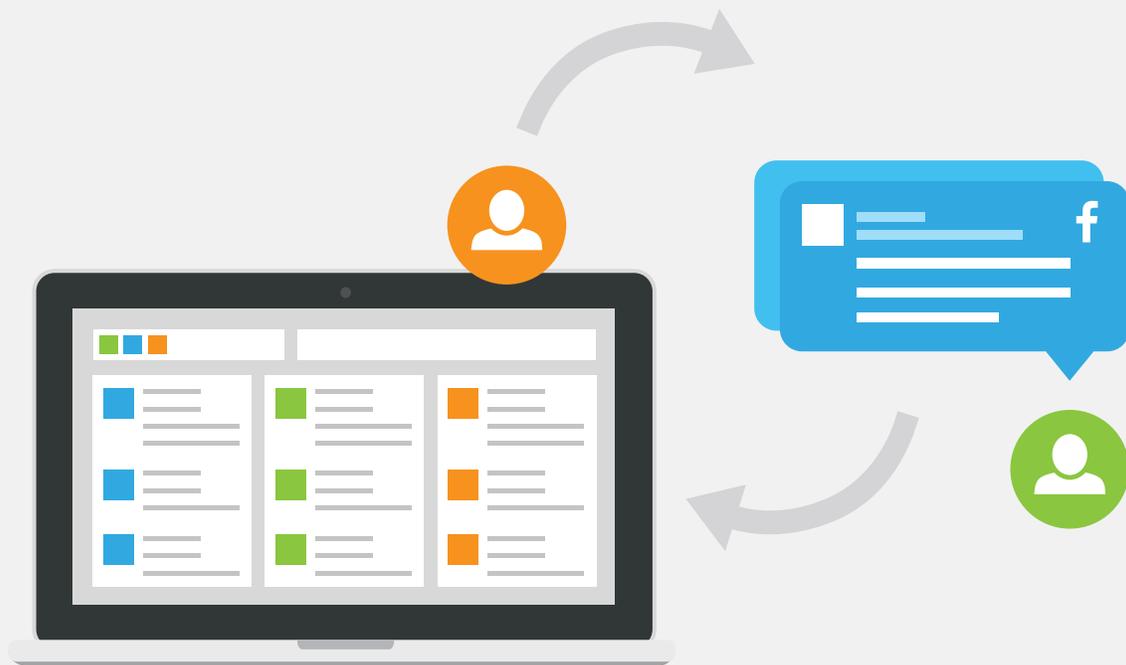


GUIDE

Kaufratgeber

Social-Relationship-Plattformen
für Unternehmen



Ein Leitfaden für den Leistungsvergleich zwischen Social Relationship Plattform für Unternehmen

Für Unternehmen, die Social Media einsetzen, ist es mittlerweile nicht mehr empfehlenswert, ohne Verwendung einer Social Relationship Plattform (kurz: SRP) vorzugehen. Eine zentralisierte Plattform erfüllt die Ansprüche zahlreicher Stakeholder in verschiedenen Abteilungen an Nachrichtenveröffentlichung und Datenanalyse.

Mittels einer SRP können alle Abteilungen und Unternehmensbereiche, darunter Marketing-, PR-, und Personalabteilungen sowie Vertrieb und Kundendienst, die Aktivitäten in den sozialen Medien in nachhaltige Verbesserungen des Geschäftsbetriebs sowie des Finanzergebnisses umwandeln.

Damit Sie durch die Wahl einer SRP auch tatsächlich den größtmöglichen Wert schöpfen können, müssen die verschiedenen Lösungen auf die langfristigen Anforderungen des Unternehmens hin untersucht werden. Die folgende Checkliste unterstützt den Evaluierungsprozess und trägt zu einer durchdachten Investition bei.

Die 10 entscheidenden Funktionen einer Social Relationship Plattform für Unternehmen:

1. Social Media Management
2. Engagement
3. Integrationen
4. Zusammenarbeit
5. Compliance
6. Sicherheit und Governance
7. Anpassungsfähigkeit
8. Weltweite Kundenbetreuung
9. Analytics und Berichterstellung
10. Schulung und Fortbildung



1. Social Media Management

Eine SRP unterstützt bei der Verwaltung der Online-Interaktionen eines Unternehmens. Durch die Lösung werden die Beobachtungs- und Interaktionsmethoden in sozialen Netzwerken rationalisiert und Arbeitsabläufe innerhalb der Abteilungen und Teams optimiert. Um als Unternehmen Social Media effektiv zu verwalten und zum Knüpfen von Kontakten einsetzen zu können, muss eine SRP folgende Merkmale aufweisen:

