

DrKPI.de

Workshop Patientengruppen – Patientenbildung – Social Media

17. März 2014 – Careum Congress Basel

<http://SecURL.de/CC14-5>



CyTRAP Labs
Benchmark smarter. Perform better.

Roentgenstrasse 49 Street

CH-8005 Zuerich Zip Code

Switzerland Country

+41(0)44 272 1876 Voice

+41(0)76 200 7778 Cel

Prof. Urs E. Gattiker , Ph.D.

www.CyTRAP.eu URL

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)
5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)
6. Wie messen wir die Zielerreichung (Jan, Urs, TeilnehmerInnen)
7. persönliche Roadmap für Teilnehmer - was setze ich es wie bei mir um
8. Schlussfolgerungen

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

Inventar - Wie nutzen wir Social Media

Wer bin ich - Name, Ort, Land

Bin hier für – Name der Patientenorganisation, Stiftung, Firma

Wie nutze ich Social Media – beruflich oder privat (welche Tools):

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

Inventar - Wie nutzen wir Social Media

Wer bin ich - Urs E. Gattiker, Zürich, Schweiz

Bin hier für – CyTRAP Labs GmbH

Wie nutze ich Social Media – beruflich:

Blog,

Twitter, Facebook, Google+,

LinkedIn, Slideshare, Xing, YouTube

Google Hangout

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir – Patientenorganisation - Social Media

Was sind Social Media

Willkommen beim Workshop Social Media Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir – Patientenorganisation - Social Media

Was sind Social Media



Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)

Werkzeug 1 – Wie schaut unsere Webseite denn aus?

- Smartphone vertikal oder horizontal
- iPad mini
- iPad
- PC

TESTEN: <http://www.cloudweb.ch/responsive-check/>

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)

 Groups	Activities and Services							
	Participating in Policy Making	Participating in Setting the Research Agenda	Fundraising (e.g., for activities, research, etc.)	Providing Research Funding	Producing Content - Sharing Resources and Information	Empowerment (learning together, providing emotional, social, and practical support)	Doing Awareness Campaigns	Offering Supplemental Resources and Support to Patients and their Families
Patient Self-Help, Mutual Help and Support Groups (e.g., peer participatory model - veteran helping the rookie, etc.).	X	X	---	---	XX	XXX	---	X
Patient Advocacy Groups (e.g., British Diabetes Foundation , Swiss Cancer Society)	XXX	XXX	---	X	X	X	XX	XXX
Foundations	XXX	XXX	XXX	X	XX	X	X	X
Government Agencies (e.g., , Consumer Affairs / Health Advocacy	XXX	XXX	---	X	X	---	X	---
X = Do a little XX = Do a Lot *** = Core activity/competency, -- = Not done								

Figure. Activities of various health players. Defining core competencies and activities to gain a strategic advantage,

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)

Wir wollen das alle uns zuhören / Foto angucken

?



Selfie - Self-Portrait: David Cameron, Helle Thorning Schmidt, Barack Obama



Wir wollen das alle uns zuhören / Foto angucken

Wollen die Menschen uns zuhören?
Erzählen wir was, dass Sie interessiert?



Selfie - Self-Portrait: David Cameron, Helle Thorning Schmidt, Barack Obama



Wir wollen das alle uns zuhören / Foto angucken

Wir wollen mit vielen Menschen kommunizieren.
Leider will aber oft fast keiner zuhören.



< 0.03% Engagement auf Facebook

Kommentieren unsere Blog Leser?



_ Social Media Strategie – ja aber...

Strategie ist

Unique Selling Position (USP)

<http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

Unsere Mission

Ziele – sind sie bereit für den Marathon?

Lesenswert: <http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

 Groups	Activities and Services							
	Participating in Policy Making	Participating in Setting the Research Agenda	Fundraising (e.g., for activities, research, etc.)	Providing Research Funding	Producing Content - Sharing Resources and Information	Empowerment (learning together, providing emotional, social, and practical support)	Doing Awareness Campaigns	Offering Supplemental Resources and Support to Patients and their Families
Patient Self-Help, Mutual Help and Support Groups (e.g., peer participatory model - veteran helping the rookie, etc.).	X	X	---	---	XX	XXX	---	X
Patient Advocacy Groups (e.g., Brittish Diabetes Foundation , Swiss Cancer Society)	XXX	XXX	---	X	X	X	XX	XXX
Foundations	XXX	XXX	XXX	X	XX	X	X	X
Government Agencies (e.g., , Consumer Affairs / Health Advocacy	XXX	XXX	---	X	X	---	X	---
X = Do a little XX = Do a Lot *** = Core activity/competency, -- = Not done								

Figure. Activities of various health players. Defining core competencies and activities to gain a strategic advantage,

_ Social Media Strategie – ja aber...

