

**Wir weisen darauf hin,
dass das Urheberrecht bei
dem Referenten liegt.
Der Vortrag ist nur für den
Privatgebrauch und nicht für
die Weitergabe an Dritte.**



Social Media erfolgreich im Business einsetzen

Norbert Schuster



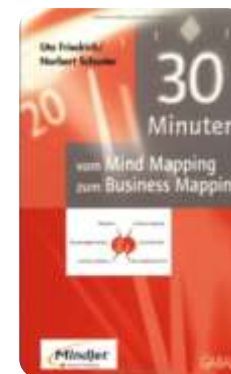
20 Jahre Erfahrung in der Vermarktung von IT-Lösungen

- Vertriebsleitung CRM-Lösungen
- Aufbau und Leitung der Vermarktung von **RagTime**
- Aufbau und Leitung der Vermarktung von MindMapping Software „**MindManager**“
- Mit-Gründer und Leiter Unternehmenskommunikation und SocialMedia **pcvisit** Software AG
- Inhaber strike2



Autor:

- „Twittern für Manager“
- „30 Minuten vom Mind Mapping zum BusinessMapping“
- „Office-Lösungen mit MindManager“
- diverse On- und Offline-Medien ...





Social Media – just a hype?

Facebook

Umsatz

foursquare

Twitter

Leads

Xing

LinkedIn

Ist Social Media relevant für das Business ?

Spielerei?

Gowalla

Sicherheit

Reichweite

Monitoring

Image

Reputation

USW. USW.

Ja, Social Media kann man im Business erfolgreich einsetzen!!!



Informationen aus dem Markt –
„Intelligentes Zuhören!“

Neue Interessenten/Umsatz generieren

Informations- und Kommunikations-Kanal

Mich und mein Unternehmen bekannt
machen

Image und Reputation

Was Sie vermeiden sollten, wenn Sie mit Social Media starten möchten



„Das kann unser Praktikant machen. Der ist jung und kennt sich mit dem Internet-Kram aus“. Wir machen mal...

„Wenn Facebook ein Land wäre... blablabla.“ - „Alle reden von Facebook, dann machen wir das jetzt auch mal“.

„Wir sind die Besten, die Tollsten. Kaufen Sie, Kaufen Sie, Kaufen Sie!!!“

Kommentare und Kritik ignorieren.

Social Media starten, wenn Sie nicht offen für neue Kontakte, Kritik und Meinungen aus Ihrem Markt sind!

Einfach mal reinschnuppern und zuhören ist sinnvoll, aber Social Media Aktivitäten ohne Strategie, Plan und Ziele starten ist kontraproduktiv!

Was Sie tun sollten, wenn Sie mit Social Media starten möchten



Sichern Sie sich Ihren Namen in den Social Media Kanälen!

Social Media sollte man strategisch und mit Plan angehen!

Erst mal zuhören und beobachten. Was macht mein Markt, mein Wettbewerb, die Presse, die Meinungsmacher usw.
Daraus Schlüsse für die eigenen Aktivitäten ziehen.

Denken Sie den Best- und Worst-Case. Wie gehen Sie mit Kritik um? Was tun Sie mit Anfragen/Bestellungen? Wer kümmert sich?

Stellen Sie sich in die Schuhe Ihrer Interessenten bzw. Kunden?
Sprechen Sie deren Sprache und bieten Sie wirklich Hilfreiches.
→ **Content-Strategie**

Was haben sie zu sagen? Welche **wirklichen Mehrwerte** können Sie bieten? → **Content-Strategie**

Wer sind Ihre Ziel-Kunden?



Zielgruppe

- Branche, Gebiet
- Wo informiert sie sich?
- Wo geht sie hin?
- Was treibt sie um?

Zielperson

- Wer sucht, wer entscheidet?
- Was sind seine Treiber?
- Was ist beruflicher Erfolg und was wäre Desaster?

Ansprache

- Tonalität
- Balance/Sicherheit
- Dominanz/Status
- Innovation

Was haben Sie zu sagen? Welche Mehrwerte können Sie bieten?



