

SOCIAL MEDIA CHEAT SHEET

EINE EINFACHE HILFESTELLUNG

Jedes dritte kleine oder mittelständige Unternehmen nutzt Social Media. Grund genug, um auch Ihr Unternehmen fit für die sozialen Medien zu machen. Dieses Cheat-Sheet soll Ihnen den Start vereinfachen. Ein Überblick über die Welt der „Social Media“.

SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN IM ÜBERBLICK

FACEBOOK	TWITTER	YOUTUBE	GOOGLE+	XING
 <p>Das größte, soziale Netzwerk. Nutzer können Profile anlegen, Nachrichten austauschen, video-telefonieren, Gruppen gründen und mit Statusupdates Ihre Follower informieren.</p>	 <p>Ein Microblogging-Dienst, der es ermöglicht, 140 Zeichen lange, textbasierte Nachrichten zu versenden und anderen Nutzern zu folgen. Hashtags ermöglichen die Themenfokussierung.</p>	 <p>Größte Video-Plattform, profitiert von selbst eingestellten Videos und vom Video-Blogging der Mitglieder. Mit Kommentarfunktionen und Antwortmöglichkeiten zu Videos.</p>	 <p>Das soziale Netzwerk von Google. Nutzer können Profile oder Seiten anlegen, Statusmeldungen abschicken, vdeotelefonieren Kreise anlegen und somit Gruppen bilden.</p>	 <p>Netzwerk für Geschäftsbeziehungen. Nutzer können Kontakte knüpfen, Kurznachrichten austauschen, Statusmeldungen geben und Gruppen zu bestimmten Interessen gründen.</p>
PRO				
Gut zur Steigerung der Markenbekanntheit und für Kundenbeziehungen. Interaktionsmöglichkeiten durch Gewinnspiele und zahlreiche Applikationen.	Eignet sich gut für den Direktkontakt zwischen Kunden und dem Unternehmen. Direkte und auf den Punkt gebrachte Kommunikation für B2B und B2C.	Wertvolle Möglichkeit, Ihre Marke mit Video-Blogs und Tutorials aufzubauen und zu unterstützen. Gute virale Möglichkeiten durch einfache Einbindungsfunktion.	Kann in jeder Googleanwendung eingebunden werden und erscheint direkt in den Google Suchergebnissen. Einfache Interaktionsmöglichkeiten.	Eignet sich gut zur B2B-Kommunikation, zur Geschäftsfelderschließung und zum Aufbau von Interessengruppen rund um Ihre Marke.
KONTRA				
Aktuell nicht sehr suchmaschinenfreundlich. Administration, gerade im Bereich Datenschutz u. Privatsphäre recht kompliziert.	Nachrichtenkapazität oft zu begrenzt. Schwierigkeit, die Balance zwischen Information und Spam zu finden.	Speicherplatzangebot ist oft limitiert, GEMA und Co. sorgen für schnelle Deaktivierung von GEMA geschützten Inhalten.	Unübersichtliche Bedienung und aktuell noch nicht gut verbreitet. Suchmaschinenoptimierung funktioniert nur teilweise.	Unübersichtlich und viel Werbung von anderen Unternehmern. Wird von vielen Mitglieder nicht aktiv eingesetzt.

ERSTE SCHRITTE UND WICHTIGSTE FUNKTIONEN

FACEBOOK	TWITTER	YOUTUBE	GOOGLE+	XING
<ol style="list-style-type: none"> Um eine Firmenwebseite zu erstellen, benötigen Sie zunächst ein persönliches Profil. Erst dann dürfen Sie eine Seite anlegen. Erstellen Sie eine Firmenwebseite mit Anschrift, Webadresse, Informationen und Links zu Ihrer eigenen Webseite. Informieren Sie auf der Pinnwand über Termine und Neuigkeiten. Treten Sie Gruppen bei, die Ihren Interessen entsprechen. 	<ol style="list-style-type: none"> Erstellen Sie einen Twitteraccount mit Firmennamen, bzw. Produktnamen und folgen Sie Usern, Kunden und Partnern. Twittern Sie relevante Ereignisse, nutzen Sie Hashtags und versuchen Sie in #FF- (Follow Friday) Listen zu kommen. Vernetzen Sie Ihren Twitter Account in allen Medien. Setzen Sie Links von Ihrer Webseite auf Ihre Twitterpage und zurück. 	<ol style="list-style-type: none"> Erstellen Sie zuerst einen Google-Account, dann einen YouTube-Account. Beide werden autom. miteinander verlinkt. Sobald Sie Ihr erstes Video hochgeladen und freigegeben haben, verbreiten Sie den Link in anderen sozialen Netzwerken. Vernetzen Sie sich mit anderen Nutzern durch positive Kommentare, Likes oder Videoantworten zu bestimmten Videos. 	<ol style="list-style-type: none"> Folgen Sie der ausführlichen Google+ Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Einrichtung Ihrer Unternehmensseite. Verbinden Sie Ihre Google+-Pinnwand mit Ihrer Unternehmenswebseite mit Hilfe des Google+ Badge. Schreiben Sie Updates, posten Sie Videos, Fotos und Neuigkeiten über Ihr Unternehmen an Ihre Pinnwand. 	<ol style="list-style-type: none"> Richten Sie ein Xing-Konto ein. Entscheiden Sie selbst, ob Sie die Premiumfunktionen nutzen möchten. Füllen Sie Ihr Profil detailliert aus und geben Sie Referenzen, sowie klare Vorstellungen an. Nutzen Sie die Pinnwand für News. Treten Sie relevanten Gruppen bei oder gründen Sie selbst welche. Vernetzen Sie sich breitflächig und verlinken Sie zu Ihrer Seite.
GEFÄLLT MIR	@ REPLY	MAG ICH	KREISE	MITTEILUNG
Der Nutzer mag den Status, unterstützt Ihre Meinung oder zeigt Interesse.	Öffentliche Ansprache eines anderen Nutzers.	Nutzer können Videos mit einem Daumen hoch oder einem Daumen runter bewerten.	Einfaches System, um Freunde und Follower in Gruppen zu organisieren.	Microblogging-Funktion, um über aktuelle Themen zu berichten.
ANSTUPSEN	RT RETWEET	AUFRUFE	GRÜN/BLAU	INTERESSANT
Möglichkeit, auf sich aufmerksam zu machen. Im Geschäftsfeld unbedingt vermeiden.	Leiten Sie mit RT einen Tweet eines anderen Nutzers über Ihren Account weiter.	Zähler, der angibt, wie oft ein Video bereits angesehen wurde. Zählt auch eingebundene Videos.	Grüne Einträge sind öffentlich einzusehen, blaue Beiträge sind nur für Nutzer in Kreisen sichtbar.	Markieren Sie Beiträge als interessant, um diesen einen höheren Stellenwert zu geben.
STATUS	# HASHTAG	TEILEN	HANGOUT	GRUPPEN
Microblogging-Funktion über aktuelle Tätigkeit, Gedanken oder Erlebnisse.	Ein Hashtag kategorisiert Tweets verschiedener Nutzer und hilft, Themen zu gruppieren.	Einfache Möglichkeit, das Video zu teilen oder in Webseiten und Netzwerke einzubetten.	Googles eigene Gruppenvideo-Chat Lösung für Nutzer in Ihren Kreisen.	In Gruppen werden Interessen geteilt und bevorstehende Events geplant.

REICHWEITEN (REGISTRIERTE NUTZER)

ONLINEZEITEN PRO MONAT

