

Arbeitsblatt:

Evaluierung von Social-Media-Kanälen

1. Identifizierung der Social-Media-Kanäle

Welche Social-Media-Kanäle verwenden Sie derzeit?

Wir nutzen derzeit Facebook, Instagram und Twitter.

2. Engagement auf den Kanälen

Wie ist das Engagement (Likes, Kommentare, Shares, Follower-Wachstum) auf jedem dieser Kanäle?

Instagram hat die höchste Engagement-Rate, gefolgt von Facebook. Twitter hat die niedrigste Engagement-Rate.

3. Zeit- und Ressourcenaufwand

Wie viel Zeit und Ressourcen investieren Sie in jeden dieser Kanäle?

Wir investieren die meiste Zeit und Ressourcen in Facebook und Instagram. Twitter erfordert weniger Aufwand.

4. Zielgruppentreue

Welche Kanäle werden von Ihrer Zielgruppe am häufigsten genutzt?

Unsere Zielgruppe nutzt hauptsächlich Instagram, gefolgt von Facebook. Twitter wird weniger genutzt.

5. Inhaltliche Relevanz

Welcher Kanal eignet sich am besten für die Art von Inhalten, die Sie erstellen möchten?

Instagram eignet sich am besten für visuellen Content, während Facebook gut für längere Beiträge und Diskussionen ist. Twitter ist ideal für kurze, zeitnahe Updates.

6. Evaluierung

Basierend auf diesen Informationen, welche Kanäle sollten Sie weiterhin nutzen, in welche sollten Sie mehr investieren, und welche sollten Sie möglicherweise nicht weiter nutzen?

Angesichts des hohen Engagements und der Präferenz unserer Zielgruppe könnten wir in Instagram mehr investieren. Obwohl Twitter weniger Engagement hat, bleibt es ein nützlicher Kanal für kurze Updates. Angesichts des geringeren Engagements auf Facebook trotz hoher Investitionen könnten wir die Nutzung dieses Kanals jedoch überdenken.