



Der richtige Umgang mit Social Media

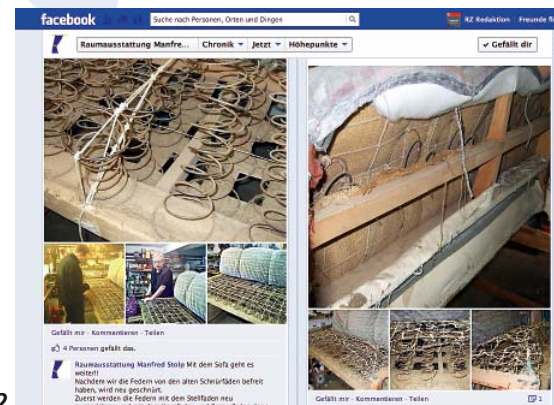
Die RZ-Redaktion verrät Ihnen Chancen und Fallstricke der sozialen Medien

Text: Nina Schinharl



1 Ein ansprechendes Profil lädt zum Verweilen ein. Die Facebookseite „Tauer-Leipzig Hausmeisterservice & Raumausstattung“ präsentiert sich mit einem Interieurbild

2 Manfred Stolp gewährt interessante Einblicke: Auf der Facebookseite „Raumausstattung Manfred Stolp“ können Besucher dem Meister bei seiner Arbeit zusehen



Die Beliebtheit von Social Media-Netzwerken bei Unternehmen steigt. Auch in der Raumausstatter-Branche werden Plattformen wie Facebook, Flickr und Youtube bereits genutzt. Doch der Auftritt im Web 2.0 will geplant sein.

Die Bedeutung von Facebook, Twitter und Co. ist im Vergleich zu 2011 deutlich angestiegen. Dies ergab der Social Media Trendmonitor von News Aktuell und Faktenkontor. 57 Prozent der Unternehmen wollen auf den Plattformen in erster Linie Imagepflege betreiben. „Ich bin auf Facebook flexibler als auf einer Internetseite“, sagt Raumausstatter-Meister Manfred Stolp. Für Raumausstatter-Meisterin Silke Schön ist auch die Kundenbindung ein Vorteil: „Seit wir bloggen und auf Facebook sind, ist unsere Wahrnehmung im Netz höher. Es kommen deutlich mehr Anrufe von Kunden, die uns im Internet gefunden haben“. Fast ein Viertel der 60 Millionen deutschen Internetnutzer bringt laut Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue

Medien (Bitkom) seine Online-Zeit in sozialen Netzwerken. Und nicht nur Teenager nutzen die Social-Media-Angebote – von den 50- bis 69-jährigen Internetusern sind momentan bereits 60 Prozent in diesem Bereich aktiv. Auf Platz eins der Social-Media-Netzwerke liegt bei privaten Nutzern ebenso wie bei Unternehmen die Online-Plattform Facebook (www.facebook.com). Danach folgen das Nachrichtenportal Twitter (www.twitter.com), das Berufsnetzwerk Xing (www.xing.com) und das Video-Portal Youtube (www.youtube.com). Auch beliebt sind die Bilderplattformen Flickr (www.flickr.com) und Pinterest (www.pinterest.com). „Auf Facebook und Flickr können die Kunden schnell ihre schönen Stücke sehen. Viele sind stolz darauf, dass ihre Wohnung, Polstermöbel oder Gardinen es wert sind, öffentlich gezeigt zu werden und erzählen das auch Bekannten“, weiß Silke Schön.

Social Media braucht Zeit

Erfolgreiches Social Networking erfordert kontinuierlichen, aktiven Einsatz.

Ein eingerichtetes Profil alleine reicht nicht aus. „Zur Information bezüglich anderer Firmen, zur Herstellung von Kontakten, aber auch zur mobilen Erreichbarkeit für meine Kundschaft nutze und aktualisiere ich mein Facebook-Profil

BUCHTIPP

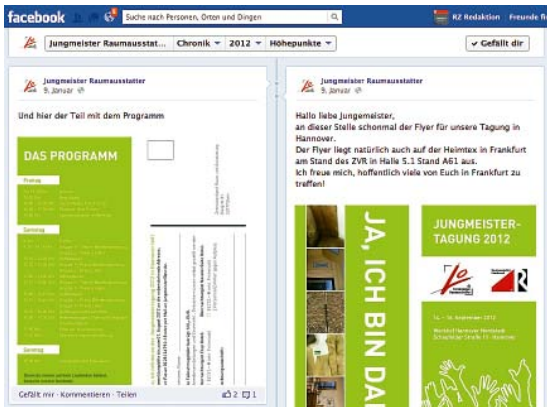


„Transparent und glaubwürdig“ von Klaus Eck

Wie Unternehmen zielgerichtet das Social-Media-Angebot im Internet für sich nutzen können, weiß

Klaus Eck, Unternehmensberater für Online-Kommunikation. Sein Ratgeber enthält hilfreiche Tipps, Checklisten und Praxisbeispiele und liefert sinnvolle Strategien für ein erfolgreiches Online Reputation Management.