- ✔ Eine zentrale Plattform, die globale sowie regionale soziale Netzwerke und ihre Nutzung unterstützt
- ✔ Anzeigen und Verwalten von Inhalten in mehreren sozialen Netzwerken
- ✔ Planungsfunktion zum effektiven Veröffentlichen von Inhalten in mehreren sozialen Netzwerken und zugehörigen Profilen
- ✔ Ordnungssystem für Einzelpersonen, Teams und Abteilungen zur optimalen Anpassung an die jeweiligen Beteiligungserfordernisse
- ✔ Kalenderansicht der zu versendenden Inhalte mit Autoreuzuordnung zur gleichzeitigen Nachverfolgung und Verwaltung
- ✔ Such-Streams und benutzerdefinierte Listen zur Filterung und vereinfachten Überwachung
- ✔ Erkennen und Löschen von problematischen Beiträgen in sozialen Netzwerken

Soziale Medien haben die Art und Weise, wie wir mit Fans kommunizieren, wirklich verändert. Sie haben verändert, wie wir Feedback von den Fans bekommen. Sie haben die Art und Weise verändert, wie wir erkennen, was die Fans wollen und was unser Produkt, unsere Inhalte oder die Liga insgesamt ihnen bieten müssen. Soziale Medien sind für uns zu einer ausgezeichneten Ebene für wechselseitige Kommunikation geworden.

Steve McArdle, Senior VP Digital, NHL

- ✔ Zugreifen auf Konversationsverläufe und interne Korrespondenz
- ✔ Importieren von umfangreichem Inhalt über .csv-Dateien
- ✔ Auffinden von Webinhalten und Verstärken ihrer Wirkung in sozialen Netzwerken
- ✔ Zuverlässige mobile Anwendung in Ergänzung zur webbasierten Version

2. Engagement

Organisation, Planung und effiziente Arbeitsabläufe sind Grundvoraussetzungen für die Interaktion in sozialen Medien. Um als Unternehmen Engagement in Social Media auf geschäftsfördernde Weise zu betreiben, muss eine SRP folgende Merkmale aufweisen:

- ✔ Eine zentrale Plattform zum Veröffentlichen von Inhalten in mehreren sozialen Netzwerken
- ✔ Gezieltes Eingrenzen bestimmter Zielgruppen in den verschiedenen sozialen Netzwerken (über Attribute wie Geschlecht, Bildungsgrad, Alter, Berufsbezeichnung und -erfahrung)
- ✔ Integriertes Tool zur internen Kommunikation und Weiterbearbeitung von externen Nachrichten aus sozialen Netzwerken zu Diskussions- und Promotionzwecken
- ✔ Identifizieren von wichtigen Influencern anhand der Klout Score (führende Kennzahl für Einfluss in Social Media)

Wir hören gerne, was die Kunden uns bei Virgin mitzuteilen haben und schätzen die Interaktion mit ihnen sehr. Wir wollen die sozialen Medien dazu nutzen, an diesen Unterhaltungen teilzuhaben, um somit unsere Produkte und Dienstleistungen stetig zu verbessern.

Daniel Richards, Digital Director, The Virgin Group

- ✔ Nachrichtenzuweisungsfunktion für die reibungslose Interaktion zwischen internen Teams oder Gruppen, externen Agenturen sowie den Zielgruppen in den verschiedenen sozialen Netzwerken
- ✔ Veröffentlichungsabläufe zur kontrollierten und zielgerichteten Beantwortung von in sozialen Netzwerken aufgetretenen Anfragen

3. Integrationen

Die sozialen Medien sind ein aktiver Raum, in dem jeden Tag neue Apps an den Start gehen. Für Unternehmen ist es wichtig, dass die SRP zum einen die Integration der neuesten Apps und zum anderen der bereits verwendeten Systeme und Programme für beispielsweise CRM, Marketing-Automation, Kundendienst und Content Discovery erlaubt. Damit sichergestellt ist, dass bereits verwendete sowie zukünftig betrieblich genutzte Anwendungen in das Ökosystem des Unternehmens integriert werden, müssen die folgenden Merkmale aufgewiesen werden:

- ✓ Enge Integration mit Partner-Netzwerken einschließlich der Zertifizierung im Rahmen von Partner-Programmen wie Preferred Market Developer von Facebook, Certified Products von Twitter und dem Social Media Management Program von LinkedIn
- ✓ Umfassendes und stets wachsendes App-Verzeichnis (eine Sammlung von Erweiterungen und Applikationen zur Funktionserweiterung der SRP)
- ✓ Open API/SDK für maßgeschneiderte Funktionen als Build-in oder Build-out
- ✓ Internationale Unterstützung sozialer Netzwerke zum Anzapfen globaler Netzwerke mit Nischenstatus



