CyTRAP Labs

Roentgenstrasse 49 Street

CH-8005 Zuerich Zip Code

Switzerland Country

+41(0)44 272 1876 Voice

+41(0)76 200 7778 Cell

www.CyTRAP.eu/ URL

CyTRAP Labs

BlogCamp Vaduz Liechtenstein 14 Nov. 2009

Wie nutze ich soziale Medien für gemeinnützige Projekte/Organisationen

Urs E. Gattiker,
My.ComMetrics.com - CyTRAP Labs GmbH

Mehr ueber das **Team von CyTRAP Labs**
http://info.cytrap.eu/?p=180

Praesentation als pdf **http://commetrics.com/download/16/**

2009_11_14

Overview

>Was ist die Idee

>Wieso nicht - Gründe gegen die Nutzung von sozialen Medien

>Warum ja - Gründe für die Nutzung von sozialen Medien

>Online Präsenz

>Schlussfolgerungen

>Beiträge der TeilnehmerInnen

_Was ist die Idee?

Wie kann ich Interessenten besser erreichen

Welche Werkzeuge sind noetig

Facebook, Weblog, ‚Community‘, etc.

Was sind die Ziele – wen wollen wir ansprechen

FT FINANCIAL TIMES

_Wieso nicht

Was man als Gründe so hört

Braucht zuviel Zeit

Nicht sicher wie man das braucht als gemeinnützige Stiftung/Verein

Facebook – ist das nicht zum Chatten, unsere Frauen/Frauenhaus

MitgliederInnen haben Angst

Ich will meine Privatsphäre

Ich kann mir nicht vorstellen das ein Weblog was bringt

FT FINANCIAL TIMES

_Warum ja?

1) Wo sind unsere Mitglieder? Wir gehen dahin wo sich unsere SpenderInnen im Netz aufhalten

2) Soziales Engagement = ‚Opt-In' Werbung – wir bleiben in Kontakt dank RSS oder e-mail von den neuesten Blogbeiträgen

FT FINANCIAL TIMES

_Warum ja?

1) Erreichung von Zielgruppen nicht nur in der Nachbarschaft aber weltweit

2) Geben und nehmen – wie beim Barcamp LI => man gibt viel an die Community aber erhält noch mehr zurück

_Online Präsenz

Koordination von Webseite mit der ‚Marke' oder Brand

- Sind die bio auf der Webseite, Facebook und MySpace die gleichen – 1 Image?

Was tut die Stiftung – Aktionsgruppe

- Was sind unsere Wert
- Was tun wir am Besten

_Online Präsenz

Von Deborah Drake Ellis http://deborahdrake.com/

Asking yourself a few of these questions will help you uncover—and show—the real, multi-dimensional you:

1. What **3 things** do you believe most about people?
2. What is **the 1 thing** you've done in your life that you are **most proud** of?
3. What's the **1 thing** you haven't done yet that you **want to do before you die**?
4. What **3 adjectives best describe you**?
5. Which **movie or TV character** are you most like and why?
6. What's your **favorite food** or beverage?
7. Name the **2 things that bug you the most** when they happen.

Please Use phrases from these answers to make a list. From that list, mix and match until you come up with the whole person that best describes you.

2009_11_14

_Schlussfolgerungen

@ComMetrics

Aepfel mit Aepfel vergleichen (Frauenhaus mit Frauenhaus)

die Trends beobachten (6, 12, 18 Monate), und die Ergebnisse mit den Zielen vergleichen (d.h. was wollte ich ueberhaupt erreichen und warum – habe ich das: ja oder nein und warum)

_Schlussfolgerungen

Ideen BarCamp LI Teilnehmern (Roland Alton – Ethify.org Yourself)

Neue Median – Image einer Stiftung/Not-for-Profit

Keine leeren Versprechungen; Angebote sind unaufdringlich, bedarfsorientiert, problemorientiert, ehrlich fair

Pflege eines kollegialen und wertschaetzenden Umgangs, klare Kommunikation, Vereinbarungen werden eingehalten,

Aktivitaet is kundenorientiert/ (z.B. Traegerschat, Stifter, zielorientiert)

