

50 Social Media Tipps

sozialen Netzwerken die
zu Ihnen passen!

z. B.:



foursquare

yelp.



Instagram



Inhaltsverzeichnis

Grundsätzliches zuerst

1	Verstehen Sie etwas von Social Media?	5
2	Sind Sie bereits ein Social Media Experte? Wenn nicht, dann werden Sie zu einem!	5
3	Setzen Sie sich Ziele, die Sie mit dem Einsatz von Social Media für Ihr Unternehmen erreichen wollen!	5
4	Richten Sie sich auf „Dialog“ ein	6
5	Räumen Sie Ihren Social Media Aktivitäten ausreichend Zeit ein!	6
6	Bleiben Sie standhaft!	6
7	Bereiten Sie Ihre Mitarbeiter vor!	6
8	Zensur ist verboten	7
9	Vorsicht bei polarisierenden Themen!	7
10	Kontrollieren Sie vor jedem Senden die Rechtschreibung und Grammatik!	7
11	Verweisen Sie auf Ihre Beteiligung in sozialen Netzwerken	7
12	Kontaktaufbau geht über mehr als ein einzelnes soziales Netzwerk hinaus	8
13	Kontrollieren Sie die Zeit, die Sie für Social Media Aktivitäten aufwenden!	8
14	Nutzen Sie arbeitserleichternde Tools und Techniken	8
15	Nehmen Sie den Schutz Ihrer Daten ernst!	8

Twitter

16	Suchen Sie sich Ihren Twitter-Namen sorgfältig aus	9
17	Gestalten sie Ihr Profil informativ!	9
18	Hinterlegen Sie die Adresse Ihrer Internetseite in Ihrem Profil	9
19	Folgen Sie den wichtigsten Twitterern aus Ihrem Interessensgebiet!	9
20	Nutzen Sie vorgeschlagene Twitterprofile als Anregung für weiter Kontaktaufnahmen!	10

21	Beachten Sie die 140 Zeichen Grenze für alle Mitteilungen!	10
22	Kürzen Sie Internetadressen durch sogenannte Kurz-URL-Dienste! .	10
23	Posten Sie niemals lediglich einen Link ohne Erklärung!	11
24	Erlernen Sie die Twitter- „Sprache“!	11
25	Begrüßen Sie Ihre Follower persönlich!	11
26	Setzen Sie Hashtags in Ihren Beiträgen.....	11
27	Verbreiten Sie die wichtigen Nachrichten anderer Nutzer durch Re-Tweet!	12
28	Verwenden Sie direkte Nachrichten nur sparsam!	12
29	Individualisieren Sie Ihr Twitter Profil durch ein persönliches Hintergrundbild	12
30	Auch Bilder lassen sich über Twitter verbreiten. Posten Sie regelmäßig Bild und Videomaterial zu passenden Themen!	13

Facebook

31	Legen Sie einen privaten Account an!.....	13
32	Legen Sie einen Firmen-Account an (Fanpage).....	13
33	Erstellen Sie „Veranstaltungen“ um Ihre Gäste einzuladen und zu Informieren	13
34	Planen Sie einen aktiven Dialog ein	14
35	Facebook „Check in“ nutzen.....	14
36	Bieten Sie Ihren Fans einen Mehrwert	14
37	Doppelter Content fliegt auf!.....	15
38	Suchen Sie nach geeigneten Gruppen.....	15
39	Nutzen Sie die Facebook Rezensionen	15

Weiter soziale Netzwerke

- 40 Google Plus nicht vergessen..... 15
- 41 Werden Sie in Empfehlungsnetzwerken aktiv, die durch Geotacking standortbezogene Empfehlungen aussprechen. 16

