DIN SPEC 91253:2012-03 (D)

Einführung und Management von Web 2.0 und Sozialen Medien in KMU

Inhalt

Seite

Vorwort 3

Einleitung 4

1 Anwendungsbereich 5

2 Begriffe 5

3 Chancen, Risiken und Voraussetzungen des Einsatzes von Web 2.0 und Sozialen Medien in KMU 6

4 KMU-spezifisches Vorgehensmodell zur Einführung von Web 2.0 und Sozialen Medien 8
4.1 Vorbemerkungen 8
4.2 Sensibilisierung 10
4.3 Analyse 11
4.4 Strategieentwicklung 12
4.5 Konzeption 14
4.6 Implementierung 16
4.7 Nutzung 16
4.8 Controlling 17

Anhang A (informativ) **Checklisten & Leitfäden** 19
A.1 Kenntnisstand 19
A.2 Weiterführende Literatur 22
A.3 Web-Aktivitäten 23
A.4 Voraussetzungen 27
A.5 Leitfaden Gesprächsaufkommen 28
A.6 Leitfaden Hindernisse 30
A.7 Roadmap wiederkehrende Termine 31
A.8 Kostenpositionen 32
A.9 Feinkonzept 33
A.10 Feedbackbogen Nutzer 35
A.11 Leitfaden Ombudsmann 37
A.12 Hilfsmittel/Tools 38

Anhang B (informativ) **Fallbeispiele** 40
B.1 Fachverlag Unternehmensseite in einem Sozialen Netzwerk 40
B.2 Entwicklung einer Strategie für Einsatz Sozialer Medien in einem mittelständischen B2B-Unternehmen 41