, sprinklr, fanpagekarma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#58

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 16. April 2020 13:22:25
Letzte Änderung: Donnerstag, 16. April 2020 13:31:31
Benötigte Zeit: 00:09:06
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Kombination aus allem, da als Dienstleister aktiv.

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Beratung & Kreation in einer Agentur

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Alle!

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Bildung/Mitarbeiter Datenschutz

Uhrheberrecht

Verbreitung von Unwahrheiten

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Fanpage Karma

Percolate

Google Analytics

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#59

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Samstag, 18. April 2020 15:01:47
Letzte Änderung: Samstag, 18. April 2020 15:07:07
Benötigte Zeit: 00:05:20
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Authentizität bei der Diversifizierung von Social Media den Fokus für die eigenen Ziele zu bewahren

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Sprinklr

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#60

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 20. April 2020 10:35:17
Letzte Änderung: Montag, 20. April 2020 10:39:17
Benötigte Zeit: 00:04:00
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Steigende Konkurrenz

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

SprinkIr

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#61

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 20. April 2020 11:01:28
Letzte Änderung: Montag, 20. April 2020 11:03:34
Benötigte Zeit: 00:02:06
IP-Adresse: 184.25.57.163

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Split zwischen Paid Social & Organic Social

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Pinterest,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Kampf um organische Reichweite

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

falcon.io, smartly.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#62

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 20. April 2020 12:10:59
Letzte Änderung: Montag, 20. April 2020 12:15:41
Benötigte Zeit: 00:04:41
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
One Man Show plus Agentur

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tik Tok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Storytelling, SoMe nicht als reinen Push-Kanal sehen,für Werte einstehen und diese über SoMe kommunizieren, weg von der reinen produktkommunikation, Community Building

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Talkwalker, traackr, sprinklr

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#63

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Freitag, 24. April 2020 12:27:12
Letzte Änderung: Freitag, 24. April 2020 12:30:53
Benötigte Zeit: 00:03:40
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

WhatsApp,

tumblr,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Das Schaffen von wirklich interessanten und erfolgbringenden Social Media Kampagnen. Das bezieht sich sowohl auf innovative und kreative Influencer Placements, als auch durchdachte SocialPaid Media Kampagnen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Data Studio, Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#64

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 30. April 2020 16:01:58
Letzte Änderung: Donnerstag, 30. April 2020 16:06:01
Benötigte Zeit: 00:04:02
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Twitter

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

LinkedIn

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Kampf um Aufmerksamkeit aufgrund der Konkurrenz im Netz, organische Reichweite erreichen aufgrund der Algorithmen und der Konkurrenz

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck, Talkwalker, swat.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#65

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 30. April 2020 16:03:51
Letzte Änderung: Donnerstag, 30. April 2020 16:06:27
Benötigte Zeit: 00:02:36
IP-Adresse: 104.123.69.68

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Wir sind eine reine Social Media Agentur

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Pinterest,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Der Werbedruck und die wachsende Abnutzung der Werbeflächen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Fanpage Karma, alle Tools von Facebook selbst

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#66

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 30. April 2020 16:02:24
Letzte Änderung: Donnerstag, 30. April 2020 16:14:58
Benötigte Zeit: 00:12:33
IP-Adresse: 104.123.69.150

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ich bin eine One-Woman-Show mit Unterstützung einer Junior Texterin Digital.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Die richtigen Plattformen auszumachen, weil ständig neues aus dem Bode schießt, und diese sinnvoll für die anvisierte Zielgruppe zu nutzen. Darüber hinaus wird der richtige Einsatz und die gezielte Aussteuerung von Ads immer wichtiger und erfordert eine hohe Expertise.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift, Falcon

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#67

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 30. April 2020 16:40:47
Letzte Änderung: Donnerstag, 30. April 2020 16:50:37
Benötigte Zeit: 00:09:50
IP-Adresse: 184.25.57.163

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Authentizität Trends neue Kanäle frühzeitig erkennen und nutzen.
Social Media Kommunikation und Strategie kontinuierlich weiterentwickeln.
Mitarbeiter besser in die Kommunikation und Nutzung der Social Media Kanäle des Unternehmens nutzen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Vico Analytics
Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#68

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Sonntag, 3. Mai 2020 19:52:49
Letzte Änderung: Sonntag, 3. Mai 2020 20:09:20
Benötigte Zeit: 00:16:31
IP-Adresse: 52.52.100.49

