

Deutsche Unternehmen wenig zielgerichtet bei Social Media

Wie Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0 verbessert werden kann

Aachen, 28.06.2011 – Die Bedeutung sozialer Netzwerke für eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit haben die meisten Unternehmen bereits erkannt. Eine gezielte Strategie für Facebook, Twitter und Co fehlt allerdings noch oft. Denn das Feld ist sehr komplex – rechtliche, organisatorische und technische Fragen müssen berücksichtigt werden. Der elaura-Service phone-it kann helfen, Social Media gezielter und organisierter zu nutzen.

Teure Werbekampagnen ade: Nach US-Konzernen entdecken nun auch deutsche Firmen, dass Social Media eine bislang nicht bekannte Kundenbindung erlauben. Doch einfach nur eine Firmen-Seite erstellen oder von Zeit zu Zeit twittern wird den erwünschten Erfolg nicht bringen. Eine klare Zielsetzung und durchdachte Planung sind unerlässlich – und genau hier hapert es noch. „Viele Unternehmen haben noch kein klares Bild von den Möglichkeiten der Netzwerke – und folglich auch keine Strategie für Social Media“, erklärt Thomas Sterath, Chef der Agenturgruppe Ogilvy & Mather, dem Handelsblatt.

Die Hauptprobleme: Soziale Netzwerke sind ein sehr junges Phänomen, Erfahrungswerte und Guidelines fehlen noch in vielen Unternehmen. Zudem ist das Thema „Social Media“ überaus komplex und kann nicht von einer Abteilung im Alleingang behandelt werden. SAP-Manager Marcus Rübsam rät Firmen, das Thema daher ganzheitlich anzugehen, vom Geschäftsführer über die gesamte Organisation.

Denn vermieden werden sollte, dass es nur wenige einzelne Personen sind, die unabhängig voneinander posten. Vielmehr sollte das Unternehmen dem Kunden gegenüber als geschlossenes Ganzes auftreten, um eine möglichst hohe Identifikation zu gewährleisten und ihm eine zentrale Anlaufstelle für Kritik, Fragen und Anregungen zu bieten.

PRESSEMELDUNG

Mit elaura phone-it in sozialen Netzwerken durchstarten

Fraglich ist nur, wie hoch der (Kosten-)Aufwand für ein solches Unterfangen ist. Elke Wendel-Lander, Zentralbereichsleiterin Informatik der Messe München, hat gegenüber der Computerwoche erklärt, dass ein Mittelstandsunternehmen wie die Messe München es nicht alleine bewältigen könne. Sie wünscht sich Unternehmen, die „einen Service anbieten, um bestimmten Strategien gemäß diese Medien zu nutzen.“

Mit dem Social Media Service **elaura phone-it** haben deutsche Unternehmen nun die Chance, soziale Netzwerke gezielter und organisierter zu nutzen. Dazu erhalten interne Experten die Berechtigung, per Telefonanruf zu bloggen, zu twittern und zu posten. Ebenso existiert die Möglichkeit, diese Beiträge zu korrigieren, zu kontrollieren und in die verschiedenen Netzwerke zu steuern. So können Unternehmen vorab genau bestimmen, was wo im Netz landet.

369 Wörter, 2742 Zeichen

Kurzprofil phone-it:

phone-it ist ein Social Media Service der elaura GmbH. Mit ihm können Unternehmen soziale Netzwerke effizienter für virales Marketing nutzen: Anstelle von einzelnen Fachabteilungen kooperiert das gesamte Unternehmen für eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit. Ein dezentrales Kommunikationssystem erlaubt es, eine Vielzahl von Experten mit in die Kommunikation einzubeziehen.

Soziale Netzwerke sind kein Selbstzweck. Wer in Twitter und Facebook zum Verteiler von Nachrichten wird, erreicht Menschen, zu denen er bisher keinen Kontakt hatte. Ob Kleinunternehmen, Mittelstand oder Konzern: Der zukünftige Erfolg liegt in gelungener Kommunikation, sprich Interaktion, mit Käufern und Freunden über das Web 2.0.

www.phone-it.de