



Beschreibung

Unter Social Media (auch soziale Medien) werden alle internetbasierten Plattformen verstanden, die ihren Nutzern gegenseitige Kommunikation und einen interaktiven Austausch von Informationen ermöglichen. Dazu gehören soziale Netzwerke wie Facebook, Vermittlungsplattformen für Dienstleistungen wie Houzz und „Business to Business“ (Abk. B2B) orientierte Netzwerke wie LinkedIn. Weltweit nutzen Unternehmen Social Media u. a. für Öffentlichkeitsarbeit (PR), Kundenbindung, Kundenakquise, Mitarbeitergewinnung, Vertriebszwecke und zum Darstellen einer Arbeitgebermarke (Employer Branding).

Social Media kann Teil eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes sein, das - im Idealfall - im Vorfeld erstellt wurde. Ein Marketingkonzept beinhaltet u. a. Aussagen über Mission und Vision des Unternehmens, den definierten Zielkundenbereich und mögliche Wettbewerber. Bei dem Einstieg in Social Media ist es sinnvoll, einen Redaktionsplan aufzustellen. Dieser legt fest, wann, wie und wo, welche Inhalte veröffentlicht werden (entsprechende Vorlagen sind im Internet zu finden).

Social Media Überblick für den GaLaBau

| Social Media Plattform | Kurzbeschreibung | Nutzer | aktive monatliche NutzerIn Mio. in D. | Form der Inhalte |
|------------------------|--|--|---------------------------------------|---|
| Facebook | Größte Plattform mit den meisten aktiven Nutzern | Alle Ziel- und Altersgruppen zu finden | 31 | Bild, Video, Text, Links |
| Instagram | Gehört zu Facebook, höhere Interaktionsrate von Nutzern, für mobile Endgeräte entwickelt | Vorwiegend Generation Y und Z, jedoch starkes Wachstum und immer mehr „Mainstream“ | 17 | Bild und Video |
| Pinterest | Inspiration, DIY und Konsum im Vordergrund | Überwiegend weiblich, 25-54 Jahre | 4 | hochwertige Bilder mit Links zur Quelle |
| You Tube | Gehört zu Google, zweitwichtigste Suchmaschine im Netz | Alle Ziel- und Altersgruppen | 6 | Videos |
| Houzz | Spezialisierte Vermittlungsplattform für handwerkliche Arbeiten rund um das Haus | Hausbesitzer | Keine Angaben | Leistungsprofil mit Referenzen |
| LinkedIn | Global führendes B2B Netzwerk | Jobsuchende, Unternehmen, Freiberufler, Studenten | 11 | Firmen- und Nutzerprofile |
| Xing | Führendes B2B Netzwerk im DACH-Raum | Jobsuchende, Unternehmen, Freiberufler, Studenten | 13 | Firmen- und Nutzerprofile |

In Anlehnung an: <http://www.park-sieben.com/social-media-plattformen-fuer-unternehmen-ueberblick/> (Nov. 2018)

Leitfragen

- Welche Ziele werden mit einer Social Media Präsenz verfolgt?
- Was ist die Zielgruppe?
- Welche Social Media Kanäle nutzt die definierte Zielgruppe?
- Was spricht die Zielgruppe an?
- Wie soll das Unternehmen präsentiert werden?
- Wer kann für die Betreuung der sozialen Medien verantwortlich sein?

Mehrwert

- ✓ Verbesserte Kundenorientierung und Mitarbeitergewinnung
- ✓ Unterstützt Aufbau einer Arbeitgebermarke
- ✓ Zielgruppenorientierte Werbeanzeigen mit großer Reichweite sind kostengünstig
- ✓ Verbessert die Wahrnehmung der Gesamtbranche
- ✓ Kann dem Fachkräftemangel langfristig entgegenwirken