

Social Media für Unternehmen – warum eigentlich?



© kbuntu - Fotolia.com

#44298834

Vom Internet zum Social Web – durch die stetig zunehmende Nutzung von sozialen Netzwerken wie Facebook, Youtube, google+, Pinterest, Twitter, LinkedIn und Co. hat sich der Informationsfluss aber auch das Nutzerverhalten grundlegend verändert. Ein Beispiel gefällt?

Youtube ist mittlerweile zur zweitwichtigsten Suchmaschine geworden, etwa wenn es um Tutorials, die Auswahl von Reisezielen, Hotels oder Freizeitangeboten, Produktbewertungen oder Empfehlungen geht. Und auch über Facebook oder google+ kann man viele Informationen finden, Unternehmen suchen und – wohl einer der wichtigsten Faktoren – sofort Kontakt aufnehmen. Im Bereich Kundensupport gehen User mittlerweile häufig den Weg über soziale Netzwerke statt bei google erst nach der Webseite eines Unternehmens zu suchen. Denn auf Facebook sind sie sowieso...

Genau DAS ist der Grund, warum sich Unternehmen für eine Facebookpräsenz, eine google+ Unternehmensseite oder den Twitter-Account entscheiden sollten. So sind sie dort, wo sich ihre Kunden und potentielle Kunden aufhalten. Nur wenn Unternehmen selbst in sozialen Netzwerken präsent und aktiv sind, ist es ihnen möglich, herauszufinden, was über sie gesprochen wird, was die Zielgruppe möchte oder woran es eventuell hapert. Sie sind in der Lage, entsprechend zu reagieren und sich mit Kunden und Interessenten auszutauschen.

Eine professionelle und kontinuierlich gepflegte Social Media Präsenz lässt Unternehmen sympathisch erscheinen und wirkt sich positiv auf das Image aus. Sie haben ihre Unternehmenskommunikation unter Kontrolle, können diese gezielt steuern und mit Kunden und Interessenten in direkten Dialog treten. Ein gutes [Community Management auf Facebook](#) und Co. schafft Vertrauen und erhöht die Kundenbindung.

Kunden werden auf Social Media Plattformen zu Multiplikatoren für Markenbotschaften von Unternehmen. Wer sich dieses Potential entgehen lässt und nur auf die eigene Unternehmenswebseite vertraut, wird langfristig im Netz übersehen.

Deswegen: die Zielgruppe in sozialen Netzwerken abholen!

Durch die Vernetzung von Social Media Kanälen mit der eigenen Unternehmenswebseite oder einem Unternehmensblog können die Besucherzahlen gesteigert und die Nutzer gezielt auf eigene Inhalte geleitet werden. Auch positive Effekte auf das Suchmaschinenranking sind nicht zu leugnen. Wenn bei google nach einem Unternehmen gesucht wird, macht es einen Unterschied, ob in den Suchergebnissen nur die Unternehmenswebseite auftaucht oder auf den vorderen Plätzen zusätzlich auch die Facebookpräsenz, die google+ Seite und der Twitter-Account der Firma angezeigt wird. Bekommt ein Unternehmen für seine Webseite viele "+1" auf google+, ist das für google ein sicheres Zeichen für Qualität und Mehrwert.

Ob diese so genannten "Social Signals" tatsächlich auch irgendwann einen Einfluss auf das Suchmaschinenranking haben, bleibt abzuwarten. Fakt ist: Google hat alle Weichen dafür gestellt, das Social Signals aus dem hauseigenen sozialen Netzwerk in Zukunft Einfluss auf das Ranking von Unternehmen haben könnten. Jeder neu eröffnete YouTube-Account verwandelt sich automatisch auch in einen Google+ Account. Somit wird jede Aktivität auf der Videoplattform automatisch auch zu einer Aktivität im Sozialen Netzwerk. Will man mit seinem Android Smartphone den Google Play Store nutzen, benötigt man ebenfalls zwangsläufig einen Google+ Account. Gleiches gilt für G-Mail oder einen Unternehmenseintrag auf Google Maps / Google myBusiness. Bereits heute haben Aktivitäten auf Google+ Einfluss auf die personalisierten Suchergebnisse der Nutzer. Empfiehlt jemand eine URL auf Google+, wird diese Webseite allen Nutzern in den Kreisen des Empfehlenden ab diesem Zeitpunkt bevorzugt angezeigt. Aber natürlich nur in eingeloggtem Zustand.

Like- oder +1 Buttons auf Unternehmenswebseiten ermöglichen es Nutzern, interessante Inhalte eines Unternehmens durch einen Klick mit Freunden zu teilen und erzeugen so Links für das Unternehmen in sozialen Netzwerken. Das ist soziale Mund-zu-Mund Propaganda – die Bekanntheit wird durch die eigenen Kunden gesteigert. Durch Gewinnspiele, Sonderaktionen und die Publikation von interessanten Inhalten mit Mehrwert kann die Unternehmensbotschaft oder Marke in sozialen Netzwerken viral verbreitet und eine hohe Reichweite erzielt werden.

Mit Facebook Ads, also [Werbekampagnen auf Facebook](#), können sowohl Bestandskunden als auch potentielle neue Kunden individuell angesprochen werden. Da Facebook Unmengen an Nutzer- und



Verhaltensdaten vorliegen, bieten sich Werbetreibenden zahlreiche [Targetingmöglichkeiten](#), die sie für eine möglichst genaue Zielgruppenansprache nutzen können.

Fazit

Wenn der Berg nicht zum Propheten kommt, muss der Prophet eben zum Berg gehen. Internetnutzer sind im Jahr 2014 im *social web* heimisch. Wer sie dort nicht abholt, verschenkt die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen, Beziehungen herzustellen bzw. zu vertiefen und letztendlich, neue Kunden zu gewinnen. Nur wenn Unternehmen dort aktiv sind, wo sich die Zielgruppe aufhält, haben sie die Chance, am Gespräch ÜBER das Unternehmen teilzunehmen. Denn das findet sowieso statt – egal ob sie anwesend sind oder nicht...