



Social Marketing im Web – was bringt das wirklich für Unternehmen?

Glaukt man den neuesten Studien und Publikationen, nimmt das sogenannte Social Marketing im Web einen Stellenwert von ca. 50%, Tendenz zunehmend, im Verhältnis zu klassischem SEO für die reine Website ein.

Sie können das relativ schnell überprüfen. Geben Sie einmal einen klassischen Suchbegriff wie z. B. „reisen hamburg“ bei Google ein und schauen Sie auf die Suchergebnisse der ersten Seite.

Sie finden auf den ersten Plätzen Portalbeiträge, Veröffentlichungen, Bilder, Videoangebote oder Google-maps Einträge.

Das alles ist schon Social Marketing im Web.

Sicher ist, dass statische, wenig gepflegte Webseiten in den Suchverzeichnissen unter relevanten Suchbegriffen an Bedeutung verlieren.

Nutzen Sie Ihre Webaktivitäten als Kaltakquiseinstrument, und das sollte in den meisten Fällen so sein, kommen Sie in Zukunft um Maßnahmen des social Marketings im Web nicht mehr herum.

Die Gefahr unkontrollierter Aktivitäten im Web, auch Ihrer Nutzergruppe über Sie, liegt darin, dass die verbreiteten Informationen zusammenhanglos und sogar widersprüchlich sind.

Ich warne daher davor, einfach irgendetwas in sozialen Netzwerken, wie Twitter, XING oder Facebook, um hier mal ein paar populäre Netze zu nennen, über sich oder Ihr Unternehmen zu verbreiten. Für einen positiven SEO-Effekt ist unbedingt eine professionelle Kommunikationsstrategie und Architektur erforderlich, die nachhaltig und regelmäßig bedient wird. Sonst geht der Schuss nach hinten los. Vermeiden Sie es, inhaltlich und stilistisch unausgegrenzte Medien ins Netz zu stellen. Der Nutzer überträgt den gewonnenen Eindruck auf Sie und Ihr Unternehmen!

Richtig angewandte Mittel des social Marketing im Web erzielen, bei oft wenig Aufwand, einen enormen positiven Effekt für Ihre Akquise.

Neben Newsportalen oder Netzwerken bietet hier vor allem Videomarketing ein sehr hohes Potential nachhaltiger Präsenz in Bezug auf Ihre Zielgruppe.

Wir erzielen so für unsere Kunden laufend sehr gute Ergebnisse, die alleine mit einer Website organisch nicht mehr erreicht werden können.

Für viele, insbesondere kleinere Unternehmen, macht ein professionelles Engagement im social Marketing des Web sehr viel mehr Sinn, als das Geld in einen großen Webauftritt fließen zu lassen, der ja inhaltlich auch laufend bedient werden muss.

Tschüss, bis zum nächsten Mal
Ihr

Thomas Feugler