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Social Media wird für das Recruiting genutzt.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Im stetigen Wandel des Arbeitsmarktes die Rolle von Social Media in der Candidate Journey zu definieren und effektiv zu nutzen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

keins

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#69

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 5. Mai 2020 09:49:28
Letzte Änderung: Dienstag, 5. Mai 2020 09:56:11
Benötigte Zeit: 00:06:43
IP-Adresse: 104.123.70.207

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
2 Social Media Managern mit eigenen Schwerpunkten, trotzdem muss jeder alles beherrschen und alle Kanäle betreuen.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter 1. Ausreichend Budgets und Ressourcen für die Arbeit zu erhalten. Social Media wird nach wie vor als etwas gesehen, dass man irgendwie mal so "mitmacht" und der Aufwand sowie Kosten für gute Arbeit wird unterschätzt. 2. Besonderes die schnelllebige Kommunikation, digitale Veränderungen und damit neue Kanäle und Formate erfordern ein anderes Arbeiten als in anderen Disziplinen. 3. Zugleich werden an Social Media Manager immer höhere und umfassende Anforderungen gestellt. Persönliche Weiterbildung innerhalb der Arbeitszeit und im daily sind Pflicht.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

ubermetrics, dirico

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#70

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Freitag, 8. Mai 2020 09:45:08
Letzte Änderung: Freitag, 8. Mai 2020 09:53:20
Benötigte Zeit: 00:08:11
IP-Adresse: 23.61.195.154

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Bildung/Mitarbeiter Authentizität Unternehmen müssen Haltung zeigen und gewisse Werte vermitteln mit denen sich die Community identifizieren kann. Authentische Partnerschaften zu Influencern können hier der Schlüssel sein, aber viel wichtiger ist es die Community durch user generated content an die Marke zu binden, neue Trends blitzschnell aufzugreifen und Engagement fördernde Formate in der Sprache der Zielgruppe zu entwickeln.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Falcon, Fanpage Karma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#71

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Samstag, 9. Mai 2020 21:59:57
Letzte Änderung: Samstag, 9. Mai 2020 22:02:55
Benötigte Zeit: 00:02:58
IP-Adresse: 92.122.206.80

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Bildung/Mitarbeiter Permanenter Wandel der Social Media Landschaft - Stets Up-To-Date sein. Dies ist die größte Herausforderung aber auch die größte Chance

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Mention Analytics

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#72

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 11. Mai 2020 07:52:23
Letzte Änderung: Montag, 11. Mai 2020 07:56:02
Benötigte Zeit: 00:03:38
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

keine Angabe

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#73

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 11. Mai 2020 07:54:10
Letzte Änderung: Montag, 11. Mai 2020 07:58:51
Benötigte Zeit: 00:04:40
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Blog

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Der schnelle Wandel des Kundenverhaltens. Die jüngeren Zielgruppe zieht sich immer mehr ins Private zurück- es ist schwer, diese über einen der Kanäle zu erreichen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Google Analytics, Facebook und Instagram Insights, Monitoring über eigenen Anbieter

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#74

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 11. Mai 2020 09:02:34
Letzte Änderung: Montag, 11. Mai 2020 10:30:28
Benötigte Zeit: 01:27:53
IP-Adresse: 92.123.107.102

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Die Zahl an neuen digitalen Angeboten steigt immer schneller - auch in Zukunft. Die Herausforderung wird sein, fortlaufend abzuwägen, welches dieser Netzwerke für die eigene Organisation relevant sein könnte bzw. in welcher Form sich neue Angebote sinnhaft integrieren lassen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tweetdeck

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#75

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 11. Mai 2020 17:01:14
Letzte Änderung: Montag, 11. Mai 2020 17:20:41
Benötigte Zeit: 00:19:26
IP-Adresse: 52.52.199.35

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ich bin eine One-Woman-Show, aber muss Inhalte vor VÖ mit dem Head of Content abstimmen. Redaktion und Social Media gehen hier Hand in Hand um ein Gesamtprodukt zu schaffen.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Youtube

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Sichtbarkeit Bildung/Mitarbeiter Einen Weg zu finden mit neuen Plattformen wie z.B. Tiktok und den Hintergründen solcher Plattformen umzugehen. Kann man ohne Probleme Content veröffentlichen? Wie schnell muss man als Unternehmen mit den Plattformen mithalten? Was passiert mit einer Plattform wie Facebook, die einerseits tot ist, aber bei Ü40 immernoch unfassbar populär. Wie lange hält man an Plattformen fest und wie schnell kann man sich in neue Plattformen einfinden, die sich z.B. primär auf Teenager konzentrieren.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Swat.io, tweetdeck, je nach Projekt und Kunde andere Tools wie Falcon.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#76

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 13. Mai 2020 16:42:16
Letzte Änderung: Mittwoch, 13. Mai 2020 16:55:13
Benötigte Zeit: 00:12:57
IP-Adresse: 104.123.70.207

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Kommunikation auf Stufe Corporate Communication, Emplyer Branding und Marketing auf Portfolioebene. Weitere Socialasing im Bereich Produkt und e-commerce wird in naher Zukunft vertieft berücksichtigt.

