

INKEN HÄFELE

Berufliche Sichtbarkeit für Frauen
auf LinkedIn

Corporate Influencer

Rechtshinweis zu den Unterlagen

Die in der Präsentation dargestellten Ideen, Verfahrensweisen und Angebote stellen geistiges Eigentum dar, an der Inken Häfele die ausschließlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte hält. Jegliche Nutzung, Weiterentwicklung oder Veränderung dieser Ideen, Verfahrensweisen und Angebote sind untersagt.

Dies gilt auch für eine Nutzung der Ideen und Verfahrensweisen in einem anderen Produktkontext. Ausnahmen hier von bedürfen der vorherigen, schriftlichen Zustimmung.

**Hinweis zu
den
Unterlagen**



Seit 2015
auf Social
Media aktiv.

Führungskraft



Keynote
Speakerin

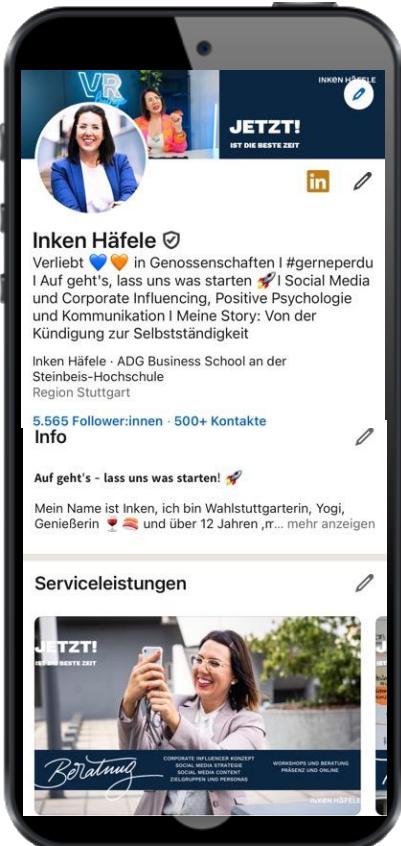
Trainerin

Traurednerin

INKen HÄFELE

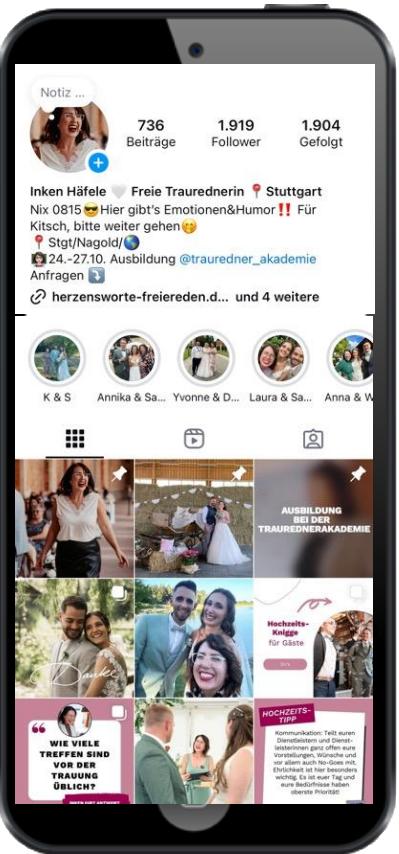
Instagram: [@inken_haefele](https://www.instagram.com/inken_haefele)

LinkedIn: [Inken Häfele](https://www.linkedin.com/in/inken-häfele/)



Instagram: [Trauredner Akademie](https://www.instagram.com/traudner_akademie)

Instagram: [Herzensworte Freie Trauung](https://www.instagram.com/herzensworte_freie_Trauung)





Volksbanken
Raiffeisenbanken



Diakonie 



ATRUVIA

REFERENZEN



Mitarbeiterpartizipation: Fans im eigenen Haus gewinnen

Die Kernfragen:

Warum beteiligen sich nicht alle bzw. wenige Mitarbeiter an den Social Media-Aktivitäten der Bank?



Angst

Unsicherheit

nicht affin

Unverständnis

Unwissenheit

Warum beteiligen sich
nicht alle bzw. wenige
Mitarbeiter an den Social
Media-Aktivitäten der
Bank?

Keine Lust

Die Kernfragen:

Was können wir für mehr
Mitarbeiterpartizipation und -aktivität
tun?



Vertrauen
aufbauen

Affinität
fördern

Unsicherheit nehmen

Was können wir für
mehr Mitarbeiter-
partizipation und
-aktivität tun?

Verständnis
schaffen

Wissen
aufbauen

Lust machen

Unsicherheit nehmen

Wissen
aufbauen

Verständnis
schaffen

Ansatzpunkte:

- **Interne Kommunikation:**
 - Das Warum
 - Mission und Storytelling
- Guidelines & “Erlauber”
- Mitarbeiterbefähigung

Soziale Medien sind heute fester Teil der Unternehmenskommunikation

Profis aus dem SM-Team

vs.

Mitarbeiter

Das Problem: Nicht alle Mitarbeiter wissen, wie Sie sich dort als Mitarbeiter einerseits und Privatperson andererseits verhalten sollen...

