

Social Media

Facebook, Twitter & Co. erfolgreich nutzen



Dossier-Themen

Unternehmensführung

Personal

Führung

➔ **Erfolg & Karriere**

Kommunikation

Marketing & Vertrieb

Informatik

Recht, Steuern & Finanzen

Sofort-Nutzen

Sie erfahren:

- was Social Media sind.
- welche Social-Media-Plattformen wichtig sind.
- wofür Social Media eingesetzt werden können.
- welchen Nutzen Social Media bringen.
- welche Massnahmen zur persönlichen Sicherheit nötig sind.

Sie können:

- die Bedeutung von Social Media für Ihre Unternehmung einschätzen.
- eine Social-Media-Strategie in den Grundzügen entwickeln.
- Ihre Organisation für Social Media vorbereiten.
- beurteilen, welche Monitoring-Tools für Sie richtig sind.
- erahnen, wie Ihre Kinder Social-Media-Plattformen nutzen.

Autoren

Beat D. Wyser

Beat D. Wyser, Dr. oec. HSG, beschäftigt sich seit seinem Marketing-Studium in St. Gallen mit neuen Medien und zukunftsweisenden Technologien. Im Jahre 1998 gründete er die Information-Factory NETCAST AG, welche sich mit Zukunftsforschung, Strategieberatung, Suchmaschinenoptimierung und Digital Marketing beschäftigt. Er ist Autor diverser Bücher, Dozent und Prüfungsexperte.

E-Mail: wyser@netcast.ch

Internet: www.netcast.ch



Gundekar Giebel

Gundekar Giebel ist eidgenössisch diplomierter PR-Berater und Kommunikationsfachmann. Nach seinem Studium in Anglistik und Journalismus an der Universität Fribourg stieg er in die Kommunikationsbranche ein. Er beschäftigt sich neben den Printmedien seit über 25 Jahren mit verschiedenen Gattungen der elektronischen Medien: vom Radio über Videotext/Teletext, Musik- und Videoproduktionen bis zum heutigen World Wide Web, Intranet, Social Media und mobilen Anwendungen. Er ist Verantwortlicher für Internet, Intranet und Multimedia in einem Schweizer Grossunternehmen, Gründer der Intranet-Expertengruppe Schweiz, Vizepräsident des SVIK (Schweizerischer Verband für interne Kommunikation) und Prüfungsexperte für Mediamatik.

E-Mail: g.giebel@bluewin.ch



Impressum

WEKA Business Dossier

Social Media – Facebook, Twitter & Co. erfolgreich nutzen

Satz: Dimitri Gabriel
Korrekturat: Michelle Schneider Gnehm, Typotext Korrektorat

WEKA Business Media AG
Hermetschloostrasse 77
8048 Zürich
Tel. 044 434 88 34
Fax 044 434 89 99
info@weka.ch
www.weka.ch

1. Auflage 2012

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:
ISBN: 978-3-297-01559-9

© WEKA Business Media AG, Zürich

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden.

Inhalt

Social Media – Facebook, Twitter & Co. erfolgreich nutzen

Schritt 1: Was sind soziale Medien	5
Schritt 2: Welche Social-Media-Plattformen sind relevant	9
Sich mitteilen	10
Etwas teilen	11
Sich vernetzen	12
Gemeinsam spielen.....	13
Schritt 3: Beginnen Sie mit Social-Media-Monitoring	16
Weshalb	16
Identifizieren Sie die Meinungsführer	17
Kostenlose Social-Media-Monitoring-Tools	17
Kostenpflichtige Social-Media-Monitoring-Tools.....	18
Schritt 4: Entwickeln Sie Ihre Social-Media-Strategie	21
Braucht eine Unternehmung eine Social-Media-Strategie.....	21
Was gehört in eine Social-Media-Strategie	21
Welche Geschäftsziele eignen sich für Social Media.....	22
Bekanntheitsgrad erhöhen.....	22
Imagepflege	23
Kundenbeziehungen festigen	24
Umsatz steigern.....	25
Produktentwicklungen und Innovationen fördern	25
Welchen Wert haben Fans oder Followers	26
Schritt 5: Organisieren Sie sich	28
Social-Media-Guideline	28
Social-Media-Organisation	31
Social-Media-Manager.....	31
Social-Media-Redaktor.....	31
Zentral oder dezentral.....	32
Schritt 6: Nehmen Sie teil	33
Zuhören ist besser als sprechen.....	33
So viel Zeit sollten Sie sich täglich reservieren.....	33
Schritt 7: Messen Sie Ihren Erfolg	35
Schritt 8: Entscheiden Sie sich – Sicherheit versus Komfort	37
Schritt 9: Lernen Sie von anderen	38
Schritt 10: Seien Sie offen für Neues	41

Einführung

Herzliche Gratulation!