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Im Moment ist es eine One-Man-Show. In naher Zukunft stocken wir die Abteilung auf und es wird im Rahmen eines Content Board mehrere Manager geben, die mehrere Channels mit Inhalten befüllen.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Im Moment ist es LinkedIn und XING. Es folgen bis zum Sommer facebook (Reaktivierung), YouTube und Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Authentizität - State of the art zu bleiben ist die grösste Herausforderung.
- Weitere Challenges sind sicher einen stets hochwertige Content in Kombination mit den Multi-Channels Aktivitäten. E-Marketing in Bezug auf E-Mail, Website, Webshop etc. sind sicher weitere Pfeiler, die man im Fokus behalten muss. All diese Themenbereiche können geschlossen oder als Gesamtbild betrachtet und somit als Social Media Manager bearbeitet werden.
- Die wichtigste Voraussetzung ist und bleibt die Unternehmensstrategie und evtl. die Vision (also wo wollen wir hin etc.). Ohne Konzepte und klaren Zielen wird es schwierig werden einen qualitativ hohen Content zu bekommen und somit weiterhin interessant für die ganze Community oder wenigstens für die Zielgruppe zu sein.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

- Google Analytics
- Hootsuite
- falcon
- teilweise ERP / CRM

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#77

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 18. Mai 2020 09:23:38
Letzte Änderung: Montag, 18. Mai 2020 09:25:49
Benötigte Zeit: 00:02:10
IP-Adresse: 104.123.70.28

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

k.A.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite, Fanpagekarma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#78

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 19. Mai 2020 09:07:04
Letzte Änderung: Dienstag, 19. Mai 2020 09:17:31
Benötigte Zeit: 00:10:27
IP-Adresse: 23.66.114.173

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Ich bin alleinige Verantwortliche über alle SM Bereiche und generiere / gestalte allen Content alleine.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Abverkauf

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Die Spreu vom Weizen zu trennen. Es gibt einfach zu viele und zu viel Content, welcher leider nur semi-brauchbar ist.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Wordpress Statistik Plugins, Facebook Pages Manager

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#79

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 26. Mai 2020 12:07:08
Letzte Änderung: Dienstag, 26. Mai 2020 12:18:04
Benötigte Zeit: 00:10:55
IP-Adresse: 95.90.255.223

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Pinterest,
WhatsApp,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter socialmedia als mindestens gleichbedeutend im marketingmix anzusiedeln und dies auch entsprechend personell und weiterbildend im betrieb zu bewerten und umzusetzen.

Zu erkennen dass es viel wertvoller ist, dies intern über mitarbeiter (aus allen abteilungen, nicht nur im marketing) umsetzen zu lassen, als über externe agenturen einzukaufen. Gleichzeitig können diese gemeinsamen, abteilungsübergreifende aktionen sehr teambildend sein!

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Tailwind, hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#80

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 2. Juni 2020 16:58:55
Letzte Änderung: Dienstag, 2. Juni 2020 17:02:52
Benötigte Zeit: 00:03:56
IP-Adresse: 83.236.211.54

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Flickr,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Der Entscheidungsebene die Relevanz von Social Media inkl. Budget Shift zu verdeutlichen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facebook Business und Werbeanzeigen Manager

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#81

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Sonntag, 7. Juni 2020 22:30:45
Letzte Änderung: Sonntag, 7. Juni 2020 22:34:41
Benötigte Zeit: 00:03:56
IP-Adresse: 109.41.194.125

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Glaubwürdigkeit Agilität/Wandel Die Wichtigkeit von Emotionalität gegenüber dem reinen Abverkauf klar machen.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#82

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 9. Juni 2020 16:15:31
Letzte Änderung: Dienstag, 9. Juni 2020 16:32:59
Benötigte Zeit: 00:17:28
IP-Adresse: 95.223.58.215

