

Was ist ein Social Media Manager?

20.12.2011, 14:03 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Online Leader*



Social Media

Menschen äußern in den Social Media positive und negative Meinungen und gestalten so aktiv öffentliche Meinungsbilder über Personen, Unternehmen und Marken. Ein negatives Meinungsbild führt zum Imageverlust und mindert den Unternehmens- und Markenwert. Ein intelligenter Dialog mit Menschen in den Social Media, sprich mit den Meinungsbildnern und potenziellen Kunden, sollte von einem versierten Social Media Manager geführt werden.

Was ist ein Social Media Manager?

In einer Person: Psychologe, Anthroposoph, Ethnograph, Evangelist, Rechtsanwalt und Geschichtenerzähler. Er interagiert, kollaboriert, beeinflusst und wird beeinflusst. Ein Social Media Manager hat einen komplexen und engagierten Job: verantwortlich für den Dialog mit Konsumenten, den er beobachtet und aktiv führt. Er kennt das Unternehmen, die Marke – seine Persönlichkeit und sozialen Status. Er folgt den Unternehmenszielen, die dem steten Wandel unterliegen.

Was ist kein Social Media Manager!

Er ist kein Geek, der einen Facebook-, Twitter-Account und Blog hat. Er ist weder ein Call-Center-Agent, der E-Mails beantwortet noch ein Berater, der sich nur um den Social Media-Auftritt sorgt.

Was sind die Qualifikationen eines Social Media Manager?

Seine bisherige Profession bringt Erfahrungen in Crossmedia, im Internet und Marketing mit. Er ist ein Senior Manager und strategischer Denker, der auf unternehmerische Entscheidungen hinwirken kann. Er hat langjährige Erfahrungen im Umgang und in der übergreifenden Kommunikation mit allen relevanten Unternehmensabteilungen. Seine Persönlichkeit motiviert und inspiriert. Er formuliert Unternehmensziele, forciert sie erfolgreich und referiert sie. Er ist technikversiert und mit Kundenbeziehungsmanagement (CRM) vertraut, untermauert von einer breiten Kenntnis der Konsumentensicht und deren Erforschung. Er kann intelligente Geschäftsideen formulieren, konzipieren und umsetzen. Ein Social Media Manager steht im Informationsdschungel stets hilfsbereit beiseite. Er ein leidenschaftlicher Vertreter der Unternehmenswerte und –ziele. Eine vertrauenswürdige Person mit transparenten Idealen, ein innovativer Selbstständiger mit der Fähigkeit zu adaptieren und zu improvisieren, der permanent zuhört und lernt. Er denkt nicht in Schubladen, besitzt die Fähigkeit zu inspirieren und Kommunikation zu lenken. Er ist ziel- und erfolgsorientiert.

Was können Sie von einem Social Media Manager erwarten?

- Die Erneuerung des Kundenservices: Auswertung von beeindruckenden Konsumenten-Erfahrungen, Konzeption von Kundenserviceleistungen, gebildete und inspirierte Konsumenten.
- Ein menschliches Gesicht für Marke/Unternehmen: Die Sicherung der Markenbekanntheit und des Unternehmensengagements. Schaffung von Transparenz, Authentizität und Offenheit gegenüber von Kritikern.
- Geschäftsentwicklung: Integration von Tools für das Review auf sozialen Plattformen. Effektive Promotion für die Fans - Marketing und PR: Identifizierung von Multiplikatoren. Die richtige Form für die virale Verbreitung von Botschaften.
- Aufbau von internen Ressourcen: Aufbau von Wissen im Unternehmen – es gilt laufend virtuelle Fokusgruppen zu identifizieren mit dem Ziel möglichst viele Consumer Insights zu bekommen. Entwicklung von Monitoring und funktionierenden Social Media Management, um Consumer Trends sofort zu erkennen und auf diese zu antworten.

Was braucht ein Social Media Manager vom Unternehmen?

- Geduld
- Menschliche und finanzielle Ressourcen
- Offenheit des Unternehmens und der Marke
- Den Rückhalt in der lernenden Organisation mit dem Willen zum Wachstum

Portrait

Als Diplom-Kommunikationswirtin mit Schwerpunkt Online, Unternehmenskommunikation, Design und Werbung berate ich seit über 11 Jahren Unternehmen und Organisationen.

News-ID: 595481 • Views: 155 (Stand: 10.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/595481/Was-ist-ein-Social-Media-Manager.html>