



Social-Media-Audit Vorlage

Aktueller Stand

Der erste Schritt eines jeden Social Media Audits besteht darin, sich einen Überblick über die aktuelle Situation zu verschaffen, ein Verständnis dafür, wo Sie sich befinden.

Dazu gehört, welche sozialen Netzwerke genutzt werden, wie sie genutzt werden und wie die Anmeldeinformationen aussehen.

Füllen Sie die folgenden Tabellen aus, je nachdem, was Sie finden.

1) Welche sozialen Netzwerke werden genutzt und wie:

[illegible]

2) Anmeldeinformationen

Netzwerk	Anmeldeinformationen
z.B. Facebook	z.B. verstaut im Passwort der Firma

Tipp: Suchen Sie nach dem Folgenden:

- Facebook
- Messenger
- Instagram
- YouTube
- LinkedIn
- Twitter
- Snapchat
- Pinterest
- TikTok

- Reddit
- Quora
- Tumblr
- WhatsApp
- Medium

Und wenn Sie in China geschäftlich tätig sind, sollten Sie auch nach WeChat, QQ, QZone, Sina Weibo und Baidu Tieba Ausschau halten.

Selbst wenn Sie nicht vorhaben, jedes dieser sozialen Netzwerke aktiv zu nutzen, ist es eine gute Idee, das Handle Ihrer Marke in diesen zu beanspruchen.

Leistung

Als Nächstes ist es an der Zeit zu verstehen, was gut funktioniert hat und was nicht.

Es gibt zwei Haupttypen von Metriken, die Sie sich ansehen sollten: Engagement-Metriken und Geschäfts-Metriken.

Engagement-Metriken sind Dinge wie die Anzahl der Follower, Likes, Antworten, Shares und Retweets. Diese Metriken sind am einfachsten zu beeinflussen. Aber sie sind für sich allein nicht viel wert.

Geschäfts-Metriken sind anders. Dazu gehören der Traffic aus den einzelnen sozialen Netzwerken, die Konversionsraten aus diesem Traffic und die Leads oder Einnahmen daraus. Diese Metriken sind schwieriger zu messen und zu beeinflussen. Aber letztendlich zeigen sie das, was für Sie am wichtigsten ist.

1) Engagement-Metriken:

Netzwerk	Engagement-Metriken
z.B. Twitter	z.B. 244 neue Follower monatlich, 5 retweets und 9 likes pro Tag.

2) Business metrics:

Netzwerk	Geschäfts-Metriken
z.B. Twitter	z.B. 41 Seitenbesucher, 3 E-Mail Abonnenten und 28.30€ Werbeumsatz pro Tag

Möglichkeiten

Der letzte Schritt besteht darin, Verbesserungsmöglichkeiten zu erfassen.

Dieser Schritt muss nicht unglaublich detailliert sein. Aber es sollten umsetzbare Empfehlungen rauskommen, wie man sich verbessern kann.

1) Profilverbesserungen:

Dies sind Möglichkeiten zur Verbesserung der Social-Media-Profile selbst.

Netzwerk	Verbesserung
z.B. Instagram	z.B. Profilbild mit denen von anderen Sozialen Netzwerken angleichen

2) Verbesserungen der sozialen Aktivitäten:

Dies sind Möglichkeiten, um zu verbessern, was gepostet oder geteilt wird und wie.

Network	Verbesserung
z.B. LinkedIn	z.B.: Dieses Netzwerk bringt mehr Sales Leads als alle anderen zusammen. Also verdient es mehr Aufmerksamkeit. Teilen Sie Ihre Inhalte hier mindestens 2x pro Woche.

3) Zu beobachtende Wettbewerber und Profile:

Dies sind einige der wichtigsten Konkurrenten und verwandten Accounts, die Sie im Auge behalten oder von denen Sie sich inspirieren lassen sollten.

Zu beobachtendes Profil	Grund
z.B. Pizza Hut auf Instagram	z.B. einer Ihrer größten Konkurrenten. Sie erhalten etwa 9x mehr Engagement auf Instagram, dank ihrer Kurzvideos, die jeden Dienstag gepostet werden.

Ich hoffe, Sie fanden diese Social Media Audit-Vorlage hilfreich. Für den nächsten Schritt sehen Sie sich unsere Social-Media-Strategie-Vorlage an.

Oder sehen Sie sich unsere komplette Bibliothek mit 20+ anderen Marketing-Vorlagen [hier](#) an.

Iman Koma Khabazi

Gründer, BEK Service GmbH

Westendstr. 2A

87439 Kempten (Allgäu)

Website: www.bekservice.de

Email: info@bekservice.de

Tel.: (+49) 831 93065616