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Pinterest,
Youtube,
LinkedIn,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Organische Reichweite

Budget (Pay to play)

Entwicklung bestehender Kanäle / neuer Kanäle

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Falcon.io

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#83

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 11. Juni 2020 09:17:36
Letzte Änderung: Donnerstag, 11. Juni 2020 09:21:21
Benötigte Zeit: 00:03:44
IP-Adresse: 95.91.213.217

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Hat keine große Bedeutung im Unternehmen

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
Spaß bringen und die Marke Aktiv halten

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Sonstiges (bitte angeben):
Keine so wirklich

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Keine Ahnung

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#84

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 16. Juni 2020 07:28:58
Letzte Änderung: Dienstag, 16. Juni 2020 07:36:14
Benötigte Zeit: 00:07:16
IP-Adresse: 95.90.204.170

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Ist eine eigene, gut funktionierende Abteilung innerhalb des Unternehmens und ergänzt damit das Portfolio im Online Marketing

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Eine Ausbildung für dieses Feld anbieten zu wollen, sehe ich kritisch, da sich das Feld so schnell weiterentwickelt, dass man mit einer Ausbildung eigentlich kaum hinterher kommen wird.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Later, Hootsuite, Facelift Cloud, creator studio

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#85

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 17. Juni 2020 10:43:56
Letzte Änderung: Mittwoch, 17. Juni 2020 10:47:02
Benötigte Zeit: 00:03:06
IP-Adresse: 80.187.110.68

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Authentizität Immer die Zielgruppe zum richtigen Zeitpunkt auf den richtigen Kanal zu erreichen. Auch bei „älteren“ SM Kanälen wie Facebook.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ich weiß nicht.

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Diverse...

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#86

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 18. Juni 2020 06:33:10
Letzte Änderung: Donnerstag, 18. Juni 2020 06:36:08
Benötigte Zeit: 00:02:58
IP-Adresse: 185.22.140.179

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Ein Team, das sick themenbezogenen auf die Kanäle aufteilt

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Authentizität Sich den Chancen und Risiken der einzelnen Netzwerke bewusst zu werden.
Man muss nicht auf jeden Zug aufspringen, aber die Zielgruppe da erreichen, wo sie ist.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Keine

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#87

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Donnerstag, 25. Juni 2020 16:05:18
Letzte Änderung: Donnerstag, 25. Juni 2020 16:08:12
Benötigte Zeit: 00:02:53
IP-Adresse: 87.79.0.66

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Die erfolgreiche Einbdinung der KI, Menschen für Community Management zu sensibilisieren, der schnellen Geschwindigkeit, mit der sich die Plattformen entwickeln, die richtigen Werbeformen entgegenzusetzen und aktuelle Trends nicht zu verpassen. Datenschutz und Probleme beim Tracking über Pixel und Co

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#88

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 29. Juni 2020 12:18:09
Letzte Änderung: Montag, 29. Juni 2020 12:22:13
Benötigte Zeit: 00:04:03
IP-Adresse: 87.128.173.178

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,
XING,
Twitter,
Youtube,
LinkedIn,
Flickr,
Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Sichtbarkeit Authentizität Uploadfilter

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

keines

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#89

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Montag, 29. Juni 2020 22:14:43
Letzte Änderung:	Montag, 29. Juni 2020 22:17:50
Benötigte Zeit:	00:03:06
IP-Adresse:	95.223.73.209

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Employer Branding

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Snapchat,

WhatsApp,

tumblr,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

TikTok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Die Antwortet kostet und gibts nicht umsonst ;)

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Viele

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#90

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Freitag, 3. Juli 2020 11:49:45
Letzte Änderung: Freitag, 3. Juli 2020 11:52:06
Benötigte Zeit: 00:02:21
IP-Adresse: 217.243.247.228

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Abverkauf

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Zielgruppenorientierte Ansprache, User-generated-Content kreieren, Authentizität

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift, Facebook-Tools

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#91

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Freitag, 3. Juli 2020 14:18:50
Letzte Änderung:	Freitag, 3. Juli 2020 14:27:05
Benötigte Zeit:	00:08:15
IP-Adresse:	82.194.116.78

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

5-10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Wir sind eine Agentur, die mehrere Social Media Auftritte allumfassend für Kunden betreuen. Jeder Mitarbeiter hat unterschiedliche Schwerpunkte, die jeweils in die Arbeit eingbracht werden.