Die Lösung: Social Media Guidelines

Social Media Richtlinien schaffen Klarheit und Sicherheit

- wichtiger Teil der externen und internen Kommunikationskultur und –etikette
- erklären Mitarbeitern, wie ihr Verhalten in den sozialen Medien mit dem Unternehmen verknüpft ist
- macht Vorgaben für richtiges Verhalten und zeigt, was der Arbeitgeber in der öffentlichen Kommunikation von seinen Mitarbeitern erwartet

Wozu Social Media Guidelines?

- Sie geben Mitarbeitern Sicherheit.
- Sie schaffen Klarheit über Rechte & Pflichten.
- Sie sind Teil der internen & externen Kommunikation.
- Sie dienen als Gesprächsgrundlage.
- Sie vermitteln die Ernsthaftigkeit der Sozialen Medien im Betrieb.
- Sie beugen Shitstorms vor.
- Sie etablieren eine Kommunikationskultur.



Einführung Social Media Guidelines

Checkliste:

- Guidelines aktiv im Unternehmen einführen
- Klar stellen, dass es sich nicht um Vorschriften, sondern um eine Hilfestellung handelt
- Erklärung der Guidelines bei internen Veranstaltungen
- Auch das **WARUM** und die **Zielsetzung** der Social Media Aktivitäten erläutern
- Dafür sorgen, dass alle (!) Mitarbeiter die Guidelines erhalten
- Richtlinien gleichzeitig im gesamten Unternehmen einführen

Social Media-Erlauber

Was soll das denn bitte sein? Ein Erlauber?

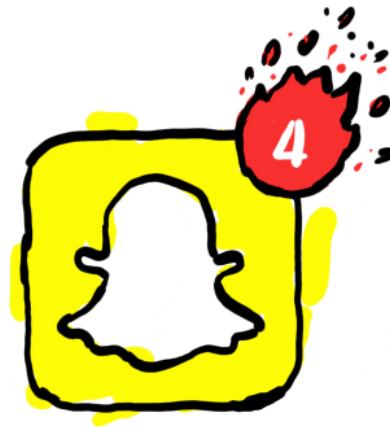
- „Erlauber“ kommen aus dem Systemischen Coaching
- Das sind Sätze die etwas erlauben z.B: „Ich muss nicht perfekt sein!“

Übertragen auf unsere Social Media Arbeit:

- Technische „Erlauber“ → Kanäle für die Nutzung am Arbeitsplatz auf machen
- Menschliche „Erlauber“ → Führungskräfte und Vorgesetzte die die Nutzung der Kanäle (im Sinne der Unternehmensstrategie) erlauben und zwar während der Arbeitszeit
- Mentale „Erlauber“ → „Social Media-Aktivität ist ein Teil meiner Arbeit.“

Social Media-Erlauber

„Ja, ich darf das tun!“



Social Media Kenntnisse und Fähigkeiten vermitteln:

Aber wie?

Es gibt keine pauschal gültige Antwort – wie so oft kommt es darauf an:

- Wie sieht der Wissensstand im Unternehmen aus?
- Welche (technischen) Möglichkeiten haben wir im Haus zur Wissensvermittlung?
- Wie viel Kapazitäten und Ressourcen haben wir zur Verfügung?

Mögliche Ansatzpunkte:

- **Workshops**
 - Einsteigerworkshop für Anfänger
 - Fortgeschrittenenworkshop
- **Social Media-Hotline**
 - Bankweiter Ansprechpartner
- **Coaching- bzw. Mentorenprogramm**
 - Social Media affine Mitarbeiter unterstützen die weniger affinen
 - Azubis und/oder Social Media-Team als Ansprechpartner
- **Interne Messe**

Mögliche Ansatzpunkte:

- **Hospitalitation**
 - Offene Social Media-Teamsitzung
 - Schnuppertage
- **Zahlen, Daten, Fakten**
 - Social Media-Newsletter
 - Intranet
- **Interne Veröffentlichungen**
 - Mitarbeiterzeitschrift
 - Forum

Mögliche Ansatzpunkte:

- **Mitarbeiter vor der Kamera**
 - Gesichter der Bank → Markenbotschafter / Influencer
 - Models bei Fotoshootings und Videoaufnahmen
 - Team- und Geschäftsstellenvorstellung
 - Account-Takeover durch Mitarbeiter oder Azubis
- **Mitarbeiter hinter der Kamera**
 - Mitarbeiter als Impuls- und Ideengeber
 - Mitarbeiter-“Flashmob“

Mögliche Ansatzpunkte:

- **Interne Wettbewerbe - Die Community darf abstimmen**
 - „Wer backt den schönsten Geburtstagskuchen der Bank?“
 - “Wer hat das schönste Homeoffice?“
 - „Wer hat das beste Lunch-Rezept?“
 - ...
- **3 – 2 – 1 → Blitz-Verlosungen**
 - Die ersten 3-5 Mitarbeiter, die den Beitrag X liken & teilen bekommen...

SUPPORT?

INKEN HÄFELE

Beratung – Training – Coaching

Böblinger Str. 231
70199 Stuttgart

hallo@inkenhaefele.de
www.inkenhaefele.de
Mobil: 0176 21605290



Eine Welt voller Menschlichkeit, Herzlichkeit und Kreativität

Ich stärke meine Kunden,
Klienten und Partner für ihren
Weg, indem ich sie motiviere,
inspiriere und begeistere.



Dankee