Das ist der wichtigste und entscheidendste Punkt jeder Social Media Aktivität!!! → Ihre Content-Strategie, Ihr Redaktionsplan

Zuhören und Markt beobachten kann man ohne Content, aber sobald Sie aktiv werden möchten gilt:

Besser als viel Content ist nur:

Noch mehr guter Content!!!

Artikel

Whitepaper

Videos/Screencasts

eBooks

Webinare

usw.

Checklisten

Anwenderberichte

Welche Kanäle machen wofür Sinn?



- Facebook** B2C, Bilder, Videos, Emotionen, zukünftige Mitarbeiter usw.
- Xing** B2B, Deutschsprachiger Raum, Europa, Vermarktungsintensität steigern, bekannt werden, neue Interessenten gewinnen, Kundenbindung, Image, usw.
- Linkedin** B2B, ähnlich wie Xing, International, insbesondere amerikanischer Markt
- Blog** Positionierung als Spezialist, Suchmaschinen-Ranking
- Twitter** Nachrichten-Kanal, schnell und unkompliziert Nachrichten verbreiten, unterstützt und verlinkt auf die anderen Kanäle,
- YouTube** Komplexe Sachverhalte visuell darstellen, Suchmaschinen-Ranking, Angebote, die man filmisch gut darstellen kann