4. Zusammenarbeit

Die Organisationsstruktur großer Unternehmen besteht aus einer komplexen Zusammensetzung aus Abteilungen, externen Dienstleistern und Agenturen. Zur Vereinfachung der Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten Parteien sind folgende Funktionen bei einer SRP maßgebend:

- ✓ Beteiligung mehrerer Personen an der Beobachtung und Veröffentlichung in den entsprechenden sozialen Netzwerken über die Vergabe von Zugriffsberechtigungen
- ✓ Nachrichtenzuweisungsfunktion für die reibungslose Interaktion untereinander, mit externen Agenturen sowie den Zielgruppen in den verschiedenen sozialen Netzwerken
- ✓ Arbeitsabläufe zur Übermittlung von Nachrichten an bestimmte Personen, Teams oder Abteilungen
- ✓ Interaktion mit den Zielgruppen in einer Vielzahl von Sprachen, Zeitzonen und Regionen
- ✓ Internes Kommunikationswerkzeug zur Weiterbearbeitung externer Nachrichten aus sozialen Netzwerken zu Diskussions- und Promotionzwecken

Ein durchschnittliches Großunternehmen verfügt über 178 Konten in sozialen Netzwerken; 13 Abteilungen - darunter Marketing, Personalabteilung, Außendienst und Rechtsabteilung - sind in den sozialen Medien aktiv.

Jermiah Owyang, Altimeter Group

5. Compliance

Organisationen, die soziale Medien als Kommunikationsmittel verwenden, sehen sich einer breiten Palette an rechtlichen Risiken gegenüber; besonders ist dies in regulierten Branchen wie dem Finanz- oder Gesundheitssektor der Fall. Um Complianceverstöße zu vermeiden, muss ein Unternehmen über interne Richtlinien und Archivierungssysteme verfügen. Compliance kann im Unternehmen leichter eingehalten werden, wenn die SRP die folgenden Funktionen bietet:

- ✔ Automatische Archivierung - permanente Aufzeichnung jeglicher Online-Kommunikation entsprechend den Compliancevorschriften
- ✔ Einbindung von Compliancebeauftragten in die Freigabewarteschlange über Arbeitsabläufe und feinstufige Zugriffsberechtigungen
- ✔ Aufzeichnen, wer welche Nachricht in welchem sozialen Netzwerk veröffentlicht
- ✔ Vorheriges Freigeben von Inhalten für Social Media zur Sicherstellung der Richtigkeit und Markenkonformität der Nachrichten

Die fünf größten Risiken von Social Media (in internen Audits festgestellt)

- Schädigung der Marke und/oder des Rufes
- Durchsickern von Daten (persönliche Mitarbeiterinformationen)
- Datensicherheit (Betriebsgeheimnisse)
- Viren und Malware
- Verstöße gegen Vorschriften und Compliance

Quelle: Protivi

- ✔ Richtlinienverwaltung
- ✔ Automatische Inhaltsmoderationen - Sicherstellen der Übereinstimmung von Inhalten mit den vorher festgelegten Compliancerichtlinien

6. Sicherheit und Governance

Als Unternehmen in den sozialen Medien müssen die wertvollen Social Media-Assets sowie der Ruf der Marke geschützt werden. Um eine größtmögliche Rendite, Markenkonsistenz und Sicherheit bei den Kampagnen in den sozialen Medien sicherzustellen, werden die folgenden Funktionen benötigt:

- ✔ OAuth 2.0 - Verbindung zu sozialen Netzwerken ohne deren Passwörter anzuzeigen, zu speichern oder zu übertragen
- ✔ Single Sign-On - Aufrechterhalten von zentraler Kontrolle und zentralem Zugriff auf die SRP über Mitarbeiterverzeichnisse
- ✔ Kontobereitstellung - Verwaltung der Zugriffs-, Schreib- und Freigabeberechtigungen von Mitarbeitern
- ✔ Sichere Veröffentlichungsumgebung, die unternehmenseigene Social Media-Profilen gegen das Veröffentlichen von Inhalten über nicht autorisierte Applikationen schützt
- ✔ Vorheriges Freigeben von Inhalten für Social Media zur Sicherstellung der Richtigkeit und Markenkongruenz der Nachrichten
- ✔ Überwachen, Archivieren und Durchsuchen von Social Media-Inhalten anhand spezifischer Metadatenfelder

Als Energieunternehmen sind Sicherheit und Vorbereitung bei uns zentrale Werte. Über die Kontoerkennung (Audit der Konten in Social Media) konnten wir eine Reihe von Konten ausfindig machen, die den Namen und die Marke von PPL verwendeten. Da wir nun über diese Konten in Kenntnis gesetzt waren, konnten wir, wo nötig, entsprechende Schritte zur Entfernung dieser wildwüchsigen Konten einleiten. Außerdem haben wir interne Abläufe für die Erstellung neuer Konten in den sozialen Medien eingeführt.

Lissette Santana, Branding & Stakeholder Communications Manager, PPL

- ✔ Absichern wertvoller Social Media-Assets über feinstufige Zugriffsberechtigungen für Teams
- ✔ Automatisierte Kontoerkennung - automatische Suche in den sozialen Medien nach Konten, die im Zusammenhang mit der Marke stehen
- ✔ Erweiterte Sicherheit für Social Media-Profilen - Schutz gegen die Kaperung von markeneigenen Social Media-Assets

7. Anpassungsfähigkeit

Jede Organisationsstruktur erfordert eine Lösung, die an die wachsenden Bedürfnisse von Abteilungen, Marken und Standorten anpassbar ist. Um das Wachstum der Unternehmensstrukturen in Einklang mit dem Wachstum in Social Media zu bringen, muss beim Leistungsvergleich verschiedener Anbieter von SRPs sichergestellt werden, dass folgende Funktionen vorliegen:

- ✓ Sichere Plattform mit Unterstützung von 10 bis über 500.000 Mitwirkenden
- ✓ Veröffentlichen von Inhalten auf über 50 globalen und regionalen sozialen Netzwerken
- ✓ Unterstützung jedes beliebigen Organisationsmodells von einer eindämmenden zentralen Strategie bis zu einem dezentral aufgefächerten Modell
- ✓ Plattform mit Unterstützung von mehreren Sprachen, um der globalen Benutzerschaft und den Lokalisierungsbemühungen Rechnung zu tragen
- ✓ An die Ansprüche jeder Abteilung angepasste Arbeitsabläufe
- ✓ Minimierte Einrichtungszeit und erhöhte Etablierungsgeschwindigkeit durch On-Demand-Schulungen
- ✓ Optionale, live durchgeführte Schulungssitzungen und Professional Services

8. Weltweite Kundenbetreuung

In den sozialen Medien herrscht rund um die Uhr Aktivität. Ein Unternehmen braucht eine SRP mit einem Supportsystem, das jede Frage oder jedes technische Problem beseitigen kann. Damit ein Unternehmen mit der benötigten Kundenbetreuung ausgestattet ist, muss ein Anbieter Folgendes bieten:

- ✓ Persönliche Kundenbetreuung über jeden Kanal
- ✓ Zugriff auf eine Wissensdatenbank und Supportgemeinschaft
- ✓ Mehrsprachige Kundenbetreuung
- ✓ Technischer Support rund um die Uhr
- ✓ Kontomanagement

Kunden greifen zunehmend auf soziale Medien zurück, um ihre Beschwerden direkt bei den Unternehmen vorzubringen. Fast 78% glauben, dass dies die nächste Stufe des Kundendienstes wird.

Zendesk, Complaining Ain't Easy Report

Da Orange an den verschiedenen Standorten in sozialen Netzwerken aktiv war, entstand die Herausforderung aus dem Innern des Unternehmens heraus. Wir waren gezwungen, uns weiterzuentwickeln und unsere Arbeitsweise zu verändern. In der Vergangenheit arbeiteten die Dienstleistungsbereiche und Abteilungen abgeschottet auf ihrem Einsatzgebiet, beispielsweise Marketing, Kundendienst, Kommunikations- oder Personalabteilung. Nun arbeiten diese Abteilungen zusammen.