Sie haben sich entschlossen, sich aktiv mit dem Thema Social Media auseinanderzusetzen. Das ist nötig, denn egal ob dies aus beruflichen oder privaten Gründen geschieht, der Zeitpunkt ist genau richtig. Die erste Euphorie, aber auch die Skepsis ist verflogen. Es hat sich gezeigt, dass Social Media keine Modeerscheinungen sind, sondern sich einen festen Platz in der Gesellschaft erobert haben, den sie so rasch nicht mehr abgeben werden. Niemand kann dies heute mehr ignorieren, ohne Gefahr zu laufen, früher oder später abseits zu stehen. Dies gilt sowohl für Unternehmen als auch für Schulen und Eltern.

Genau diese drei Zielgruppen sollen mit diesem Dossier erreicht werden. Den Jugendlichen selbst muss niemand mehr Social Media erklären; längst schon sind sie Teil ihres Lebens geworden. Vielmehr geht es darum, aufzuzeigen, wie Unternehmungen Social Media erfolgreich nutzen können, ohne als biedere Verkäufer da zu stehen, wie Schulen den verantwortungsvollen Umgang mit diesen Medien fördern können und welche Fragen Eltern ihren Sprösslingen stellen sollten, um sie von kleineren und grösseren Online-Dummheiten zu bewahren.

Dieses Dossier richtet sich somit in erster Priorität an:

- **Führungskräfte in kleineren und mittleren Unternehmungen**, welche noch keine Zeit fanden, sich mit Social Media auseinanderzusetzen. Sie sind unsere Hauptzielgruppe. Ihnen möchten wir zeigen, welches Potenzial in Social Media steckt und was es braucht, um mit Hilfe von Social Media noch erfolgreicher zu werden.

und in zweiter Priorität an:

- **Lehrer und Schulen**, welche die Verantwortung für die Ausbildung von Jugendlichen tragen. Wir möchten Sie ermutigen, die Jugendlichen in Diskussionen auf die Chancen und Gefahren im Umgang mit Social Media zu sensibilisieren. Dazu müssen Sie aber auch verstehen, wie diese Medien funktionieren.
- **Eltern**, welche begreifen möchten, weshalb ihre Kinder immer mehr Zeit auf Social-Media-Plattformen verbringen. Wir möchten Ihnen zeigen, auf welche Punkte Sie Ihre Kinder bezüglich Sicherheit, Persönlichkeitsrecht und Datenschutz ansprechen sollten, um z.B. Cyber-Mobbing zu verhindern.

Aufgebaut ist das Dossier als Leitfaden für Unternehmungen, welche Schritt für Schritt eine Social-Media-Präsenz aufbauen möchten. Die Diskussionspunkte für Lehrer, Schulen und Eltern sind jeweils mit Hinweistafeln versehen.

Wir wünschen viel Erfolg und gute Diskussionen!

Schritt 1: Was sind soziale Medien

Bevor Sie auf Social Media aktiv werden, ist es nützlich, einige Hintergrundinformationen über Social Media zu kennen. Beginnen wir dabei mit dem Begriff «sozial».

Er stammt vom lateinischen Wort «socius», was «gemeinsam» oder «verbunden» bedeutet.

Mit «sozialem Verhalten» werden Vorgänge zwischen Personen beschrieben, welche das Zusammenleben in der Gesellschaft betreffen und im weitesten Sinne dem Gemeinwohl der Allgemeinheit dienen.

Bei «sozialen Aktivitäten» steht somit die Gesellschaft im Mittelpunkt. Man engagiert sich für die Gesellschaft, gibt der Gesellschaft etwas und erhält dadurch zumindest die Aufmerksamkeit der Gesellschaft zurück.

Soziale Medien sind somit prinzipiell nichts anderes als ein Instrument, welches einem Individuum oder auch einer Unternehmung hilft, sich so für die Gesellschaft zu engagieren, dass es die Gesellschaft auch wahrnimmt und bemerkt.



