

Sind Sie bereit für Social Media Marketing?

☒ Man sollte die Möglichkeit des Social Media Marketings nicht länger ignorieren selbst wenn man eine traditionelle Marketing Agentur betreibt oder ein alteingesessenes Unternehmen hat. Bevor Sie sich aber auf dieses mächtige aber oft auch falsch verstandene Marketing Instrument stürzen, sollten Sie sich 7 Fragen stellen.

Welche Fragen, erfahren Sie im folgenden Beitrag.

1. Sind Sie bereit zu kommunizieren?

Vor einiger Zeit habe ich einen Kommentar auf der Facebook Seite eines großen französischen Modeproduzenten gesehen, der fragte, ob die Firma in näherer Zukunft schließen würde. Bis heute blieb dieser Kommentar unbeantwortet. Anscheinend ist dort niemand an einer Konversation mit Kunden oder dieser Art von Markenpflege interessiert. Wenn Sie sich auf Social Media einlassen, stellen Sie vorher sicher, dass Sie auch die Zeit haben zuzuhören und entsprechend zu antworten.

2. Haben Sie Zeit genug?

Einen Twitter oder Facebook Account professionell zu betreiben kann Stunden dauern, die somit nicht für andere Dinge zur Verfügung stehen. Sind Sie bereit, diese Stunden zu investieren und dabei auf unproduktives chatten zu verzichten? Können Sie sich auf längere Zeit binden? Durch eine Investition in Social Media Marketing ist man stärker gebunden als durch eine normale Werbekampagne. Wenn Sie damit beginnen, bleiben Sie dabei und ziehen Sie es über einen längeren Zeitraum durch.

3. Haben Sie etwas zu sagen?

Sollten Sie darüber nachdenken, Facebook Updates nur als ein neue Form der Pressemitteilung oder zu reinen Werbezwecken zu nutzen, überlegen Sie es sich lieber noch einmal. Ihre Freunde und Bekannten werden diese Taktik sehr schnell durchschauen. Der Schlüssel ist, die Leute zum mitmachen zu bewegen und eine Interaktion zu erreichen. Updates mit Aufforderungen wie "Kaufen Sie unser Produkt X!" werden Ihre Follower schnell nerven. Wenn Sie den Aufruf allerdings als Aufforderung zum Mitmachen formulieren, wie beispielsweise "wie finden Sie unser neues Produkt X?", wird dies Ihre Follower eher zum Mitmachen bewegen.

4. Können Sie auch negative Kritik vertragen?

Wenn Sie sich im Bereich Social Media engagieren, sollten Sie auch ein gewisses Maß an Kritikfähigkeit und Offenheit mitbringen. Wenn Sie der negative Kommentar eines wütenden Kunden bereits aus der Fassung bringt, ist SMM wohl nicht das Richtige für Sie. Ich habe allerdings auch schon oft erlebt, dass bei negativen Kommentaren begeisterte Kunden für Sie in die Bresche springen und Ihr Unternehmen verteidigen. Manchmal sogar schon bevor Sie Zeit haben auf einen solchen Kommentar zu reagieren. Eine weitere Sichtweise ist die des SEO-Experten, für den diese Kommentare, egal ob gut oder schlecht, stets wertvollen "user generated content" darstellen.

5. Welche Rolle spielen Ihre Kunden?

Sobald Ihre Kunden bemerken, dass sie Sie über Social Media Kanäle erreichen können, sollten Sie Ihre CRM Abteilung mit einbeziehen. Hier sollte eine Klarstellung erfolgen, wie mit den unvermeidlichen Kundenanfragen umgegangen werden soll. Meiner Erfahrung nach kann man positive Ergebnisse erzielen, wenn man zumindest erfahrenen Mitarbeitern im Bereich CRM die Möglichkeit gibt, über den Weg von Social Media mit Kunden zu interagieren. Dadurch wird dieser

Weg der Kommunikation dann von Mitarbeitern genauso ernst genommen wie die Kommunikation per Telefon oder E-Mail.

6. Nehmen Sie an den richtigen Unterhaltungen teil?

Versuchen Sie nicht überall zu sein! Befragen Sie lieber zuerst Ihre Kunden und finden Sie heraus, welche Social Media Anwendungen diese benutzen. Werden Sie nur bei solchen Plattformen Mitglied, die eine bestimmte Größe d.h. Mitgliederzahl haben.

7. Können Sie mit ungenauen Ergebnissen leben?

Die Ergebnisse, die sich durch Marketing im Bereich Social Media erzielen lassen, dürfen nicht mit den selben Methoden gemessen werden wie andere Online-Marketing Aktivitäten. Wie beim Offline-Marketing sind Effekte im Bereich der Markenbekanntheit und -wahrnehmung sehr schwer zu messen.

Fazit:

Einsatz im Bereich Social Media ist auf jeden Fall die Zeit wert. Allerdings ist es nicht kostenlos. Versuchen Sie sich also im Vorfeld darüber klar zu werden, welchen Aufwand und welche Kosten eine Investition in Social Media Marketing für Sie beinhaltet.

Den Original-Beitrag, den wir mit freundlicher Genehmigung von Justin Palmer von palmerwebmarketing für Sie ins Deutsche übersetzt haben, finden Sie [hier](#).