Social Media im Unternehmen

- 42 Social Media hebt das klassische Kontrollverhalten aus. 16
- 43 Schränken Sie Ihre Mitarbeiter nicht zu sehr ein. 16
- 44 Erstellen Sie rechtzeitig Richtlinien für den Umgang mit sozialen Netzwerken! 16
- 45 Posten Sie zu Uhrzeiten an denen Ihre Fans online sind. 17
- 46 Diskreditieren Sie niemals Mitbewerber 17
- 47 Bloggen ist ebenfalls wichtig! 17
- 48 Koordinieren Sie eine zentrale Stelle für alle Social Media Aktivitäten..... 18
- 49 Klassisches Marketing lässt sich durch Social Media nicht vollständig ersetzen. 18
- 50 Bewertungsportale bieten einen guten Ansatz für weiterführendes Marketing. 18

Grundsätzliches zuerst

1 Verstehen Sie etwas von Social Media?

Wie bei jeder Marketingstrategie gilt: Haben Sie für den Einstieg einen Experten? Ist der gewählte Weg für Ihr Unternehmen und die anzusprechende Zielgruppe der richtige? Die ersten Erfahrungen mit sozialen Medien im Namen Ihrer Firma zu sammeln sollte nicht unüberlegt geschehen.

2 Sind Sie bereits ein Social Media Experte? Wenn nicht, dann werden Sie zu einem!

Oder: Holen Sie sich entsprechende Unterstützung mit ins Boot. Das kann neben externer Unterstützung auch ein engagierter Mitarbeiter sein, der seine Erfahrungen auf diesem Gebiet für Ihr Unternehmen einsetzen möchte. Praktikabel ist die Lösung, zunächst als Privatperson hier die ersten Erfahrungen zu sammeln.

3 Setzen Sie sich Ziele, die Sie mit dem Einsatz von Social Media für Ihr Unternehmen erreichen wollen!

Einfach nur im Internet präsent sein zu wollen, ist zu wenig. Machen Sie sich klar was Sie erreichen wollen. Beispiele für mögliche Ziele könnten sein:

- Mehr Besucher auf Ihrer Internetseite
- Neue E-Mail-Adressen für Ihren Newsletter-Verteiler
- Steigerung von positiven Bewertungen
- Das Ansprechen neuer Zielgruppen
- U. v. m.

4 Richten Sie sich auf „Dialog“ ein.

Anders als bei verschiedenen anderen Marketingstrategien ist der Einsatz von sozialen Netzwerken stringent auf beidseitige Kommunikation angelegt. Seien Sie sich bewusst, dass die Hemmschwelle vor einem Erstkontakt bei Twitter oder Facebook extrem niedrig ist. Das bringt große Chancen für eine offene Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden.

5 Räumen Sie Ihren Social Media Aktivitäten ausreichend Zeit ein!

Die Nutzer in sozialen Netzwerken erwarten zeitnahe Reaktionen auf Ihre Beiträge und Kommentare. Entsprechend sollten Sie die Arbeitsabläufe strukturieren, um allzu lange Pausen in der Kommunikation zu vermeiden.

6 Bleiben Sie standhaft!

Social Media Nutzer haben immer noch den Anspruch, geschützt vor aggressiven Werbepraktiken im Social Media Bereich agieren zu können. Entsprechend dürfen und sollten Sie zur Verfügung stehende Nutzerdaten ausschließlich zu den Zwecken verwenden, zu denen Sie sie erhalten haben.

7 Bereiten Sie Ihre Mitarbeiter vor!

Der Einstieg in soziale Netzwerke bedeutet einen Schritt für das gesamte Unternehmen. Jeder Ihrer Mitarbeiter sollte Bescheid wissen, wo sich Ihr Unternehmen engagiert und wie.

Ihre Gäste erwarten das jeder Ihrer Mitarbeiter, den Sie darauf ansprechen, zumindest weiß, was Facebook oder Twitter bedeuten. Unkenntnis dieser Begrifflichkeiten wirkt extrem unprofessionell.

8 Zensur ist verboten.

Kommentare Ihrer Nutzer zu löschen ist im Bereich der sozialen Medien generell abzulehnen. Ausnahmen stellen rechts- und ehrverletzende Kommentare dar, die sie selbstverständlich mit Hinweis auf Netiquette löschen können. Unbequeme Kommentare sollten Sie unbedingt stehen lassen und durch entsprechende Kommentare entschärfen.

