

Mit Social Media zum Erfolg: 5 Tipps für B2B-Unternehmen

von Jens Stolze, Inhaber von creative360®, Agentur für B2B Online-Marketing

In den letzten Jahren hat sich die B2B-Kommunikation grundlegend verändert, weshalb alle bisherigen B2B-Online-Marketing-Maßnahmen neu überdacht werden müssen. Während in den letzten Jahren Produkte im Fokus der B2B-Kommunikation standen, stehen zunehmend die Menschen im Mittelpunkt. Die rasante Entwicklung von Social Media hat in erheblichem Maße dazu beigetragen.

Was ist Social Media?

Social Media (soziale Medien) sind Plattformen auf denen Internetnutzer miteinander in Dialog treten können. Soziale Medien werden zurzeit unterschiedlich stark genutzt. An der Spitze liegen dabei Themen-Blogs (79%), gefolgt von Social-Communities, Corporate-Blogs und Videoportalen.

Warum Social Media?

Die Ziele für das B2B-Social-Media-Marketing sind eindeutig. In erster Linie soll die Markenbekanntheit (81%) aufgebaut werden. Darüber hinaus wollen B2B-Unternehmen Social-Media für SEO-Effekte und Öffentlichkeitsarbeit nutzen. Die Rolle von Social Media-Marketing im B2B-Marketing-Mix wird bis Ende 2012 erheblich zunehmen. Social Media ist somit eine Chance für B2B-Unternehmen, birgt aber auch Risiken, wenn gewisse Faktoren nicht berücksichtigt werden:

Tipp 1: Transparenz

Die Transparenz eines Unternehmens ist von großer Bedeutung, da diese mit Offenheit und Glaubwürdigkeit einhergeht. Trotz einer gewissen Transparenz sollte darauf geachtet werden, dass nicht zu viele interne Faktoren an die Öffentlichkeit gelangen.

Tipp 2: Interessante Inhalte

B2B-Unternehmen müssen sich heute auch als Herausgeber von nutzerorientierten, interessanten Themen und als Wissenslieferanten verstehen. Die Kommunikation mit der Zielgruppe wird der Kern jeder B2B-Online-Marketing-Strategie werden. In welcher Form Unternehmen zum Herausgeber werden, ist völlig verschieden. Ein bereits bewährtes Schema lässt sich nicht auf andere Unternehmen und Branchen übertragen. Was zählt ist die kreative und individuelle Idee.

Tipp 3: Zuhören & regelmäßiger Dialog

Bei Social-Media-Marketing gibt es keine Kompromisse. Ein sporadischer Dialog mit der Zielgruppe wirft ein schlechtes Bild auf das Unternehmen. Ein regelmäßiger Dialog ist zwar zeitaufwendig, aber unerlässlich. Dies muss im Vorfeld unbedingt berücksichtigt werden.

Tipp 4: Offener Umgang mit Fehlertreten

Negative Resonanz auf das Unternehmen sollte nicht ignoriert, bzw. Beiträge nicht gelöscht werden. Negative Reputationen können durch konstruktive Stellungnahmen geschwächt werden. Fühlt sich ein unzufriedener Kunde verstanden, kann aus ihm sehr schnell ein begeisterter Befürworter des Unternehmens werden.

Tipp 5: Genaue Kenntnisse über die Kommunikationskanäle der Zielgruppe

Social-Media-Marketing macht nur auf Kanälen Sinn, in denen sich die Zielgruppe des Unternehmens bewegt. Diese Kanäle gilt es im Vorfeld zu erkunden. Eine gute Recherche über die

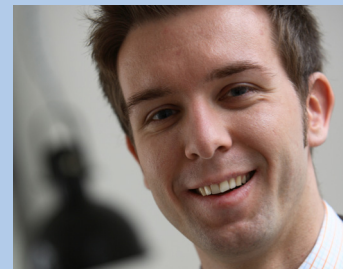
Gewohnheiten der Zielgruppe ist somit für den optimalen Dialog unerlässlich und bildet die Basis für jede Social-Media-Maßnahme.

Fazit

Wer den Puls der Zeit trifft, flexibel, schnell, innovativ ist und keine Scheu vor neuen Wegen hat, wird sich schnell von Marktbegleitern abheben. Social-Media-Marketing verlangt Veränderungen und schafft gleichzeitig Chancen. Nutzen Sie Ihre Chancen! ■

Jens Stolze

Dipl.-Betriebswirt, Gründer und Inhaber von creative360®, Agentur für B2B Online-Marketing



Er studierte in Deutschland und USA »European Business Management« mit den Schwerpunkten B2B-Marketing / E-Marketing. Vor der Gründung von creative360® war Jens Stolze bei der IBM Deutschland GmbH im Produktmarketing tätig. Seit Dezember 2006 ist er Herausgeber des B2B Online-Marketing Blogs. Darüber hinaus ist er Autor eines jährlichen B2B-Trendpapiers sowie diverser Beiträge in Fachmagazinen.

www.onlinemarketing-blog.de

Die B2B Online-Marketing Trends 2011 zum Download:

www.creative360.de/b2btrends2011