

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die ELO Digital Office CH AG

Social Media als Marketingtool

– Analyse und Strategie

Das Thema Social Media ist allgegenwärtig. Immer mehr Organisationen setzen soziale Medien als zentrales Werkzeug in der Marketing-Kommunikation ein. Auch die Firma ELO Digital Office CH AG hat das Potenzial von Social Media erkannt und die Praxisprojektgruppe der FHS St.Gallen zur Erstellung eines Social Media-Konzepts beauftragt.

ELO Digital Office CH AG

Einen digitalen Vorsprung erleben – so positioniert sich die ELO Digital Office CH AG am Markt. Das Unternehmen entwickelt leistungsfähige Softwareprodukte und -lösungen in den Bereichen elektronisches Dokumenten-Management, digitale Archivierung und Workflow. Die Unternehmensstrategie beruht hauptsächlich auf qualifizierten und autorisierten ELO-Partnern. Die enge Beziehung zu den Partnern ist wertvoll und vor allem für den optimalen Vertrieb von Produkten, die Neukundengewinnung sowie die Bekanntheitsgraderweiterung relevant.

Methodik

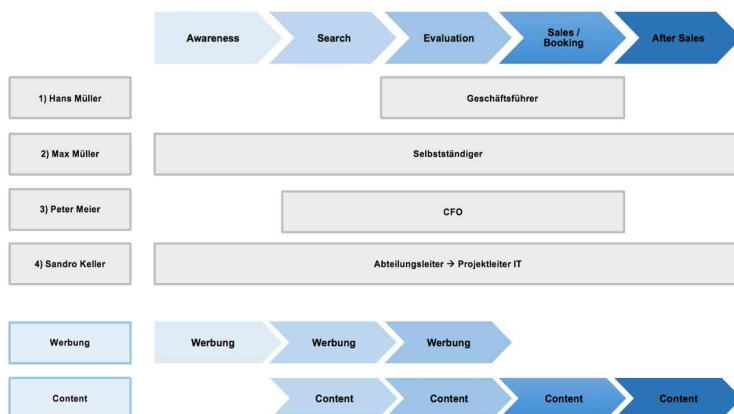
In einem ersten Schritt erstellte das Projektteam eine Situations-, Konkurrenz- sowie Kommunikationsanalyse. Wichtige Erkenntnisse flossen in die Erarbeitung der Social Media-Strategie ein. In einem nächsten Schritt wurden Kommunikationsziele formuliert und die Zielgruppe wurde mit Hilfe von sogenannten Käuferpersonas dargestellt. Weiter analysierte die Projektgruppe alle relevanten Social Media-Kanäle anhand eines einheitlichen Sche-

mas. Mittels zweier differenzierter Nutzwertanalysen wurden die wichtigsten Social Media-Kanäle für die ELO ermittelt.

Ergebnisse

Eine für die ELO entwickelte Customer Journey (vgl. Abbildung) stellt dar, in welcher Phase und in welchem Umfang die Zielgruppe in die Kommunikation miteinzubeziehen ist. Weiter wurde eine exakt auf die ELO abgestimmte Content- und Werbestrategie erstellt. Diese beiden Strategien zeigen auf, welcher Inhalt auf den sozialen Plattformen veröffentlicht werden soll. Weiter wurden die Content- und Werbestrategie in einen Redaktionsplan integriert. Der Redaktionsplan dient der ELO als Basistool für den gesamten Social Media-Auftritt. Als Highlight erstellte die Projektgruppe für die ELO Beispielpostings, legte für die Social Media-Plattformen bereits Unternehmensprofile an und erfasste wichtige Basisdaten. So ist es der ELO möglich, direkt mit dem Social Media-Auftritt loszulegen.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Customer Journey ELO.

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Steiner.

PRAXISPROJEKT 3

Managementkonzeption 2017

Projektteam (v. l. n. r.)

Ivana Tomic, St.Gallen
Benjamin Friedli, St.Gallen
Natascha Bischof, St.Gallen, Projektleiterin
Daniela Schönberger, Gossau

Kundschaft

ELO Digital Office CH AG, Wallisellen
Helmar Steinmann, Geschäftsführer
www.elo.ch



Mit grossem Engagement und Kompetenz hat das Projektteam für unser Unternehmen, ELO Digital Office CH AG, ein Social Media-Konzept entwickelt. Die daraus gewonnene Strategie inklusive der Integration der verschiedenen Social Media-Kanäle bilden für uns eine solide Basis für die Weiterentwicklung unseres Image- und Marktauftrittes. Wir danken dem Projektteam herzlich für die gute Zusammenarbeit.

Coach

FHS St.Gallen
Daniel Steiner, eidg. dipl. Marketingleiter



Das Team entwickelte ein klar strukturiertes und integriertes Social Media-Konzept, das die Content Marketing-Strategie mit einer Werbe-Strategie ergänzt. Die Arbeit überzeugt durch eine klare Aufgabenzuweisung international und national, professionelle Personas und ausgereifte Tools wie Redaktions- und Zeitplan.