

Soziale Netzwerke auch für Unternehmen?

Die „Sozialen Netzwerke“ (in engl. „social networks“) beherrschen seit geraumer Zeit das Medium Internet. Sie sind in der Tat zu einem Hype-Thema in der Gesellschaft geworden. Können auch Unternehmen davon profitieren? Dieser Frage geht Thomas Burgard nach und beleuchtet die Hintergründe.

Im Zeitalter der digitalen Kommunikation mit all seinen Technologien ist das Grundbedürfnis der zwischenmenschlichen Kommunikation eigentlich nicht verändert. Lediglich die Möglichkeit der elektronischen Kommunikation ist neu hinzugekommen. Was ist nun neu? Durch das Medium Internet ist es nun möglich, einfach, schnell, kostengünstig und fast von jedem Platz der Erde 24/7-zeitunabhängig mit anderen Menschen über das Internet zu kommunizieren. Dadurch gelangt natürlich eine unglaubliche Informationsflut zu den Menschen, die wohl ohne bestimmte Kommunikations-Dienste im Internet nicht zu bewältigen wären. Die Kommunikationsbeziehungen im World Wide Web gehorchen im Großen und Ganzen denselben Prinzipien wie im realen Leben. Man tauscht sich Informationen aus, versendet Neuigkeiten, zeigt den anderen Fotos, teilt gemeinsame Interessen, diskutiert über bestimmte Geschehnisse, verabredet sich, und vieles mehr. Erstmals ist es dem Menschen möglich, mit einem Mausklick die potenziellen Kunden zu erreichen. Also auch ideal für Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen einer breiten Masse bekannt machen möchten. Aber auch Vertrauen gewinnen und die Kunden aktiv beim Entwicklungs- bzw. Entstehungsprozess von Produkten dabei sein zu lassen. Das heißt konkret, die Kunden im Entwicklungsprozess aktiv beteiligen, um die Produkte kundenorientiert zu entwickeln. Für Unternehmen heißt der entsprechende Fachbegriff „Social Media Marketing“.

Die Kunst für Unternehmen besteht nun darin, die „Communities“ im „social network“ richtig zu nutzen, um einen höchstmöglichen Erfolg dabei zu erzielen. Das Gute ist, kleine Unternehmen können mit wenig Budget gleichviel erreichen wie große Unternehmen. Was gehört dazu? Mut und Vertrauen zu den Kunden, aber auch Kritikfähigkeit und Ehrlichkeit. Das sind Tugenden, die bei Verbrauchern

groß geschrieben werden, und das ist auch gut so.

Was bedeutet der Begriff „Soziale Netzwerke“ bzw. „Soziale Medien“?

Wikipedia beschreibt die beiden Begriffe folgendermaßen: „Soziale Netzwerke im Sinne der Informatik sind Netzgemeinschaften bzw. Webdienste, die Netzgemeinschaften beherbergen. Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (User Generated Content), bezeichnet man diese auch als Soziale Medien. Soziale Netzwerke stehen umgangssprachlich für eine Form von Netzgemeinschaften, welche technisch durch Webanwendungen oder Portale beherbergt werden.“

Was gehört zu den sozialen Medien?

Zu den „social networks“ und „social media“ zählen unterschiedliche Internet-Dienste (bzw. Portale) wie: Weblogs (z. B. www.blogger.com), Microblog Twitter (twitter.com), Facebook (www.facebook.de), Xing (www.xing.com/de) und LinkedIn (www.linkedin.com), YouTube (www.youtube.com), Flickr (www.flickr.com) etc. Die obige Auflistung soll nur die bekanntesten Dienste bzw. Portale nennen.

Weblogs

Weblogs oder kurz „Blogs“ sind sogenannte „Content Management Systeme“ (CMS), mit denen der Dienstanutzer sehr einfach Artikel, die als „Posts“ bezeichnet werden, veröffentlichen kann. Die soziale Komponente darin ist die Möglichkeit, einen veröffentlichten Artikel von den Lesern zu kommentieren. Dieser Dienst ist für Unternehmen ideale Marketingmaßnahmen, um die Verbraucher und Kunden z. B. in bestimmte Unternehmenspro-

zesse einzubeziehen. Unternehmen können sich Feedback einholen, um ihre Produkte zu verbessern. Als beispielhaft ist das Unternehmen „Apple“ oder „IBM“ zu nennen. Beide Unternehmen unterhalten mehrere Weblogs, um aktiv mit den Kunden zu kommunizieren. Ein weiteres Merkmal von Blogs ist die optimale Vernetzung bzw. Verbindung zu anderen „social network“-Diensten wie z. B. „Twitter“. Blogdienst-Anbieter wie z. B. „Blogger“ (www.blogger.com) sind sogar noch kostenfrei und sehr leicht in der Nutzung. Möchte der Blog-Betreiber eine eigene Blog-Software auf dem eigenen Webspaces installieren und das Aussehen der Blog-Website mit dem eigenen „Corporate Design“ selbst in der Hand haben, so ist die bekannte und kostenfreie „Open Source“ Blog-Software „WordPress“ (<http://de.wordpress.org/>) zu empfehlen.