Strategie ist

Unique Selling Position (USP)

<http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

Unsere Mission

Ziele

Unsere Kernkompetenz

_ Social Media Strategie – ja aber...

Strategie ist

Unique Selling Position (USP)

<http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

Unsere Mission

Ziele

Unsere Kernkompetenz

Social Media Strategie – 50 Wörter oder weniger
(Krankheit X – die erste Web-Destination
= das sind wir!)



SOCIAL

Ob Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn oder Xing - wir entwickeln für Sie die passende Strategie im Internet und optimieren Ihr Social Media Portfolio für Sie!

[weitere Infos hier](#)

_ Social Media Strategie – ja aber...

Strategie ist

Unique Selling Position (USP)

<http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

Unsere Mission

Ziele

Unsere Kernkompetenz

Social Media Strategie – 50 Wörter oder weniger
(beste Info Site für Patienten mit....)

Was müssen wir tun um die Strategie zu realisieren?

<https://www.paraforum.ch/home.jsf>

<http://blog.orphanbiotec-foundation.com/de>

<http://blog.careum.ch>

_ Social Media Strategie

Gutes Risiko Management ist
Pflicht

War Ashtma.ca nicht bereit für
den Marathon?


Ashthma.ca schliesst Blog.



sunday, january 20, 2013

Asthma.ca Blog Closure

Asthma Society of Canada has decided to close it's blog due to the popularity of social media sites. Instead of following our blog, we encourage you to visit the Asthma Society of Canada and National Asthma Patient Alliance on [Facebook](#) or on [Twitter](#) and follow us there.

posted by [asthma.ca](#) at 9:06 pm 4 comments: 



Recommend this on Google

_ Social Media Strategie



Gutes Risiko Management ist Pflicht

Asthma.ca schliesst Blog.

Welche Risiken geht die Stiftung damit ein?

sunday, january 20, 2013

Asthma.ca Blog Closure

Asthma Society of Canada has decided to close it's blog due to the popularity of social media sites. Instead of following our blog, we encourage you to visit the Asthma Society of Canada and National Asthma Patient Alliance on [Facebook](#) or on [Twitter](#) and follow us there.

posted by [asthma.ca](#) at 9:06 pm 4 comments: 

    Recommend this on Google



_ Social Media Strategie

Schmeisst euren Content nicht auf den Müll



Gutes Risiko Management ist
Pflicht

Asthma.ca schliesst Blog.

Ist Facebook und Twitter besser für die Zielgruppe als ein Blog?

Können wir auf Facebook bessere Inhalte anbieten (Urheberrecht)?

Wie lange werden gute Inhalte auf Facebook gefunden?

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)
5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)

5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)

Was machen wir nun?



5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)

Klein aber fein – heute nicht morgen sollst du für Änderung sorgen

Inhalte mit Mehrwert für unsere Webseite / Blog

Der Leser will gehört werden

Wenn Leserin einen Kommentar schreibt MUSS dieser vom Autor beantwortet werden...

Antwort vom Assistenten oder Kollegin genügt nicht



Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)
5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)
6. Wie messen wir die Zielerreichung (Jan, Urs, TeilnehmerInnen)

Wie messen wir die Zielerreichung

Warum müssen wir dies messen
(z.B. Pageviews, # von Besuchern)?

3 Kennzahlen

Wie messen wir die Zielerreichung

Warum müssen wir dies messen

(z.B. Pageviews, # von Besuchern)?

3 Kennzahlen (z.B. Anzahl Kommentare, Facebook Likes)

Key Drivers - Schlüsselfaktoren

Wichtig ist welche Faktoren uns helfen ein Ziel zu erreichen (z.B. Blogbeitrag der in einer Fernsehsendung diskutiert wird).

