

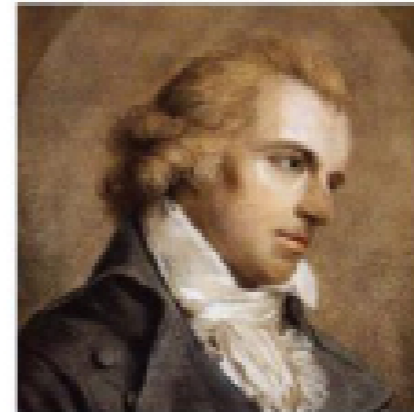


# Social Media im Unternehmen

Strategie&Co



**"Wer nicht mit der Zeit geht,  
geht mit der Zeit"**



Friedrich Schiller

# COMPUTERWOCHE

Meet the  
IBM Experts  
Diskutieren  
Sie mit!



[Newsletter](#) | [RSS](#) | [Mobil](#)

Google Custom Search

[Home](#)

[Management](#)

[Hardware](#)

[Software](#)

[Netzwerke](#)

[Mittelstand](#)

[Secu](#)

[Home](#)

[Software](#)

**Customer Relationship Management**

[Prognose der Universität St. Gallen](#)

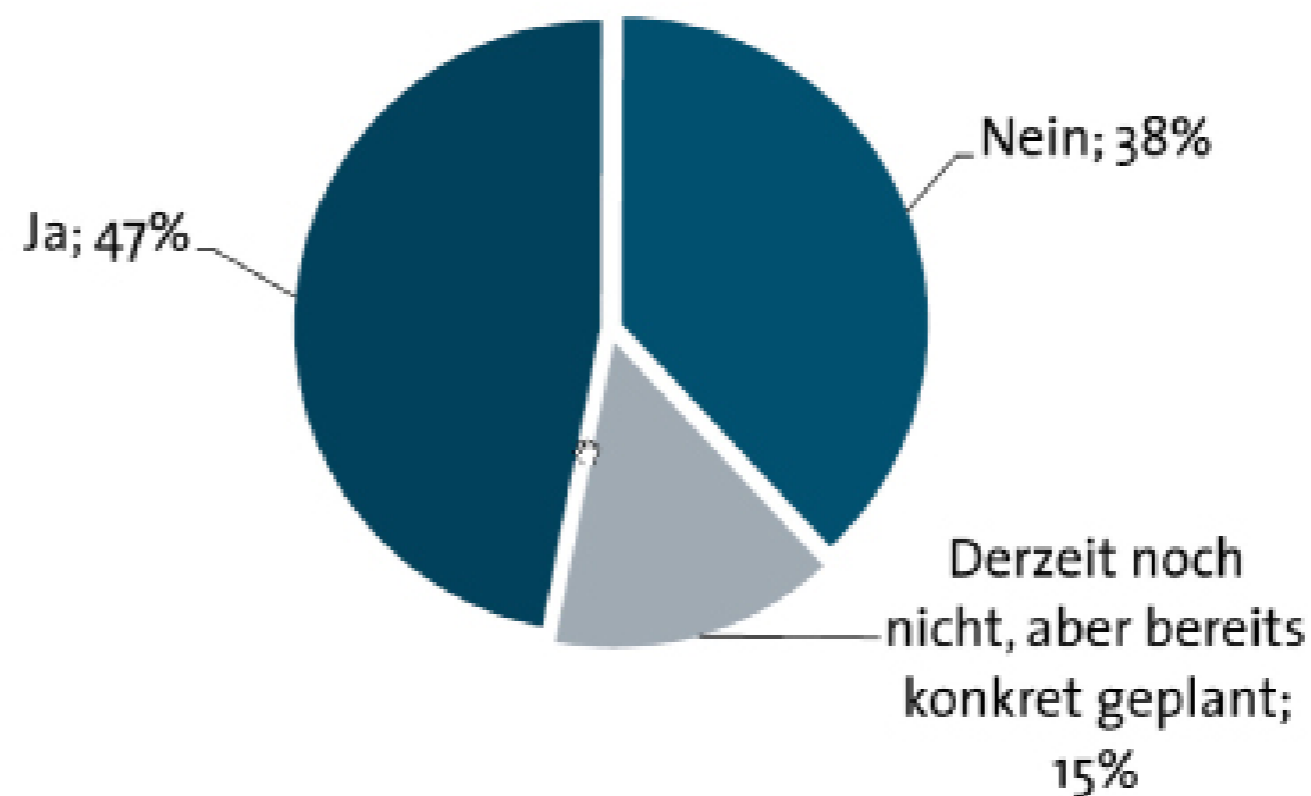
## Social-Media-Einsatz im Unternehmen kommt massiv

26.10.2012

[Drucken](#) | [Empfehlen](#) | [PDF](#) | [Merken](#)

