

Social Media - können Unternehmen Facebook, Xing, Twitter & Co. einfach ignorieren?



Für mich ist die Antwort darauf klar: **Ja**, wenn sie auf die Wahrnehmung durch ihre Zielgruppe verzichten wollen oder können.

Nein, wenn sie wollen, dass potentielle Kunden auch zukünftig bei Bedarf an ihr Unternehmen und nicht an den Wettbewerber denken.

Heute versuche ich, auf ein paar Fragen einzugehen, die mir immer wieder von Unternehmen gestellt werden.

Social Media Plattformen wie Facebook, Xing und Twitter sind inzwischen ein wichtiger Bestandteil im Marketing-Mix. Viele Unternehmen zögern noch und wollen von den neuen Chancen dieser Kommunikation nichts wissen.

Klar ist jedoch, dass sie Gelegenheiten einfach verschenken, wenn sie Plattformen wie Facebook & Co. einfach ignorieren. Gelegenheiten, mit ihren aktuellen und zukünftigen Kunden dort zu sprechen, wo diese sich gerne aufhalten. 26 Millionen Facebook Nutzer in Deutschland heißt schlicht und ergreifend: Die meisten Unternehmen können davon ausgehen, dass auch ihre Zielgruppe hier präsent ist.

Wie können Unternehmen ohne Erfahrungen mit Social Media starten?

Wichtig ist es, sich zuerst einen Überblick über die Social Media Landschaft zu verschaffen. Auch wenn es manchmal so scheint - es gibt nicht nur Facebook. Foren, Bewertungsportale oder Blogs können für das eine oder andere Unternehmen sogar zielgerichteter sein. Unternehmen sollten sich erst einmal orientieren und zurecht finden, um dann mit dem richtigen Konzept zu starten.

Wie können Unternehmen auf den Sozialen Medien erfolgreich sein?

Zunächst einmal müssen sie zuhören, worüber ihre Zielgruppe und auch ihr Wettbewerb spricht. Dann müssen sich es schaffen, interessierte Menschen zu finden, die ihnen zuhören. Sie sollten Inhalte (Content) liefern, die für ihre Kunden etwas wert sind. Informationen sammeln, verarbeiten und mit der Zielgruppe laufend in Kontakt bleiben. Ist ein potentieller Kunde bereit für den Kauf, wird er zu dem Anbieter gehen, dem er am meisten vertraut. Social Media gibt Unternehmen die Möglichkeit, das Vertrauen ihrer Zielgruppe zu gewinnen.

Was kann ein Unternehmen seiner Zielgruppe auf Facebook & Co. mitteilen?

Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen haben die Chance, die Leidenschaft für ihre Produkte und Dienstleistungen im Netz zu zeigen. So kann beispielsweise ein Bäcker erklären, warum seine Brötchen besonders gut schmecken, ein Gärtner gibt Tipps für das richtige Düngen im Garten und der Maschinenbauer zeigt z.B. , dass auf seine Mitarbeiter in Entwicklung und Produktion Verlass ist. Es geht darum, das Vertrauen der Zielgruppe in das eigene Unternehmen zu gewinnen.

Falls schon beim Starten eine Ideen-Blockade existieren sollte, gilt wieder: Erst einmal zuhören, was andere Unternehmen veröffentlichen. Nicht unbedingt nachmachen, aber sich inspirieren lassen. Wie reagieren die Menschen darauf, was interessiert die Zielgruppe?

Die Angst vor öffentlicher Kritik hält immer noch Unternehmen davon ab, Social Media Plattformen zu nutzen. Ist diese Angst begründet?

Nein, im Gegenteil. Unternehmen können sich zum einen gegen unberechtigte Kritik wehren und ihren Standpunkt öffentlich darstellen. Auf der anderen Seite können sie bei berechtigter Kritik auf diese eingehen. Sie können sich auch einmal entschuldigen und zeigen, dass man die Kritik ernst nimmt. Erfolgreiche Unternehmen zelebrieren Kritik sogar und zeigen öffentlich, wie gut sie mit den Anliegen der Zielgruppe umgehen. Menschen wissen, dass Unternehmen nicht perfekt sind. Social Media öffnet Kommunikationslinien. Unternehmen bekommen die Möglichkeit, Feedbacks zu erhalten und Probleme zu beheben. Unternehmen müssen das Social Web nicht fürchten. Es wird hier vielmehr ein Klima geschaffen, das von gegenseitigem Vertrauen, Transparenz und Offenheit geprägt ist.

Wie groß ist der Aufwand?

Man kann sich eine Stunde pro Woche damit beschäftigen, aber auch 2 oder 3 Stunden am Tag. Jeder Unternehmer kann und muss für sich selbst entscheiden, wie viel Aufwand er in die Social Media Aktivitäten steckt bzw. stecken kann. Wenn er mehr Kunden informieren und erreichen will, muss er mehr Zeit investieren. Außerdem können bisherige Aufgaben verlagert werden. Man kommuniziert nicht doppelt mit den Kunden, sondern das eine oder andere Mal z.B. über Facebook oder Xing anstatt eine E-Mail zu versenden. Man nutzt einfach die neuen Kommunikationswege ein wenig öfter und die alten ein wenig seltener.

Für welche Unternehmen lohnt es sich, Social Media zu nutzen?

Für Unternehmen, die gute Qualität liefern und etwas über sich zu erzählen haben. Für die Zukunft gilt: Wenn Unternehmen nicht auf den Sozialen Medien präsent sind, werden sie auch in der Offline Welt immer seltener wahrgenommen.

Unternehmen verdienen nicht sofort Geld mit Social Media. Aber: Sie machen Geschäfte mit Menschen, die wissen, dass sie ihnen trauen können. Es kann Glaubwürdigkeit schaffen, Empfehlungen bringen und neue Beziehungen aufbauen.

Auf Plattformen wie Facebook haben Unternehmen - ob groß oder klein - dieselben Ausgangsbedingungen (ok, mal abgesehen vom Werbebudget, das auch nicht ganz zu vernachlässigen ist). Hier zählt: Wer es schafft, einen echten Dialog mit seiner Zielgruppe herzustellen, wird erfolgreich sein.

Und Sie - haben Sie sich für oder gegen Social Media Kommunikation entschieden?

Ich freue mich auf Ihre Meinung.

Elke Schellinger