

Checkliste Social Media

Einen Social-Media-Account zu erstellen, ist heutzutage einfach.

Die E-Mail-Adresse ist schnell eingetragen und ein sicheres Passwort rasch gewählt. Doch wie geht es danach weiter? Lohnt sich eine Online-Präsenz für das Unternehmen überhaupt – und ist sie realistisch umsetzbar? Welche Ziele sollen damit verfolgt werden? Und welche Aspekte sind entscheidend, wenn man sich als Unternehmen online präsentieren möchte?

Diese Checkliste bietet Ihnen einen kompakten Überblick über die wichtigsten Punkte, die für einen erfolgreichen Social-Media-Auftritt wesentlich sind.

Bevor es losgeht – Grundsatzfragen klären

- ☐ Es besteht ausreichend Content-Potenzial, um den Kanal dauerhaft aktiv zu bespielen
- ☐ Eine passende Namensidee liegt vor; die Verfügbarkeit ist geprüft und gegebenenfalls bereits reserviert
- ☐ Betreuung des Kanals erfolgt intern oder durch eine Agentur – je nach vorhandenen Ressourcen
- ☐ Finanzielle, personelle und zeitliche Ressourcen stehen zur Verfügung. (z. B. Urlaubs- oder Krankheitsvertretung, Redaktionsplanung, etc.)
- ☐ Zugriffsrechte auf den Account sind klar geregelt und dokumentiert
- ☐ Verantwortlichkeiten sind klar geregelt und dokumentiert (z. B. Redaktion, Freigabe, Community Management, etc.)
- ☐ Rechtliche Rahmenbedingungen beachten (Urheberrecht, DSGVO, Impressumspflicht)
- ☐ Interaktionsregeln festlegen (z. B. Kommentarfunktion aktiv/deaktiviert, Wer antwortet auf Kommentare & Nachrichten)
- ☐ Leitlinien für den Umgang mit Kritik und Konflikten erstellen (Krisenkommunikation, Netiquette)
- ☐ Zielgruppe definieren, einschließlich relevanter Merkmale und Bedürfnisse
 - Ist die Zielgruppe überhaupt auf Social Media aktiv?
 - Falls ja, auf welchen Plattformen?
 - Art der Ansprache („Du“ oder „Sie“, mit oder ohne Emojis, locker oder formell, etc.)
- ☐ Content-Strategie festlegen (z. B. Ziele, zentrale Themen, Tonalität, Markenwerte, etc.)
- ☐ Geeignete Content-Formate (z. B. Bilder, Videos, Reels, animierte Clips, Interviews oder Slideshows) auswählen
- ☐ optional: Strategie für bezahlte Werbung festlegen (z. B. Budget, Ziele, Zielgruppen, Kanäle)

Die ersten Schritte

- ☐ Sichere aber dennoch merkbare Zugangsdaten (E-Mail + Passwort) einrichten
- ☐ Profilbild mit Wiedererkennungswert wählen (z. B. Unternehmenslogo, angepasst auf Format der jeweiligen Plattform)
- ☐ Aussagekräftige Bio erstellen (Kurzinfo, Website-Link, ggf. Adresse und Kontaktdaten, Verknüpfung weiterer Social-Media-Kanäle)
- ☐ Homepage mit Social-Media-Kanal verlinken
- ☐ Redaktionsplan erstellen (z. B. Postingfrequenz, Themenrubriken, Zuständigkeiten, etc.)
- ☐ Inhalt sammeln und aufbereiten
- ☐ Vielfalt an Formaten einplanen (z. B. Bildposts, Storys, Reels / Videos, Karussellposts)
- ☐ Kanal bekannt machen (z. B. auf Website ankündigen, in Newslettern, E-Mail-Signaturen oder Printmaterialien verlinken)
- ☐ Vorstellungspost veröffentlichen (z. B. persönlicher Begrüßungspost mit kurzer Vorstellung)

Alltag – Kanal aktiv nutzen & beobachten

- ☐ Beiträge regelmäßig plane & hochladen
- ☐ Hashtags & Keyword konsistent nutzen
- ☐ Interaktionen, Reaktionen & Feedback aktiv beobachten
- ☐ Community-Management betreiben nach definierten Leitlinien
- ☐ Ziele und KPIs definieren & messen (z. B. Followerwachstum, Reichweite, Interaktionsrate)
- ☐ optional: Partner / relevante Akteure verlinken
- ☐ optional: Vernetzung und Zusammenarbeit mit anderen Accounts
- ☐ optional: Monitoring & ggf. Reaktion bei kritischen Kommentaren

Auf dem Laufenden bleiben – Weiterentwickeln & anpassen

- ☐ Content regelmäßig aktualisieren (veraltete Infos löschen, neue Themen, saisonale Inhalte)
- ☐ Trends aktiv beobachten (relevante Entwicklung frühzeitig aufgreifen → schnelle reagieren, da Timing entscheidend ist)
- ☐ Strategie regelmäßig hinterfragen & ggf. anpassen
- ☐ Plattform-Veränderungen (Algorithmen, Funktionen) beobachten und einarbeiten
- ☐ optional: neue Formate testen und evaluieren