# Bitkom – Studie

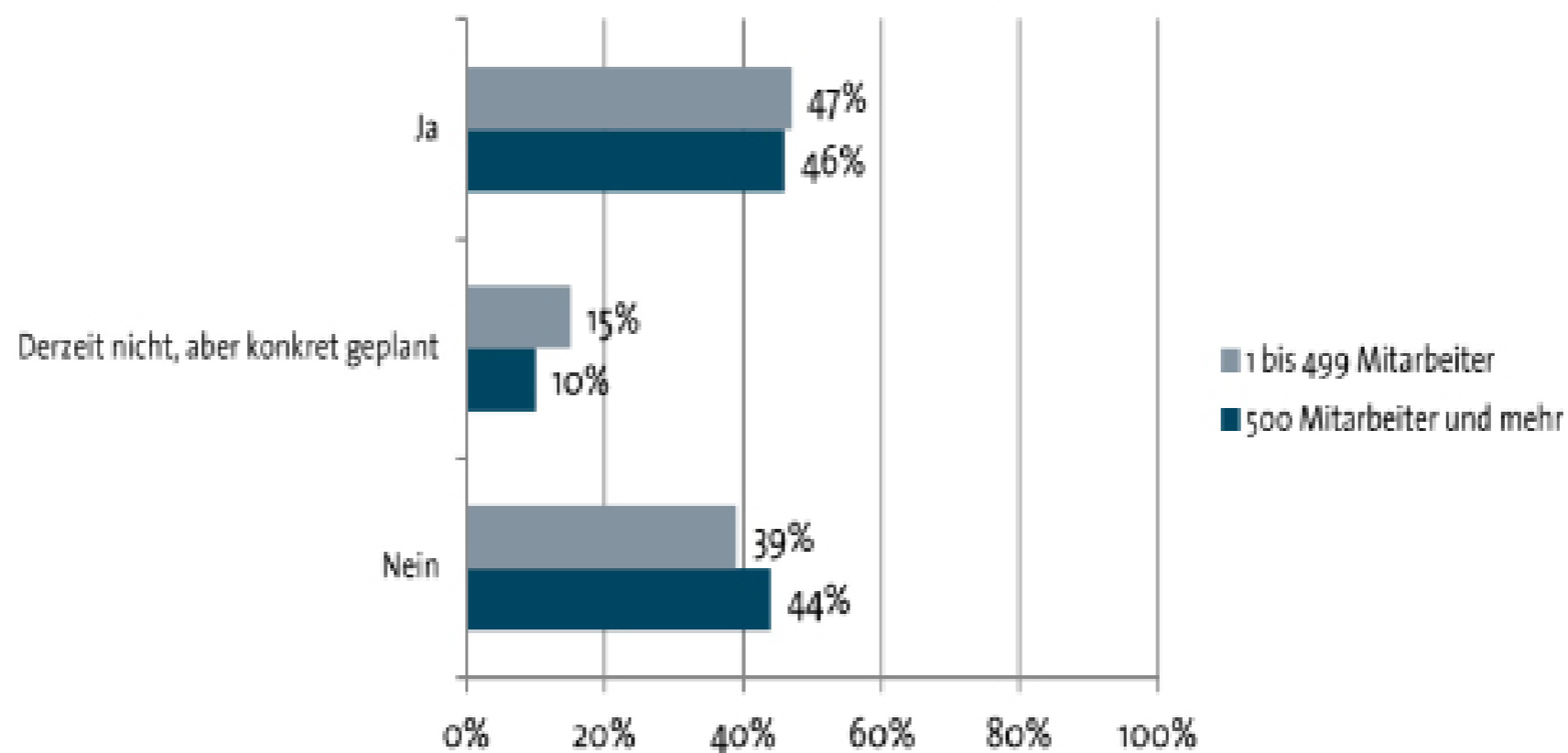
„Nutzt Ihr Unternehmen Social Media?“



Quelle: BITKOM, n=732 Unternehmen

## Social-Media-Einsatz nicht von Unternehmensgröße abhängig

„Nutzt Ihr Unternehmen Social Media?“



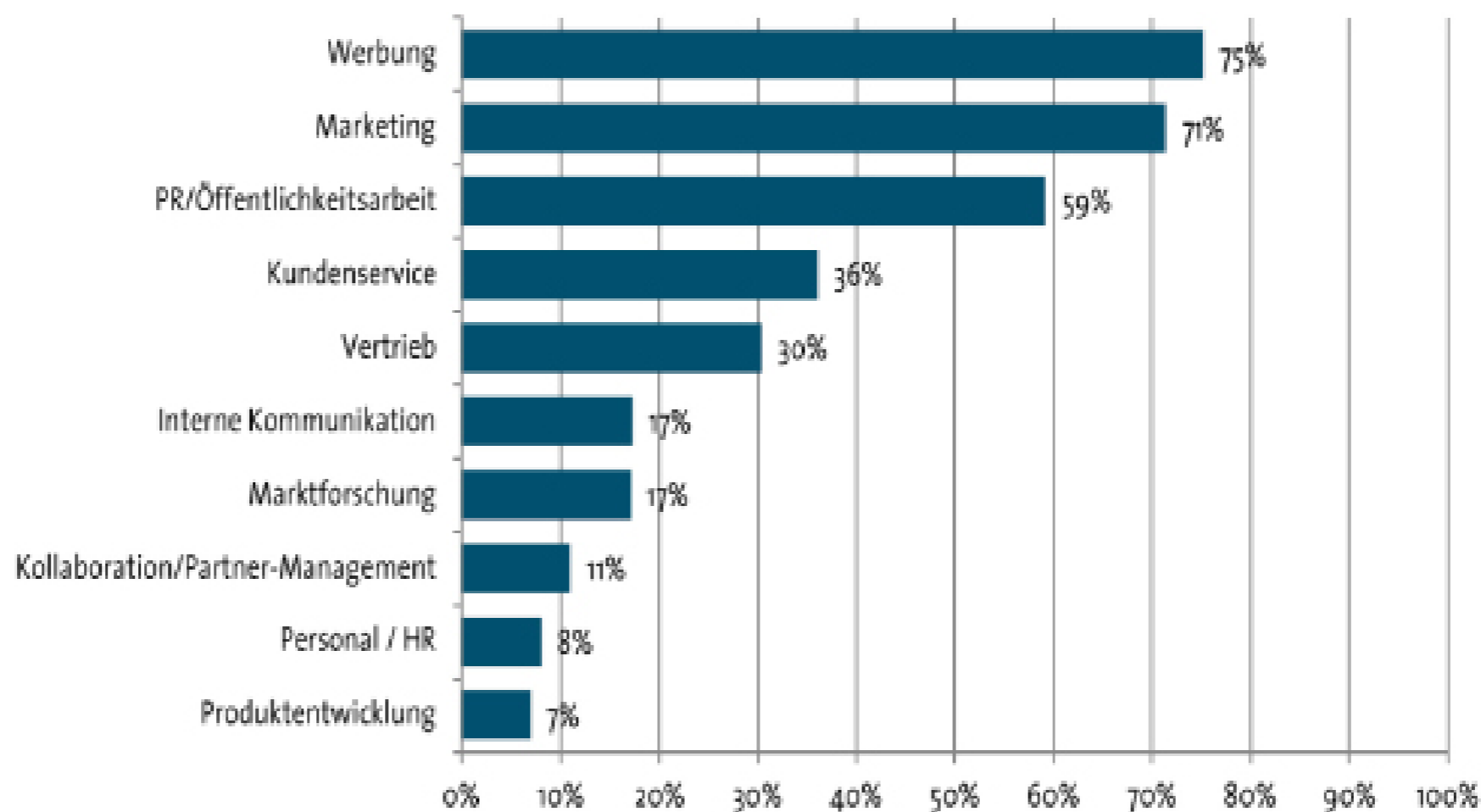
# Social Media unterstützt die Ziele der Unternehmen