Twitter

Twitter ist ein weiterer „Blogging-Dienst“ mit dem Unterschied, dass die Posts nur 140 Zeichen lang sein dürfen, deswegen auch die Bezeichnung „Microblogging“. Der Dienst ist kostenfrei und sehr einfach in der Bedienung. Twitter ist gerade für kleinere Unternehmen sehr interessant, um weitere Aufmerksamkeit bei den potenziellen Kunden zu schaffen. Zum Beispiel können Unternehmen Events und besondere Produktangebote über Twitter verbreiten. Des Weiteren kann Twitter mit Weblogs vernetzt werden, sodass ein Blog-Beitrag automatisch auch bei Twitter gepostet wird (natürlich nur 140 Zeichen, alles darüber wird verlinkt). Mit einem „Tweet“, so wird ein Kurzaufsatz bei Twitter bezeichnet, kann z. B. auch ein Artikel im Weblog des Unternehmens angekündigt und verlinkt werden. Sehr effizient bei Twitter sind die sogenannten „Retweets“, die als Marketingmaßnahme eingesetzt werden können. Mit Retweets können man sehr schnell Nachrichten im Twitter-Dienst verbreiten. Ein Retweet ist ein Weitersenden von anderen erhaltenen Tweets.

Facebook

Die Plattform „Facebook“ ist derzeit wohl die bekannteste „social network“-Anwendung und bietet eine unglaubliche Anzahl an Funktionen bzw. Applikationen, die sogenannten „Apps“. Unternehmen können kostenfrei „Pages“ (Seiten) anlegen, mit denen Produkte, Events, Angebote, Fotos, Videos und vieles mehr als Posts veröffentlicht werden können. Die Posts können die potenziellen Kunden wiederum kommentieren und somit den direkten Draht zu den Kunden

bilden. Natürlich ist die Vernetzung zu Weblogs und Twitter mit Facebook-Applikationen möglich und bietet gerade für Unternehmen optimale Möglichkeiten des Marketing. Schätzungsweise sind für Facebook ca. 400.000 Applikationen verfügbar. Durch die unglaublich hohe Anzahl an Facebook-Mitgliedern weltweit, bietet Facebook für Unternehmen ungeahnte Möglichkeiten.

ANZEIGE

Xing und LinkedIn

Xing und LinkedIn sind beides „Kontakt“-Plattformen vorrangig für Unternehmen, die ihr Kontaktnetzwerk öffentlich mitteilen und natürlich auch neue Geschäftskontakte knüpfen möchten. Xing ist jedoch weiter verbreitet und bietet im Gegensatz zu LinkedIn deutlich mehr Funktionen. Eine interessante Funktion bei Xing sind die sogenannten „Gruppen“ (bzw. Foren), denen man beitreten kann und somit direkten Interessenaustausch mit anderen Mitgliedern hat und das Netzwerk erweitern kann. Der Premium-Bereich bei Xing bietet erweiterte Funktionen und sollte auch von Unternehmen genutzt werden (z. B. erweiterte Nachrichten- und Suchfunktionen). Mittlerweile können Unternehmen bei Xing auch eine „Unternehmenspräsenz“ (so wie Facebook-Pages) erstellen, mit denen ein Unternehmen ihr Profil und Kompetenzen anderen Xing-Mitgliedern präsentieren können.

YouTube

Auf dem kostenfreien YouTube-Portal können „Video-Feeds“ veröffentlicht werden, die sogar mittels einer Programmierschnittstelle auf eigene Webseiten eingebunden werden können. Ideal für Unternehmen, um z. B. Werbevideos von Produkten als Marketingmaßnahme einer breiten Masse zu präsentieren. Zu beachten ist jedoch, dass die Werbe-

Videos so wenig als möglich Werbe-Charakter besitzen sollen, da reine Werbe-Videos bei YouTube eher verpöht sind.

