

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.



Social Media Konzept für die Sparkasse

Prüfung zum Social Media
Manager (PZOK)



Vorgehen

1. Situationsanalyse
2. Strategieentwicklung
3. Umsetzung und Bewertung

1. Situationsanalyse

- Sparkasse als „Allfinanzanbieter“ für alle Zielgruppen
 - 423 eigenständige Sparkassen
 - LBS, Deka, Spezialanbieter
- Kernbotschaften
 - Fair, Menschlich, Nah
 - Regional, Engagiert, Kompetent, Nachhaltig
- Gemeinwohlorientierung
 - Lokale Maßnahmen vor Ort
 - Überregionale Projekte
- Zunehmende Digitalisierung
 - Geldautomaten, Online- und Mobile-Banking
 - Vergleichsportale im Internet
- Sparkasse ist Marktführer in Deutschland
- Konkurrenzangebote: Kostenlose Girokonten und Kreditkarten



2. Strategieentwicklung

- Ziele und Zielgruppe
- Inhalte und Plattformen
- Partner
- Organisation und Ressourcen
- Erfolgsmessung
- Vernetzungsplan

2. Strategieentwicklung

- Ziel: „Identifikation der Kunden/Verbraucher mit ihrer Sparkasse und der Sparkassen-Idee erhöhen“
 - Geschäftsmodell erlebbar machen, insbesondere „persönliche Nähe“ und „gesellschaftliche Wohlfühlentwicklung“
 - Reichweite
 - Interaktion
 - Kundendialog intensivieren
 - Kundenbindung erhöhen
 - Mehrwert bieten
 - von Mitbewerbern absetzen
- Zielgruppe
 - Privatkunden (und Geschäftskunden)
 - Bestands- und Neukunden
 - Alle Alters- und Einkommensgruppen

2. Strategieentwicklung

■ Inhalte

- Themen: Förderprojekte, Kundenservice, Aktionen, Veranstaltungen, Erfahrungsberichte, branchenrelevante Inhalte, aktuelle Diskussionen, Einblick durch Mitarbeiter, Unterhaltung
- Form: Bilder, Videos (Interviews, Videoblogs), Grafiken (Factsheets, Infografiken, Statistiken), Texte, Audio

■ Plattformen

- Blog
- Vergleichsportale und Foren
- Youtube
- Facebook



2. Strategieentwicklung

■ Partner

- Geförderte Vereine und Unternehmen
- Städte und Gemeinden
- Geschäftskunden

■ Organisation und Ressourcen

- Social Media Board
- Social Media Team
- Redaktionsplan und Inhaltserstellung, Verantwortlichkeiten, Guidelines und Eskalationsmodell, Monitoring

2. Strategieentwicklung

■ Erfolgsmessung

- Reichweite: Zugriffszahlen, Verlinkungen, Fans, Trafficquellen
- Interaktion: Kommentare, Likes, Teilnahme an Umfragen etc.
- Kundendialog intensivieren: Kommentare, bearbeitete und gelöste Anfragen
- Kundenbindung erhöhen: schwer messbar (ggf. Kündigungen, Kunden sind treuer)
- Mehrwert bieten: Kommentare, Likes
- von Mitbewerbern absetzen: Share of Voice

■ Vernetzungsplan

- Vernetzung von online und offline!

3. Umsetzung und Bewertung

Bsp.: Förderung eines regionalen Sportevents

- Online: Bericht und Bewerbung auf Homepage, in Blog, auf Facebook, auf Youtube
 - Offline: Regionale Tageszeitung, Hinweis in (Stellen-)Anzeigen, Plakate, Aufsteller, Flyer bei Beratungsgesprächen und beim Event
- > Vernetzung!

3. Umsetzung und Bewertung

Bsp.: Förderung eines regionalen Sportevents

Erfolgsmessung:

- Reichweite: Zugriffszahlen, Verlinkungen, Trafficquellen, Share of Voice
- Interaktion: Kommentare, Likes, Teilnahme an Umfragen etc.
- Kundendialog intensivieren: Kommentare
- Mehrwert bieten: Kommentare, Likes



**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**