

Social Media für kleine und mittlere Unternehmen.
Machtvolles Instrument oder Spielkram?
Vom Ende des Zielgruppendenkens –
stellen sie sich auf Menschen ein.

ONLINE-MARKETING AUF DEN  GEBRACHT.



AUTOR:

Dipl. Ing. (FH)
Martin Kopf

Geschäftsführer team mcs GmbH

Tel. 07823 979 222
martin.kopf@teammcs.de

Social Media für kleine und mittlere Unternehmen.

Immer größere Teile der Gesellschaft nutzen sie, immer mehr lieben sie. Soziale Netzwerke, Blogs, Wikis, Foren und vieles mehr gehören mittlerweile zu den hoch akzeptierten Kommunikationsformen.

Für Firmen stellt sich die Frage, wie mit diesen neuen Möglichkeiten möglichst effektiv und nutzbringend umgegangen werden kann. Wo sind die Chancen? Gibt es Gefahren? Ein Aufgabenkomplex der immer mehr Eingang und Beachtung findet, denn Social Media ist längst kein Trend mehr sondern nachhaltig im Aufgabenspektrum der Unternehmens- und Markenkommunikation angekommen. Doch viele Firmen nutzen das einfach zu erschließende Potenzial bislang noch gar nicht oder nicht in vollem Umfang. Nachfolgend einige Informationen und Betrachtungen die für eine Entscheidung pro oder contra Social Media hilfreich sind.



Die grundlegende Erkenntnis: Märkte sind Gespräche.

Märkte sind Gespräche, schon 1999 wurde diese These im so genannten Cluetrain-Manifest (www.cluetrain.com) geäußert. In 95 Thesen skizziert das Manifest eine pragmatische Sicht auf Menschen und Märkte unter Einbeziehung der neuen Kommunikationswege. Es beschreibt den wachsenden Einfluss neuer Technologien auf die Kommunikation und wie dadurch die Macht des konventionellen Marketings schwindet. Das Manifest skizziert das Ende der einseitigen Kommunikation. Die Märkte der Zukunft basieren auf den Beziehungen der Menschen untereinander und auf den Beziehungen der Unternehmen zu den Menschen bzw. den Märkten.

„...wir sind keine Zielgruppen oder Endnutzer oder Konsumenten. wir sind Menschen...“

Diese Beziehungen und Dialoge lassen sich über die neuen Medien schnell und einfach aufbauen und führen. So modern wie das Unternehmen, so modern und innovativ sollten auch die Kommunikationsformen und Services sein. Und die Selbstverständlichkeit mit der diese genutzt werden sollte keiner Diskussion bedürfen. Das soziale Netz ist ein komplexes Medium, aber kein Mysterium. Die Chancen liegen in einer einfachen, offenen und intelligenten Kommunikation, welche durch kluge Platzierung von Beiträgen und Inhalten die so sehr gewünschten, weil extrem wirkungsvollen, Multiplikations-Effekte entfaltet.



Tue Gutes und rede mit allen darüber. Der Wert von echter Kommunikation.

Auch wenn manche es noch nicht wahrhaben wollen, Dialoge über Marken, Firmen und Produkte werden längst im Netz geführt. Dabei geht es für die Firmen um nichts weniger als um solch wichtige Begriffe wie Glaubwürdigkeit, Authentizität und Reputation. Das Engagement in den sozialen Netzen bringt nur in den seltensten Fällen unmittelbar eine große Zahl von Neukunden. Der Auftritt zahlt sich jedoch auf längere Sicht

Social Media für kleine und mittlere Unternehmen.

durch den Aufbau von Beziehungen und Kompetenzen aus. Nehmen Sie den Dialog an, respektieren Sie alle Meinungen und passen Sie Ihre Produkte und Angebote daran an. Der Rest kommt (nahezu) von alleine.

3 **Zunächst der Brocken, dann die Zugspitze, der Mount Everest kann noch warten. Über die Kunst, den Aufwand zu dosieren.**

Natürlich bedeutet die Einrichtung und das Betreiben von Social Media Kanälen auch einen gewissen Aufwand. Allerdings sind die Ängste über die einmaligen und laufenden Aufwände oftmals unbegründet und resultieren hauptsächlich aus zu wenig Kenntnis hinsichtlich der tatsächlich notwendigen Prozesse und der technischen Hilfsmittel zu deren Umsetzung. Und vor allem ist es wichtig, das richtige Maß für den Einstieg zu finden. Es müssen nicht gleich 10 Kanäle bedient werden, fokussieren Sie sich und sammeln Sie Erfahrungen. Und wagen Sie den Einstieg mit einem Konzept das ihren ganz individuellen Möglichkeiten und Zielsetzungen entspricht. Es muss nicht gleich der Mount-Everest sein.

4 **Das bewährte Strickmuster besteht aus nur vier Schritten - Konzeption, Umsetzung, Betrieb, Monitoring. So wird ein Schuh draus.**

Eine schlüssige Konzeption, erstmalige Einrichtung, Dokumentation und gründliche Einarbeitung der Mitarbeiter sind Schlüsselfaktoren für den langfristigen Erfolg. Und dieser Erfolg lässt sich messen! Ausgeklügelte Statistiken (Tracking / Performance) werden von vielen Services wie Facebook oder Web Content Content Management Systemen angeboten. Die Auswertung dieser Kennzahlen sollte in regelmäßigen Abständen Thema in der Geschäftsführung sein. Aus diesem „Controllingreport des modernen Marketing“ lassen sich viele weitere Maßnahmen und Prozesse ableiten.

Gerne unterstützen wir Sie bei der Konzeption und Realisierung. Denn dialogorientierte Kommunikation ist schließlich unser Metier. Rufen Sie uns an oder senden Sie uns eine Mail an info@teammcs.de - wir sind für Sie immer auf Empfang.