Wenn wir verstehen WARUM wir erfolgreich waren – können wir versuchen es nochmals zu schaffen = weitere Olympia Medaillen

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)
5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)
6. Wie messen wir die Zielerreichung (Jan, Urs, TeilnehmerInnen)
7. persönliche Roadmap für Teilnehmer - was setze ich es wie bei mir um

Persönliche Roadmap für TeilnehmerInnen

Was mache ich anders ab morgen – Social Media

Wie gehe ich vor um in 3 Monaten dort zu sein wo ich hin will?

2 Ziele – 2 Kennzahlen

Willkommen beim Workshop Social Media

Jan Geissler und Urs E. Gattiker

1. Inventar - Wie nutzen wir Social Media
2. Beispiele der Webnutzung aus der Praxis (Jan Geissler)
3. Was sind die Ziele der teilnehmenden Orgs. (Diskussion)
4. Strategie - Zielsetzung - Umsetzung (Urs E. Gattiker)
5. Umsetzung - schnell gemacht (Diskussion)
6. Wie messen wir die Zielerreichung (Jan, Urs, TeilnehmerInnen)
7. persönliche Roadmap für Teilnehmer - was setze ich es wie bei mir um
8. Schlussfolgerungen

_Schlussfolgerungen – Strategie, Ziele, Umsetzung

Warum tun wir was – Strategie im Auge behalten

Was wollen wir tun - lösungsorientierte Inhalte für unsere Leser

Nützlichkeit der Inhalte – Nutzerfreundlichkeit der Webseite

Schlussfolgerungen – Allgemeine Tipps

Umsetzung

1. Blog – bleiben Sie Social => Engagement
2. SEO – Google+ Seite lohnt sich

Verbesserung

3. 1 mal im Monat = Minimum – Beitrag mit Mehrwert für Blog
4. Mit Lesern reden, Engagement fördern, um Kommentare bitten

Schlussfolgerungen – Allgemeine Tipps

Umsetzung

1. Blog – bleiben Sie Social => Engagement
2. SEO – Google+ Seite lohnt sich

Verbesserung

3. 1 mal im Monat = Minimum – Beitrag mit Mehrwert für Blog
4. Mit Lesern reden, Engagement fördern, um Kommentare bitten

3 Dinge machen eine Strategie aus:

1. Differenzierung des Produktes / Service
2. Gutes Preis / Leistungs Verhältnis für Mitglieder
3. Segmentierung – z.B. Fokus auf 1 / 2 seltene Krankheiten?

Lesenswert: <http://info.cytrap.eu/articles/2013-corporate-blog-strategie-4>

Schlussfolgerungen – Das Werkzeug

BufferApp – Tweets senden welche eine Foto angehängt haben

<http://bufferapp.com/>

Postet auch auf Facebook (längerer Text mit Foto) und auf eine Page auf Google Plus (Patientenorganisation)

Schlussfolgerungen – 2 Beispiele Empowerment

Facebook Gruppe für Alzheimer Support

<https://www.facebook.com/groups/554631627956006/>

Twitter Chat IFB18. März 2014 und jeden Monat mit anderen Themen

<http://info.cytrap.eu/?p=6082#comment-1281120073>

<http://blog.Careum.ch/?p=210>

Moderierter Twitter-Chat zum Thema **Behinderung und Sexualität**

IFB-Stiftung
Shared publicly · Yesterday 11:03 AM

Sex Austausch Liebe IFBeV Zärtlichkeit anonym berühren Knuddeln lachen
Twitter Offeneheit streicheln Partnerschaft Respekt Nähe

Are you going?

Event photos

Details
Created by IFB-Stiftung · Public event
Tue, Mar 18, 4:00 PM - 6:00 PM

Interessiert? Dann seien Sie dabei. Jeder kann teilnehmen und ist herzlich willkommen. **5 Stunden lang spreche** wir unter dem **Hashtag #BeV** über Themen wie Liebe, Sex, Zärtlichkeit und vieles mehr, was Sie interessiert.