Meist unterschätzt - Xing

Über 10 Millionen Mitglieder

B2B

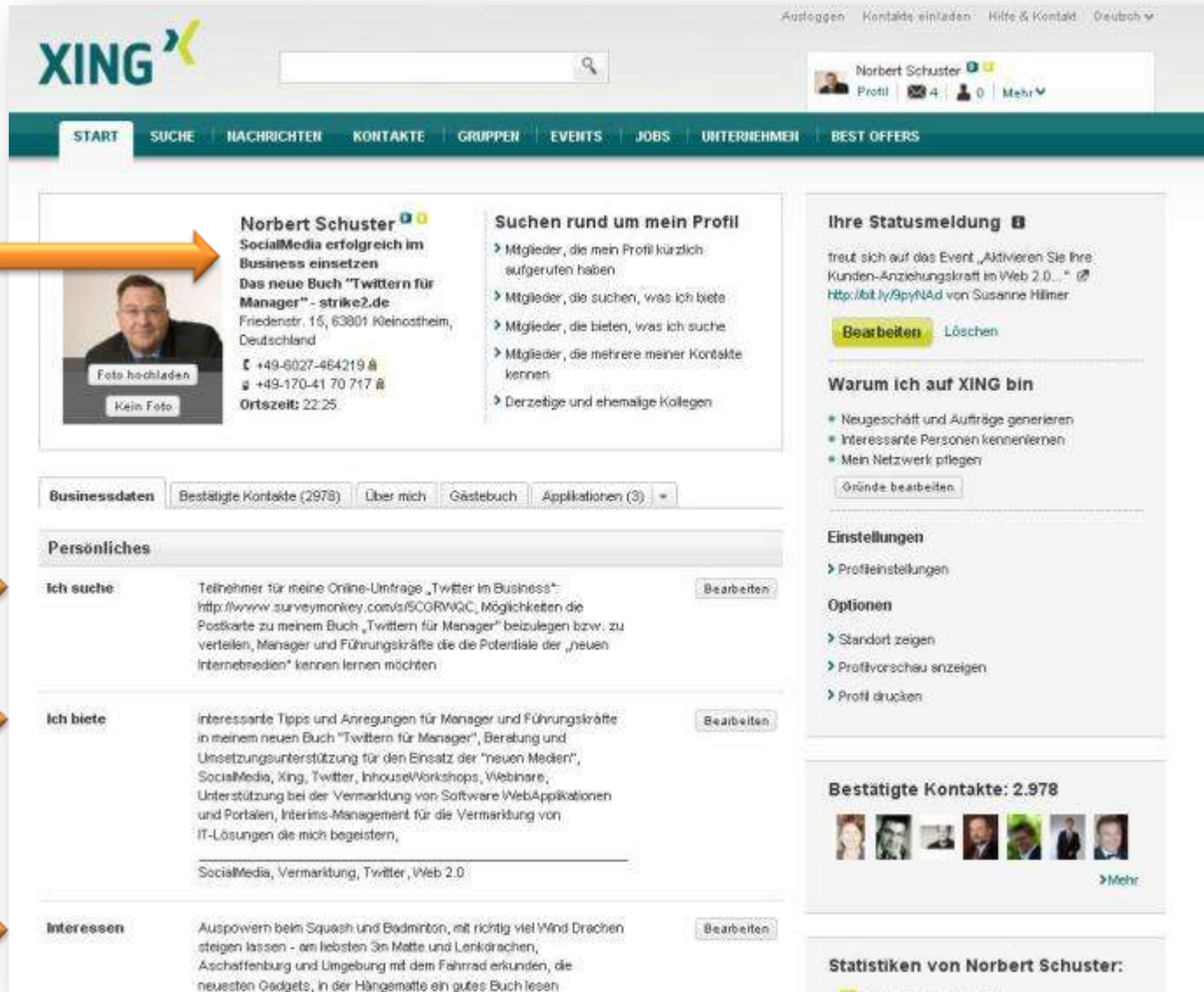
Xing

Kunden gewinnen

**Kontakte finden
und in Kontakt
treten**

Netzwerk aufbauen

Das Xing-Profil



XING Ausloggen Kontakte einladen Hilfe & Kontakt Deutsch ▾

Norbert Schuster Profile 4 0 Mehr ▾

START | **SUCHE** | **NACHRICHTEN** | **KONTAKTE** | **GRUPPEN** | **EVENTS** | **JOBS** | **UNTERNEHMEN** | **BEST OFFERS**

Norbert Schuster 📧 📍

SocialMedia erfolgreich im Business einsetzen
Das neue Buch "Twittern für Manager" - strike2.de
 Friedenstr. 15, 63901 Kleinstheim, Deutschland

📞 +49-6027-464219
 📠 +49-170-41 70 717
 🕒 Ortszeit: 22:25

[Foto hochladen](#)
[Kein Foto](#)

Suchen rund um mein Profil

- Mitglieder, die mein Profil kürzlich aufgerufen haben
- Mitglieder, die suchen, was ich biete
- Mitglieder, die bieten, was ich suche
- Mitglieder, die mehrere meiner Kontakte kennen
- Derzeitige und ehemalige Kollegen

Ihre Statusmeldung 📧

treut sich auf das Event „Aktivieren Sie Ihre Kunden-Anziehungskraft in Web 2.0...“
<http://bit.ly/9pyNAd> von Susanne Hillmer

[Bearbeiten](#) [Löschen](#)

Warum ich auf XING bin

- Neugeschäft und Aufträge generieren
- Interessante Personen kennenlernen
- Mein Netzwerk pflegen

[Gründe bearbeiten](#)

Einstellungen

- Profileinstellungen

Optionen

- Standort zeigen
- Profilversuch anzeigen
- Profil drucken

Businessdaten | **Bestätigte Kontakte (2978)** | **Über mich** | **Gästebuch** | **Applikationen (3)** ▾

Persönliches

Ich suche [Bearbeiten](#)

Teilnehmer für meine Online-Umfrage „Twitter in Business“:
<http://www.surveymonkey.com/s/SCGRVGC>. Möglichkeiten die Postkarte zu meinem Buch „Twittern für Manager“ beizulegen bzw. zu verteilen, Manager und Führungskräfte die die Potentiale der „neuen Internetmedien“ kennen lernen möchten

Ich biete [Bearbeiten](#)


interessante Tipps und Anregungen für Manager und Führungskräfte in meinem neuen Buch "Twittern für Manager", Beratung und Umsetzungsunterstützung für den Einsatz der "neuen Medien", SocialMedia, Xing, Twitter, InhouseWorkshops, Webinare, Unterstützung bei der Vermarktung von Software WebApplikationen und Portalen, Interims-Management für die Vermarktung von IT-Lösungen die mich begeistern,

