



Gewerbe und Handwerk - Oberösterreich

#digitalisierungstipps #tipp1

Social Media – ja oder nein?

erstellt von: Michael Reiter / New Media

EU-weit nützen 47 Prozent der Unternehmen soziale Medien. Österreich liegt mit 53 Prozent über dem EU-Durchschnitt auf Rang elf.

Um als Unternehmen in sozialen Netzwerken erfolgreich zu sein, **sollte man seine (potentiellen) Kunden=Zielgruppe genau kennen**. Es nützt die größte Reichweite oder Bekanntheit einer Plattform nichts, wenn die gewünschte Zielgruppe nur zu einem Bruchteil darin vertreten und aktiv ist.

- Die sogenannte „Generation Z“ (1996-2010) - also die „Jungen“ - sind auf fast allen relevanten Netzwerken wie Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp als auch Snapchat aktiv.
- Die Millennials – auch als „Generation Y“ bezeichnet (1977-1995) - sind vorwiegend auf Facebook, Instagram, WhatsApp und YouTube.
- Als „Generation X“ bezeichnet man die von 1965-1976 geborenen. Diese sind nicht so oft auf Facebook oder YouTube anzutreffen, nutzen aber WhatsApp häufig.
- Die „Babyboomer“ (1946-1964) kann man noch am besten via YouTube und Facebook erreichen.
- Berufliche Netzwerke wie XING oder LinkedIn werden von den 25-45 jährigen am meisten genutzt.
- Darüber hinaus gibt es noch viele weitere Plattformen, die zwar noch nicht so frequentiert genutzt werden, die sich aber auf bestimmte Themengebiete oder Interessen fokussieren.

Mehrwert für mein Unternehmen?

Nicht für jedes Unternehmen eignet sich Social Media als zusätzlicher Kommunikationskanal.

Bevor Sie starten beantworten sie folgende 3 grundsätzlichen Fragen

1. Nutzt meine Zielgruppe aktiv soziale Netzwerke? Wenn ja, welche?
2. Bietet mein Unternehmen attraktive Inhalte mit Neuigkeits- und Mehrwert?
3. Hat mein Unternehmen die personellen als auch die monetären Ressourcen um die Netzwerke dementsprechend zu bespielen?

Wichtig ist, dass Sie diese Fragen unabhängig davon beantworten, ob Sie im B2B- oder B2C-Bereich tätig sind. Und unabhängig davon wie viele Mitarbeiter Ihr Unternehmen hat.

Win-Win durch Social Media

Die Kunden werden regelmäßig über Neuigkeiten informiert und können ihren Anliegen durch Kommentare, Bewertungen und Nachrichten Ausdruck verleihen. Dadurch entsteht auf beiden Seiten eine gewisse Nähe und Bindung. Wertschätzung und gegenseitiges Vertrauen werden dadurch verstärkt.

Als Unternehmen profitieren Sie davon, dass Sie durch soziale Netzwerke (digitale Massenmedien) wie Facebook & Co eine weitere online Präsenz im Netz haben und dadurch von Kunden leichter und schneller gefunden werden. Außerdem bekommen Sie einen Eindruck davon was Ihre Zielgruppen=Kunden bewegt. Erkenntnisse daraus können Sie in einen verbesserten Kundensupport oder auch in Produktweiterentwicklung einfließen lassen. Persönliche Rückmeldungen die am Telefon oder im direkten Verkaufsgespräch stattfinden, werden dadurch ins digitale Umfeld verschoben. Daraus entstehen weitere Kommunikationskanäle.

Wenn Sie die obigen Fragen mit „JA“ beantworten können, dann macht es Sinn mit einer Social Media Strategie loszulegen. Ein professioneller Auftritt als auch die Pflege von sozialen Netzwerken kostet Zeit und Geld und benötigt qualifizierte Mitarbeiter oder externe Experten.

Fazit

In diesem Fall zählt nicht der olympische Gedanke „Dabei sein ist alles“, sondern nur ob mein Unternehmen zielgruppenrelevante Inhalte hat, die den Nutzern einen klaren Mehrwert bieten. Dann kann Social Media Marketing Unternehmen auch zum Erfolg führen.

Stand: 28.10.2021