9 Vorsicht bei polarisierenden Themen!

Politik und Religion gehören zu den stark polarisierenden Themenfeldern. Meiden Sie diese und ähnliche Themen soweit dies möglich ist. Sollten es unmöglich sein die Themen zu umgehen dann versuchen Sie neutral zu argumentieren.

10 Kontrollieren Sie vor jedem Senden die Rechtschreibung und Grammatik!

Social Media Experten haben in relativ kurzer Zeit Unmengen an peinlichen Rechtschreibfehlern aufgespürt und nutzen diese als Negativbeispiele auf Schulungen und Seminaren. Eine schlechte Rechtschreibung wird mit ungenügender Bildung, Fahrlässigkeit und mangelnder Sorgfalt gleichgesetzt. Vermeiden Sie diese Assoziationen in Verbindung mit Ihrem Unternehmen!

11 Verweisen Sie auf Ihre Beteiligung in sozialen Netzwerken.

Informieren Sie Ihre Gäste über Ihre Beteiligung in den sozialen Netzwerken. Nutzen Sie jede Möglichkeit dafür die sich in Ihrem Unternehmen bietet. Nutzen Sie beispielsweise Speisekarten, Flyer, Broschüren oder einfach Ihre E-Mail-Signatur dafür, Ihre Gäste darauf aufmerksam zu machen.

12 Kontaktaufbau geht über mehr als ein einzelnes soziales Netzwerk hinaus.

Die meisten Nutzer von sozialen Netzwerken verwenden mehr als nur ein Netzwerk in dem sie aktiv sind. Informieren Sie also vorhandene Nutzer bei Twitter regelmäßig darüber, dass Sie auch bei Facebook, YouTube oder Google Plus zu finden sind. So erweitern Sie Ihre Kontaktzahl permanent, ohne weiteren Aufwand.

13 Kontrollieren Sie die Zeit, die Sie für Social Media Aktivitäten aufwenden!

Selbst Experten verwenden oft mehr Zeit für Social Media Aktivitäten, als sie dafür ursprünglich veranschlagt hatten. Bewährt haben sich Strategien, die den allgemeinen Zugang beschränken und bestimmte feste Tageszeiten für die Sichtung und Beantwortung von Kommentaren und Meldungen vorsehen.

14 Nutzen Sie arbeitserleichternde Tools und Techniken.

Abhängig von gewählten sozialen Netzwerken gibt es verschiedene hilfreiche Tools, die wiederkehrende Aktionen für Sie automatisieren. Besonders beim Begrüßen neuer Follower kann das extrem zeitsparend sein. Die übersichtliche Darstellung aller Netzwerke in einem Tool bietet eine starke Arbeitserleichterung.

15 Nehmen Sie den Schutz Ihrer Daten ernst!

Wägen Sie bei Kontaktanfrage von potenziellen Mitbewerbern deshalb sorgfältig ab, ob Sie diese in Ihrer Kontaktliste haben möchten. Sensible Firmeninternas sollten niemals in sozialen Netzwerken online gestellt werden.

Twitter

16 Suchen Sie sich Ihren Twitter-Namen sorgfältig aus.

Bevorzugen sollten Sie Varianten, die Ihren realen Namen, beziehungsweise Ihren Firmennamen beinhalten. Sogenannte Nicknamen, also die im Internet sehr verbreiteten Fantasienamen, wirken unseriös und werden im geschäftlichen Umfeld entsprechend schlecht angenommen.

17 Gestalten sie Ihr Profil informativ!

Über Ihre E-Mail-Adresse können Sie für andere Nutzer auffindbar sein, ohne das Ihre E-Mail-Adresse dafür öffentlich angezeigt wird. Über die Ortsangabe erfahren potenzielle Follower, ob Sie wertvolle regionale Informationen von Ihnen erwarten können. Über die Angaben zu Ihrer Biografie können Sie sich selbst in wenigen Worten beschreiben.