SocialMedia, Vermarktung, Twitter, Web 2.0

Interessen [Bearbeiten](#)

Auspornern beim Squash und Badminton, mit richtig viel Wind Drachen steigen lassen - am liebsten 3m Matte und Lenkdrachen, Aschaffenburg und Umgebung mit dem Fahrrad erkunden, die neuesten Gadgets, in der Hängematte ein gutes Buch lesen

Bestätigte Kontakte: 2.978


[➤ Mehr](#)

Statistiken von Norbert Schuster:

📊 Gesamtanfragen

Die Xing-Suche

Mitgliedersuche

Stichwörter

Suchen

Tipps für Ihre Suche 

Person

Vor-/Nachname

ähnlich

Person bietet (z. B. Erfahrungen, Kompetenzen etc.)

Person sucht (z. B. Projekt, Dienstleistung etc.)

Interessen

Hochschulen

Business

Firma (jetzt)

Firma (zuvor)

Status

(alle)



Branche

Organisationen

Position

Position (zuvor)

Adresse (geschäftlich)

PLZ

Ort, geschäftlich

Bundesland, geschäftlich

Land/Region, geschäftlich

(alle)



Sprache

(alle)



Kontaktgrad

alle Mitglieder Kontakte meiner Kontakte  meine Kontakte 

Kontakt aufbauen

- Profil besuchen
- Anrufen
- Nachricht senden
- Kontaktanfrage senden
- Kontakte 2. Grades nutzen
- In eine Gruppe einladen

Gruppen in Xing



Xing

40.000 Fachgruppen



Eine eigene Gruppen gründen und einladen

Neue Mitglieder finden

Zu Events einladen




Über Events informieren

*Netzwerk aufbauen
und pflegen*

Die Xing-Statusmeldung

Ihre Statusmeldung

freut sich auf sein smile2-Webinar "SocialMedia im Business" am 7. Februar  <http://bit.ly/ewqqL5>

Bearbeiten

Löschen

Von der Statusmeldung zum
Tweet



Twitter



Welche Idee steckt hinter Twitter?

Mit Twitter kann man sich auch online über die „kleinen“ Dinge im Leben austauschen.

„That makes us feel connected.“



Twitter im Business

Dell

Stihl

Immer mehr Unternehmen nutzen Twitter
mittlerweile für das Business.

Telekom

Daimler

Lufthansa

usw.

Wen suchen? Wem folgen?



- Welche Schlüsselwörter sind für Ihre Zielgruppe relevant?
- Welche Themen interessieren Ihre Zielgruppe?
- Welche anderen Hersteller twittern bereits?
- Welche Magazine bzw. Zeitschriften liest Ihre Zielgruppe?
- Welche Messen besucht Ihre Zielgruppe?
- Twittern Experten und Meinungsmacher Ihrer Zielgruppe?
- USW.

Blogs und Inbound Marketing



Blog ist eine Wortkreuzung aus WorldWideWeb und **Log** (Logbuch, Tagebuch)

Mit einem Blog kann man sich als Spezialist platzieren.


Ein aktiver Blog beeinflusst das Suchmaschinen-Ranking deutlich.

Unternehmen, die aktiv bloggen haben 55% mehr Webseiten-Besucher! (Quelle: HubSpot)

84% alle B2B-Käufe werden von Webseiten beeinflusst!
(Quelle: Sirius Decisions)

Im Blog sollte man interessante Informationen und Mehrwerte bieten!
→ Be educational, not promotional!

Blog + SEO + Social Media = Besucher



ASCHAFFENBURG BUSINESS

ÜBER UNS FORMATE EVENTS KONTAKT IMPRESSUM

Suchen

Aschaffenburg-Business Interview Ralf Thomas Wolf

by NORBERT on 8. JULI 2011 - LEAVE A COMMENT

Hallo Herr Wolf,
Sie sind Mitglied bei Aschaffenburg-Business. Was hat Sie dazu bewogen der Gruppe beizutreten?
Da ich Unternehmer in Aschaffenburg bin will ich eine Plattform haben, auf der ich mich mit anderen Unternehmern und Führungskräften austauschen kann.
Mein Geschäftsprinzip aus der "Praxis für die Praxis" erhält bei Aschaffenburg-Business eine sinnvolle und [...]