„Zur Erreichung welcher der folgenden Ziele verwenden Sie Social Media?“



## Externe Kommunikation ist der Treiber

„Für welche Unternehmensbereiche setzen Sie Social Media ein?“



# Sorge vor Kontrollverlust

Typen von Social-Media-Ablehnern

| Die Aufschiebenden   | Die Abwägenden  | Die Ängstlichen  |
|--|---|--|
| <p>„Wir haben noch gar nicht über Social Media nachgedacht.“</p> <p>„Wir warten erst mal ab, was die Mitbewerber in Social Media machen werden.“</p> | <p>„Wir befinden uns im Strategiefindungsprozess und überlegen, ob Social Media einen Mehrwert für unser Unternehmen bietet.“</p> | <p>„Bei Social Media fehlt uns die Kontrolle und Steuerbarkeit.“</p> <p>„Wir befürchten eine Geschäftsschädigung durch Social Media“</p> |

Quelle: BITKOM



## Vom Kommunikationskanal zum Wertschöpfungsfaktor

- Phase 1: Experimenteller Einsatz von sozialen Medien
- Phase 2: Strukturierter Einsatz überwiegend in der externen Kommunikation
  - Marketing, Werbung, PR
- Phase 3: Integration in die internen Prozesse/Strukturen der Unternehmen
  - Interne Kommunikation / Kollaboration (Zusammenarbeit)
  - Kundenservice / Anbindung an CRM-Systeme
  - Open Innovation, Crowd Sourcing

➔ Social Media wird Wertschöpfungsfaktor



# Was ist Strategie?

"Unter **Strategie** werden in der Wirtschaft klassisch die (meist langfristig) geplanten Verhaltensweisen der Unternehmen zur Erreichung ihrer *Ziele* verstanden."

Quelle: Wikipedia

# SMART

SMART ist ein Akronym für „Specific Measurable Accepted Realistic Timely“ und dient im Projektmanagement als Kriterium zur eindeutigen Definition von Zielen im Rahmen einer Zielvereinbarung.[1]

Im Deutschen kann man es z. B. so übersetzen:

|   |              |  |
|---|--------------|--|
| S | Spezifisch   | Ziele müssen eindeutig definiert sein (nicht vage, sondern so präzise wie möglich).                                    |
| M | Messbar      | Ziele müssen messbar sein (Messbarkeitskriterien).   |
| A | Akzeptiert   | Ziele müssen von den Empfängern akzeptiert werden/sein (auch: angemessen, attraktiv, ausführbar oder anspruchsvoll[2]) |
| R | Realistisch  | Ziele müssen möglich sein.   |
| T | Terminierbar | zu jedem Ziel gehört eine klare Terminvorgabe, bis wann das Ziel erreicht sein muss.                                   |

**Ein Ziel ist nur dann S.M.A.R.T., wenn es diese fünf Bedingungen erfüllt.**

Quelle: Wikipedia

Unternehmen müssen  
in **sozialen Netzwerken**  
aktiv werden oder sie  
werden den Anschluss  
verlieren

(Quelle: Gartner, Business Gets Social)

Unternehmen auf Shitstorms  
schlecht vorbereitet

- ▶ Umfrage: 42 Prozent der  
IT-Unternehmen haben  
keinen Krisenplan
- ▶ Dialogbereitschaft in  
sozialen Netzwerken  
muss verbessert werden

Bitkom

Hände weg vor  
Beratern, die zuerst  
mal zu einer Twitter-  
oder Facebook-  
Strategie raten.

Jeremiah Owyang (Altimeter-  
Group)

Das Paradigma aus, die  
Gewinn-Orientierung sei  
das wichtigste  
Unternehmensziel: "Wir  
setzen alle Kräfte auf die  
Kundenbetreuung". So  
stelle sich der Gewinn als  
Folge ein.

dm-Chef Erich Harsch

# Unternehmensstrategie und Führung

## ▶ Enterprise 2.0 – Die Veränderung beginnt.

2006 (Mc Afee): Anwendung von Web 2.0 Konzepten und Social Software für die Zusammenarbeit im und zwischen Unternehmen. Vernetzung im Unternehmen.

## ▶ Leadership 2.0 – Adios Capitano

Vier Attribute als Voraussetzung:

Menschlich – Mensch im Fokus, Arbeit trifft Sinn, Nachhaltigkeit

Mobil – Flache Hierarchien, Kooperation und Kreativität

Vernetzt – Kommunikation im Netzwerk, Transparenz

Dynamisch – Kreativität, Innovation, Wandel, Anpassungsfähigkeit



## ▶ Der Wandel der Unternehmenskultur als Basis für den digitalen Wandel

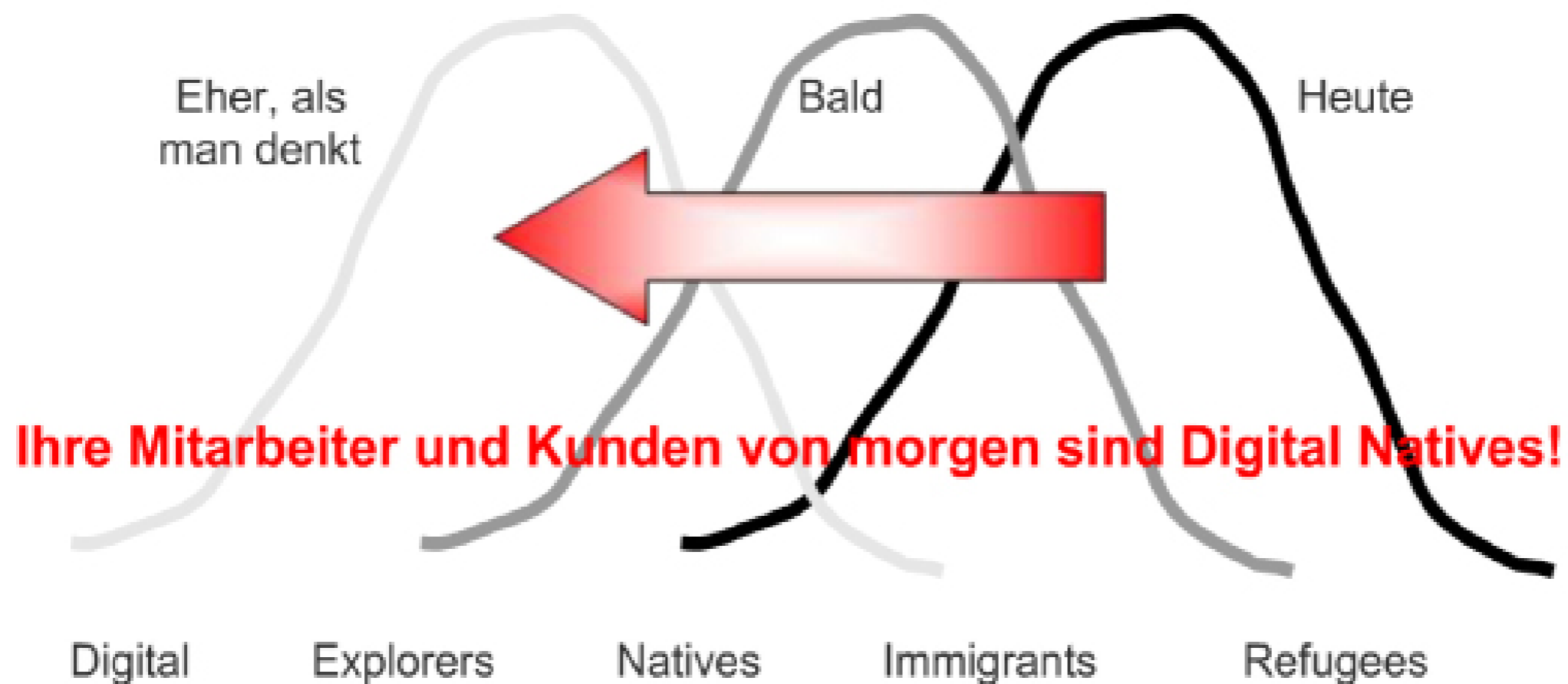
Arbeitswelt im Wandel: Arbeitsplatz und Arbeitskultur ändern sich.

