

Social Media Marketing KOMPAKT | Teil 1: Social Media Marketing – Eine Übersicht

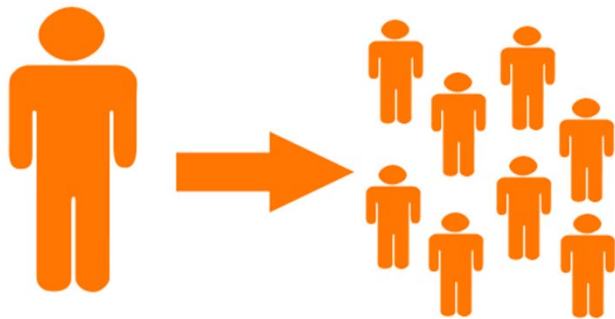


Besuchen Sie mich:

www.heinz-hq.de | [Xing](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#)

Social Media Marketing = was soll das sein?

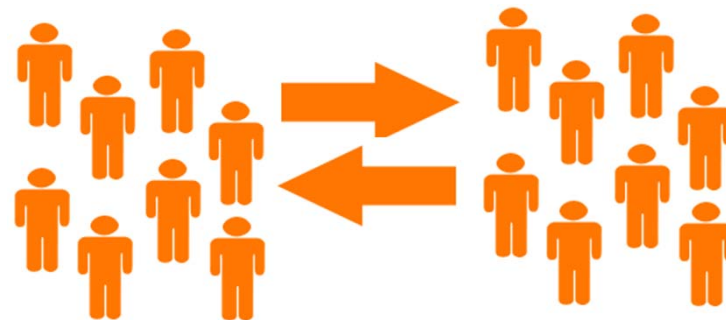
Früher: „Einer an Alle“



Zeitungsanzeigen,
Plakatwerbung, Fernseh- und
Kinowerbung

→ **Statische Kommunikation;**
ein Sender, viele Empfänger

Heute: „Alle an Alle“



Blogs, Microblogs, Soziale Netzwerke,
Media-Sharing-Sites, Voting-Sites,
Bookmarking-Sites, Bewertungs-Sites

→ **Dynamische Kommunikation;**
Jeder redet mit jedem

Marketing muss um Social Media ergänzt werden!

Sonst wird die Zielgruppe nicht erreicht,
die sich schon lange mit Social Media beschäftigt
(Zielgruppe sind alle kaufkräftigen Personen, Sie sollten nur für gezielte Marketingmaßnahmen nach den klassischen Kriterien unterscheiden)

Wollen Sie Ihrem Wettbewerb durch Ihre Inaktivität im Social Media-Bereich Vorteile verschaffen? – Nein!

Risiko

Unternehmen können die Kommunikation über ihre Produkte und Dienstleistungen nicht steuern, nur beeinflussen.

→ **reagierendes** Social Media Marketing (= auf vorhandenes reagieren)

Wichtig ist es, negative Strömungen mit der richtigen Kommunikationsstrategie zu entkräften

+

Eigene Themen in den sozialen Medien platzieren

→ **aktives** Social Media Marketing

Chance

- Engagierte Verbraucher betreiben kostenlose Werbung
- Neue Online-Medienkanäle haben hohe Reichweite bei geringen Kosten
- gezielte Werbung innerhalb der Zielgruppe ist möglich
- hohe Budgets sind nicht notwendig, kleine Unternehmen können ebenso erfolgreich sein wie Großunternehmen
- Aktuelle Trends können erkannt und in neue Produkte und Dienstleistungen umgesetzt werden → **First Mover Advantages**
- Aktive Kommunikation mit Verbrauchern verbessert Kundenservice und Kundenzufriedenheit
- Kooperationen mit befreundeten Social Media Auftritten erhöhen die Reichweite und locken neue Interessenten an

Social Media Inhalte

- Das **Themenfeld** muss definiert werden – worüber soll geschrieben werden?
 - **Eigene Inhalte** müssen erstellt werden, stumpfes widerkauen des „Print-Marketings“ macht keinen Sinn; es muss etwas **neues** geboten werden
 - **Spezialisierung** auf ein eigenes Themengebiet lockt Nutzer an
 - **Formatplanung:** Über welches Medium (Text , Fotos Video, Audio) werden die Inhalte kommuniziert, welche Social Media Werkzeuge sollen verwendet werden?
 - **Kommunikations- und Krisenstrategie:** Welche negativen Reaktionen könnten erfolgen, wie kann man darauf reagieren? Wie wird Vertrauen aufgebaut?
 - **Zeitplanung:** Wann sollen die Inhalte veröffentlicht werden?
- **Konzepte und Strategien sind notwendig;**
„drauf-los-schreiben“ ist nicht zielführend

Fortsetzung folgt...

...in:

Social Media Marketing KOMPAKT | Teil 2
Social Media Marketing Werkzeuge

Bald auf www.heinz-hq.de zu finden!

Fragen, Anregungen, Kritik, Lob? – Dafür bin ich dankbar, hinterlassen Sie doch einen Kommentar im Blog.

Daniel Heinz