Bitte weitere Tipps, Ideen, Vorschlaege via e-mail an Urs.Gattiker at CyTRAP.eu

_Schlussfolgerungen

Ideen von BarCamp LI Teilnehmern

@Sauerstoff braucht Twitter fuer Ideen, neuen Job, Kontakt mit anderen, Trends

Richtlinien für Nutzung von neuen Medien am Arbeitsplatz brauch es - wenn Firma Facebook, Twitter oder LinkedIn nutzt, sollte man es den Angestellten nicht verbieten – die tweeten oder updaten ja auch im Interesse der Firma oder der Stiftung – guten Mittelweg finden

@Signall77 erklaert das fuer ihn Eintraege im Blog ihre Zeit brauchen 30 Sekunden bis 3 Stunden – privater Blog

@ComMetrics erklaert von 3 – 6 Stunden oder noch mehr – Firmenblog http://ComMetrics.com

Bitte weitere Tipps, Ideen, Vorschlaege via e-mail an Urs.Gattiker at CyTRAP.eu

_Schlussfolgerungen

Ideen von BarCamp LI Teilnehmern

wohltaetige Organisation – Ziel unseres bloggens ist Informationen zu verbreiten

Kommentare oder Resonanz des Blogs
- @Signal77 - von 3 Kommentaren bis 150 – Daimler.com
- @ComMetrics – von 0 – 50 Kommentare

Ich muss mich vergewissen das meine Zielgruppen – 1 SpenderInnen, 2 Mitglieder oder 3 Begünstigte die Informationen auf dem Weblog nutzen können
- will ich all 3 dieser Zielgruppen mit dem Weblog ansprechen oder nur eine
- für alle 3 Gruppen relevante Infos anzubieten ist schwieriger

Bitte weitere Tipps, Ideen, Vorschlaege via e-mail an Urs.Gattiker at CyTRAP.eu

_Schlussfolgerungen

Resourcen, Listen - Links zur Diskussion/Workshop

Beispiele gute Medienrichtlinen für Organisationen

http://commetrics.com/5-golden-rules/

Fazit – wohltaetige Organisationen tun gut daran:

1 **Ziele festlegen** – was wollen wir erreichen – bis wann

2 **Start mit einem Kanal**– Weblog oder Facebook
nicht mit beiden gleichzeitig

3 **Zeitplanung** - 6-12 Monate bis sich Erfolg einstellen wird

4 **Management** – regelmässige Arbeit: z.B. alle 2 Wochen jeden Mittwoch

5 **Ziele im Auge behalten** – sind wir auf Kurs
Besucherzahlen, Kommentare, Feedback – habe wir die Ziele hier erreicht, warum nicht, was tun...

Bitte weitere Tipps, Ideen, Vorschlaege via e-mail an Urs.Gattiker at CyTRAP.eu

2009_11_14

_Schlussfolgerungen

Resourcen, Listen - Links zur Diskussion/Workshop

Benchmarking für den Weblog gibt es:

http://My.ComMetrics.com (registrieren – Weblog benchmarken)
als registrierter NutzerIn erhält man man auch kleinere e-Bücher ‚Wie benchmarke ich meine Nutzung von sozialen Medien' (kostenlos)

@Sauerstoff hat die Präsentation von @ComMetrics auch mit einer Webcam von seinem PC aus aufgenommen und live eingespielt (ts ts wo bleibt da der Datenschutz?):

http://www.ustream.tv/recorded/2555460

Bitte weitere Tipps, Ideen, Vorschlaege via e-mail an Urs.Gattiker at CyTRAP.eu

2009_11_14

_Appendix

Die **20 groessten Weblog Fehler** welche wir beim erstellen des „FT ComMetrics corporate blog index “ regelmässig finden

http://howto.commetrics.com/articles/authentic-voice-is-key/

Gleich Euren Weblog überprüfen, diese Fehler kann man vermeiden, es lohnt sich, spart Zeit und kostet praktisch nichts. Bitte umsetzen.

@Signal77 bei seinem Twitter Workshop => immer positive Eintragungen auf Twitter, Facebook – nie laestern über Arbeit, Freunde oder Kunden – das bringt nichts viellecith sogar einmal ein Boomerang – wenn Kunden sich beklagen: freundlicher lösungsorientierter Ansatz ist das einzig Richtige

Interessiert Dich ‚Social Media Measurement‘? Dann werde Mitglied unserer Gruppe auf Xing http://www.xing.com/net/smmetrics/

2009_11_14

CyTRAP Labs

Thanks

Urs E. Gattiker,
ComMetrics.com My.ComMetrics.com