DAS SIND DIE BEKANNTESTEN SOZIALEN NETZWERKE – FÜR WEN LOHNT SICH WAS? (TEIL 1)

Veröffentlicht am 11. Juni 2015 von Catharina

Sich in sozialen Netzwerken aufzuhalten und zu vermarkten bedeutet, für die meisten hauptsächlich bei Facebook vertreten zu sein. Einige Unternehmen twittern und manche haben eine Google + Seite. Doch was gibt es noch? Wir haben Ihnen eine erste Übersicht zusammengestellt.

DIE KLASSIKER STELLEN SICH VOR:

Facebook
Facebook ist das größte Netzwerk der Welt und auch in Deutschland inzwischen Synonym für die Vermischung von privat und beruflich. Für Unternehmen, egal welcher Größenordnung, ist das Netzwerk durch seine Reichweite inzwischen unumgänglich geworden. Facebook eignet sich um Angebote, Aktionen und Gewinnspiele zu präsentieren. Es vereinfacht den Kundenservice, da Sie näher am Kunden dran sind und es hilft, das Image Ihrer Marke zu verbessern. Bei all diesen Funktionen ist jedoch zu beachten, das Kundenservice und Imagepflege mit Aufwand verbunden sind, hierzu können Sie sich gerne an uns wenden!

Google +
Die Funktionsweise von Google+ ist der von Facebook sehr ähnlich, jedoch die Zielgruppe für Unternehmen nicht ganz. Zum einen hat Google+ nur etwa die Hälfte der Nutzer von Facebook und

somit eine geringere Reichweite. Aber Google+ hat auch einen positiven Nebeneffekt. Wer dort aktiv ist, kann somit sein Ranking in der Google Suche verbessern. Daraus lässt sich schließen, wer besonders darauf angewiesen ist, schnell im Internet gefunden zu werden, sollte sich ein Konzept für Google+ überlegen. Das gilt hier vor allem für kleinere Unternehmen, die Ihr Profil mit Google Places verknüpfen können. Ein weiterer Vorteil ist, dass bei Google+ keine Werbeanzeigen eingeblendet werden.

Twitter
Etwas twittern (=zwitschern) das bedeutet, in kurzen Texten über den Dienst Twitter eine Neuigkeit zu verbreiten. Twitter ist ein Sofort-Medium, Aktualität ist hier erheblich wichtiger als bei Facebook und Google. Wenn Sie einen Twitter-Account betreiben, sollte Sie ihn möglichst rund um die Uhr betreuen, ihn für Kundenservice nutzen – und regelmäßig Neuigkeiten twittern. Links zu Blogartikeln lassen sich leicht verbreiten oder neue Produkte vorstellen. Fotos von Verkaufsstart und neuen Produkten oder zu besonderen Aktionen können hier helfen.

Xing und Linked In
Xing und Linked In sind die klassischen Job-Portale. Kunden gewinnen oder Endprodukte verkaufen ist hier nicht möglich. Diese Plattformen sind aber besonders effektiv, um Jobs auszuschreiben und die passenden Kandidaten zu finden. Beide Netzwerke kann man dazu nutzen, um mit den Entscheidungsträgern möglicher neuer Geschäftskunden in Kontakt zu treten oder bereits bestehende Kontakte zu pflegen.

Die zwei Netzwerke haben genau einen entscheidenden Unterschied: Bei Xing sind ausschließlich deutschsprachige Nutzer registriert, bei Linked In Personen aus aller Welt. Für Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, egal welcher Größe, ist das Xing-Profil sehr zu empfehlen, für Global Player eindeutig ein Profil bei Linked In.

Youtube
Youtube wird von Nutzern als Portal genutzt um kostenlos Videos anzusehen, zu bewerten und selber hochzuladen. Auf Youtube erscheinen teilweise Hits, die weltweite Aufmerksamkeit bescheren und das könnte auch für Ihr Unternehmen zutreffen. Die Plattform ist mittlerweile die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und für Unternehmen das Tor zum erfolgreichen Content mit Bewegtbild. Der Erfolg von Videos ist eindeutig, sie wirken emotionaler als Text, wenn sie richtig gemacht sind. Zu beachten dabei ist nur, dass das Video einen emotionalen Bezug zum Zuschauer herstellen muss, inhaltlich an die Lebenswirklichkeit des Betrachters anknüpft und man sollte im Video schnell auf den Punkt kommen, mehr zu individuellen Firmenvideos finden Sie hier.

Hier geht es mit vielen sozialen Netzwerken weiter...

Thumbnail Image: tsny los angeles von Laura Bittner via CC BY 2.0.