

# Fallbeispiel zur Social Media Manager(in) der PZOK Prüfung 2012 / 2013

## Fallbeispiel 1: „Tue Gutes und rede darüber!“ Die Sparkassen-Idee im Wettbewerb

Nach der Prüfungsordnung der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK), gemeinnützige GmbH, Reinhardtstr. 19, 10117 Berlin

Diese Präsentation wurde der PZOK von einem/r TeilnehmerIn zur Verfügung gestellt. Sie ist eine gute und beispielhafte Darstellung einer Fallbeispielbearbeitung, die innerhalb von zwei Stunden für die mündliche Prüfung ohne weitere externe Hilfsmittel erstellt wurde.

Die Präsentation wird mit mündlichen Erläuterungen der Prüfungskommission vorgetragen. Deshalb können mit der Präsentation nur Teilaspekte der mündlichen Prüfung veröffentlicht werden. Wesentlichen Einfluss auf die Benotung hat die Art wie Sie die Inhalte präsentieren und was Sie zu den Stichworten auf den Folien sagen. Die Präsentation stellt eine Möglichkeit aus vielfältigen Lösungswegen dar. Fassen Sie deshalb diese Präsentation nicht als die einzig gültige Norm auf.

Die Aufgabe und die Präsentation dürfen nur zur Lehr- und Ausbildungszwecken im Rahmen der Vorbereitung zur Social Media Manager Prüfung (PZOK) der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft verwendet werden.

# Tue Gutes und rede darüber

Konzept zur Intensivierung der  
Kundenbindung von Sparkassen

-Regionaler Ansatz –

(Sparkassen arbeiten ungern zusammen)

# Sparkassen-Idee

- Nicht nur Finanzdienstleister sondern engagiert für Mensch und seine regionale Umwelt -> Gemeinwohlorientierung
- Lokale Investition in Sport, Kultur, Bildung, Umwelt, Soziales

# Ausgangssituation

- Zielgruppe: Bestandskunden, alle Altersstufen, mittelständische Privatkunden
- Wahrnehmung Sparkasse als lokal stark präsent
- Umfang Portfolio und Umfang des gesellschaftlichen Engagements nicht bekannt
- Produkte der Sparkasse etwas teurer, daher nicht konkurrenzfähig mit Wettbewerb

# Kernbotschaften Sparkasse und kommunikative Ansätze

- Fair -> transparente Kommunikation
- Menschlich -> Dialog
- Nah -> Issue Management: welche Themen beschäftigen die Menschen, soziale Nähe, Nähe am Zeitgeschehen...
- Regional -> hyperlokale Präsenzen
- Engagiert -> Art und Umfang von Engagement sammeln
- Kompetent -> Knowhow Transfer / Issue Management
- Nachhaltig -> Umweltthemen / green finance

# Ziele der Kommunikationsstrategie

- Kundenbindung stärken
- Identifikation mit der Sparkasse / Commitment
- Rechtfertigung höherer Preise gegenüber Wettbewerb
- Engagement dokumentieren und dadurch das Gesamtbild der Sparkasse beeinflussen

# Inhalte des Konzepts zur Kundenbindung

- Issue Management
  - welche Themen beschäftigen die Menschen lokal wirklich?
  - Wo wird Geld gebraucht?
- **Vergemeinschaftung mit Kunden**
  - wenn wir helfen, dann hilfst du automatisch mit, wenn du Konto bei uns hast / automatische Spende von Kontogebühren / für jeden Fan 1 Euro für Projekt ...
- Aufklärung über Breite und Tiefe des Engagements durch Mitteilung