Die Kunden UND die Mitarbeiter haben Erwartungen.

## Verschiebung der Alterspyramide

Zielgruppe?

- Führt zum Aussterben der Digital Refugees
- Digital Natives sind mit Communities aufgewachsen
- Native: „Wozu verwendet ihr eigentlich E-Mail?“



## Nutzen von Social Media

Wer den Nutzen kennt, kann auch überzeugen!

- Erhöhte Ergonomie für die Nutzer (intuitiv, partizipativ)
- Mitarbeiter auf dem Laufenden halten
- Kollaboration Funktions- statt Hierarchie-fokussiert
- Vereinfachter Einbezug der Partner und Kunden
- Verbesserte Kundenbeziehung durch Interaktion

# Treffende Bewertung ist wichtig.

## SWOT-Überlegungen Social Media

IST-Analyse

### Stärken

- Schneller Informationsfluss
- Transparente Kommunikation
- Einfache, intuitive, skalierende Informationsablage
- Einfacher Einstieg, Barriere-arm
- Motivation der Mitarbeiter

### Chancen

- Steigerung von Produktivität und Innovation
- Unterstützt die Zusammenarbeit über Abteilungs- und auch Firmengrenzen (in Projekten)
- Einfaches Finden von Informationen

### Schwächen

- „Schon wieder ein anderes Tool“
- Andere teuer gekaufte IT-Lösungen werden obsolet
- Management dieser Umgebung unklar
- Informationen verstreut, unstrukturiert

### Gefahren

- Geheimhaltung, Compliance
- Information Overload
- „Need to Know“ wird „Good to Know“
- Firmenkultur ist in Wahrheit noch ganz anders
- Passt nicht zur Corporate IT



# Social Media ernst nehmen.

Unternehmen die Social Media mit **PLAN** und strategischer Vorgehensweise nutzen, steigerten den Gewinn um **43%**.



▶ Dagegen Unternehmen ohne Plan der **AD-HOC** Variante, steigerten den Gewinn nur um **22%**.

Quelle: Salesforce

# Drei Bereiche, in denen Social Media heute am meisten Einfluss auf das Unternehmen hat:

Vertrieb



Neue Quellen von Informationen und Festigung der Kundenbeziehung

Marketing



Bedeutung der Marke wird verändert und neue Wege zu Kunden schaffen

Kundenservice



Reaktion auf Kundenprobleme und Kunden helfen

## Tue Gutes und lass darüber sprechen😊

Ryan Flanagan hatte einen schlechten Tag. Auf einer Geschäftsreise nach New York ließ er seine Brieftasche im Hotelzimmer. Das soziale Überwachungstool des Hotels hat seinen verzweifelten Tweet auf Twitter aufgefangen, einen Fall angelegt und das Kundenservice-Team benachrichtigt.

In weniger als zehn Minuten kontaktierte der Mitarbeiter im Kundenservice Ryan über Twitter und bot an, ihm seine Brieftasche bei seinem nächsten Meeting zu übergeben. Später in jener Nacht hat Ryan diese Begebenheit auf Facebook gepostet und der Post hat sich rasend schnell verbreitet mit 340 Klicks auf "Gefällt mir" und 120 mal geteilt.

Ein Reise-Blogger wurde auf die Geschichte aufmerksam und hat sie eine weitere Woche am Leben erhalten und fast 170.000 Menschen damit erreicht.

# Facebook 2004



[ thefacebook ]  
login register about faq

Welcome to Thefacebook!

[ Welcome to Thefacebook ]

Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.

We have recently opened up Thefacebook at the following schools:

- Alabama A&M • Alabama Huntsville • Aquinas • Art Chicago
- Bellarmine • Belmont Abbey • Bethel KS • Bethune Cookman
- Brevard • Brookdale • Caldwell • Catawba • Cedar Crest • Central College
- Clarke • COE College • Concord • Concordia MN • Concordia NY
- CSU East Bay • CSU Mont. Bay • CUNY Lehman • Delaware State
- Delaware Valley • Detroit Mercy • Dowling • Erskine • Evergreen
- Fayetteville • FL Southern • Fort Hays • Francis Marion
- Franklin • Franklin CH • Franklin Pierce • Full Sail • Georgian Court
- Houston Baptist • Incarnate Word • Johnson CC • Juillard
- Juniata • LA Monroe • Lander • Lasell • Lawrence Tech • Lesley
- Lincoln MO • Lincoln PA • Marietta • Maryland Art • Maryland Eastern
- Marywood • McKendree • Mesa State • Mills College • Monroe
- Mount Ida • Muskingum • N.E. Illinois • Nebraska Kearney
- New College FL • NJ City • Oakwood • Oglethorpe • Ohio Dominican
- Oklahoma Baptist • Oral Roberts • Ouachita Baptist • Peace
- Pitt. State • Prairie View A&M • Queens Canada • Queens Charlotte
- Quincy • Randolph-Macon • Ringling • Robert Morris • Roosevelt
- S. Polytechnic • Santa Monica • Shaw • Shenandoah • St. Ambrose
- St. Josephs NY • St. Peters • St. Thomas TX • St. Xavier
- SUNY Old Westbury • SUNY Suffolk • Tallahassee • TAMU Corp. Chr.
- Texas Lutheran • Transylvania • Tuskegee • UMass Boston
- WTAMU • Xavier LA

For a complete list of supported schools, click [here](#).