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tik Tok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Die ständige Weiterentwicklung des Themas und dass jene Dinge, die heute gelten, morgen bereits überholt sind. Dass das Media Buying auf den Plattformen richtig beherrscht wird und im Zusammenspiel mit Strategie und Konzeption geplant und eingebucht wird und Mediaagenturen, die nur das Einbuchen übernehmen, obsolet werden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Creator Studio, Sprinkler, Later, Awario, Spreadfast

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#92

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 6. Juli 2020 07:29:10
Letzte Änderung: Montag, 6. Juli 2020 07:36:27
Benötigte Zeit: 00:07:16
IP-Adresse: 145.133.142.104

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Sonstiges (bitte angeben):
Wir sind eine Social Media Agentur

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

WhatsApp,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tiktok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Authentizität Das gesamte Potential der soziale Medien zu nutzen, anstatt nur marginale darauf stattzufinden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Sprinklr, Facelift

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#93

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 6. Juli 2020 08:06:47
Letzte Änderung: Montag, 6. Juli 2020 08:23:39
Benötigte Zeit: 00:16:51
IP-Adresse: 95.91.251.179

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Authentizität Die größte Herausforderung ist seit jeher, dass sich die Kanäle und ihre Zielgruppen stetig verändern und man sich immer wieder darauf anpassen muss. Dadurch, dass immer mehr Menschen/Unternehmen auf Social Kanälen aktiv werden, sinken die organischen Reichweiten. Und umso mehr Unternehmen in Ads investieren, umso teurer werden diese. Die Messlatte, wie gut der eigene Content sein muss, wird dadurch immer höher gelegt.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Falcon, Meltwater, Fanpagekarma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#94

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 8. Juli 2020 15:50:47
Letzte Änderung: Mittwoch, 8. Juli 2020 15:54:04
Benötigte Zeit: 00:03:16
IP-Adresse: 77.12.33.10

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Neue Plattformen wie TikTok mit teilweise zweifelhaftem Ruf

Social Commerce Möglichkeiten (IG checkout, Pinterest Kataloge...usw)

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite und das FB creator Studio

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#95

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 13. Juli 2020 16:45:46
Letzte Änderung: Montag, 13. Juli 2020 16:48:17
Benötigte Zeit: 00:02:30
IP-Adresse: 109.41.129.226

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind ein Team aus mehreren Social-Media-Managern/Managerinnen, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten arbeiten (CRM, Marktforschung, Marketing,...)

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

LinkedIn,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Tiktok

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Mit den Entwicklungen Schritt halten und gleichzeitig Kompetenzen zur Beratung aufbauen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Dirico, sprinklr

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#96

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 13. Juli 2020 21:42:49
Letzte Änderung: Montag, 13. Juli 2020 21:45:37
Benötigte Zeit: 00:02:47
IP-Adresse: 2.202.165.195

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist bei uns soetwas wie eine Stabsabteilung mit Projekt-Mitarbeitern aus vielen unterschiedlichen Abteilungen.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Instagram,

Sonstiges (bitte angeben):

Telegram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Immer am Ball bleiben, stetige Weiterbildung

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Keine

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#97

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Montag, 13. Juli 2020 22:01:19
Letzte Änderung: Montag, 13. Juli 2020 22:33:20
Benötigte Zeit: 00:32:01
IP-Adresse: 95.90.224.131

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

mehr als 10 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Sonstiges (bitte angeben):
PR, Prävention, Gefahrenabwehr, Nachwuchsgewinnung

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

anders (bitte angeben):
Kommunikation ist analog zu der dezentralen Organisationsstruktur organisiert: zentrale Stabsebene, dezentrale Unterebenen (regional). Ich bin als Social-Media-Manager - also als Experte - auf Stabsebene angesiedelt. Ich berate von dort aus die dezentralen Kommunikationsteams, gebe Impulse, erarbeite Konzepte, gebe interne Fortbildungen - und werte schließlich alle Social-Media-Aktivitäten aus (Controlling).

