

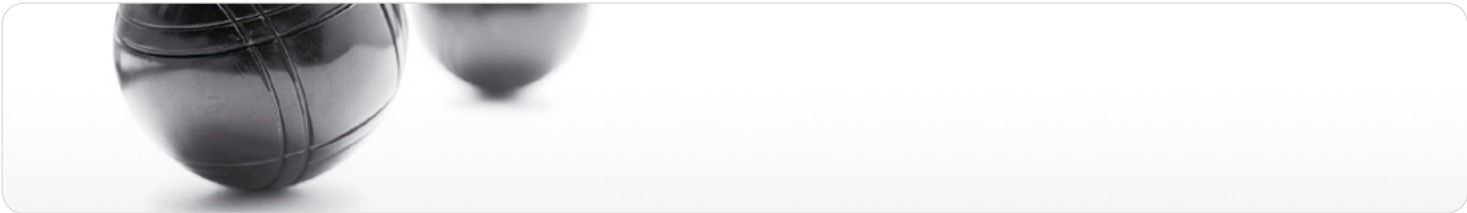


## Social Media Marketing

### » Für mittelständische Unternehmen effektiv?

Social Media boomt. Laut der Zahlen des Google Ad Planners wurde das Social Network Facebook von 11 Mio, studiVZ von 5,5 Mio und Twitter von 2,4 Mio Unique Visitors in Deutschland im Dezember 2009 genutzt. Viele Unternehmen haben bereits für sich erkannt, dass Social Media Marketing eine kostengünstige und effektive Strategie ist, Zielgruppen zu erreichen, neue Kunden zu erschließen und ihre Marke bekannt zu machen. Doch ist Social Media Marketing auch für mittelständische Unternehmen relevant? Wir stellen Ihnen vor, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, worin die Chancen bestehen, mit welchen Hürden Sie zu rechnen haben und was Sie in der Zukunft erwarten wird.

- Social Media erobert das Web
- Chancen zum Erfolg
- Check: Voraussetzungen und Hürden
- Zukunftsmusik
- Fazit
- Im Agenturalltag angekommen



## Social Media erobert das Web

Für über 400 Millionen aktive Nutzer ist Facebook weltweit inzwischen so etwas wie eine zweite Heimat geworden. In der schnell wachsenden Social Community vernetzen sich Menschen online miteinander, um mit Freunden in Kontakt zu bleiben, Erfahrungen und Meinungen auszutauschen, Fotos hochzuladen oder um Videos und Links zu teilen.

### Was ist Social Media?

Ob Facebook, Twitter, YouTube oder Weblogs — sie alle zählen zu einer Gruppe von Web-2.0-Anwendungen, die man unter dem Begriff Social Media, Soziale Medien, zusammenfasst. Ihre Gemeinsamkeit: Die Kommunikation, der Informationsaustausch, sowie die Produktion eigener Inhalte, finden in einem sozialen Kontext statt.



