

Social Media –schneller Erfolg bei minimalen Kosten?

Der Einsatz von Social Media als Marketinginstrument für Deutschlands Mittelstand scheint einfach und preisgünstig zu sein – das auf jeden Fall ist die landläufige Meinung. Da stellt sich aber doch die Frage, warum dann diese Möglichkeit der Werbung in unserer heutigen vernetzten Welt noch so wenig genutzt wird. Scheinbar sind die Barrieren, sich hier ins Getümmel zu stürzen, für einen Großteil der Unternehmer zu hoch.

Die Studie „Future of Content“ zeigt, dass sich viele Führungskräfte davor scheuen, ihre Unternehmen für die modernen Kommunikationsformen zu öffnen, die Social Media bietet. 59 Prozent der befragten sehen dieses Medium sogar als Gefahr an! Dabei befürchten sie, Macht, Einfluss und vor allem Kontrolle zu verlieren. Wer aber so denkt, verpasst eine wichtige Chance – die Chance, sein Unternehmen auf Dauer wettbewerbsfähiger zu machen!

Cornelia Euringer-Klose und Christian Fürst sind Experten im Bereich Social Media und beraten Kunden der unterschiedlichsten Branchen. Sie wissen gut um die Bedenken der Unternehmensleitungen. „Wir werden oft gefragt, ob es überhaupt Sinn macht, in den Aufbau einer Social Media-Kultur in der eigenen Firma zu investieren“, berichten die Beiden. Vor allem der Kontrollverlust ist das zuerst genannte Hindernis auf dem Weg zu einem erfolgreichen Marketing mit Hilfe von Neuen Medien. Doch dieser Kontrollverlust ist nur gefühlt und kehrt sich beim genaueren Hinschauen ins Gegenteil um. Denn eigenes Agieren im Web bedeutet einen Zugewinn in den unterschiedlichsten Bereichen: Besseres Zuhören und ein notwendigerweise aktives authentisches Mitwirken auf den Plattformen ermöglicht es sogar, mit den Gesprächspartnern im Social Web seine eigenen Produkte zu verbessern, um letztendlich einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil für sein Unternehmen zu erreichen! Absolute Kontrolle wird es – selbst bei größter Sorgfalt und höchstem Aufwand – auch ohne Social Media nie geben!

Mittlerweile ist sich aber der Großteil der Unternehmer trotz großer Bedenken sicher, dass Social Media Marketing eine sehr große Rolle im Marketing-Mix einnehmen wird. Problematisch wird oft der hohe Zeiteinsatz für die Betreuung der Plattformen gesehen. Dabei wünschen sich viele von Social Media ganz schnell durchschlagende Erfolge. Social-Media-Engagement braucht aber zum Gelingen einen pfiffigen Plan, regelmäßigen Zeiteinsatz und ein kontinuierliches Engagement. „Und dessen müssen sich die Betreiber bewusst sein“, macht Euringer-Klose deutlich. Nur mit dauerhaftem Einsatz kann über die Nutzung Neuer Medien im Markt gewonnen werden. Und da muss jedes Unternehmen für sich selbst entscheiden, ob es hier mit einsteigt. Doch lohnt es sich am Ende für alle, die sich für einen solchen Marketingkanal mit allen Konsequenzen entscheiden, denn der Rücklauf ist besonders wertvoll: Die Chance, mit den Zielgruppen direkt in Kontakt zu treten, von ihr zu lernen, sie zu überzeugen und letztendlich vielleicht sogar zu begeistern. Fürst bringt es auf den Punkt: „Nur so wird es möglich, an Gesprächen rund um die eigenen Produkte teilzunehmen!“

Cornelia Euringer-Klose und Christian Fürst bieten Seminare für Unternehmer an, die in Social Media einen Einstieg bieten, bestehendes Wissen ausbauen oder helfen, individuelle Lösungen für Firmen zu erarbeiten. Nähere Infos unter www.media-experten.de