18 Hinterlegen Sie die Adresse Ihrer Internetseite in Ihrem Profil.

Jede Möglichkeit, wie Follower mit Ihnen in Kontakt treten können, auch über den Twitter-Dienst hinaus, ist wertvoll. Ihre Webseiten-Adresse wird so potenziell einer großen Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Zusätzlich bietet jeder Backlink auf Ihre Internetseite eine Verbesserung im Ranking der Internet-Suchmaschinen.

19 Folgen Sie den wichtigsten Twitterern aus Ihrem Interessensgebiet!

Oftmals ergibt sich durch einen Erstkontakt und das Verfolgen der Tweets automatisch, welche Personen Meinungsführer und Vorbilder sein können.

Nutzen Sie die Erfahrungen der Meinungsführer für Ihren eigenen Auftritt bei Twitter. Tools wie der Dienst „WeFollow“ listen die bekanntesten Twitter-Profile für einen ersten Einstieg.

20 Nutzen Sie vorgeschlagene Twitterprofile als Anregung für weitere Kontaktaufnahmen!

Die Zahl der Twitter-Follower steigert sich meist in Kombination mit den Personen, denen Sie selbst folgen. Zunächst müssen Sie aktiv werden und anderen Personen folgen. Ab einem gewissen Bekanntheitsgrad wird sich dieser Prozess umkehren und Ihnen wird aktiv von anderen Nutzern gefolgt.

21 Beachten Sie die 140 Zeichen Grenze für alle Mitteilungen!

Natürlich müssen Sie alle Mitteilungen auf maximal 140 Zeichen beschränken, um überhaupt twittern zu können. Darüber hinaus verlangt die Kommunikation via Twitter nach einer besonders komprimierten und klaren Ausdrucksweise. Umständliche Satzkonstruktionen und Fachsprache sind meist unangebracht.

22 Kürzen Sie Internetadressen durch sogenannte Kurz-URL-Dienste!

Damit sparen Sie Platz für die eigentliche Nachricht. Es gibt auch Dienste, die längere Inhalte entsprechend mit Internetadressen versehen und dann innerhalb von Twitter aufrufbar machen. Im Grunde ist Twitter aber ein Short Message System, längere Inhalte gehören deshalb auf die eigene Internetseite oder Ihren Blog. Ein gutes und kostenloses Tool zum Kürzen von Links ist „Bitly“.

23 Posten Sie niemals lediglich einen Link ohne Erklärung!

Weisen Sie Ihre Leser immer darauf hin, wohin der Link sie führt oder worum es geht, da gekürzte Links meist nur unverständliche Zeichenfolgen beinhalten. Ohne weitere Veröffentlichungen können solche Beiträge von Ihren Followern schnell als Spam eingestuft werden, wodurch Sie schnell Follower verlieren können.

24 Erlernen Sie die Twitter- „Sprache“!

Twitter führt eine ganze Bandbreite von Begriffen und Abkürzungen sowie Befehle, die Sie beherrschen sollten. Insbesondere der „#Hashtag“ und das „RT“ (Re-Tweet) sollte Ihnen geläufig sein. Für den Anfang genügt eine kleine Liste um die Begriffe im Blick zu behalten.

Auf www.Gastro-Themen-Blog.de finden Sie die wichtigsten Twitter-Begriffe erklärt: <http://bit.ly/1hZAwLO>

25 Begrüßen Sie Ihre Follower persönlich!

Bis zu einer bestimmten individuellen Anzahl an Followern können Sie jeden Follower persönlich mit einer Direktnachricht begrüßen. Beziehen Sie sich auf sein Profil und verwenden Sie einen individuellen Text. Ab einer zu großen Zahl an täglich neuen Followern sollten Sie diesen Prozess automatisieren und von Twitter-Tools übernehmen lassen.

26 Setzen Sie Hashtags in Ihren Beiträgen.

Hashtags konkretisieren Ihre Tweets mit Schlagwörtern, die keiner großen Erklärung bedürfen. Hashtags helfen anderen Twitter-Nutzern, Ihre Nachrichten besser einzuordnen. Auf der Twitter-Startseite werden die populärsten Hashtags unter dem Stichwort „Trends“ aufgelistet.