Your Facebook is limited to your own college or university.

You can use Thefacebook to:

- Search for people at your school
- Find out who is in your classes
- Look up your friends' friends
- See a visualization of your social network

To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.

[Register](#) [Login](#)

[ thefacebook ]  
Home search globe account create log logout

Profile (This is you)

back search

My Profile [edit]  
My Groups  
My Friends  
My Photos  
My Recent Messages  
My Website Info  
My Account  
My Privacy

Picture [edit]

Information [edit]

Account Info:  
Name:  
Member Since: January 30, 2005  
Last Update: February 3, 2005

Basic Info:  
Email:  
Status: Student/Member  
Sex: Male  
Year: 2004  
Concentration: Computing Science  
Mathematics

Phone:  
High School:  
Extended Info:  
Screenname:  
Looking For:  
Friends  
Dating  
& Relationships  
Random play  
Statistics | Log out

Connect  
This is you.

back search

My Profile [edit]  
My Friends  
My Groups  
My Photos  
My Recent Messages  
My Website Info  
My Account  
My Privacy

Picture [edit]

Information [edit]

Account Info:  
Name: Dustin  
Member Since: March 1, 2005  
Last Update: April 19, 2005

Basic Info:  
Email:  
Status: Student  
Sex: Male  
Year: 2007  
Residence: Wood-Mason  
Phone: 7734  
Birthday: 01/05/1985  
High School: East City High School 02

Extended Info:  
Screenname:  
Looking For: Friends (see  
Whether I can get  
Relationship Status: Married to  
(Missouri/Missouri)

Interests:  
Clubs and Jobs:  
Favorite Music:  
Favorite Books:  
Favorite Movies:

Dustin has friends at:  
• Arkansas (1) • Boise (2)  
• BYU (1) • BYU (2)  
• CO (1) • Texas (3)  
• Texas A&M (4) • Texas State (3)  
• Texas Tech (2) • Trinity (1) (1)  
• Utah (1) • Wisconsin (1) (1)

# Facebook 2012 - Strategie



## Facebook arbeitet an eigener Suchmaschine

Mittwoch, 12.09.2012, 18:50



Mark Zuckerberg beim Interview

AFP

Den Börsengang hatte sich Facebook-Gründer Mark Zuckerberg anders vorgestellt. Die Aktie hat seit ihrem Debüt deutlich verloren. Für Zuckerberg kein Grund, den Mut zu verlieren. Er hat große Pläne – für Handys und darüber hinaus.

Der wegen des **verpatzten Börsengangs** viel gescholtene Facebook-Gründer Mark Zuckerberg geht in die Offensive. In seinem ersten Interview nach dem verpatzten Börsengang im Mai umreißt er das Bild eines Sozialen Netzwerks, das dank der

Quelle: [http://www.focus.de/finanzen/news/unternehmen/zuckerberg-gibt-einblick-in-strategie-facebook-arbeitet-an-eigener-suchmaschine\\_aid\\_818527.html](http://www.focus.de/finanzen/news/unternehmen/zuckerberg-gibt-einblick-in-strategie-facebook-arbeitet-an-eigener-suchmaschine_aid_818527.html)

# Von der Vision zur Strategie



- Ausgehend von den Unternehmenszielen werden
- Ziele und Teilziele für die Social Media Strategie gesetzt.

# Strategische Fragen klären!

## Können wir das leisten?

## Ist das für uns sinnvoll?



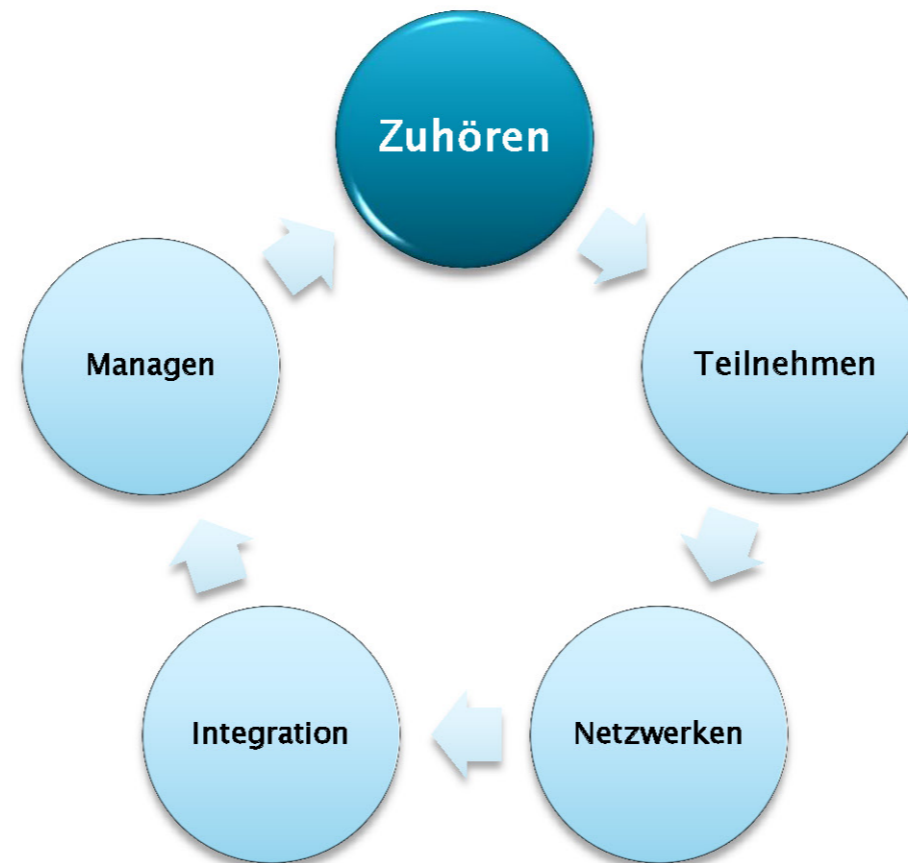
Quelle: Delphi Studie 2012

# Voraussetzungen schaffen





# Mögliche Strategieentwicklung



**Die Strategie von der Stange gibt es nicht!**



# Marktbeobachtung

- Was sagen die Kunden zu den wichtigsten Themen in Ihrer Branche?
- Was sagen die Kunden über Sie und wie reagieren Sie auf Ihre News?
- Wie tickt die Zielgruppe?
- Was tut sich bei Ihrem Mitbewerber?