Abbildung 1: tripadvisor – eines der grössten Reisebewertungsportale

Genau hier liegt **das erste Erfolgsgeheimnis der sozialen Medien**. **Alle können teilnehmen, jeder ist Teil der Online-Gesellschaft und kann sich der Online-Gesellschaft mitteilen.** Prinzipiell wird jedermann wahrgenommen. Je besser ein Thema der Online-Gesellschaft gefällt, desto höher ist die Aufmerksamkeit.



Sie erkennen sicherlich diverse Mechanismen, welche innerhalb von sozialen Medien genau so funktionieren wie im normalen Leben. Bereits kleine Gruppen können, wenn sie sich geschickt verhalten, die gesamte Gesellschaft beeinflussen. Dies lässt sich zum Beispiel in Gemeindeversammlungen, bei politischen Abstimmungen

mungen, aber auch bei Entscheiden in kleinen Gremien (Projektausschuss-, Geschäftsleitungs- oder auch Verwaltungsratssitzungen) sehr schön verfolgen. Wenn sich eine Gruppe vorgängig abspricht, können Mehrheiten zustande kommen, welche normalerweise keine Chance hätten.

«Koalitionen bilden im Kleinen» funktioniert natürlich auch im Grossen. So bedeuten viele Freunde in sozialen Medien auch viel Macht. Wer mit einer grossen Gruppe auftritt und es versteht, diese für ein bestimmtes Thema zu begeistern, der kann einiges bewegen und verändern.

Deshalb ist es wichtig, Meinungsbildner, sogenannte **Beeinflusser** (Influencer), innerhalb von sozialen Medien zu identifizieren, da diese eine grosse Macht besitzen, welche zugunsten oder zuungunsten einer Unternehmung eingesetzt werden kann.

Soziale Medien sind aber nicht nur Plattformen, bei denen alle teilnehmen und kommunizieren können. Sie ermöglichen also nicht nur, über das eigene oder fremde soziale Verhalten zu sprechen, sondern geben den Besuchern auch die Möglichkeit, sich «sozial», sprich gesellschaftsfreundlich, zu verhalten.

Das ist **das zweite Erfolgsgeheimnis der sozialen Medien: Sie ermöglichen und fördern soziales Verhalten.**

Wobei «soziales Verhalten» sehr weit gefasst werden muss. Ein Video hochladen auf YouTube gehört genauso dazu, wie eine Empfehlung zu einem Hotel abzugeben, eine Präsentation zu veröffentlichen oder gute Links zu publizieren. All dies befriedigt den Selbstdarstellungsdrang eines Individuums und kommt der Gesellschaft in irgendeiner Form «zu Gute».



Abbildung 2: Präsentationen zu allen Themen auf «slideshare»

Das haben die Entwickler von sozialen Medien entdeckt und bieten den Besuchern auf ihren Plattformen immer mehr Möglichkeiten, sich zu betätigen. Dies führt dazu, dass vor allem Jugendliche einen grossen Teil der Freizeit dort verbringen.

Soziale Medien können somit als virtuelle Vergnügungsparks bezeichnet werden, bei denen aber auch Geschäfte abgewickelt werden, analog den traditionellen Freizeitparks in Rust (Europapark) oder Paris (Disneyland).

Sehr nahe kommen sie auch den traditionellen Märkten. Man trifft sich, wohl wissend hier eine grosse Auswahl von Waren zu finden, diese vergleichen zu können, bevor man sie kauft oder tauscht, mit anderen zu sprechen und nicht zuletzt auch, um miteinander zu trinken, Feste zu feiern und Karten zu spielen.

Heute sind Rollenspiele an die Stelle der Karten getreten und gewettet wird nicht mehr einzeln, sondern im Kollektiv, was mehr Gewinn verspricht, wie das Beispiel von Groupon zeigt.

Das **dritte Erfolgsgeheimnis der sozialen Medien: Freizeit, Spass und Spiel trifft sich mit Kommerz und schafft damit grosses Einnahmepotenzial für Besucher, Plattformbetreiber sowie innovative Unternehmungen.**



Abbildung 3: Groupon – wenn genügend mitmachen, wird es günstiger

Fazit

Soziale Medien sind virtuelle Orte, welche in der Regel

- allen Besuchern offenstehen,
- die Möglichkeiten bieten, sozial aktiv zu werden und sich über die eigenen oder über fremde soziale Aktivitäten zu unterhalten,
- so attraktiv sind, dass sie zur Freizeitbeschäftigung werden,
- ein Gewinnpotenzial für Besucher, Betreiber und Dritte bieten.