Social Media Experte / Social Media Expertin

Weitere Informationen und Ausbildungsbetriebe unter https://www.berufeerleben.at/berufe/2356

Berufsbeschreibung

Social Media Expertinnen und Experten befassen sich mit Social Media, wie Facebook, Twitter oder Blogs. Sie analysieren die mediale Nutzung und entwickeln auf dieser Grundlage Strategien, um ein Unternehmen im Internet zu präsentieren. Gemeinsam mit der Unternehmensleitung entscheiden sie, welche Botschaften ("Messages") nach außen getragen werden sollen und welche Social Media Kanäle genutzt werden. Meist sind sie auch für die Umsetzung der Strategie zuständig. Sie erstellen und betreuen Unternehmensprofil für Facebook und Co, beobachten und analysieren Trends im Internet und erstellen Web-Reports und Interpretationen der Ergebnisse.

Dabei arbeiten sie in erster Linie vor dem Computer im Büro. Eine geregelte Ausbildung gibt es für Social Media Expertinnen und Experten nicht. Gefragt ist eine Kombination aus informationstechnischem Know-how, betriebswirtschaftlichen Kenntnissen und Kreativität. Mögliche Zugänge zu diesem Beruf eröffnen z. B. die Studien Informatik, Marketing, Journalismus, Medien- oder Kommunikationswissenschaft. Es werden aber auch eigene Lehrgänge für Social Media Management angeboten.

Anforderungen

Fachkompetenz:

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gestalterische Fähigkeit
- gute Beobachtungsgabe
- schriftliches Ausdrucksvermögen
- technisches Verständnis

Sozialkompetenz:

- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

Selbstkompetenz:

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Rechtsbewusstsein
- Selbstorganisation
- Spontanität

Methodenkompetenz:

- interdisziplinäres Denken
- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- systematische Arbeitsweise

Tätigkeiten und Aufgaben

- Auftritte von Unternehmen und Trends von Nutzer*innen im Web analysieren
- Social Media-Präsenz (z. B. Facebook-Profil) des eigenen Unternehmens entwickeln
- Social Media-Präsenz steuern und dafür Content Management Systeme bedienen
- Präsenz betreuen, auf Anfragen und Reaktionen der Nutzer*innen antworten
- Verhalten der Nutzer*innen mit Hilfe von Datenanalyseverfahren beobachten
- Texte im Social Media, z. B. Werbetexte, Kommentare, Blogs, Tweets, verfassen
- mit Mitarbeiter*innen und Abteilungen des Unternehmens kommunizieren