### Wodurch unterscheiden sich Soziale Medien von den klassischen Massenmedien?

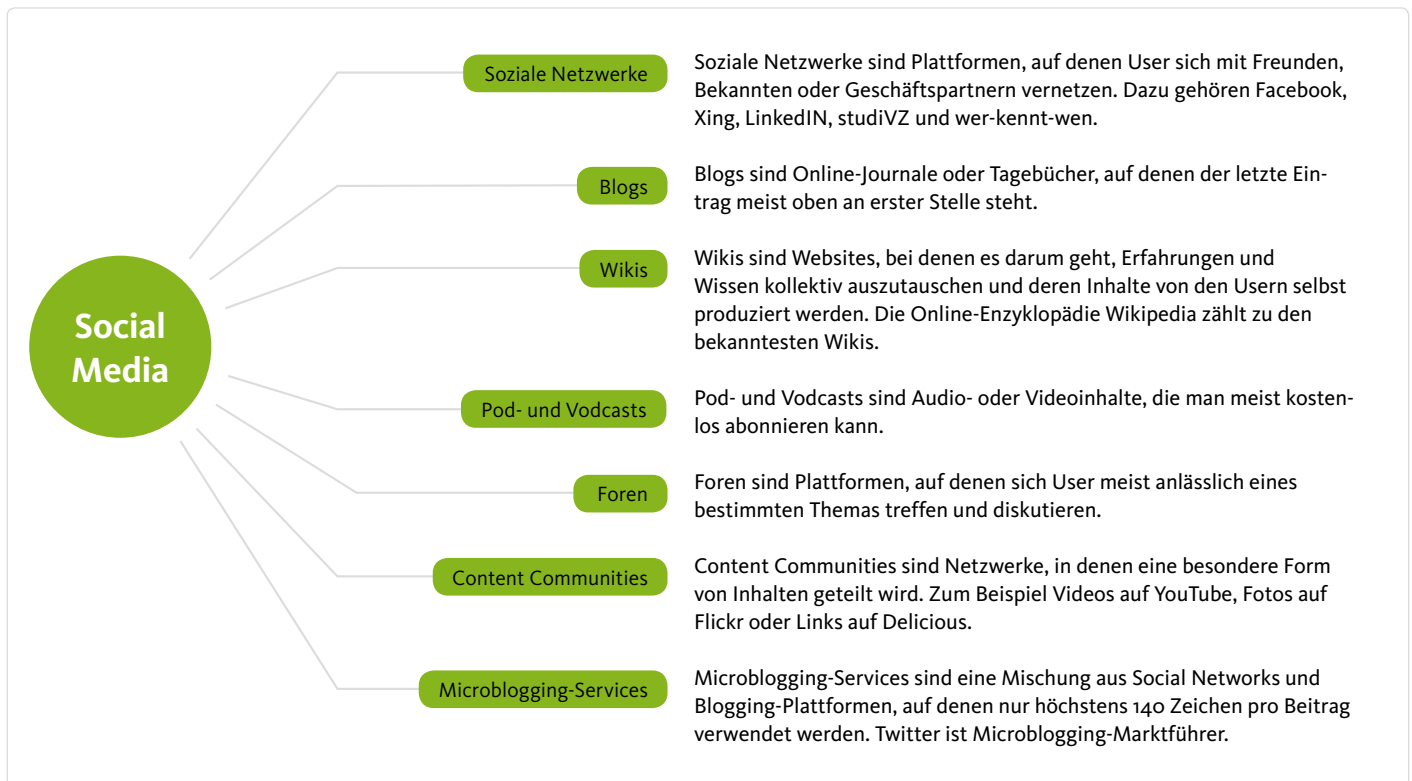
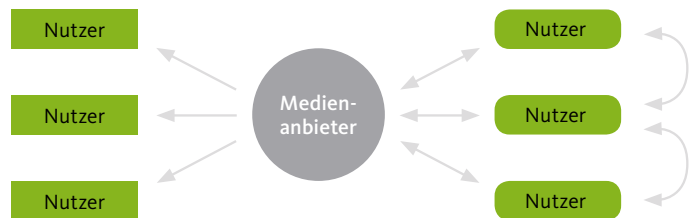
Die klassischen Massenmedien (Fernsehen, Radio, Printmedien) sind Kanäle, die Unternehmen zur Verbreitung von Informationen nutzen, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Die Kommunikation findet nur in eine Richtung statt, es besteht kein Rückkanal.

Im Gegensatz zu den klassischen Medien werden Botschaften in den Sozialen Medien über Netzwerke in kürzester Zeit verbreitet. Alle Sender sind gleichzeitig Empfänger und umgekehrt. Durch die Web-2.0-Techniken wird der gegenseitige Austausch von Informationen, Meinungen und Erfahrungen ermöglicht.

#### Klassisches Marketing



#### Social Media Marketing



## Chancen zum Erfolg

Auch mittelständische Unternehmen können durch den rasanten Wachstum der Social Media Angebote profitieren. Welche Chancen sich mit dem Einsatz von Social Media Marketing im Rahmen Ihrer Kommunikationsstrategie ergeben, haben wir für Sie zusammengefasst.