## Wie wird zugehört bzw. beobachtet?

- Reichen die Ressourcen oder doch mit externer Hilfe? Klare Aufgabenverteilung!
- Einsatz von Überwachungstools einsetzen  
Z.B. Google Alerts oder socialmention.com oder hootsuite.com etc..



# Im Dialog mit der Zielgruppe

- Wo ist die Zielgruppe?
- Unterhaltungen nicht kontrollieren oder stoppen wollen!
- Aktives Zuhören
- Authentische Unterhaltungen mit der Zielgruppe führen.

## Wie sieht eine Beteiligung aus?

- Die richtigen SM Kanäle aussuchen und entsprechende Accounts in den relevanten Netzwerken eröffnen. **SCHRITT für SCHRITT!**
- Richtlinien entwickeln Intern (Guidelines) und Extern (Netiquette).
- Empfehlungen belohnen , „Danke“ oder auch entschuldigen „Sorry“
- Mitarbeiter für Social Media Aktivitäten befähigen und experimentieren lassen.
- Den Worten Taten folgen lassen.



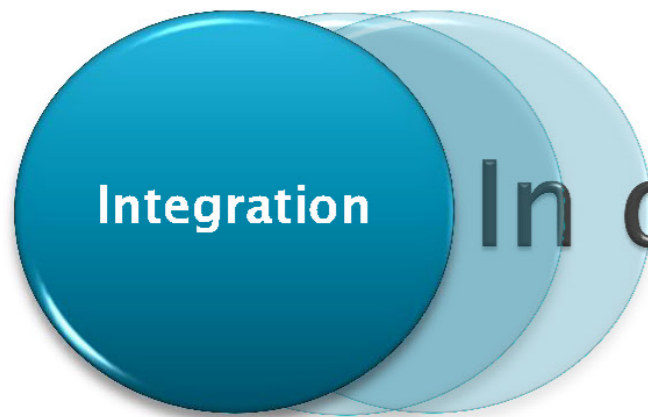


# Interaktion mit den Kunden

- Schwerpunkte setzen und nicht alles auf einmal wollen! [Beispiel DM](#)
- Selber Posten
- Diskussionen aktiv führen
- Kommentieren Sie Blogs

## Wie wird die Interaktion durchgeführt?

- Gewinnen von echten Fans bzw. begeisternde Kunden. Leser zur Diskussion anregen. Persönlichen Kontakt aufbauen.
- Wer macht was auf welchen Kanälen? Reichen die Ressourcen oder doch mit externer Hilfe? Verantwortlichkeiten klären.
- Redaktionsplan entwickeln bzw. [zeitliche Einteilung](#) bestimmen



Integration

# In die Geschäftsprozesse.

- Wie kann Social Media in die bestehende Prozesslandschaft integriert werden?
- Welche Geschäftsprozesse müssen umgestaltet werden?
- Social Media bricht die internen Silos und fördert eine dialogorientierte Vernetzung
- Wie kann das **Business** unterstützt werden?

## Wie kann eine Integration stattfinden?

- Es gibt kein Standardverfahren da jedes Unternehmen individuell analysiert werden muss
- Schlüsselprozesse analysieren und umgestalten (Zeit und Geduld)
- **Technologien** einsetzen und verknüpfen z.B. CRM Systeme
- UND – **Ohne Innen – kein Außen!** Kontrollverlust einkalkulieren!



Managen

# Beziehungen pflegen.

- Beziehungen mit Fans, Followern und Kunden managen.
- Interne Zusammenarbeit 2.0 fördern.
- Messen und Monitoren der richtigen Ziele und mit welchen Tools?
- Vorgehensweise beim Krisenmanagement?

## Wie können Verbindungen gefestigt werden?

- Klare Zielvorgaben messen, anpassen und vergleichen.
- Monitoring mit Unterstützung von geeigneten Tools (Aber erst Mensch dann Technik!!) Beispiel: Shitstorm
- Förderung von Projektarbeit durch den Einsatz von Tools z.B. Microblogging

# Die richtigen Fragen stellen!

- Warum Social Media?
- Wird schon Social Media genutzt?
- Wo sind die Herausforderungen?
- Welche Schnittstellen gibt es, wie IT, Personal etc.?
- Welche neuen Netzwerke gibt es?
- Ist ein Netzwerk oder eine Plattform noch relevant?
- Was macht der Wettbewerb?
- Ist meine Zielsetzung noch aktuell?
- Welche Business Partner brauche ich?

# Übung Strategie-Analyse

- Welche Bedeutung hatte die SM Strategie beim Wahlkampf von Obama 2012 in den USA ?
- Welche Socialmedia Kanäle wurden favorisiert?
- Welche Bedeutung hatte Twitter dabei?
- und welche #Hashtags wurden eingesetzt?







# Abfragen nach der Wahl

- Startseite
- Kampagnen
- Werbechancen
- Tools und Analysen ▾
- Abrechnung ▾
- Mein Konto ▾

**Tools**

Keyword-Tool  
Traffic Estimator

Placement-Tool  
Kontext-Targeting-Tool

▼ Begriffe einschließen (0) ?  
[ ] +

▼ Begriffe ausschließen (0) ?  
[ ] +

▼ Übereinstimmungstypen ?

- Weitgehend
- [Exakt]
- "Wortgruppe"

**Hilfe** [ ]

Warum sollte ich das Keyword-Tool verwenden?  
Wie wird das Keyword-Tool verwendet?  
Was ist der Unterschied zwischen

**Gespeicherte Ideen (0)** [ ]

- Eigene Keyword-Ideen
- Eigene Anzeigengruppen-Ideen

## Keywords suchen

Kampagne: Zum Auswählen klicken | Anzeigengruppe: Zum Auswählen klicken

Basiert auf mindestens einem der folgenden Werte:

Wort oder Wortgruppe: mit romney, barack obama

Website: www.google.com/page.html

Kategorie: Bekleidung

Nur Ideen anzeigen, die meinen Suchbegriffen sehr ähnlich sind ?