27 Verbreiten Sie die wichtigen Nachrichten anderer Nutzer durch Re-Tweet!

Das Re-Tweet ist die Aufnahme einer Nachricht in die eigene Timeline, womit Sie auch den Personen zugänglich gemacht wird, die dem ursprünglichen Twitterer gar nicht folgen. Die besondere Logik von sozialen Netzwerken und Medien besteht darin, dass sich wichtige Informationen viral verbreiten. Wenn Sie entsprechend häufig wichtige Nachrichten über Re-Tweets für Ihre Follower bereitstellen können, steigt Ihr Ansehen und Ihre Bedeutung bei Twitter.

28 Verwenden Sie direkte Nachrichten nur sparsam!

Wie in allen sozialen Netzwerken wird offensichtliche Werbung nicht gerne gesehen. Direkte Nachrichten schicken Sie über Twitter deswegen möglichst sparsam. Ihre Nachrichten für Ihre Follower müssen demzufolge einen echten Mehrwert besitzen.

29 Individualisieren Sie Ihr Twitter Profil durch ein persönliches Hintergrundbild.

Im Profil können Sie unter dem Punkt „Einstellungen“ das Design Ihres Twitter-Accounts verändern. Eine individuelle Seitengestaltung bleibt besser im Gedächtnis haften, als gut bekannte Vorlagen von Twitter. Unternehmensschriftzüge und Logos lassen sich ebenfalls einbinden und verknüpfen damit auch Ihr Twitter-Profil, das mit Ihrem Unternehmen in Verbindung gebracht werden kann.

30 Auch Bilder lassen sich über Twitter verbreiten. Posten Sie regelmäßig Bild- und Videomaterial zu passenden Themen!

Interessantes Bild- und Videomaterial lässt sich wie externer Content über eine entsprechende Kurz-URL darstellen. Entweder speichern Sie das Bildmaterial direkt auf Ihrer eigenen Webspace und nutzen einen gekürzten Link um diese Bilder und Videos zu teilen. Einen besseren Effekt erzielen Sie allerdings durch direktes einfügen Ihres Bildmaterials im Twitter-Account, da die Bilder dann unmittelbar in der Timeline angezeigt werden und nicht nur der Link zu einem Bild.

Facebook

31 Legen Sie einen privaten Account an!

Ihr Name sollte auch privat in den sozialen Netzwerken zu finden sein, ein privater Account ist deswegen sehr wichtig. Außerdem ist Ihr privater Account ein gutes Übungsfeld: Testen Sie die verschiedenen Funktionsfähigkeiten von Facebook in Ruhe aus, nutzen Sie Ihre eigene Facebook-Seite als Spielplatz.

32 Legen Sie einen Firmen-Account an (Fanpage).

Neben der privaten Seite benötigen Sie eine Firmenseite, die offiziell Ihre unternehmerischen Interessen vertritt. Eröffnen Sie deshalb eine offizielle Fanpage – die hat den Vorteil, dass Sie wöchentliche Statistiken von Facebook erhalten und zudem diverse Einstellungsmöglichkeiten direkt an der Seite vornehmen können.

33 Erstellen Sie „Veranstaltungen“ um Ihre Gäste einzuladen und zu informieren.

Erstellen Sie Veranstaltungen auf Facebook und laden Sie Ihre Fans dazu ein. Je nach Einstellungen Ihrer Fans erhalten sie die Einladung über Facebook,

als E-Mail und wenn die Funktion nicht deaktiviert wurde sogar als Push-Nachricht auf mobilen Endgeräten.

34 Planen Sie einen aktiven Dialog ein.

Richten Sie sich schon beim Start in die Facebook Aktivitäten auf intensive Dialoge ein. Gästewünsche, Reklamationen, Bewertungen und Fragen zu Ihren Dienstleistungen und Angeboten müssen hier Raum finden.

35 Facebook „Check in“ nutzen.

Bieten Sie Ihren Gästen die Möglichkeit, auf Facebook bei Ihnen einzuchecken. Ihre Gäste können ihre Begleitung bei diesem Eintrag markieren und Inhalte zum Aufenthalt in Ihrem Restaurant oder Hotel im gesamten Freundesnetzwerk teilen. Lassen Sie Ihre Gäste für Ihr Unternehmen Werbung machen.

