

REIFEGRAD SOCIAL MARKETING

	NEULING	FORTGESCHRITTENER	KÖNNER	EXPERTE
ZIELE, AUSRICHTUNG & RESSOURCEN	Grundlegende Ziele wie Likes, Shares und Engagement; Konsolidierung der Unternehmensauftritte ohne plattform-spezifische Content; Ad-hoc-Verantwortung mit minimalen Ressourcen; keine klare Integration in die Gesamtstrategie.	SMART-Ziele und KPIs wie CTR und Landing Page Views definiert; interne Ressourcen für organische Posts und Zusammenarbeit mit externen Partnern; erste Schritte zur systematischen Ausrichtung auf spezifische Plattformen.	Ziele und KPIs pro Plattform definiert; Social Marketing ist Teil der Gesamtstrategie; Ressourcen für Redaktionsteam und Community Management vorhanden; regelmässige Überprüfung und Anpassung der Ziele anhand von Performance-Daten.	Social Marketing in Multi-Channel-Strategie integriert; Kontrolle und dynamische Anpassung von Zielen und ROI; umfassender Einsatz von Performance-Tools zur Maximierung der Hebelwirkung über alle Kanäle.
SOCIAL MEDIA EVALUATIONS	Subjektive Auswahl der bespielten Plattformen; keine systematische Auswertung der Performance.	Auswahl auf Basis intermedialer Vergleiche und KPIs; erste Analysen zur Optimierung der Plattformauswahl.	Plattform Auswahl basierend auf Nutzertypologie und -verhalten; regelmässige Überprüfung der Plattformen zur Optimierung der Strategie.	Datengetriebene Bewertung der Plattformen; kontinuierliche Anpassung der Strategie auf Basis von Echtzeitdaten und Prognosemodellen zur Maximierung von Reichweite und Effektivität
SOCIAL LISTENING & STEUERUNG	Passives Social Listening zur Überwachung der Marken- und Produkt-Reputation; keine systematischen Prozesse für den Umgang mit Feedback.	Aktives Social Listening mit Prozessen zum Umgang mit Konsumenten Feedback; erste Schritte zur Analyse von Markttrends.	Identifikation und Monitoring von Influencern; regelmässige Auswertung von Social Listening Daten zur Verbesserung der Strategie.	Social Listening zur Wettbewerbsanalyse und Trenderkennung; Einsatz von Tools für Echtzeit-Monitoring und Predictive Analytics; kontinuierliche Anpassung der Strategie auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse
CONTENT REDAKTION	Intuitive, sporadische Social Posts und Veröffentlichung von Werbe- und PR-Botschaften; kein klarer Redaktionsplan.	Redaktionsplan für Grundrauschen, regelmässige Posts und gezielte Promotions; erste Versuche, Content plattformspezifisch anzupassen.	Content auf Plattformen und Nutzergruppen zugeschnitten; Community wird aktiv in die Inhaltserstellung einbezogen (UGC); regelmässige Anpassung des Redaktionsplans auf Basis von Leistungsdaten.	Agiler Redaktionsplan; dynamische Anpassung des Contents an Nutzerpräferenzen und Trends; Einsatz von KI-gestützten Tools zur Optimierung der Content-Erstellung und -Distribution; kontinuierliche Optimierung der Content-Strategie auf Basis von Nutzerfeedback und Verhaltensanalysen.
COMMUNITY MANAGEMENT & COMMUNITY BUILDING	Keine gezielten Massnahmen zur Community-Bildung; sporadisches Feedback auf Nutzerkommentare; keine Community-Strategien.	Einfordern von Engagement für den Aufbau der Community; zeitnahe Reaktion auf Fragen und Kommentare; erste Versuche, die Community aktiv einzubinden.	Aktive Moderation der Kanäle und Aufbau der Community durch Influencer und Markenbotschafter; regelmässige Interaktion mit der Community zur Steigerung der Bindung.	Proaktive Ansprache der Community zu aktuellen Themen; 24/7 Community Management mit speziellen Tools zur Automatisierung und Optimierung der Interaktionen; kontinuierlicher Ausbau der Community durch gezielte Massnahmen.
PAID ADVERTISING	Erste Boosts von Posts mit minimalem Budget; keine weitergehende Strategie für bezahlte Werbung.	Kampagnen mit messbaren Zielen; Einsatz von Custom Audiences, Lookalikes und affinen Werbeformaten; erste Retargeting-Kampagnen zur Maximierung der Reichweite.	Engagement-getriebene Kampagnen; Targeting spezifischer Nutzertypen; dynamisches Retargeting auf Basis von Nutzerdaten und Performance-Metriken.	Dynamische Budgetallokation auf Basis von Zielerreichung und Leistungsdaten; kontinuierliches Testen von Kampagnen zur Maximierung der Werbewirkung; Einsatz von KI-gestützter Optimierung zur kontinuierlichen Verbesserung der Paid-Strategie.
	REAKTIV	AKTIVE FÜHRUNG, INTEGRIERTE PROZESSE	FOKUS AUF ROI UND KPIs	ANALYTISCH UND PREDICTIVE