Tauschen Sie sich aus, stellen Sie Fragen. Und vor allen Dingen: teilen Sie diese Info und laden somit viele interessierte Twitter-Freunde ein. Wir freuen uns auf eine nette, respektvolle Transkripte

Guests

_In eigener Sache

- Award-winning blog <http://ComMetrics.com>

Free subscription: <http://eepurl.com/IBw95>

- Preisgekrönter Blog: <http://info.CyTRAP.eu>

Kostenloses Abo: <http://eepurl.com/lzfiz>

Great bloggers - thanks for including me

Featured Bloggers

YOU	David Amerland
Jay Baer	Rohit Bhargava
Sandy Carter	Vanessa DiMauro
Debra Ellis	Paul Fabretti
Sally Falkow	Cliff Figallo
Maggie Fox	Brad Friedman
Urs E Gattiker	Paul Gillin
Eric Goldstein	Rachel Happe
Shel Holtz	John Jantsch
Beth Kanter	Sandy Miller
Rohn Jay Miller	Steve Olenski
Tom Pick	Eric Schwartzman
Brian Solis	Luis Suarez
Hollis Tibbetts	

- Blog Benchmarking – Messen von Engagement (Facebook, Google+, etc.)

Financial Times - die kleine aber feine Lösung aus den Schweizer Bergen (Bosco Gurin)

Kostenlos registrieren – Blogs Tracking – <http://BlogRank.CyTRAP.eu>

_In eigener Sache

- Buch 1 - Social Media Audit 2013

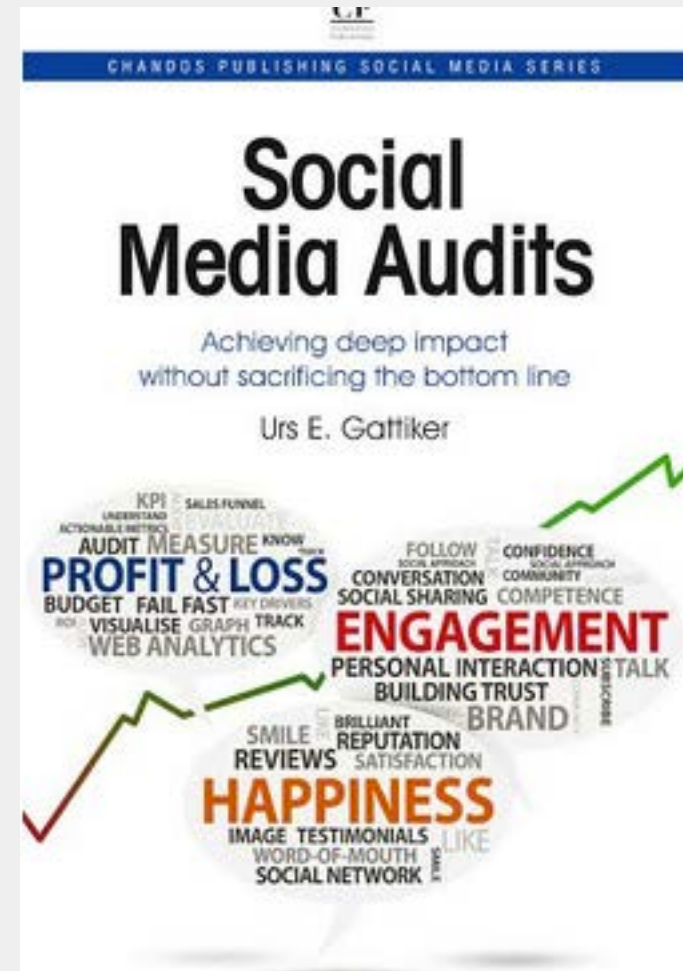
Checklisten, How To Guides und mehr:

<http://SecUrl.de/CHaudit>

- Buch 2 – März 2014 – Fallbeispiele, Grafiken, etc.

Vorbestellen und sich den 25% Rabatt sichern ==>
(inkl. kostenlose Lieferung).

[Social Media Audit: Help Your Bottom Line \(Elsevier BWL/Mgmt\) - 2014 -
Autor: Professor Urs E. Gattiker, PhD](#)



DrKPI.de

Workshop Patientengruppen – Patientenbildung – Social Media

17. März 2014 – Careum Congress Basel

<http://SecURL.de/CC14-5>



CyTRAP Labs
Benchmark smarter. Perform better.

Roentgenstrasse 49 Street

CH-8005 Zuerich Zip Code

Switzerland Country

+41(0)44 272 1876 Voice

+41(0)76 200 7778 Cel

Prof. Urs E. Gattiker , Ph.D.

www.CyTRAP.eu URL