

You are what you share! Du bist, was Du teilst!

Soziale Netzwerke effizient nutzen

Digitale Medien

«Du bist, was Du teilst.» Dieses Zitat des englischen Trendforschers Charles Leadbeater bringt die Kernbotschaft der sozialen Medien auf den Punkt. Die Präsenz auf den verschiedenen Plattformen mit Beiträgen, Kommentaren, Links, Bildern und Videos erzeugt beim Betrachter ein Bild. Und dieses Bild kann man gezielt beeinflussen!

Häufig werde ich gefragt: Wie kann man die sozialen Plattformen und vor allem die Business-Netzwerke sinnvoll nutzen? Meine Antwort darauf: Sie sind eine ideale Ergänzung zur eigenen Website, sie bringen zusätzliche Sichtbarkeit!

Strategisch networken

Um diesen Sichtbarkeiteffekt als Unternehmen oder Einzelperson nutzen zu können, braucht es eine klare Business-Networking-Strategie. Zu gross ist die Gefahr, dass man sich verzettelt oder nur das tut, was einem «Spass» macht. Dann bleibt nach der ersten Euphorie meist nicht mehr viel Elan, um mit seinem Thema dauerhaft am Puls der Zeit zu bleiben. Schliesslich brauchen all diese sozialen Aktivitäten Zeit und Energie!

da sich vielleicht gerade in diesem Moment jemand nach dem eigenen Produkt, Brand oder dem eigenen Unternehmen erkundigt.

Relevanz und Sichtbarkeit

nicht ins Internet. Darüber hinaus gibt es Fälle von Identitätsdiebstahl. Die sicherste Methode, um hiervon schnellstmöglich zu erfahren, ist ein konsequentes Monitoring. Dies kann übrigens auch Unternehmen passieren, die nicht in den sozialen Medien aktiv sind.

Die grösste Gefahr sehe ich jedoch in der Verzettelung der Aktivitäten und einer mangelnden Zielorientierung. Es braucht einen klaren Fokus und eine Kennzahl, an dem man erkennt, ob man sich zum Ziel hin entwickelt. Dies kann zum Beispiel die Anzahl von Produktanfragen (Leads) via XING sein oder die Nennung der eigenen Website (Banding) in fremden Tweets.

sen, kann dies langfristig ein negatives Bild auf einen selbst werfen. Besser ist es, positiv mit eigenen Inhalten zu glänzen.

3 Auf weichen Kanälen sind Sie aktiv?

Dort, wo Ihre Kunden sind. Dort, wo über Sie oder Ihre Produkte gesprochen wird.

4 Profil-Aktionsplan.

Was posten Sie wann?

Die Umsetzung erfordert viel Energie, Zeit und Sendungsbewusstsein! Für viele Unternehmen ist daher ein klarer Publicationsplan, der mit dem Marketingplan abgestimmt ist, Gold wert.

Für eine Business-Networking-Strategie sollten folgende 5 Punkte beantwortet werden:

1 Profil-Strategie. Was möchten Sie erreichen?

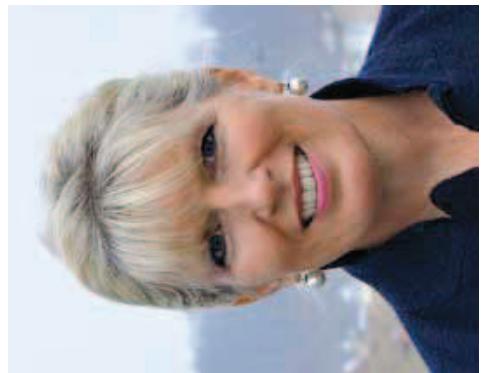
Eine klare Zielsetzung ist zentral. Diese sollte bei allen Beiträgen, Fotos etc., die man veröffentlicht, als Filterkriterium im Fokus stehen. Schliesslich gilt es, seine Zeit gezielt einzusetzen.

2 Profil-Monitoring. Wird über Sie gesprochen?

Früher hat man die Printmedien nach Nennungen durchsucht, heute sind es die sozialen Netzwerke. Tools wie Google Alerts, Talkmaster.com etc. unterstützen heute bei einem Basis-Monitoring. Heute gehört das zum «Pflichtprogramm» für Unternehmen.

Risiken

Aktivitäten in den sozialen Netzwerken sind für viele während einer langen Zeit sichtbar. Daher ist es besonders wichtig, keine vertraulichen Informationen zu teilen, auch nicht in sogenannten «geschlossenen» sozialen Netzwerken. Wirklich heile Informationen gehören



Prof. Martina Dalla Vecchia
Dozentin an der Hochschule für Wirtschaft FHNW

Um sich in den sozialen Netzwerken zu positionieren, braucht es eine klare Strategie.

Trends
Die zunehmende virtuelle Vernetzung, die innovativen Geschäftsmodelle und die feinmaschigen Auswertungsmöglichkeiten des Klickverhaltens schreiten voran und damit auch der Bedarf, das eigene Profil oder das Profil des Unternehmens zu optimieren. Online Reputation Management ist der Fachbegrieff hierfür. Das Ziel dabei ist, dass man sein Online-Profil bewusst beobachtet und in die Kommunikationsstrategie integriert. Die steigende Nutzung von Smartphones und Tablets verstärkt diesen Trend noch. Soziale Netzwerke werden zum Hub und Traffic-Lieferanten für die Unternehmenswebsite. Dies haben viele Unternehmen erkannt und investieren in ihre Präsenz in den sozialen Medien.