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität In Zeiten von Filterblasen und Fake News weiterhin seine Zielgruppen zu erreichen - und von ihnen als glaubwürdig und zuverlässig wahrgenommen zu werden.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Facelift Cloud, Tweetdeck

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#98

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 21. Juli 2020 09:47:52
Letzte Änderung: Dienstag, 21. Juli 2020 09:49:42
Benötigte Zeit: 00:01:50
IP-Adresse: 91.224.226.196

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media Manager*innen sind Enabler, die Mitarbeitern anderer Bereiche Kompetenz in Social-Themen zu vermitteln - denn Social Media wird als Disziplin angesehen, die in Zukunft viele Mitarbeiter beherrschen sollen, nicht als neues Berufsfeld.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

Twitter,

Youtube,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Datenschutzrechtliche Bestimmungen

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Ja

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

SocialHub, Fanpagekarma

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#99

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Dienstag, 21. Juli 2020 11:29:17
Letzte Änderung: Dienstag, 21. Juli 2020 11:32:17
Benötigte Zeit: 00:02:59
IP-Adresse: 188.98.71.237

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Facebook

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Youtube,

Instagram

Sonstiges (bitte angeben): Google+

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Bildung/Mitarbeiter Change Management, da viele die Wichtigkeit der sozialen Medien noch nicht verstanden haben!

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Bisher keine

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media läuft so neben her - eigentlich interessiert sich aber niemand wirklich für Ihre Arbeit.

#100

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Mittwoch, 22. Juli 2020 06:25:36
Letzte Änderung: Mittwoch, 22. Juli 2020 06:28:39
Benötigte Zeit: 00:03:02
IP-Adresse: 185.22.140.13

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media wird hauptsächlich als Kundenbeziehungsmanagement-Tool gesehen und ist bei uns im CRM angesiedelt.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Twitter

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Youtube

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Ja

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

....

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Von Ihren Vorgesetzten erhalten Sie bei Bedarf Unterstützung, ansonsten spielen die Social Media Aktivitäten jedoch eine untergeordnete Rolle im Unternehmen. Social Media wird nicht abteilungsübergreifend gedacht.

#101

VOLLSTÄNDIG

Collector: Web Link 1 (Weblink)
Begonnen: Freitag, 24. Juli 2020 09:57:04
Letzte Änderung: Freitag, 24. Juli 2020 10:28:29
Benötigte Zeit: 00:31:24
IP-Adresse: 93.253.233.34

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

Sonstiges (bitte angeben):
Ich bin leider kein SM-Manager, unser Team ist 1-5 Mitarbeiter groß.

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

PR

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Wir sind mehrere Social-Media-Manager*innen, die jeweils schwerpunktmäßig einen Social-Kanal betreuen

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

LinkedIn

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

XING,

LinkedIn,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Agilität/Wandel Mit den neuen Trends mithalten

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Gute Frage...

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.

#102

VOLLSTÄNDIG

Collector:	Web Link 1 (Weblink)
Begonnen:	Freitag, 24. Juli 2020 17:08:34
Letzte Änderung:	Freitag, 24. Juli 2020 17:12:15
Benötigte Zeit:	00:03:41
IP-Adresse:	91.41.190.2

Seite 1

F1

Sie sind Social Media Manager*in. Wie groß ist das Social Media Team Ihres Unternehmens?

1-5 Mitarbeiter

F2

Wie wird Social Media in Ihrem Unternehmen gelebt?

Social Media ist ein Bestandteil unsers PR- und Marketing-Mix und damit in die Kommunikationsabteilung eingegliedert.

F3

Was sind überwiegend die Ziele Ihrer Social-Media-Aktivitäten?

Marketing

F4

Wie ist Ihre Abteilung organisiert?

Ich bin eine One-Man-Show

F5

Welcher Social-Kanal ist am wichtigsten für Sie/Ihr Unternehmen?

Instagram

F6

Welche Social Kanäle nutzen Sie?

Facebook,

Twitter,

Pinterest,

Youtube,

WhatsApp,

Instagram

F7

Haben Sie eine spezielle Social Media Aus- oder Weiterbildung absolviert?

Nein

F8

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Social-Herausforderungen in den nächsten Jahren und warum?

Authentizität Immer wieder neue Wege zu finden, spannende Beiträge zu machen, damit die Follower nicht gelangweilt sind und sich denken, dass sie diese Art von Beitrag schon tausendmal gesehen haben.

F9

Bieten Sie/Ihre Firma Social-Media-Seminare für Ihre Mitarbeiter an?

Nein

F10

Welche Social-Media-Tools nutzen Sie, zur Steuerung und zum Monitoring (z.B. Hootsuite, Tweetdeck, falcon.io...)?

Fanpage Karma, Hootsuite

F11

Welchen Stellenwert nimmt das Social-Media-Management aus Ihrer Sicht innerhalb Ihres Unternehmens ein?

Social Media hat einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Unternehmenskultur. Die Arbeit des Social Media Teams erfährt Wertschätzung von Vorgesetzten und Kollegen.