

Gewinnspiel

Was ist Social Media und wie wichtig ist es für Unternehmen?

Social Media (*deutsch: soziale Medien*) ist der Überbegriff für Medien, in denen Internetnutzer Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder **Informationen austauschen** und **Wissen sammeln** (*englisch: User Generated Content, UGC*).

Zu solchen Medien gehören **Foren**, **Weblogs** und **Micro-Blogs** wie [twitter](#), **soziale Netzwerke** (zum Beispiel [XING](#), [LinkedIn](#), [facebook](#), [MySpace](#), [wer-kennt-wen](#) oder [StudiVZ](#)), **Wikis** wie [Wikipedia](#), **Social-Bookmark-Portale** (zum Beispiel [Mister Wong](#), [delicious](#), [Digg](#), [LinkARENA](#) oder [oneview](#)), **Bewertungsportale** (zum Beispiel [Idealo](#), [QYPE](#) oder [ciao!](#)) **Auskunftsportale** (zum Beispiel [wer-weiss-was](#) oder [gutefrage.net](#)) sowie **Photo-, Video-, Musik- oder Document-Sharing-Portale** (zum Beispiel [flickr](#), [Picasa](#), [YouTube](#), [sevenload](#), [MyVideo](#), [last.fm](#), [slideshare](#) oder [Scribd](#)).

Wer nutzt Social Media?

In Deutschland besitzen über 32 %* aller Internetnutzer ein Profil in mindestens einem sozialen Netzwerk, über 31 %* veröffentlichen Fotos und 10 %* schreiben Artikel in Weblogs.

In den sozialen Medien vermischen sich privates und geschäftliches Interesse. Für Unternehmen geht es dabei um die klassischen Kommunikationsziele – Bekanntheit, Image, Kundengewinnung und Kundenbindung.

Wenn Unternehmen die sozialen Medien für ihre Zwecke nutzen, nennt man dies **Social Media Marketing**. Sie treten dabei in einen direkten Dialog mit ihrer Zielgruppe. Dabei gilt es, die Chancen aber auch die Risiken eines öffentlichen Dialogs zu kennen. Falsch angewandtes Marketing in sozialen Medien birgt hohe Risiken.



Welche Unternehmen sollten sich mit Social Media Marketing beschäftigen?

Grundsätzlich sollte sich jedes Unternehmen einmal mit dem Thema Social Media beschäftigen. Dabei gilt es herauszufinden, inwieweit die eigene Zielgruppe soziale Medien nutzt und ob die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen in den sozialen Medien thematisiert werden. Suchen Sie in einigen sozialen Medien wie XING, QYPE, wer-weiss-was oder in allgemeinen Suchmaschinen nach Ihrem Firmen- und Markennamen sowie den Hauptschlagworten Ihres Angebots. Manchmal hilft es, eine Suche als Frage zu formulieren. Auch die Ergänzung der Suche durch „Bewertung“ kann zu interessanten Treffern führen.

Wird Ihr Angebot in den sozialen Medien thematisiert, müssen Sie entscheiden, ob Sie aktiv Social Media Marketing betreiben möchten. Die folgenden Fragen helfen Ihnen bei dieser Entscheidung:

1. Wird Ihr Angebot in sozialen Medien oft oder kritisch thematisiert?
2. Können Sie Diskussionen durch Ihre Informationen positiv beeinflussen?
3. Hat Ihr Angebot einen echten Mehrwert, der einfach zu kommunizieren ist?
4. Können Sie durch den direkten Dialog sogar neue Kunden gewinnen oder alte Kunden an sich binden?
5. Haben Sie kommunikationssichere Mitarbeiter, die sich einen Teil ihrer Arbeitszeit mit sozialen Medien beschäftigen können?

Fazit:

Soziale Medien verändern die Kommunikation. Bekannte Markenhersteller im Konsumerbereich betreiben heute schon aufwändiges Social Media Marketing. Im Business-to-Business werden Soziale Medien noch nicht so stark genutzt. Social Media Marketing ist nicht die Pflicht, sondern die Kür im Onlinemarketing. Dennoch sollten sich Unternehmen mit diesem Thema beschäftigen, um die Potenziale für sich einschätzen zu können.