

Wie Social Media-Ziele festlegen?

Wissen, wo es langgehen soll!

Wollen Sie mir Hilfe von Social Media die Zugriffszahlen auf Ihre Homepage erhöhen, neue Mitglieder gewinnen oder die Kundenzufriedenheit verbessern? Oder wollen Sie die Reichweite Ihrer Social Media-Präsenzen erhöhen?

Egal welche Ziele Sie sich setzen: Diese sollten nachprüfbar sein!

Bei der Festlegung nachprüfbarer Ziele hilft die [SMART-Formel](#).

SMART steht für:

- S = spezifisch/konkret
- M = messbar
- A = attraktiv
- R = realistisch
- T = terminiert

Beispiele für smarte Social Media-Ziele eines Sportvereins:

1.) Bekanntheitsgradsteigerung des Vereins und seiner Angebote

SMART: Die Anzahl der Fans/Follower (Abonent*innen) einer Social Media-Präsenz des Vereins soll innerhalb von sechs Monaten um 50 % erhöht werden.

SMART: Mit einer Anzeigekampagne auf Facebook und Instagram (Social Media Ads) zur Bekanntmachung eines neuen Vereinsangebotes sollen die Zugriffe auf die Vereins-Homepage innerhalb des Werbezeitraums um mindestens 100 % erhöht werden.

2.) Neumitgliedergewinnung via Social Media

SMART: Erfassung der neu gewonnenen Vereinsmitglieder, die mittels Social Media auf den Verein und seine Angebote aufmerksam geworden sind, durch eine entsprechende Abfrage im Aufnahmeantrag.

3.) Steigerung der Besucher*innenzahlen auf der Vereins-Homepage

SMART: Monatliche Erfassung, wie sich der Traffic auf der Vereins-Homepage über Verlinkungen von Social Media-Plattformen (des Vereins + x) verändert. Es wird eine Steigerung von 5 Prozent je Monat angestrebt.

4.) Social Media als Servicefunktion

SMART: Die Bearbeitungsdauer von Mitglieder-/Serviceanfragen über soziale Medien beträgt max. 2 Tage.

SMART: Die Anzahl der via Social Media erfolgreich beantworteten Anfragen soll bei mindestens 90 % liegen.

5.) Steigerung der Interaktionsraten auf den Social Media-Präsenzen des Vereins

SMART: Die Anzahl der durchschnittlichen Interaktionen pro Posting (Kommentare, Likes, Klicks, Teilen der Beiträge, Tweets, Retweets) soll sich innerhalb von zwei Monaten um 20 Prozent erhöhen.

6.) Erwähnungen des Vereins in sozialen Medien

SMART: Die Anzahl der Medien, in denen der Verein erwähnt wird sowie die Anzahl der Nennungen sollen sich innerhalb eines Zeitraums von zwei Monaten um 20 Prozent erhöhen.

7.) Erfassung des Stimmungsbildes (Tonalität) über den Verein in sozialen Medien (Verbesserung des Vereinsimage)

SMART: 90 % Prozent der innerhalb von drei Monaten erfassten Beiträge über den Verein haben eine positive bzw. sehr positive Tonalität.

8.) Kontaktaufnahme von Interessent*innen (Leads) mit dem Sportverein via Social Media

SMART: Generierung einer zuvor festgelegten Anzahl von Leads (z.B. Newsletter-Abonent*innen, Bestellungen im Fanshop des Vereins) innerhalb eines definierten Zeitraumes (z.B. 3 Monaten) via Social Media.

9.) Neukund*innengewinnung

SMART: Erfassung der Kund*innen, die einen auf einer Social Media-Präsenz hinterlegten Gutschein für einen Vereinskurs genutzt/eingelöst haben und als Neukund*innen gewonnen werden konnten.