Flickr

Flickr zählt zu den sogenannten „Foto-sharing“-Diensten und ist ideal zum Präsentation von Unternehmen-Fotos wie, z. B. Produktfotos, Datenblätter und Marken. Die Bilder auf Flickr lassen sich auch von Unternehmens-Websites verlinken und erhöhen somit die Wahrnehmung eines Unternehmens.

Fazit

Mittels „social networks“ und „social media“ kann die Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens stark verbessert werden und es wird eine bessere Transparenz des Unternehmens erreicht. Man hat die Kunden ohne Umwege schnell erreicht und kann eine bessere Beziehung zu den Kunden pflegen. Der große Vorteil liegt in der gegenseitigen Vernetzung bzw. Verkopplung der verschiedenen Dienste miteinander und somit einer optimalen Kundenbindung. Voraussetzung für den Einsatz von „social networks“ und „social media“ ist eine Strategie, Ehrlichkeit und Disziplin im regelmäßigen Erstellen von Beiträgen. Nach derzeitigen Analysen wird „social networks“ und „social media“ weiter an Bedeutung gewinnen und für Unternehmen unabdingbar sein. ZT

ZT Kurzvita



Thomas Burgard entwickelt Applikationssoftware und professionelle Internetauftritte für Unternehmen.

ZT Adresse

Thomas Burgard Softwareentwicklung & Webdesign
Dipl.-Ing. (FH) Thomas Burgard
Bavariastr. 18b
80336 München
Tel.: 0 89/54 07 07-10
E-Mail: info@burgardsoft.de
www.burgardsoft.de
burgardsoft.blogspot.com
twitter.com/burgardsoft

ANZEIGE

ilab office SQL

Die 3. Generation Laborsoftware

Weltpremiere
auf der IDS 2011

ilab office SQL ist die neue, supereinfache Laborabrechnungssoftware von DATEXT.

Das Handling ist absolut intuitiv. Die Einrichtung aller Komponenten ist durch die integrierten Einrichtungsassistenten auch für Computerlaien superschnell erledigt.

Das integrierte und umfangreiche Abrechnungs- Know-how schützt Sie vor ungewollten Abrechnungsverlusten.

Die Zusatzkomponenten ilab touch xxl mit den ilab-Transpondern optimieren Ihre Auftragserfassung und -Verfolgung.

Der digitale Auftragszettel macht die Praxisauftragserfassung schnell, papierlos und unkompliziert möglich, während Sie sich über die ilab fon Applikationen stets und aktuell über Ihre Umsätze und Aufträge auf dem Laufenden halten. Das Komplettpaket basiert auf einer leistungsstarken SQL Datenbank und beinhaltet alle Komponenten für die Realisierung der elektronischen Laborrechnung!

Genial einfach, intuitiv und bezahlbar.
Jetzt zur IDS 2011 umstellen!

ilab
office SQL

– die neue Laborsoftware vom Marktführer für eine kinderleichte und intuitive Laborabrechnung

ilab
Touch

– die neuen Techniker- und Abteilungsterminals für Ihr Dentallabor

ilab
transponder

– für eine genial einfache Erfassung und Verfolgung Ihrer Laborarbeiten

ilab
webservice

(der digitale Auftragszettel) – ermöglicht die schnelle, papierlose und einfache Laborbeauftragung!

ilab
fon

– ermöglicht Ihnen mit dem Chefstatistik App die wichtigsten Umsatzzahlen im Betrieb und den aktuellen Stand Ihrer Aufträge mobil abzufragen.

FAXCOUPON

Wir sind interessiert an ilab office SQL.

Telefon

Stempel

Senden an 02331 121190

34. Internat. Dental-Schau in Köln

Messe Köln, 22.03.2011 - 26.03.2011

Öffnungszeiten 9.00-18.00 Uhr

Sie finden uns in Halle 11.2, Stand P021

IDS
2011

Messe-
Sonderpreis
für
Umsteiger



DATEXT
IT-BERATUNG

DATEXT IT-Beratung Kooperationspartner der DAMPSOFT Software Vertrieb GmbH

bundesweit 7 eigene Service-Standorte • Berlin • Hagen • Hamburg • Leipzig • Mannheim • München • Wiesbaden

Zahnarztsoftware • Laborsoftware • Netzwerk- & Medizintechnik Installation • Integration • Fortbildung

Zentrale Fleyer Straße 46 • 58097 Hagen Telefon 02331 1210 • Fax 02331 121190 • info@datext.de • www.datext.de • www.makrolab.de