### + Steigerung des Bekanntheitsgrades

Mit Social Media Marketing machen Sie auf sich aufmerksam und Ihre Produkte und Services bekannter. Soziale Netzwerke wie Facebook oder auch Blogs sind schnelle Verbreitungskanäle, mit denen Sie Ihre Botschaften direkt und mit einem hohen Streuungsgrad an Ihre Zielgruppe richten.

### + Erhöhung der Viralität

Social Media Marketing erzeugt virale Effekte. Sie als Anbieter erreichen nicht nur bereits vorhandene Kunden über Social Media, sondern sorgen auch dafür, dass Ihre Botschaften in Freundeskreisen und Freundeskreisen dieser verbreitet werden, ohne dass Sie selbst aktiv werden müssen. Dadurch avancieren Kunden zu Multiplikatoren.

### + Differenzierte Zielgruppenanalyse

Ihr Unternehmen ist mit großer Wahrscheinlichkeit schon Gespräch in den Sozialen Medien. Mithilfe kostenloser Tools wie Google Analytics, Google Alerts, Twitter Search und den Seiten-Statistiken von Facebook analysieren Sie Ihre Zielgruppen und beobachten, was über Sie gesprochen wird.

### + Kundenbindung

In den Sozialen Medien ist es notwendig aus der Rolle des klassischen Senders herauszutreten, mit seinen Kunden auf gleicher Augenhöhe zu kommunizieren und in einen Dialog zu treten. Es ist ein klarer Vorteil für Sie, wenn Sie sich auf die Spielregeln der Nutzer einlassen. Durch offene und authentische Kommunikation bauen Sie eine enge Bindung zu Ihren Kunden auf und schaffen Vertrauen. Außerdem gewinnt Ihr Unternehmen an Transparenz.

### + Mit einfachen Mitteln zur professionellen Selbstdarstellung

Die Applikationen der einzelnen Social Media Anwendungen, zum Beispiel die Facebook-Seiten, haben einen großen Funktionsumfang und helfen Ihnen bei der Selbstdarstellung. Integrieren Sie Ihr Corporate Design auf Ihren Profilen und Seiten. Fotos, Videos und Texte, die zu Ihnen passen, unterstützen die Repräsentation Ihres Unternehmens.

### + Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Je häufiger Ihre Inhalte auf Social Media Plattformen und Blogs verlinkt sind, desto besser behandelt Sie auch Google in seinen Suchmaschinen-Platzierungen.

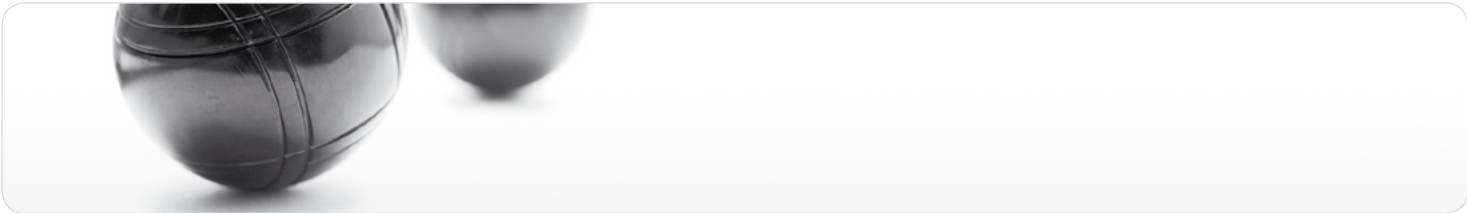
### + Die Stimme der Kunden hören

Die sozialen Medien bieten einem Unternehmen die große Chance die ehrliche Meinung zu seinen Produkten und Dienstleistungen durch die sozialen Medien zu erfahren. Wer seine Kunden ernst nimmt und auf deren Feedback umgehend und ehrlich eingehen kann punkten.



The image displays two screenshots related to the N24 website. The left screenshot shows a news article titled 'FDP speckt Steuers' with a social sharing menu overlaid. The menu includes options to share on Facebook, Twitter, and other platforms. The right screenshot shows a login form for N24.de, featuring fields for email address and password, and buttons for 'Anmelden', 'Jetzt registrieren', and 'Passwort vergessen'. Below the login form are prompts to connect with Facebook and Twitter.