Erweiterte Optionen und Filter

Standorte: Alle | Sprachen: Alle | Geräte: Desktop-Computer und Laptops

**Suchen**

Informationen zu diesen Daten ?

Keyword-Ideen | Anzeigengruppen-Ideen (Beta)

Zu Konto hinzufügen ▾ | Herunterladen ▾ | Als Text anzeigen ▾ | Im Traffic Estimator anzeigen ▾

Sortiert nach Relevanz ▾ | Spalten ▾

| <input type="checkbox"/> | Alle speichern | Suchbegriffe (2) | 1 - 2 von 2 ▾ | <                                 | >                                |
|--------------------------|----------------|------------------|---------------|-----------------------------------|----------------------------------|
|                          |                | Keyword          | Wettbewerb    | Monatliche globale Suchanfragen ? | Monatliche lokale Suchanfragen ? |
| <input type="checkbox"/> |                | mit romney ▾     | Niedrig       | 49.500                            | 49.500                           |
| <input type="checkbox"/> |                | barack obama ▾   | Niedrig       | 2.240.000                         | 2.240.000                        |

# Lokale Strategien: Walmart



## App-Zentrum

Alle Internet Handy

- Spiele
- Unterhaltung
- Facebook
- Lifestyle
- Musik
- Nachrichten
- Fotos & Videos
- Sport
- Reisen & Lokales
- Hilfsmittel

Anfragen 17

Meine Anwendungen

### My Local Walmart

★★★★☆

Lifestyle

My Local Walmart lets you in on what's happening at your local store, from Rollbacks, top sellers, and even special events like Early Access to Layaway. Use our list function to plan your next shopping trip, or explore new recipes with Meal Solutions. Just "Like" your local store on Facebook and start sharing the savings.

[Zur Anwendung](#)

[An Handy senden](#)

Indem du oben auf „Zur Anwendung“ oder „An Handy senden“ klickst, erhält diese Anwendung:

- Deine allgemeinen Informationen [?]
- Deine E-Mail-Adresse (thomas.doermann777@googlemail.com)
- Deine Profilinformationen: Aktivitäten, Interessen und „Gefällt mir“-Angaben

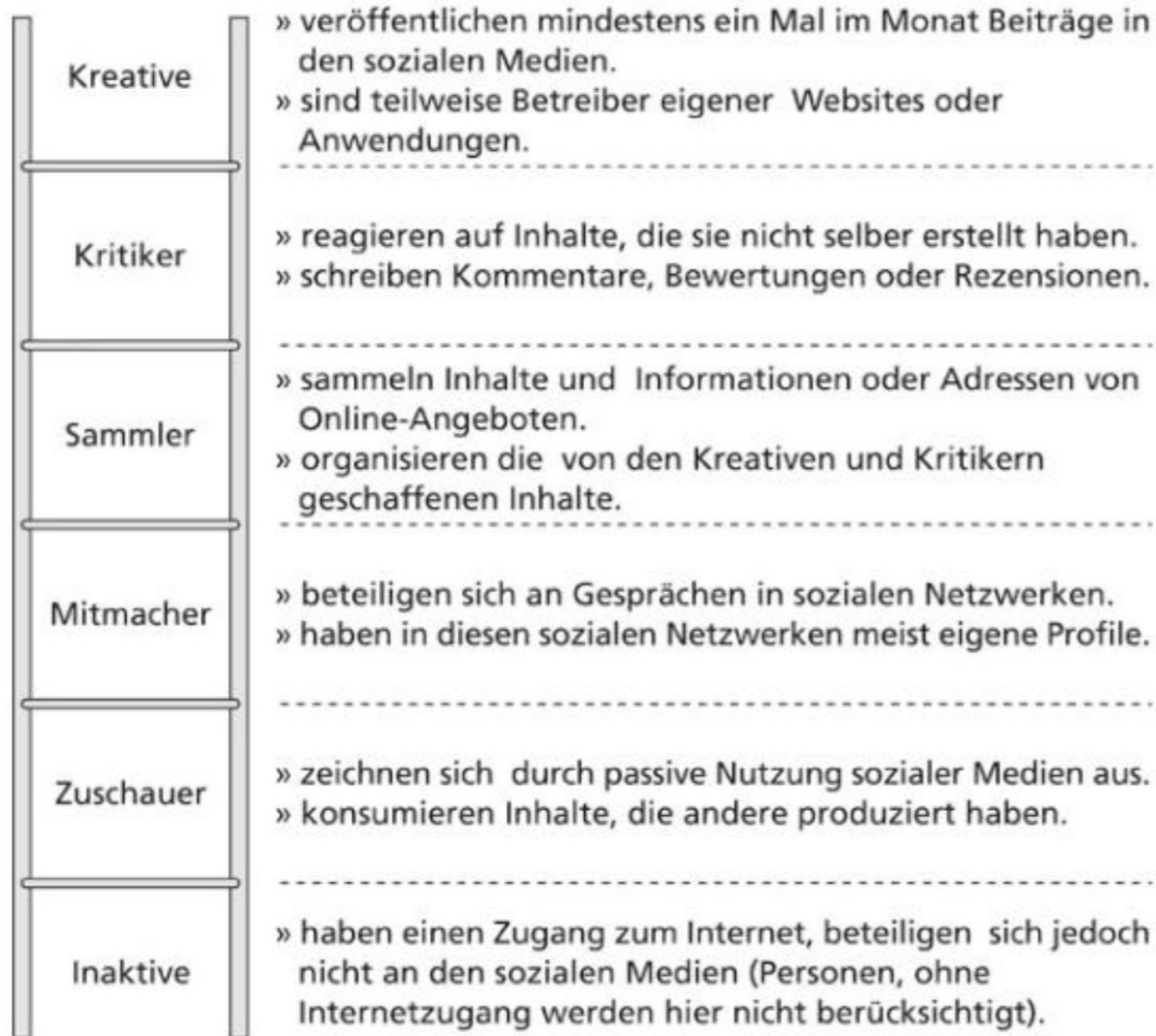
Diese Anwendung darf in deinem Namen posten, einschließlich early access tickets to layaway you gained, products you want to buy und mehr.