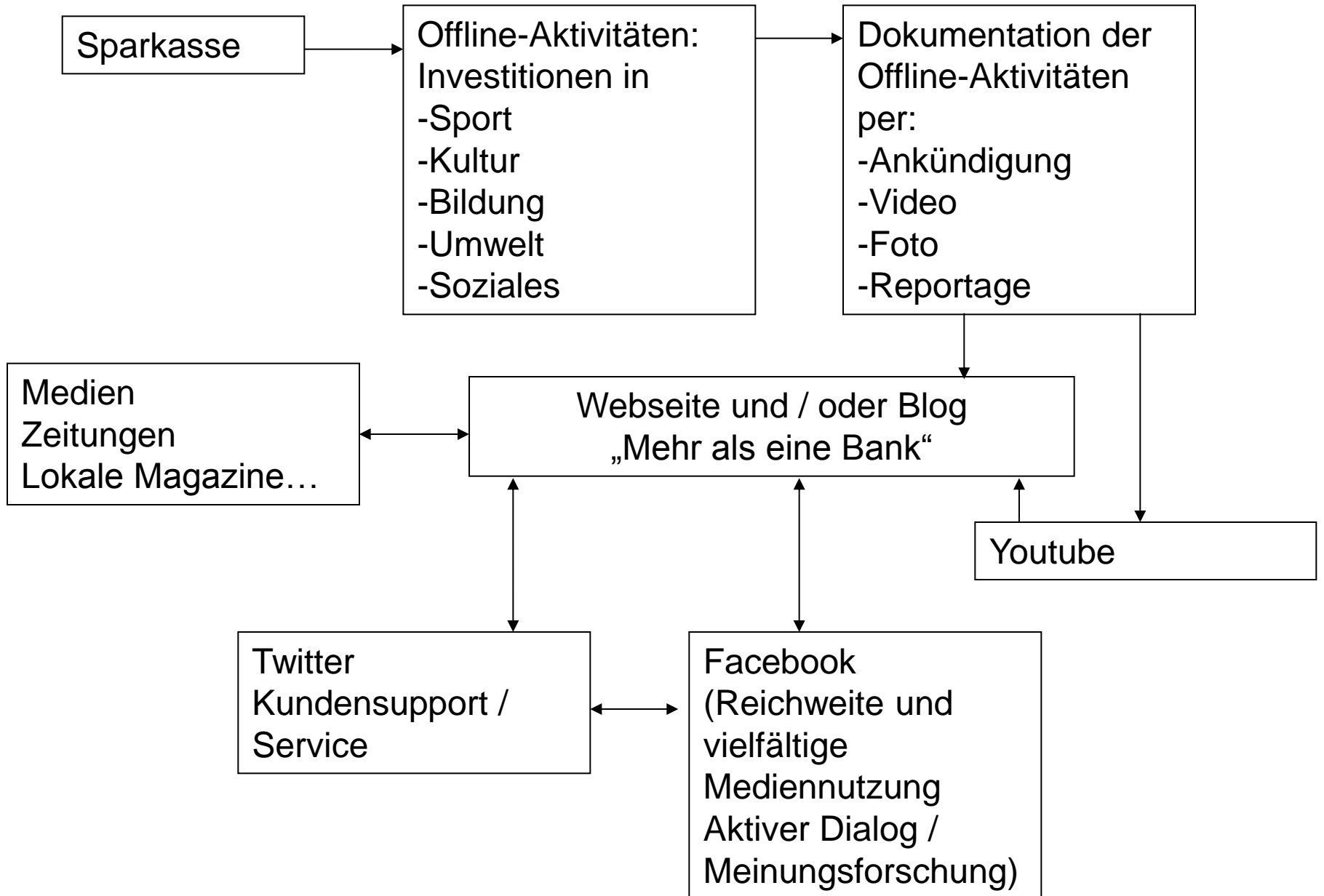
# Vorgehensweise

- Monitoring / Analyse wo genau sind meine Kunden aktiv, welche Kanäle werden wie stark genutzt, wo wird über die Sparkasse mit welchem Sentiment gesprochen
- Issue Management
- Social Media Board und Teambuilding
- Redaktionsplan
- Budget / Ressourcen
- Mitarbeiterkommunikation / Einbeziehung klassische Medien und persönlicher Kundenkontakt zum Hinweis auf Soziale Medien
- Monitoring



# Umsetzung / Kanäle

- Facebook
  - Aktiver Dialog mit Kunden / Freunden
  - Vorschläge machen lassen für Investitionen
  - Meinungsumfrage
  - Bilder und Videos zu Engagement
- Blog
  - Ausführliche Infos zu aktuellen Themen
  - Experten zu Themen suchen



# Influencer

- Regionale Partner / Experten zu den begünstigten Bereichen suchen
  - Sportverein, Kunst / Kultur Direktoren...
  - Gemeinsame Aktionen mit regionalen Partnern
- Vergleichsportale (langfristig)
  - Aufnahme des Bewertungskriteriums Nachhaltigkeit / Soziales Engagement / Lokale Präsenz /

# Monitoring

- Beobachten, welche Issues / Themen werden angenommen, geteilt usw.
- Themenschwerpunkte und Kanäle filtern
- Heikle Themen beobachten / Krisenvorbeugung

# Verknüpfung offline / online

- Mitarbeiter und Kundenberater informieren und einbeziehen
- Integration Facebook Zeichen auf allen Medien
- Integration QR-Code zu Video oder Webseite
- App zu Finanzprodukten-Auswahl

# Verknüpfung von Abteilungen

- Je mehr Sparkassenprodukte ein Kunde hat, desto enger die Bindung
- Infoblog zu Kapitalmarktprodukten / Musterdepot
- Einbeziehung Abteilungen in Engagement, z.B. LBS Immobilien neues Haus für Kinderheim...
- Gibt es passende Produkte zu Engagement?
  - Sport: Unfallversicherung...
- Kommunikation Abteilungen untereinander über soziale Kanäle, z.B. interne Blogs
  - Gesprächsleitfäden....