Für das Online-Portal N24 wurde eine Socialbar implementiert, die Facebook Connect nutzt. So ist es für die Leser von N24.de jetzt noch einfacher Artikel zu kommentieren oder Videos und Artikel an Freunde weiterzuleiten. Über Facebook-Connect ist die Anmeldung auf n24.de für Facebook-Nutzer jetzt noch einfacher.



## Check: Voraussetzungen und Hürden

Bevor Sie sich entschließen in den Sozialen Medien aktiv zu werden, sollten Sie einige Dinge berücksichtigen. Welche Voraussetzungen in Ihrem Unternehmen gegeben sein müssen und welche Hürden mit einem Einsatz verbunden sind, finden Sie hier auf einen Blick.

### ✔ Präsenz der Zielgruppen

Bevor Sie mit der Ausarbeitung einer Social Media Strategie beginnen, finden Sie heraus, ob Ihre eigene Zielgruppe überhaupt in den Sozialen Medien aktiv ist. Wenn dies der Fall ist, raten wir Ihnen sich einen Überblick zu verschaffen, welche Plattformen, Services und Blogs von Ihrer Zielgruppe bevorzugt genutzt und aufgesucht werden.

### ✔ Zeitfaktor

Social Media Marketing ist sehr zeitintensiv, denn es setzt viel Eigeninitiative, Engagement und Kreativität voraus. Ganz entscheidend: Ihr Typ wird verlangt. Beauftragen Sie keinen außenstehenden Experten, sondern „facebooken“ und „twittern“ Sie selbst. Es fängt bereits beim Namen Ihres Kontos an. Ein echter Name macht Sie glaubwürdiger, als ein Pseudonym. Bei Facebook wurde der Nutzer mit dem offensichtlichen Pseudonym „Max Mustermann“ sogar gelöscht. Ihre Authentizität wird außerdem bewahrt, indem Sie selbst aktiv kommunizieren und Feedback geben. Ihre Inhalte sollten stets auf dem aktuellsten Stand gehalten werden. Aufgrund des hohen Zeitfaktors, raten wir Ihnen unbedingt die Ressourcen Ihres Unternehmens zu überprüfen.

### ✔ Angebot der Inhalte

Die Menschen wollen spannende Geschichten hören, sie möchten beeindruckt werden, sei es mit interessanten Artikeln, News, Videos, Fotos oder Links. Mit klassischen Werbebotschaften erreichen Sie in den Sozialen Medien wenig bis gar keine Aufmerksamkeit. Doch Mehrwerte zu schaffen, ist oftmals gar nicht so schwierig. Nutzen Sie Ihr Expertenwissen und teilen Sie nützliche und unterhaltende Inhalte mit Ihrer Community, die Sie im Web gefunden haben. Ein guter Rat schafft Vertrauen. Integrieren Sie aktuelle Events, Termine rund um Ihr Unternehmen, sowie News aus Ihrer Branche in Ihre öffentliche Kommunikation.

Wichtig hierbei ist: Die sozialen Medien können nicht als klassischer Werbekanal verstanden werden. Nur wer seine Kunden mit anspruchsvollen und bedürfnisorientierten Themen versorgt wird Gehör erhalten.

### ✔ Unternehmenskultur

Sind Sie bereit für einen offenen Dialog mit Ihren Kunden? In den Sozialen Medien ist eine offene Unternehmenskultur eine der wichtigsten Voraussetzungen. Zeigen Sie Verständnis, entschuldigen Sie sich mit ehrlich gemeinten Worten und reagieren Sie in jedem Fall unbedingt und schnell auf Kritik.

Für die Berlinale wurde das etablierte Feature der Social Bookmarks eingesetzt und während der Berlinale intensiv genutzt.

