

SOCIAL MEDIA

Facebook

Mit Abstand das größte Netzwerk weltweit und auch in Deutschland und inzwischen Synonym für die Vermischung von privat und beruflich: Facebook. Sogar einen Hollywood-Blockbuster über seinen Gründer gibt es. Auch für Unternehmen ist das Netzwerk inzwischen unumgänglich. Doch Vorsicht: Unternehmen sollten sich fragen, wer wirklich Fan werden soll und will. Denn die Nähe zum Konsumenten hat nicht nur positive Folgen: Der Ärger eines einzelnen kann sich hier schnell potenzieren. Ein aufkommender Shitstorm kann aber mit dem richtigen Know How verhindert oder zumindest einigermaßen sicher umschifft werden. Oft kann eine negative Erfahrung mit dem nötigen Fingerspitzengefühl in ein positives Erlebnis umgewandelt werden. Hierbei ist natürlich Offenheit und die Bereitschaft, an den begründeten Ärgernissen als Unternehmen zu arbeiten.

Google+

Marktführer Google ist verhältnismäßig spät auf den Social Network-Zug aufgesprungen und hinkt entsprechend hinterher. Doch unterschätzen sollte man Google plus deshalb nicht: Denn in jeder Suchanzeige werden die angezeigten Links mit den Plus der Netzwerker geadelt. Dieses Qualitätsmerkmal könnte noch mehr an Bedeutung gewinnen, und sogar das Ranking in den Suchergebnissen beeinflussen. So könnten von Nutzern als wichtiger erachtete Seiten sogar den Unternehmens- beziehungsweise Urheberseiten im Google-Ranking den Rang ablaufen.

Twitter

Die Neuigkeit twittern (=zwitchern), also in SMS-langen Texten über den Dienst Twitter verbreiten, ist ein besonders schnelllebiges Konzept, das sich gerade in der Kommunikationsbranche und für Echtzeit-Marketing

erfolgreich nutzen lässt. Politiker, inklusive Kanzlerin Angela Merkel, aber auch Promis, Popstars und Sternchen nutzen Twitter gern. Für die breite Masse ist Twitter in Deutschland laut Nutzerzahlen von 12 Millionen (D) aber weniger interessant. Unternehmer, die Twitter nutzen wollen, sollten bedenken, dass sie ihre Followers (so heißen die Leser des Twitter-Kanals) regelmäßig bedienen müssen. Und aktuell. Auch deshalb sind es vor allem Journalisten, die sich gern mit Twitter beschäftigen, und die man darüber gut erreichen kann. Anzeige Merkblatt: Einbindung von Sozialen Netzwerken auf kommerziellen Webseiten mit Musterformulierung für die Datenschutzerklärung www.formblitz.de

Instagram

Wenn ihr auf Brand Awareness setzt und eure Produkte „instagrammable“ sind, solltet ihr unbedingt auf Instagram setzen. Kein anderes Netzwerk hat eine so hohe Interaktionsrate, denn auf Instagram wird wie wild gelikt und kommentiert. Der Fokus des Bildernetzwerks Instagram liegt aber auch eher auf Lifestyle-Inhalten und die Bilder sind besonders schön inszeniert. Falls ihr mehr auf Traffic aus seid, ist das Netzwerk nicht die richtige Wahl, denn die Bilder sind nicht mit Links versehen, sodass hier nur sehr schwer Traffic generiert werden kann. Gerade aber für kleinere Unternehmen lässt sich leicht Bekanntheit und Aufmerksamkeit für die Marke erreichen, wenn ihr Inhalte entsprechend aufbereitet und vielleicht auch auf Influencer Marketing setzt.

Pinterest

Pinterest ist eine digitale Pinnwand, auf der sich interessante Bildinhalte sammeln lassen und das Netzwerk ist auch ausschließlich auf Bilder ausgelegt. Im Stream geht es darum, eure Bilder besonders gut sichtbar und ansprechend darzustellen.

Die größte Hürde auf dieser Plattform ist ansprechendes Bildmaterial, das sich sehen und teilen lassen kann. Denn es geht auf Pinterest um schön inszenierte Inhalte, die vor allem zu den Bereichen Lifestyle und Fashion zählen. Die Pins, wie die Bilder genannt werden, sind mit dem Link zur Webseite versehen und das bietet euch eine Traffic-Garantie. Produkte lassen sich direkt mit dem Shop-Link verknüpfen und Pinterest sorgt dadurch für eine hohe Klickrate und damit verbunden auch für eine hohe Conversion-Rate. Das Bildernetzwerk wird von Usern eher als Suchmaschine für Lifestyle-Inhalte genutzt, was großes Potential bedeutet.

Flickr

Der Dienst flickr setzt auf die alte Weisheit: Bilder sagen mehr als Worte und zählt damit zu den Bildernetzwerken wie Instagram und Pinterest. Für Unternehmen hat sich flickr inzwischen als kostenlose und einfach bedienbare Plattform für eure Unternehmenskommunikation herausgestellt: Eure Pressebilder müsst ihr nicht mehr auf der eigenen Seite hosten, sondern könnt diese ganz einfach über flickr teilen. Zudem wird flickr in der Google Bildersuche eine ganz besondere Aufmerksamkeit geschenkt, sodass sich hier Bildmaterial deutlich einfacher viral verbreiten lässt.