Lionel Fumado, Social Media Manager, Orange

9. Analytics und Berichterstellung

Eine Herausforderung des Einsatzes von Social Media in Unternehmen stellt die Rückführung auf den Umsatz dar. Unternehmen benötigen eine SRP, mit der die verschiedenen Ebenen des Engagements in den sozialen Medien analysiert und entsprechende Berichte erstellt werden können. Um den Beitrag der verschiedenen Ebenen zum Social-Media-ROI nachzuvollziehen und einen tiefgehenden Einblick in das Engagement zu gewinnen, müssen folgende Anforderungen erfüllt werden:

- ✓ Integration von vorliegenden Webanalytics-Tools
- ✓ Analyse des Engagements auf allen Plattformen und Social-Media-Konten
- ✓ Maßgeschneiderte Berichterstellung mit Exportfunktion für das gesamte Social Media Measurement als .xls-, .csv- oder .pdf-Datei
- ✓ Eigener Kurz-URL-Dienst, um die Engagementstatistiken von Beiträgen zu ermitteln (einschließlich einer Option auf eine Wunsch-URL)
- ✓ Nachvollziehen von Conversions über jede Webanalytics-Plattform, die benutzerdefinierte Parameter unterstützt
- ✓ Automatische Archivierung — Aufzeichnung des Engagements in den verschiedenen Social-Media-Kanälen mit Exportfunktion

Hootsuite hat bei der Erstellung und Auswertung von Berichten sehr geholfen. Über diese Berichte konnte die MLS Einblick in die Ebenen des Engagements in den sozialen Medien gewinnen und den ROI der Social Media-Strategie bestimmen.

Major League Soccer Case Study

- ✓ Funktion zum Nachverfolgen von der Zuweisung einer Nachricht bis zum Abschluss
- ✓ Integration von Daten mit bereits betrieblich genutzten Anwendungen, um die Strategie zu lenken und zur Entscheidungsfindung beizutragen
- ✓ Social Media Command Center — ein anpassbares, unternehmensgerechtes Tool für die Datenvisualisierung |

10. Schulung und Fortbildung

Die Landschaft der sozialen Medien verändert sich rasend schnell und verlangt von Unternehmen, geschult und flexibel zu bleiben. Bei der Wahl einer SRP muss ein Anbieter mit den folgenden Eigenschaften überzeugen:

- ✔ Schulung zu Social Media und dem Produkt on demand, Ausbildungsvideos und Webinare mit Vordenkern
- ✔ Möglichkeit der Teamevaluation mittels Tests, Prüfungen und Arbeitsblättern
- ✔ Branchenweit anerkannte Zertifizierung
- ✔ Speziell an die jeweiligen Bedürfnisse und Anforderungen der Abteilungen und des Unternehmens angepasste Schulungen
- ✔ Situationsbezogene Simulationen zur Erstellung und Durchführung eines effektiven Notfallplans für den Fall eines Anstiegs der Social Media-Aktivität

Mithilfe einer situationsbezogenen Simulation wurde unsere Kommunikationsabteilung auf die bevorstehende Umbenennung unseres Unternehmens vorbereitet. Als der Tag dann gekommen war, wusste unser Team erfolgreich und effizient mit den Rückmeldungen von Kunden und aus der Öffentlichkeit umzugehen.

Jaime Stein, Senior Manager, Social Media, Tangerine

Über Hootsuite Enterprise

Beschleunigen Sie jetzt Ihr Social Business mit Hootsuite

Social Marketing



Social Selling



Social Customer Service



Mitarbeiterbotschafter



Social Media-HR



Hootsuite ist die weltweit meistgenutzte Plattform zur Verwaltung von Social Media. Die Software hat weltweit mehr als 10 Millionen Benutzer und über 800 Unternehmen der Fortune 1000 setzen täglich ihr vollstes Vertrauen in sie.

Mithilfe von Hootsuite Enterprise können Organisationen im Zeitalter der sozialen Medien Unternehmensstrategien umsetzen und Social Media-Aktivitäten übergreifend in den unterschiedlichsten Teams, Abteilungen und an globalen Standorten skalieren. Die vielseitige Plattform unterstützt ein wachsendes Ökosystem sozialer Netzwerke sowie mehr als 200 Unternehmensanwendungen und Integrationen. Dies ermöglicht die Erweiterung bereits bestehender Systeme und Programme um den Faktor Social Media.

Gemeinsam mit unseren Channel- und Agenturpartnern unterstützen wir Organisationen beim Aufbau nachhaltiger Beziehungen zu Kunden, der fortlaufenden Berücksichtigung der Marktbedürfnisse, Umsatzsteigerung und Gewinnung wertvoller Erkenntnisse aus Social Media-Daten. Innovationsgetrieben seit der ersten Stunde setzen wir uns für Organisationen ein, die die Social Media-Landschaft erschließen wollen und sorgen durch Schulungen im Produkt, für Gruppen und die gesamte Organisation sowie mit Sicherheits- und Compliance-Services für ihren Erfolg.

Fragen Sie jetzt nach einer individuell zugeschnittenen Demo auf enterprise.hootsuite.com

Über 800 Unternehmen der Fortune 1000 vertrauen Hootsuite