Wichtig ist auch, dass Sie Ihr gesamtes Team in Ihre Social Media Aktivitäten involvieren. Das motiviert und fördert gleichzeitig die Identifikation mit Ihrem Unternehmen. Gerade junge Mitarbeiter sind mit großer Wahrscheinlichkeit selbst aktiv in vielen Social Networks und können Sie mit Ihrem Wissen und Erfahrungen unterstützen. Da nicht alle Mitarbeiter mit Social Media auf geschäftlicher Ebene vertraut sein werden, lohnt sich eine Einführung in die Social Media Marketingwelt auf jeden Fall. Bewerten Sie das Networking Ihrer Mitarbeiter während der Arbeitszeit als positiv und profitieren Sie von ihrem Wissen.

Offenheit bedeutet auch, dass Sie aus Ihrer internen Kommunikation kein Geheimnis machen. Nichts ist spannender als ein Blick hinter die Kulissen. Zeigen Sie zum Beispiel eine Fotoserie über Ihr Office.

✔ Unser Tipp:

Legen Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern einen Verhaltenscodex fest, um die Medienkompetenz Ihres Unternehmens zu schulen und Ihr Image in der Öffentlichkeit zu schützen. Haben Sie auch immer ein offenes Ohr für Ihre Mitarbeiter, dort werden Sie die besten Ideen in Verbindung zu Ihrem Unternehmen finden.



## Zukunftsmusik

Es gibt eine Menge Zukunftsszenarien für Social Media. Doch blicken wir nicht zu weit in die Zukunft, in der die digitale Vernetzung wahrscheinlich so weit fortgeschritten sein wird, dass „unserer Welt“ sich tatsächlich in ein globales Dorf verwandelt hat. Interessant finden wir vor allem, welche Entwicklungen sich weiterhin verstärken und in welche Richtung sie sich bewegen werden.

### Mobile + Social Web

Bereits heute kommunizieren die Social Media Nutzer mit ihrem Netzwerk eifrig über mobile Applikationen. Insbesondere für Apples iPhone werden zunehmend mehr Apps entwickelt, die den Austausch von Daten und Nachrichten erleichtern. Mit seinem neuen Handy „Nexus One“ ging der Suchmaschinen-Gigant Google Anfang des Jahres in die Offensive und ebnet sich nun verstärkt auch den Weg ins mobile Web. Durch sinkende Datentarife wird sich das Internet weiterhin verstärkt vom Notebook in die Jackentasche bewegen. Unser Kommunikationsverhalten wird immer schneller, lebendiger und verlangt daher komfortable Hard- und Software, mit der man jederzeit erreichbar ist und andere erreicht.

### In Echtzeit

„Was machst du gerade?“ lautet die Frage auf der Facebook-Startseite jedes eingeloggten Mitglieds. Es ist eine indirekte Aufforderung, sich aktiv in die Konversationen seines Netzwerkes einzubringen und bedient damit ein Grundbedürfnis des Menschen nach sozialen Kontakten, sich diesen mitzuteilen und anerkannt zu werden. Schließlich lebt Facebook von der Vernetzung seiner User. Über „Neueste Meldungen“ erfährt man Neuigkeiten seiner „Freunde“, sortiert nach Aktualität. Auch die Microblogs auf Twitter leben von der Echtzeit-Übermittlung und der Live-Suche nach Informationen. Das Jetzt und nicht das Vorhin ist ein markantes Merkmal von Social Media und wird weiterhin in den Mittelpunkt unserer Online-Kommunikation rücken.

Für Unternehmen wird es mit Sicherheit eine Herausforderung sein sich diesen schnellen Gepflogenheiten anzupassen. Aktualität spielt eine übergeordnet große Rolle.

