Social Media Dashboard und Monitoring einrichten - ein Twittwoch Workshop in Berlin

31.05.2010, 08:33 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Twittwoch e.V.*



Facebook, Twitter, Blogs – das Dashboard unterstützt den Social Media Manager

Berlin, 29. Mai 2010 – Am 23. Juni 2010 findet in Berlin zum zweiten Mal der Twittwoch Workshop zum Thema

Social Media Dashboard und Social Media Monitoring einrichten

statt. Das Seminar zeigt anhand der kostenlosen Software NetVibes, wie sich Social Media-Verantwortliche ein Dashboard für die operative Alltagsarbeit einrichten können. Die vermittelten Kenntnisse ermöglichen auch, Social Media Monitoring für Kunden oder das eigenen Unternehmen zu betreiben bzw. einen Social Media Newsroom einzurichten.

Jeder operativ tätige Social Media Manager kennt das: Erste Auftritte in sozialen Netzen sind aufgebaut, Kontakte generiert und Inhalte eingestellt. Nahezu täglich gibt es mehr oder weniger als Routinearbeit zu bezeichnende Tätigkeiten zu erledigen. Zumeist sind hierzu bestenfalls ein paar Bookmarks im Browser eingerichtet, um schnell zu den eigenen Auftritten bei Twitter, Facebook und Co. sowie den benötigten Tools wie z.B. Hootsuite, Facebook Page Insights, RSS-Reader etc. navigieren zu können. Neben den eigenen Erwähnungen, Replies, Trackbacks und sonstigen Benachrichtigungen wollen relevante, externe Quellen und die Aktivitäten der Kontakte ständig im Blick behalten werden.

Das grundsätzliche Dilemma: Informationsüberfluss trifft auf Zeitmangel bei gleichzeitig ständig ansteigendem Produktivitätsanspruch. Erschwerend kommt leider noch immer oftmals hinzu, dass zeitlicher Aufwand für Aktivitäten in Social Media von Vorgesetzten bzw. dem Management eher geduldet denn als vollwertige Arbeitszeitverwendung angesehen wird.

Um die täglichen Anforderungen zu erledigen, bilden sich in Folge häufig zumeist mehr oder weniger automatisch

individuelle, nicht dokumentierte Check-Routinen heraus. Leicht entsteht hierbei jedoch unterschwellig ein eher ungutes Gefühl der Dezentralität und mangelnden Greifbarkeit. Typische Fragen: „Habe ich jetzt alles gecheckt?“, „Wo war Link XYZ noch einmal?“, „Mit welchem Tool hatte ich letzten Monat eigentlich dieses Tortendiagramm meiner Tweets erstellt?“. Im Eifer des Gefechtes wird nur all zu leicht vernachlässigt, sich selbst eine Arbeitsumgebung zu schaffen, die es einem ermöglicht, die richtigen Dinge („Effektivität“) auf eine im Hinblick auf Zeit und Aufwand bestmögliche Art und Weise („Effizienz“) zu erledigen.

Genau hier setzt das in diesem Workshop vorgestellte und für jeden Teilnehmer und dessen Firma, Marke oder Eigenprofil im Workshop einzurichtende Social Media Dashboard an, indem es als elegante, von jedem Rechner der Welt mit Internetzugang im Browser erreichbare zentrale Lösung für die genannten Probleme fungiert.

Im Kern der vielfältigen Vorteile des Social Media Dashboard stehen grundsätzlich:

• Effizientes Organisieren der eigenen Tools und der eigenen Zeit für die Social Media Aktivitäten
• Tracking, Monitoring und Analyse der eigenen Reputation sowie relevanter Keywords
• Aggregieren und Darstellen aller eigenen Aktivitäten an einem zentralen Ort (Social Media Newsroom).

Auf Grund der hohen Flexibilität und Konfigurierbarkeit des Dashboard entsteht vor dem Hintergrund individueller Ansprüche und Herausforderungen oft ein ganz eigener Mehrwert für den jeweiligen Anwender.