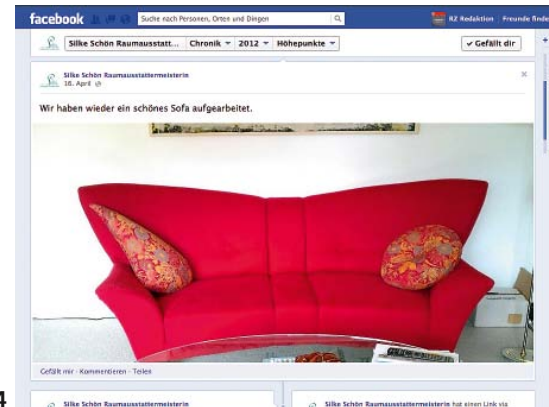
Redline Verlag: ISBN 978-3-86881-264-0



3

3 Events posten: Auf der Facebookseite „Jungmeister Raumausstatter“ macht der Zentralverband Raum und Ausstattung auf die Jungmeistertagung aufmerksam

4 Raumausstatter-Meisterin Silke Schön nutzt mehrere Social Media-Plattformen. Sie zeigt ihre Arbeiten auf ihrer Facebookseite, auf Flickr sowie in ihrem Raumausstatter-Blog



4

täglich“, sagt Raumausstatter Konstantin Tauer. Er übernimmt die Pflege seiner Unternehmensseite auf Facebook überwiegend selbst. Der Seitenzugriff habe sich seit Januar fast verdreifacht, freut sich Tauer über seinen zunehmenden Bekanntheitsgrad im Netz. Auch Manfred Stolp und Silke Schön bearbeiten ihren Facebook-Auftritt ohne fremde Hilfe. Für ihren Blog hat sich Silke Schön die Unterstützung von Web-Expertin Katharina Fischer geholt, die auch die Facebook-Seite der Jungmeister Raumausstatter erstellt hat. „Facebook ist die moderne Version der Mund-zu-Mund-Propaganda. Verbinden Sie sich zur Kundengewinnung mit den Websites von Städten und Gemeinden in ihrer Region“, rät die Social Media-Kennerin Fischer.

Strategien festlegen

Strategisches Vorgehen ist bei der Planung eines Unternehmensauftritts in sozialen Netzwerken besonders wichtig. Vor allem sollte das Unternehmen wissen, welche Ziele es im Web 2.0 verfolgen möchte. Sollen Mitarbeiter gesucht, Kunden gewonnen oder Informationen weitergegeben werden? Je nachdem, welche Erfolge erzielt werden sollen, muss auch das entsprechende Netzwerk ausgewählt werden. Um das passende Netzwerk zu finden, empfiehlt es sich außerdem, die Zielgruppe im Vorfeld festzulegen. „Facebook spricht für mein Unternehmen eine breite Öffentlichkeit jeden Alters an“, erklärt Konstantin Tauer seine Netzwerk-Wahl.

Einen Autor, der sich im Social Media-Auftritt persönlich vorstellt, finden die Nutzer im Netz sympathischer als einen anonymen Schreiber. Manfred Stolp postet beispielsweise auf Facebook Foto-

strecken von sich bei der Arbeit. „Erfolg hat sich bei uns schon eingestellt, so hat uns unsere Facebookpräsenz unter anderem Aufträge für Polsterarbeiten verschafft“, freut sich der Raumausstatter-Meister. Auch über Kundenaktionen denkt er nach. Dieses Ziel hat auch Konstantin Tauer: „Geplant sind vor allem Sonderaktionen mit Gratisleistungen, Rabatten oder Ähnlichem.“

Kommunikation mit Besuchern

Die Jungmeister Raumausstatter nutzen ihre Facebook-Seite unter anderem dazu, um auf die Jungmeister-Tagung aufmerksam zu machen. „Wir können so kurzfristig die Jungmeister direkt ansprechen. Damit bringen wir uns weiter ins Bewusstsein und die Jungmeister können uns z.B. posten, dass sie sich schon angemeldet haben. Es ist einfach schon vor der Tagung ein Kontakt da“, beschreibt Administratorin Katharina Berndt die

Vorteile des Facebook-Profiles. Der direkte Dialog mit den Kunden über das soziale Netzwerk ist einerseits ein großer Vorteil, kann aber auch Tücken haben. Denn die Nutzer können das Unternehmen natürlich auch öffentlich bewerten. Darum ist es besonders wichtig, auch bei konträren Meinungen stets sachlich und höflich zu bleiben.

Das Ziel der Social Media-Präsenz heißt stets, den Besucher neugierig zu machen und ihn zu unterhalten – beispielsweise mit Expertentipps oder Bildern aus dem Berufsalltag. Der Internetauftritt funktioniert wie eine Visitenkarte. „Ich sehe das Ganze auch als Öffentlichkeitsarbeit für Raumausstatter im Allgemeinen. Dass Endverbraucher sehen, was man alles gestalten kann, und das in hochwertigerer und besserer Qualität als bei Tine Wittler und Co.“, begründet Silke Schön ihr Social Media-Engagement.

RZ-FACEBOOK-GEWINNSPIEL

Die RZ bedankt sich bei ihren Facebook-Fans und verlost unter ihnen fünf tolle Preise.

Die Gewinner dürfen jeweils wählen zwischen:

- einem Deco-Abo von drei Ausgaben
- einer iTunes-Geschenkekarte im Wert von 50 Euro

So gehts: Einfach bis 31. August 2012 den „Gefällt mir“-Button der Facebook-Seite „RZ Raum und Ausstattung“ (<http://www.facebook.com/RZ.Raum>) drücken und gewinnen!