Wer Beiträge sehen kann, die diese Anwendung für dich in deiner Facebook-Chronik postet: [?]

[Nur ich](#)

Wenn du fortfährst, stimmst du My Local Walmarts und [Datenschutzrichtlinien](#) zu

# Social Technographics - Leiter



Quelle: Forrester Research

# Schwerpunkte der Strategie setzen

## Content mit hohem Nutzwert

- Wer ist meine Zielgruppe?#
- KEINE direkte Werbung,
- der Leser soll einen Nutzen haben:
- How-Tos
- Gewinnspiele
- Themen
- Konkrete Angebote (Mehrwert)

Beispiel: dm Drogeriemarkt auf youtube

Der Social Media Manager hat auch hier seine Community

# Schwerpunkte der Strategie setzen

## Krisenmanagement:

Umgang mit Beschwerden,  
Shitstorms und Trolls

- Schnelle Reaktion
- Reagieren Sie ernsthaft
- Reagieren Sie gründlich
- Reagieren Sie höflich
- Haben Sie eine Netiquette?
- Guideline?
- Monitoring?

### Der Wurstkrieg als Kommunikationschance



- Pinnwandeinträge:  
➤ 1.506
- Kommentare:  
➤ 15.951

ING DiBa

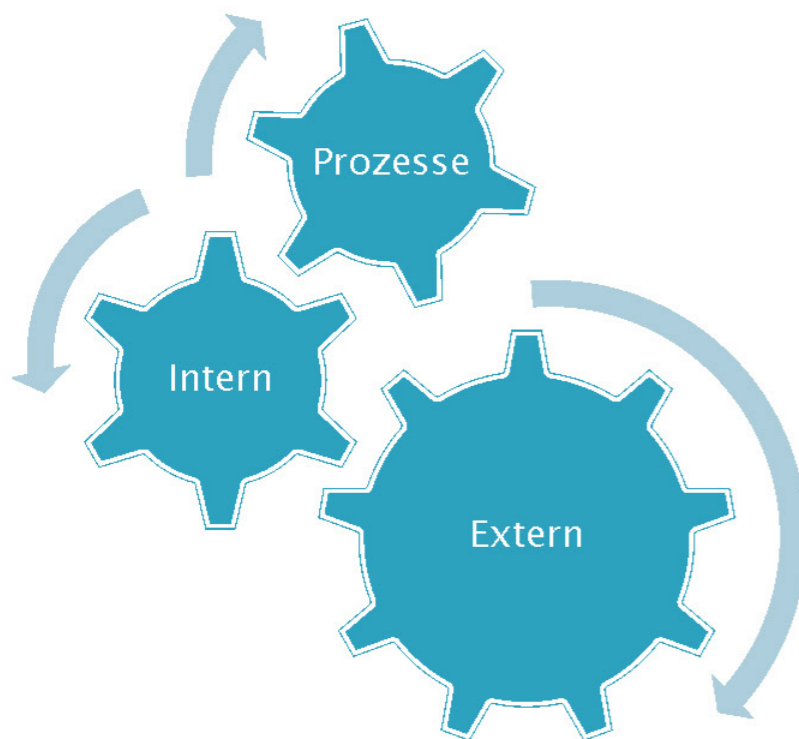
Vodafone Kündigung: Facebook "Shitstorm"  
treibt Kündigungen in die Höhe

Die Macht der sozialen Medien bekommt seit einigen Stunden der Mobilfunk-Anbieter Vodafone zu spüren: 65.000 Likes und 6.500 Kommentare sammeln sich auf Facebook zu einer einzelnen Beschwerde einer Vodafone-Kundin namens "Annie Roc". Die Folge bei contractix: "Vodafone kündigen" ist der beliebteste Suchbegriff – und der Strom der vom contractix Kündigungsautomaten ausgelösten Vodafone Kündigungen reisst nicht ab. Quelle: Contractix

# Schwerpunkte der Strategie setzen

## ► Konzept zur Business Integration

- Hinter einem Facebook oder Twitter Support, stecken immer **interne Prozesse** dahinter!
- Prozesse anpassen (z.B. Supportprozess von Otto, Zalando oder tkom\_hilft)
- CRM System einbinden



### Otto schlägt Zalando im Kundensupport

ANNETTE MATTGEY Veröffentlicht am 30.08.2012 - 11:30 Uhr







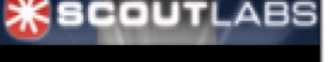


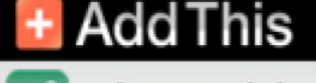
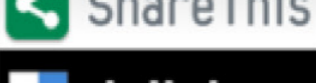









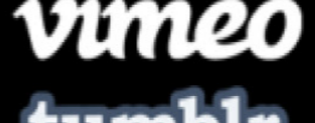


Kein Geheimnis: Otto antwortet schneller als Zalando

FOTO: © Unternehmen

In punkto Schnelligkeit hat Otto eindeutig die Nase vorn gegenüber Zalando. Die Mitarbeiter des traditionsreichen Versandhändlers reagierten mit durchschnittlich 37 Minuten sehr rasch auf Anfragen, die über die Facebook-Seite eintrafen. **Yourfans.de** hat untersucht, welche Posts per Facebook eingehen und wie die beiden Unternehmen darauf reagieren. "Die Facebook-Fanseite hat Stärken, die über die Nutzung als Kommunikationskanal hinausgehen", findet Johann von Wallenberg, Gründer und Geschäftsführer von Yourfans. "Direkter Kundensupport ist ebenso möglich wie aktive Kundenberatung zur Unterstützung von Kaufentscheidungen", erklärt er sein Interesse an dem Vergleich. Quelle: Lead-Digital

# Social Media braucht ZEIT

[ Erstellt von @kreativbuero – Originalkonzept von Beth Kanter ]

| Zuhören   | Promoten  | Teilnehmen  | Veröffentlichen  | Community aufbauen   |
|---|---|---|--|--|
| passiv  | Senden/Teilen   | aktiv   | inhaltsintensiv  | sehr aktiv   |
| <br><br><br><br> | <br><br><br><br><br><br><br> | <br><br><br><br><br><br> | <br><br><br><br><br><br> | <br><br><br><br> |
| 15 Min/Tag  | 20 Min/Tag  | 30 Min/Tag  | 3-5 Std/Woche  | 5-10 Std/Woche   |