36 Bieten Sie Ihren Fans einen Mehrwert.

Ein Minimum stellen wöchentliche Aktualisierungen dar, idealerweise bieten Sie aber täglich neue Inhalte auf Ihrer Facebook-Seite an. Videos, Fotos und Bildergalerien zu aktuellen Themen gehören dabei auf Ihren Themenplan. Gut machen sich Bildergalerien und Videoangebote, die Ihre Dienstleistungen und Produkte in Aktion zeigen.

37 Doppelter Content fliegt auf!

Soziale Netzwerke leben von aktuellen und einzigartigen Inhalten.

Kopieren Sie also nicht einfach die aktuelle Pressemitteilung auf Ihre Facebook Seite, sondern entwerfen Sie eigene passende Inhalte. Was machbar ist: Vorhandenes Video- und Bildmaterial auf Ihrer Homepage, YouTube oder Flickr bereitstellen und in Facebook verlinken.

38 Suchen Sie nach geeigneten Gruppen.

Engagieren Sie sich in vorhandenen Gruppen. Lassen Sie in Diskussionen Ihr Fachwissen einfließen und verarbeiten Sie so effizient, aber ohne den Anschein von Werbung, Ihren Firmennamen oder Ihr Angebot.

39 Nutzen Sie die Facebook Rezensionen.

Lassen Sie sich von Ihren Gästen bewerten und fordern Sie diese Bewertungen aktiv ein.

Weiter soziale Netzwerke

40 Google Plus nicht vergessen.

Google plus ist vergleichbar mit der Funktionsweise von Facebook. Auch hier habe Sie die Möglichkeiten, eine Fanpage zu erstellen oder zu Veranstaltungen einzuladen. Zusätzlich bietet Google die direkte Verknüpfung von Erfahrungsberichten, die auf Ihrer Fanpage abgegeben wurden, mit Google Local und der Anzeige in den Suchergebnissen der Google Suche. Sollten Sie bloggen ist der AuthorRank eine der wichtigsten Funktionen und Sie sollten unbedingt Ihren Blog mit dem Google Profil verknüpfen. Google bietet ebenfalls die Möglichkeit #Hashtags zu setzen

41 Werden Sie in Empfehlungsnetzwerken aktiv, die durch Geotacking standortbezogene Empfehlungen aussprechen.

Viele neue Apps, die ihre volle Wirkung erst in Verbindung mit mobilen, internetfähigen Endgeräten entfalten, sind auf dem Markt verfügbar. Sie sollten auch in diesen Netzwerken aktiv werden, um von interessierten Suchenden dort gefunden zu werden. Nutzen Sie Portale wie „Yelp“ oder „Foursquare“

Social Media im Unternehmen

42 Social Media hebt das klassische Kontrollverhalten aus.

Machen Sie sich also klar, sobald unterschiedliche Mitarbeiter für Ihr Unternehmen Beiträge in sozialen Netzwerken veröffentlichen, entwickeln sich dynamische Vernetzungen mit potenziellen und vorhandenen Kunden. Das bedeutet gewisse Kontrollverluste und eine Öffnung für flache Hierarchien.

43 Schränken Sie Ihre Mitarbeiter nicht zu sehr ein.

Ermitteln Sie vor dem Aufstellen von restriktiven Regeln zunächst, wie gut Ihre Mitarbeiter sich bereits im Feld der Social Media auskennen. Je besser Ihre Mitarbeiter mit der Materie vertraut sind, umso offener sollte Ihre Regelung sein. So behalten Sie hoch motivierte Mitarbeiter, die sich nicht eingeschränkt fühlen.

44 Erstellen Sie rechtzeitig Richtlinien für den Umgang mit sozialen Netzwerken!

Darin können Sie den privaten Zugang, das Auftreten in Verbindung mit dem Firmennamen und Reaktionen auf Kundenkontaktaufnahmen regeln. Entsprechend umsichtig formuliert, bieten Richtlinien einen Rahmen zur Orientierung für Ihre Mitarbeiter.

