

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Probleme und Rezepte vii

Einleitung	1
Über dieses Buch	2
Über die Herausgeber und Autoren	5
 1 Social-Media-Ziele und -Strategie finden und festlegen	 9
1.1 »Leider« gibt es keine Patentrezepte	9
1.2 Ziele und Strategie sind eine dialogische Koproduktion	15
1.3 Rezepte zur besseren Ausrichtung Ihrer Strategie und Ziele an denen des Unternehmens	18
 2 Richtlinien erstellen für Social Media im Unternehmen	 31
2.1 Governance – Policy – Guidelines?	31
2.2 Rezepte für die Umsetzung Ihrer Social Media Guidelines	35
2.3 Monitoring	45
2.4 Krisen-Fahrplan	46
 3 Prozesse: Den Arbeitsalltag organisieren	 47
3.1 Wozu brauchen Sie Prozesse?	47
3.2 Was lernen Sie in diesem Kapitel?	48
3.3 Social Media verändert die Prozesse Ihrer Organisation	49
3.4 Rezepte zur Implementierung von Social Media in Prozessen	57

4	Social Media im Berufsalltag	67
4.1	Arbeitsorganisation – Rudern gegen den Strom	67
4.2	Alles, nur kein 9-to-5-Job (oder: nur nicht die Work-Life-Balance verlieren)	73
4.3	Mit der richtigen technischen Ausstattung können Sie auch mal abschalten	77
4.4	Mut zum Abschalten: von der Notwendigkeit, neue Kraft zu tanken	77
5	Wenn Mitarbeiter zu Markenbotschaftern werden – mehr Teilhabe an Social Media im Unternehmen	79
5.1	Mehr Teilhabe der Mitarbeiter an den Social-Media-Aktivitäten	79
5.2	Mitarbeiter als Markenbotschafter	80
5.3	Von der Theorie zur Praxis: Wer macht mit – und wo lauern die Fettnäpfchen?	81
5.4	Rezepte für mehr Teilhabe	85
5.5	Formen der Teilhabe – Beispiele für Mitarbeiter-Engagement im Social Web	99
6	Arbeiten mit Dienstleistern	105
6.1	Dienstleister sind überlebensnotwendig	105
6.2	Wie gewinnen Sie Dienstleister für Ihr Unternehmen?	106
6.3	Erkennen und minimieren Sie Reibungsverluste	113
6.4	Schaffen Sie Transparenz zu aktuellen Themen und Aktivitäten	116
6.5	Bilden Sie ein Team aus Internen und Externen	117
6.6	Rezepte für eine bessere Zusammenarbeit mit Dienstleistern	118
6.7	Sorgen Sie für eine gesunde Beziehung zu Ihrem Dienstleister	122
7	Interne Kommunikation	125
7.1	Nehmen Sie das Unternehmen mit auf die Reise	125
7.2	Ohne interne Kommunikation ist alles nichts	126
7.3	Interne Kommunikation betrifft alle: Teamkollegen, unmittelbare Vorgesetzte, Management, Mitarbeiter	127
7.4	Wenn Sand ins Getriebe kommt	131
7.5	Rezepte für mehr Erfolg als Social Media Manager	134
7.6	Gute Erfolge, mehr Budget	139
7.7	Katalysatoren und Helfer: Warum Sie Dienstleister für Ihre interne Kommunikation nutzen sollten	142
7.8	Beispiele für Ihre Praxis	144