[Mehr lesen →](#)

Aschaffenburg-Business Interview Rolf Buschpeter

by NORBERT on 21. JUNI 2011 - LEAVE A COMMENT

TWITTER-FEED

RT @bocknuts_de: "Meine besten Urlaube shoots" aufgenommen mit einer Leica M9... <http://fb.me/ybZqWhME>

Hier gibt es das Aschaffenburg-Business Interview mit Ralf Thomas Wolf... <http://fb.me/14or9NffX>

KATEGORIEN

[Allgemein \(4\)](#)

JULI 2011

M	D	M	D	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17

Das gefällt mir...



B2C

Mitarbeiter der Zukunft

Facebook

Bilder

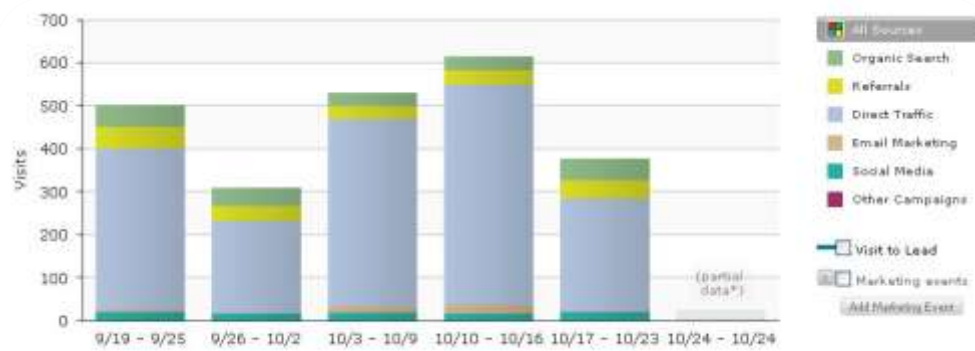
Image

Emotionen

Videos

Persönliches

Messbarkeit / Monitoring



Totals for Sep 19, 2011 - Oct 24, 2011

SOURCES	VISITS	VISIT TO LEAD	LEADS	LEAD TO CUSTOMER	CUSTOMERS	VISIT TO CUSTOMER
Organic Search	212	5.2%	11	0%	0	0%
Referrals	191	1.6%	3	0%	0	0%
Direct Traffic	1,917	5.1%	93	0%	0	0%
Email Marketing	46	0%	0	0%	0	0%
Social Media	88	1.1%	1	0%	0	0%
Google Analytics	88	3.7%	1	0%	0	0%
Google AdWords	46	0%	0	0%	0	0%
Google Analytics	1,917	0.5%	11	0%	0	0%
Unknown	1,917	0%	0	0%	0	0%

www.DemandGen.de



Totals for Jul 1, 2011 - Oct 24, 2011

SITE	VISITS	VISIT TO LEAD	LEADS	LEAD TO CUSTOMER	CUSTOMERS	VISIT TO CUSTOMER	VISITS
Facebook	102	2.9%	3	0%	0	0%	████████████████████
Twitter	100	1.0%	1	0%	0	0%	████████████████████
LinkedIn	38	2.6%	1	0%	0	0%	████████████████████
Google+	4	0%	0	0%	0	0%	████████████████████
HootSuite	1	0%	0	0%	0	0%	████████████████████
SlideShare	1	0%	0	0%	0	0%	████████████████████

Showing Records 1 - 6 of 6

Ihre Fragen?



Kontakt:

strike2
Norbert Schuster



Tel. 06027-464219
www.strike2.de
n.schuster@strike2.de

Xing: http://www.xing.com/profile/Norbert_Schuster
Twitter: http://twitter.com/strike2_DE
Facebook: <https://www.facebook.com/strike2.de>

Social Media...

→ Workshop – Beratung – Strategie - Schulung – Handlungsempfehlung
– Umsetzungsunterstützung – Interimsmanagement ...