45 Posten Sie zu Uhrzeiten an denen Ihre Fans online sind.

Sie sollten versuchen, Ihre Beiträge zu den Zeiten zu veröffentlichen, an denen möglichst viele Menschen in sozialen Medien unterwegs sind. Je nach sozialem Netzwerk und Herkunft weichen die Uhrzeiten voneinander ab.

Einigkeit scheint aber drin zu bestehen, während der Rushhour, in den öffentlichen Verkehrsmitteln, sind die Menschen in den Netzwerken aktiv.

Ab 12:00 Uhr und 18:00 Uhr bis nach den Essenzeiten werden die Aktivitäten weniger, danach steigen wieder an.

46 Diskreditieren Sie niemals Mitbewerber.

Was im geschäftlichen Alltag selbstverständlich ist, gilt auch im Bereich der sozialen Netzwerke. Bleiben Sie immer taktvoll, auch bei schweren Fehlern von Mitbewerbern. Nutzen Sie solche Gelegenheiten lieber, um eigene Stärken zu unterstreichen und weniger die Schwächen anderer zu kritisieren.

47 Bloggen ist ebenfalls wichtig!

Ein Unternehmensblog ist für viele Firmen inzwischen Standard. Ein Blog lässt sich sehr gut in alle Social Media Aktivitäten einbinden. Dabei sollte der Inhalt immer einen Nutzen für Ihre Leser darstellen. Das kann von Rezepten und Kochanleitungen über Beschreibungen von touristischen Attraktionen bis hin zur Tradition des Unternehmens gehen. Weiterhin ist die Einzigartigkeit der Inhalte von großer Bedeutung. Suchmaschinen strafen die Veröffentlichung von doppeltem Content ab. Das Verteilen dieser Inhalte über Links in alle sozialen Netzwerke hingegen stellt kein Problem dar. Sie haben die Chance eine hohe Reichweite mit guten Inhalten zu erreichen.

48 Koordinieren Sie eine zentrale Stelle für alle Social Media Aktivitäten.

Die Inhalte und Reaktionen in den sozialen Medien müssen zentral koordiniert werden. Insbesondere dann, wenn Sie verschiedene soziale Netzwerke ansteuern, zusätzlich weitere soziale Medien einbinden und insgesamt einen einheitlichen Auftritt in der Öffentlichkeit erbringen möchten.

49 Klassisches Marketing lässt sich durch Social Media nicht vollständig ersetzen.

Social Media Aktivitäten und klassische Marketingaktivitäten gehen Hand in Hand. Die Mehrzahl der Gäste nutzt bereits die sozialen Medien um sich über Unternehmen, Dienstleistungen und Produkte zu informieren. Klassisches Marketing erreicht weiterhin die Kunden, die auf die sozialen Medien noch nicht zugreifen.

50 Bewertungsportale bieten einen guten Ansatz für weiterführendes Marketing.

Vorhandene Kundenmeinungen und Produktbewertungen bieten bei vielen Kaufentscheidungen die Basis für oder gegen ein bestimmtes Angebot.

Bewertungsportale sind deshalb ein wichtiger Ort an dem Sie für positive Bewertungen und Beschreibungen sorgen können.

Die Bewertungen Ihrer Gäste werden in vielen Portalen und Netzwerken im Internet wiedergegeben. Daher ist es von größter Wichtigkeit, Ihre Gäste aktiv um diese Bewertungen zu bitten, negative Bewertungen zu kommentieren und im Dialog mit Ihren Gästen zu stehen.

Stellen Sie sich schon heute auf die Anforderungen von Morgen ein. Hierzu gehört beispielsweise der Dialog mit Ihren Gästen in vielen Bereichen des Internets. Stellen Sie sich auf das mobile Internet ein, das betrifft Ihre Internetseite oder auch Apps und Anwendungen die standortbezogene Auskünfte und Informationen liefern.

Mit herzlichen Grüßen,



Ihr Uwe Plappert