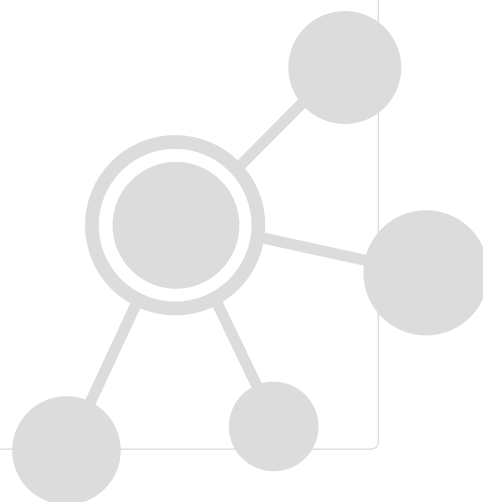
### Verfügbarkeit und Qualität von Informationen

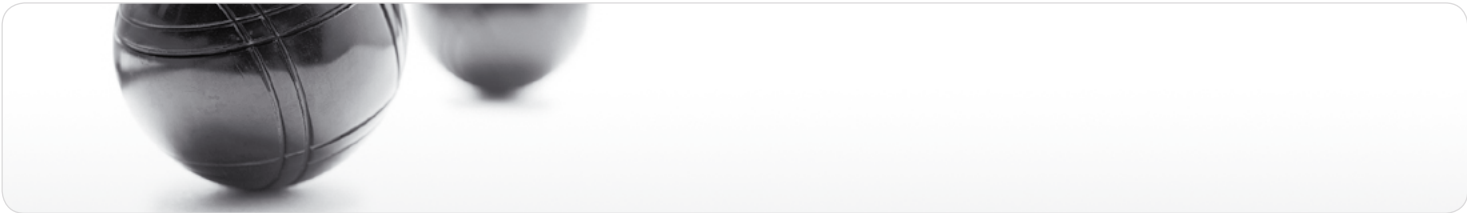
Nicht die Web 2.0 Anwendungen und vielen Plattformen, sondern die Inhalte, die über sie verbreitet werden, stehen im Mittelpunkt von Social Media. Schon jetzt findet in den großen Netzwerken ein plattformübergreifender Austausch von Texten, Bildern, Links und Videos statt. Die Communities werden sich auch in Zukunft zunehmend über technische Schnittstellen miteinander verknüpfen. Aus diesem Grund wird es immer bedeutender Zeit in die Erstellung qualitativ hochwertiger Inhalte zu investieren, um Mehrwerte zu schaffen und sich von der Masse abzusetzen.

## Fazit

Wer in den Sozialen Medien nicht aktiv ist, verpasst die Chance sich ein aktives Netzwerk aufzubauen und langfristig davon zu profitieren. Insbesondere Facebook entpuppt sich zunehmend als ein Paralleluniversum zur realen Welt, indem Nutzer über Freunde und Kontakte auf neue Produkte stoßen, Kunden zu Multiplikatoren avancieren und Netzwerkeffekte ungeahnte Bahnen einschlagen.

In den Sozialen Medien finden Sie Ihre Zielgruppen und können individuell auf gleicher Augenhöhe auf sie eingehen und mit ihnen interagieren. Denn in einer Community ist jeder ein Teil eines großen Konstrukts, in dem sich Sender und Empfänger nicht mehr voneinander unterscheiden. Immer im Auge zu behalten ist das sich stets im Wandel befindende Kommunikationsverhalten der Generation Social Media. Die Beiträge und Botschaften müssen die Interessen der Zuhörer bedienen sonst werden Sie in den sozialen Medien kein Gehör erlangen.





## interactive tools GmbH

interactive tools ist eine Full-Service-Agentur für digitale Medien mit Fokus auf nutzerzentrierte Online-Lösungen. Unsere Expertinnen und Experten aus Strategie, Beratung, Redaktion, Gestaltung und Technik sorgen für nachhaltig erfolgreiche Unternehmensauftritte in digitalen Medien.

interactive tools GmbH  
Agentur für digitale Medien  
Schönhauser Allee 12  
10119 Berlin

Fon 030 72 62 77 – 900  
Fax 030 72 62 77 – 901

@ [info@interactive-tools.de](mailto:info@interactive-tools.de)

» [interactive-tools.de](http://interactive-tools.de)



Ihr Ansprechpartner ist  
Klaus Cloppenburg

### Quick Infos

- seit 1997
- inhabergeführte Agentur
- Standort: Berlin
- Full-Service für digitale Medien
- Usability-Beratung, Konzeption & Redaktion, Interface Design & Web Development

