

Social Media ganz einfach

In 10 Schritten zur soliden Social-Media-Strategie

Von Kundenanfragen und der Presse unter Druck gesetzt stürzen sich viele Unternehmen ins Web 2.0. Anhand zahlreicher Praxisbeispiele geben wir Tipps und verraten, wie Social Media das Geschäft vorantreiben kann.

von Peter Bitt

Warum sind die denn nicht auf Twitter, verstehen die etwa nichts vom Internet? Derartige E-Mails von Kunden sind heutzutage in der deutschen Geschäftswelt vermutlich keine Seltenheit mehr. Anders lässt sich jedenfalls die in Sachen Social Media teilweise pa-

nikarartige Flucht nach vorne kaum erklären. Ob Twitter, YouTube, Facebook oder irgend ein anderer obskurer neuer Dienst aus Über-

see: Die Verwirrung ist groß, die Zeit, sich mit diesen Services zu be-

fassem, dagegen rar. Trotzdem führt sich das Management oft genötigt, die eigene

Firma ins Web 2.0 zu treiben, notfalls auch ohne richtige Vorberei-

tung. Die Marketingabteilung badet die schlechten Ergebnisse

dann aus. Es gibt allerdings keinen Grund zur Panik. Mit ein wenig

Vorbereitung und einer soliden Strategie kann nicht viel schiefge-

hen. Die folgenden zehn einfachen Schritte führen zielsticher zu

einer grundsoliden Social-Media-Strategie.

1. Ein klares Ja

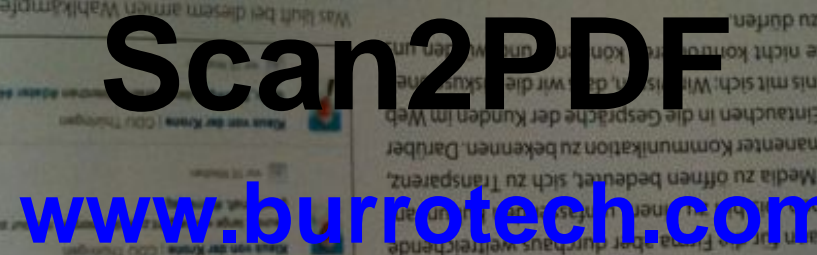
Am Anfang steht der Beschluss, sich auf Social Media einzulassen. Was banal klingt, kann für eine Firma aber durchaus weitreichende Konsequenzen haben. Social Media ist ein zweischneidiges Schwert. Sie öffnet die Tür zu Transparenz, Offenheit und permanenter Kommunikation zu Bekanntheit. Darüber hinaus bringt das Einräumen in die Gespräche der Kunden im Web 2.0 ein Einverständnis mit sich: Wenn wir die Konkurrenz im Web 2.0 über unsere Marke nicht kontrollieren können, dann werden wir in Konkurrenz zu ihr sein. Das heißt, wir müssen uns auf die Reaktionen ab-

2. Erste Erfahrungen sammeln

Im Web 2.0 dreht sich alles um zwischenmenschliche Gespräche. Da Kommunikation auch in der Natur des Menschen liegt, erklärt sich der Erfolg von Social Media fast von selbst. Die grundlegende Bedienung dieser Dienste ist verhältnismäßig einfach. Bevor es aber an den Einsatz im Unternehmen geht, sollten allen Mitarbeitern – egal aus welcher Abteilung – die Grundregeln klar sein. Accounts für die wichtigsten kostenlosen Dienste des Web 2.0 müssen her: Facebook, Twitter und YouTube. Nach einigen Tagen entwickelt sich ein Gefühl für den Rhythmus dieser Dienste. Dann ist es Zeit, selbst die ersten Nachrichten zu verfassen und die Reaktionen abzu-

Die wichtigsten Faustregeln auf einen Blick

Siehen Sie offen und ehrlich, teilen Sie Ihr Wissen mit anderen und überweisen Sie es nicht mit der Selbstprotection. Kurz gesagt, seien Sie ehrlich und hören Sie mehr zu als selbst zu reden. Sie können nichts kaputt machen und niemand trägt einem Meinung ein passives Verstecken gegen die Ethik zu rath.



3. Vorbilder identifizieren

Es gibt keinen Grund, das Rad neu zu erfinden: Eine kurze Suche fördert Case Studies erfolgreicher Social-Media-Kampagnen. Zusage [1], Zumindest die bekanntesten Erfolgsbeispiele aus USA wie Ford, JetBlue [2] oder Zappos [3] sollte man analysieren. Doch auch im engeren Umfeld der Firma finden sich spannende Impulse. Wer ist erfolgreich im Social Web und warum? Weshalb? Welche Maßnahmen? Eine strukturierte Umfeldanalyse bringt Geschäftsbeziehungen übertragend? Einige einschlägige Blogs, mashable.com, netzwertig.com, blogpiloten.de und Ländermagazin zur täglichen Lektüre. Nicht zuletzt können Kollegen, Mitarbeiter und Kunden sicherlich konstruktive Vorschläge machen. So hört, lernt.

Was läuft bei diesem armen Wahlkämpfer falsch? Immer wieder stellt man fest, dass die Nachrichten wirken unpersonlich und andauernd wird Alkohol gesprochen. So muss zwangsläufig ein merkwürdiges Bild entstehen.



Was anfangs verwirrend erscheinen mag, wird nach einiger Zeit normal. Dazu gehören auch Phasen von geführter Information, Sensibilisierung und Sinnlosigkeit des ganzen Unternehmens. Beides wird sich legen. Es lohnt, sich Zeit zu nehmen, zu reflektieren, Erfahrungen zu sammeln. Recht schnell wird sich herausstellen, welche Plattformen die richtigen sind.