



Alle unter einer Decke: Geheim ist in virtuellen sozialen Netzwerken nur wenig

Was bringen Facebook & Co?

Social-Media-Serie, Teil 2: Wie man mit Hilfe sozialer Netzwerke das eigene Geschäft ankurbeln kann

Worms. Ihre Kunden haben es getan und werden es auch wieder tun! Ja, es ist gewiss, dass sich Ihre Kunden im Internet über Themen rund um Urlaub und Reisen informieren oder gar unterhalten.

Wenn man als Unternehmen diese Medien nutzt, bezeichnet man das als Social-Media-Marketing. Ist Social Media das geheime Erfolgskonzept? Geheim ist in Social Media zunächst einmal wenig, denn es finden meist offene Kommunikationen statt. Ein Erfolgsrezept ist es für Unternehmen, die wissen, wie man es geschickt einsetzt, um Kunden zu gewinnen oder zu binden.

Social Media ist aber sicherlich nur eine Facette des Online-Marketings neben den Möglichkeiten der eigenen Website, bezahlten Suchmaschinenanzeigen, Bannerplatzierungen, E-Mail-Newslettern und Ähnlichem. Fest steht aber zumindest, dass Social Media heutigen Unternehmen eine Vielzahl von neuen Möglichkeiten im Kundendialog gibt.

Nutzt man als touristisches Unternehmen die Social Media, ist es zu-

nächst wichtig, die relevanten Dialoge über die eigene Marke, Produkte oder auch Destinationen mitzubekommen. Das Verfolgen dieser Diskussionen wird Social Media Monitoring genannt. Schauen Sie selbst einmal, ob über Ihr Reisebüro oder Ihre Person gesprochen wird. Nützlich ist hier, auch



Hat sich mit seiner Firma Touristik Consulting auf Social Media spezialisiert: Michael Faber

für die eigenen Schlagwörter (wie Unternehmensname und eigener Name) zum Beispiel einen Google Alert zu abonnieren (www.google.de/alert). Setzen Sie das Schlagwort in Anführungszeichen, um die Suche zu präzisieren.

Einen zentralen Aspekt bei der Aktivität in Social Media spielt die eigene Internet-Seite, die etwa auf

die eigenen Social-Media-Präsenzen verlinken sollte (zum Beispiel Link zum eigenen You-Tube-Channel, zum eigenen Reiseerlebnis-Blog, zur eigenen Facebook-Fanpage).

In Social Media können Sie als Unternehmen auf drei verschiedene Arten aktiv werden:

► **Social-Media-Participation:** Sie beteiligen sich in bestehenden Social-Media-Kanälen und Communities und geben den Usern wertvolle Tipps. Das kann unter anderem in einem Reiseforum eine Antwort auf eine User-Anfrage über Ausflugsstipps in einer bestimmten Destination sein.

► **Social-Media-Creation:** Sie erstellen eigene Präsenzen/Kanäle (unter anderem eine Fanpage auf Facebook) im Social Web und pflegen über diese regelmäßig Dialoge mit (potenziellen) Kunden.

► **Social-Media-Ads:** Sie schalten Werbeanzeigen in Social Media. Doch Vorsicht: Diese werden zum Teil pro Klick bezahlt und können somit schnell ins Geld gehen.

Michael Faber