An wen richtet sich der Fortgeschrittenen-Workshop?

Der Workshop richtet sich an Personen, die bereits Social Media Kanäle operativ für ihr Unternehmen oder sich selbst betreuen. Ebenfalls herzlich willkommen sind Teilnehmer, die aktuell planen, dieses zu tun und beabsichtigen, bereits vor dem Start bzw. von Beginn an sehr strukturiert und zentralisiert vorzugehen. Es handelt sich bei dem Workshop ausdrücklich um einen Fortgeschrittenen-Workshop: Begriffe und Funktionen wie zum Beispiel “RSS”, “Hashtags” und “Widgets” sollten bekannt sein.

Was sind die Ziele des Workshops?

Die Teilnehmer werden nach dem Workshop:

• Ein individuell konfigurierbares Cockpit für die eigene tägliche, operative Arbeit erstellen können.
• Die notwendigen Kenntnisse und Quellen erworben haben, um dieses Cockpit weiter anpassen zu können.
• In der Lage sein, hierdurch Konversationen und Erwähnungen zur eigenen Firma, Marke oder sich selbst effizient und weitreichend zu verfolgen, zu tracken und auszuwerten.
• Bei Bedarf zusätzlich zur internen Variante eigenständig einen externen, aggregierenden Newsroom erstellen können.

Für die Teilnahme werden 149 € inkl. USt. berechnet. Das Early-Bird-Ticket kostet 119 € inkl. USt. und Mitglieder des media.net berlinbrandenburg können für 99 € inkl. USt. an der Schulung teilnehmen.

Alle im Workshop verwendeten Tools sind kostenlos, Zusatzkosten fallen nicht an. Für die Teilnahme am Workshop ist ein WLAN-fähiges Notebook mit einer aktuellen Version eines gängigen Browsers wie FireFox, Safari oder Chrome erforderlich.

Der Workshop wird von Jan-Hendrik Senf, M.A. MBA, geleitet. Jan-Hendrik ist Berater und Begleiter für Effektivität und Effizienz in Social Media. Er hat u.a. für und mit Berlin.de, tip Berlin, Ein Hartz für Berlin und die Steinbeis SMI gearbeitet.

Der Workshop findet in der Steinbeis SMI – School of Management and Innovation – in der Franklinstraße 15, 10587 Berlin, statt:

http://www.twittwoch.de/praxisworkshop-social-media-dashboard/

Schlagworte:

Social Media Dashboard, Social Media Monitoring, Social Media Newsroom, Social Media Marketing, Social Media Training, Social Media Seminar, Twitter, Facebook, Blogs

Portrait

Über den Twittwoch e.V.:

Die Veranstaltungsreihe „Twittwoch“ thematisiert aktuelle Themen und Trends zu Social Media in und für Unternehmen: von Marketing über Facebook, über die Frage, ob Social Media überhaupt geschäftlich sinnvoll ist, bis zu den Herausforderungen der sich ändernden Kommunikationsanforderungen – innerhalb der Unternehmen und im Gespräch mit deren Kunden.?
?
Auf den regelmäßigen Treffen finden sich Selbstständige, Freiberufler und Unternehmen sowie deren Mitarbeiter zusammen und diskutieren über diese neuen Herausforderungen. Die kostenfreien Abendveranstaltungen werden durch den gemeinnützigen Verein Twittwoch e.V., Berlin, getragen. Die Twittwoch-Events finden mittlerweile in mehr als sieben Städten in Deutschland statt, so in Berlin, Köln, München, Essen, Frankfurt/Main, Chemnitz/Dresden/Leipzig, Hannover und Stuttgart.

News-ID: 433300 • Views: 191 (Stand: 02.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/433300/Social-Media-Dashboard-und-Monitoring-einrichten-ein-Twittwoch-Workshop-in-Berlin.html