Snapchat

Das Netzwerk Snapchat ist der Neuling unter den Social Media Kanälen und gerade zu Beginne gab es einen riesigen Hype um Snapchat. Dieser Aufruhr hat sich in der Zwischenzeit wieder gelegt, auch wenn der Channel nun fest zur Social Media-Landschaft zählt. Allerdings hat sich mittlerweile die Zielgruppe klarer herauskristallisiert und die User gehören größtenteils der Jugend an. Teenager unter 18 Jahren nutzen die Plattform am meisten. Gerade für Unternehmen und Mar-

ken, die für Jugendliche interessant sind, zeigt sich hier Potential und eine Möglichkeit die Zielgruppe leicht erreichen zu können. Storytelling wird im Sozialen Netzwerk via Bildern und Videos betrieben, was sich für euch als Gründer und Unternehmer besonders gut für einen Blick hinter die Kulissen und Insights aus dem Alltag eures Startups nutzen lässt.

YouTube

Auch youtube setzt auf Bewegtbild, auf dem Kanal können Videos platziert werden. Der Social Network Gedanke ist hier nicht das wichtigste, deshalb kann man YouTube-Videos auch auf allen anderen Networks einfach einbinden. Allerdings solltet ihr als Unternehmen bedenken, dass ihr mit einem eigenem Videokanal auf YouTube (Unternehmens-Channel) auch gefordert seid: Die Produktionskosten für hochwertiges Videomaterial sind erst einmal etwas höher und zudem müsst ihr ständig neuen Content nachliefern. Der Upload an sich ist dann aber einfach und ihr könnt auch ganz easy die Videos auf eurer Webseite einbetten. Alternative: Man hält seine Abonnenten mit gefundenen Videos bei Laune und teilt ganz einfach Content aus anderen Kanälen weiter. Großer Vorteil der Plattform ist natürlich auch, dass Nutzer sich nicht extra anmelden müssen und das Netzwerk daher auch als Alternative zur Google-Suche genutzt wird.

Vimeo

Vimeo ist eine Videoplattform wie YouTube – weniger groß dafür die bessere Qualität. Das betrifft die Videoqualitäten, die man bei vimeo hochladen kann ebenso wie einige Features. Ein Beispiel: Versuchen Sie mal, ihren youtube Video ein selbst definiertes Startbild zu geben. Das geht nur, wenn Sie Ihren Videokanal ins Partnerprogramm von youtube aufnehmen lassen. Das Problem: Vor Ihren Filmen

läuft dann Werbung, wenn Sie Pech haben, von Ihrem Konkurrenten. Bei vimeo gehört der eigene Startscreen zum Standard. Ähnlich ist es mit den Filmen: Quantität auf youtube, Quantität auf vimeo.

Tumblr

Bloggen was das Zeug hält, dafür gibt es tumblr: auf der Plattform können Nutzer Texte, Bilder, Zitate, Chatlogs, Links und Video- sowie Audiodateien veröffentlichen. Das wichtigste Prinzip ist Reblogging: Bereits eingestellte Inhalte werden von anderen Nutzern erneut publiziert. Außerdem lässt sich tumblr gut mit anderen Seiten, wie zum Beispiel WordPress oder GetGlue verbinden. Dies macht die Content-Generierung noch einfacher.

WhatsApp und FB Messenger

Auch wenn WhatsApp und der Facebook Messenger nicht wirklich als Netzwerk zählen können, so spielen die beiden Kanäle doch eine immer wichtigere Rolle im Online Marketing. Daher solltet ihr die Messengerdienste nicht unbeachtet lassen. Beide Apps verfügen über eine riesige Reichweite, die ihr für euch nutzen könnt. Die neue Art des E-Mail-Marketing findet in Messengerdiensten statt und ihr könnt mit euren Kunden direkt in Kontakt treten. Die Möglichkeit zur unmittelbaren Kommunikation ist ein großer Vorteil nicht nur für den Kundensupport, sondern auch für das Versenden von individuellen Angeboten beispielsweise oder einer kompetenten Shopping-Beratung.

XING

Xing versteht sich als Karrierenetzwerk und das hauptsächlich für den deutschsprachigen Raum. Es geht dabei weniger um Privates als vielmehr um berufliche Interessen, Networking und Austausch. Event-Hinweise und

Networking im Sinne von Konferenzen und Diskussionen lassen sich hier gut betreiben. Vor allem Freiberufler und Gründer haben hier eine professionelle und gute Basis für ihre Netzwerkarbeit, für Projektaufträge und mehr. Allerdings sind nicht alle Funktionen kostenfrei, es gibt eine Premiummitgliedschaft, die auf jeden Fall in Anspruch genommen werden sollte. Anzeige PDF-Anleitung: „Optimieren Sie Ihr XING-Profil“ Eine Bauanleitung, wie Sie ihre Visitenkarte im Netz mit wenigen Maßnahmen optimieren www.formblitz.de

LinkedIn

LinkedIn ist ein Netzwerk für berufliche Kontakte und das vor allem für den internationalen Raum. Auf der Plattform werden neue Kontakte geknüpft und bestehende, hauptsächlich internationale Geschäftskontakte gepflegt. Mittlerweile spielt LinkedIn auch hier in Deutschland eine immer größere Rolle. Interessant für Gründer ist auch die Zusammensetzung der User: 36 Prozent aller XING-Mitglieder sind Führungskräfte, bei LinkedIn sind es 80 Prozent.

Quelle: gruenderkueche.de