

Sprengel & Partner-Leitfaden

Die richtige Strategie bei der Social Media-Nutzung

Der Einsatz von Social Media ist auch im Corporate-Bereich sinnvoll. Um ein positives Image aufzubauen, gilt es jedoch, einige Aspekte zu beachten. Am Beispiel Twitter ist dies im Folgenden erläutert:

1. Bevor Sie twittern ...

- Voraussetzung für den Einsatz von Twitter & Co. ist, dass Ihr Unternehmen auch wirklich etwas zu sagen hat. Viele User melden sich zwar an, verlieren aber nach kurzer Zeit wieder das Interesse. Nur wenn Sie das konkrete Ziel verfolgen, einen Dialog im World Wide Web zu führen und ihn mit nützlichen Inhalten zu füllen, bringt Twitter für Sie und Ihre Follower einen Mehrwert.
- Stellen Sie sich die Frage, ob Sie genügend Zeit für Social Media aufbringen können. Denn sowohl das Einstellen von Tweets als auch der Dialog mit anderen Usern erfordert einen gewissen Zeitaufwand.
- Twitter kann die Reichweite Ihres Internetauftritts wesentlich erhöhen. Von Vorteil ist daher eine gut gestaltete Unternehmens-Website mit Dialogmöglichkeiten auf Basis von Web 2.0-Technologien. Zudem können Sie Ihren Informationsaustausch auch auf andere Social-Media-Plattformen wie Xing oder Facebook ausweiten.
- Bei der Anmeldung sollten keine Phantasienamen, sondern der richtige Name angegeben werden – bei Unternehmen die entsprechende Firmenbezeichnung. Das ist wichtig für die Reputation und Glaubwürdigkeit. Außerdem ist es so möglich, dass die eigene URL weit oben im Suchmaschinenranking erscheint.

2. Während Sie twittern ...

- Fragen Sie sich stets, welche Zielgruppe Sie erreichen möchten. Welche Ihrer Informationen möchten Sie platzieren?
- Legen Sie fest, wer für die Nutzung und Verwaltung der Sozialen Medien verantwortlich ist. Wer schreibt die Einträge? Ist ein ganzes Team beteiligt oder nur ein Einzelner? Wer liest die Antworten und reagiert darauf? Wer übernimmt das Monitoring, um die Ausrichtung der Inhalte im Auge zu behalten und gegebenenfalls zu reagieren? Wer verantwortet die laufende Optimierung?
- Teilen Sie der Außenwelt mit, dass Sie Soziale Medien nutzen. Geben Sie Ihre Twitter-Adresse z.B. in der E-Mail-Signatur an und platzieren Sie einen Hinweis auf Ihrer Website. Verknüpfen Sie Ihre Adressen auch in Ihren XING- oder Facebook-Accounts etc.
- Follower erwarten Links! Reine Textnachrichten bieten kaum einen informativen Mehrwert. Nutzen Sie demnach vertrauenswürdige Dienste zur Linkverkürzung, um Ihre Nachrichten nicht weiter einschränken zu müssen.
- Twitter lebt vom Dialog, nicht vom Monolog. Verfolgen Sie demnach auch die Tweets anderer User. In Ihrer Rolle als „Follower“ wählen Sie sich die Twitter-Adressen, denen Sie gerne folgen möchten, sorgfältig aus. So erhalten Sie nur die für Sie wirklich relevanten Meldungen auf Ihrer Twitter-Seite angezeigt.

3. Nach dem Twittern ...

- Nutzen Sie auch die Möglichkeit zum Social Media Monitoring. Greifen Sie dazu auf die entsprechenden Dienste wie TweetScan, search.twitter oder Monitter etc. zurück und lassen Sie sich per Mail oder RSS über Suchtreffer benachrichtigen.
- Falsche oder negative Informationen können sich sehr schnell verbreiten. Wenn jedoch keine geeignete Reaktion von Unternehmensseite her erfolgt, kann das positive Image Ihrer Firma gefährdet werden.
- Generell: Lesen Sie Fachliteratur und Erfahrungsberichte zum Thema. Der Informationsmarkt zu Social Media ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen.