

*Reto Stuber*

**Erfolgreiches**

# **Social Media Marketing**

mit **Facebook**

**Twitter**

**Xing & Co.**



# Inhalt

|   |    |
|---|----|
| <b>Über dieses Buch</b> .....   | 8  |
| Persönliche Worte vom Autor .....   | 8  |
| Über den Autor .....  | 10 |
| So profitieren Sie vom Buch und der Webseite .....                                  | 10 |
| Ein Streifzug durch die Inhalte .....   | 13 |
| <br>  |    |
| <b>1. Was Sie über Social Media wissen müssen</b> .....                             | 19 |
| 1.1 Die zwölf brennendsten Fragen und Antworten.....                                | 19 |
| 1.2 Social Media – Stecken wir das Territorium ab.....                              | 23 |
| 1.3 Fakten und Zahlen – die Explosion der sozialen Medien .....                     | 30 |
| 1.4 Konversations-Prisma – Überblick im Social-Media-Kosmos .....                   | 36 |
| 1.5 Die Mechanismen des sozialen Ökosystems.....                                    | 42 |
| 1.6 Chancen und Gefahren der sozialen Medien.....                                   | 44 |
| 1.7 Achtung, Verzettlungsgefahr – Fokussieren schafft Klarheit .....                | 46 |
| 1.8 Ihre Privatsphäre und die Krux der öffentlichen Diskussion.....                 | 48 |
| 1.9 So schützen Sie sich vor Identitätsdiebstahl .....                              | 50 |
| 1.10 Rechte und Pflichten beim Einsatz .....  | 52 |
| <br>  |    |
| <b>2. Die Praxis ist der beste Lehrmeister –<br/>Pleiten, Pech und Pannen</b> ..... | 54 |
| 2.1 Honda-Produktmanager wirbt für das eigene Design.....                           | 54 |
| 2.2 Belkin will sich eine gute Reputation erkaufen.....                             | 55 |
| 2.3 Mitarbeiter von Dominos Pizza verursachen Imageproblem.....                     | 56 |
| 2.4 Vodafone UK veröffentlicht sexistische Twitter-Nachricht.....                   | 57 |
| 2.5 Jack Wolfskin läutet den Abmahnherbst ein .....                                 | 58 |
| 2.6 Vodafone Deutschland schießt an der Zielgruppe vorbei.....                      | 59 |
| 2.7 BP-Kommunikation löst Probleme am Golf von Mexiko nicht .....                   | 61 |
| 2.8 Nestlé wird von Greenpeace in Beschlag genommen.....                            | 63 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>3. Erfolgreicher Praxiseinsatz von Social Media – So geht's!</b> .....                                | 65  |
| 3.1 Old Spice Man – was die erfolgreichste Social-Media-Kampagne aller Zeiten richtig gemacht hat .....  | 65  |
| 3.2 Virales Gewinnspiel für den Launch des TrafficPrisma von Onlinemarketer Tobias Knoof .....           | 69  |
| 3.3 Warum Linsenmax.ch dank der sozialen Medien auf Erfolgskurs ist.....                                 | 72  |
| 3.4 Personalsuche in 140 Zeichen – Social Media macht es möglich.....                                    | 74  |
| <br>   |     |
| <b>4. Social-Media-Experten im Gespräch – Erfahrungen, Einblicke und Zukunftsmusik</b> .....             | 77  |
| 4.1 Interview mit Philipp Roth und Jens Wiese, Macher von FacebookMarketing.de .....                     | 77  |
| 4.2 Interview mit Carisa Miklusak, Chief Social Media Consultant bei Careerbuilder.com.....              | 81  |
| 4.3 Interview mit Christian Leu, Macher von Leumund.ch.....  | 84  |
| 4.4 Interview mit Tobias Knoof, Inhaber von Digitale-Infoprodukte.de...                                  | 86  |
| 4.5 Interview mit Jim Cahill, Social-Media-Verantwortlicher bei Emerson Electric Company .....           | 90  |
| 4.6 Interview mit Twittcoach Stefan Berns, Bestsellerautor von „Der Twitter Faktor“ .....                | 93  |
| 4.7 Interview mit Will Curran, Inhaber von Arizona Pro DJs .....   | 95  |
| 4.8 Interview mit Alain Chuard, Mitgründer von Facebook-Applikation „Wildfire“ .....                     | 98  |
| <br>   |     |
| <b>5. Stellen Sie Ihre Social-Media-Strategie nach der ZEMM-MIT-Methode zusammen</b> .....               | 102 |
| 5.1 Die ZEMM-MIT-Methode: Erarbeiten Sie Ihre integrierte Social-Media-Marketing-Strategie.....          | 102 |
| 5.2 Ziele definieren – SMARTe Ziele formulieren und den Return of Investment (ROI) messen.....           | 104 |
| 5.3 Entdecken – Finden Sie die relevanten Konversationen und Zielgruppen.....                            | 108 |
| 5.4 Mitmachen – Interagieren Sie mit den Meinungsmachern und bringen Sie Ihre Organisation auf Trab..... | 113 |
| 5.5 Managen – So richten Sie sich eine Social-Media-Kommandozentrale ein .....                           | 120 |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 5.6 | Menschen – der Schlüsselfaktor für den Erfolg .....      | 134 |
| 5.7 | Inhalt – die Substanz Ihres Auftritts.....               | 136 |
| 5.8 | Tools – Ihre Effizienz- und Effektivitätsmaschinen ..... | 140 |

## **6. Facebook: wie Sie sich und Ihre Organisation optimal vermarkten**..... 147

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 6.1  | Die Facebook-Saga .....   | 147 |
| 6.2  | Die Vielfalt der Facebook-Präsenzen .....   | 148 |
| 6.3  | Wie Sie Ihr persönliches Profil einrichten, Freunde finden und Inhalte teilen ..... | 149 |
| 6.4  | Die Standardanwendungen für den Austausch im Netzwerk .....                         | 156 |
| 6.5  | Die Unterschiede zwischen Seite (Fanpage) und Gruppe.....                           | 163 |
| 6.6  | So richten Sie eine Gruppe ein .....  | 169 |
| 6.7  | Erstellen Sie eine offizielle Seite.....  | 170 |
| 6.8  | Wie Sie Ihre Seite optimal gestalten .....  | 172 |
| 6.9  | Benachrichtigungen bei Aktivität auf Profil, Seite und Gruppe .....                 | 179 |
| 6.10 | Hilfreiche Anwendungen für das Marketing auf Profil und Seite .....                 | 184 |
| 6.11 | Was die Benutzer von Ihrer Seite oder Ihrem Profil sehen .....                      | 189 |
| 6.12 | Werbung auf Facebook – So nehmen Sie Ihre Zielgruppe ins Visier..                   | 195 |
| 6.13 | Facebook Open Graph – Interaktion auf anderen Webseiten.....                        | 199 |
| 6.14 | Die besten Wege, um Ihre Facebook-Präsenz zu promoten und Fans zu gewinnen .....    | 202 |
| 6.15 | Nützliche Links zu Facebook.....  | 219 |

## **7. Twitter: wie Sie mit Microblogging erfolgreich netzwerken**..... 220

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 7.1 | Twitter – Bloggen mit 140 Zeichen.....                       | 220 |
| 7.2 | So navigieren Sie auf Twitter .....                          | 222 |
| 7.3 | So richten Sie Ihr Twitter-Profil optimal ein .....          | 225 |
| 7.4 | Visuelles Design – Zeigen Sie sich von der besten Seite..... | 227 |
| 7.5 | Twittern Sie über alles, was Sie bewegt!.....                | 230 |
| 7.6 | So finden Sie relevante Nutzer und folgen ihnen.....         | 239 |
| 7.7 | Wie Sie Links kürzen und Multimedia-Daten teilen können..... | 245 |
| 7.8 | Die besten Anwendungen für Twitter.....                      | 247 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>8. Die Businessnetzwerke XING und LinkedIn unter der Lupe</b> ..... | 250 |
| 8.1 Generelle Tipps zum Netzwerken im geschäftlichen Kontext.....      | 250 |
| 8.2 XING – wo das Business sich trifft und austauscht .....            | 253 |
| 8.3 LinkedIn – Geschäftskontakte auf internationalem Parkett .....     | 275 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>9. YouTube – weit mehr als nur Videos schauen</b> ..... | 288 |
| 9.1 Die Geschichte des Videogiganten .....                 | 288 |
| 9.2 Wie Sie YouTube für Ihr Business nutzen können .....   | 290 |
| 9.3 So maximieren Sie den Erfolg Ihrer Videos .....        | 291 |
| 9.4 Machen Sie auf Ihr Video aufmerksam .....              | 295 |
| 9.5 Wie Sie Ihren YouTube-Kanal personalisieren .....      | 299 |
| 9.6 So erstellen Sie ein überzeugendes Video .....         | 303 |
| 9.7 Hilfreiche Tools.....                                  | 306 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>10. Weitere soziale Netzwerke auf dem Radar: MySpace, Foursquare und Co.</b> ..... | 309 |
| 10.1 MySpace – nur noch für Musiker relevant?.....                                    | 309 |
| 10.2 Foursquare – der Vorreiter der lokationsbasierten Dienste.....                   | 311 |
| 10.3 Die Landkarte der sozialen Medien .....  | 314 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>11. Die erweiterte Social-Media-Marketing-Architektur</b> .....                      | 315 |
| 11.1 Webseiten und Blogs für Social Media optimieren .....                              | 315 |
| 11.2 Newsletter und E-Mail-Marketing.....   | 317 |
| 11.3 Listbuilding 2.0 – wie Sie Ihre Kontaktliste über soziale Netzwerke aufbauen ..... | 318 |
| 11.4 Social Bookmarking – wie Lesezeichen für mehr Traffic sorgen .....                 | 320 |
| 11.5 Suchmaschinenoptimierung und soziale Netzwerke: Wie geht das denn? .....           | 321 |
| 11.6 Virales „Word of Mouth“-Marketing – der heilige Gral.....                          | 322 |
| 11.7 Offlinemarketing – Nutzen Sie klassische Werbung .....                             | 326 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>12. Bonuskapitel: Outsourcing –<br/>So erreichen Sie mehr</b> .....              | 328 |
| 12.1 Outsourcing – was Sie auslagern können und wer Ihnen hilft.....                | 328 |
| <b>Nachwort – Sagen Sie mir Ihre Meinung!</b> .....                                 | 334 |
| <b>Anhang</b> .....   | 336 |
| Facebook: Übersicht der Seitentypen und der<br>zugehörigen Informationsfelder ..... | 336 |
| Twitter-Abkürzungen.....  | 345 |
| <b>Stichwortverzeichnis</b> .....   | 347 |

---

## 4.6 Interview mit Twittcoach Stefan Berns, Bestsellerautor von „Der Twitter Faktor“

### Lösen Sie die Probleme Ihrer Zielgruppe!

Stefan Berns ist Autor des Bestsellers „Der Twitter Faktor – Kommunikation auf den Punkt gebracht“. Das Buch ist im November 2009 erschienen und hat sich im ersten Monat über 1.000 Mal verkauft.

Er ist außerdem Geschäftsführer der Firma @TwittCoach & Consulting, die sich auf den Nutzen von Twitter für kleine und mittlere Unternehmen, Trainer und Coaches spezialisiert hat.

Stefan Berns gibt sein Expertenwissen in Form von Coachings, Strategieberatungen sowie in Webinaren, Workshops und Vorträgen weiter.

Er ist auch Gründer und Moderator der Twitter-Marketing-Gruppen auf den sozialen Netzwerken von XING, LinkedIn, Facebook und wer-kennt-wen.

### Stefan, was sind die wichtigsten Dinge, die du bei deiner Arbeit in den sozialen Netzwerken gelernt hast?

Ich bewege mich tagtäglich in den Gefilden der sozialen Medien. Dabei habe ich folgende Erkenntnisse gewonnen:

1. Zuhören – kommunizieren – Fragen stellen und täglich dazu lernen!
2. Die Charaktere und Verhaltensweisen der Teilnehmer innerhalb der sozialen Medien entsprechen denen des realen Lebens.
3. Kritik muss man ernst nehmen und entsprechendes Personal & Brand Monitoring betreiben.

### Wie würdest du eine Führungskraft davon überzeugen, dass es wichtig ist, sich in den sozialen Medien zu bewegen?

Ich würde anhand praktischer Beispiele erklären, in welcher Evolutionsstufe wir uns aktuell im Internet befinden. Daran lässt sich auch aufzeigen, dass eine Massennutzung der sozialen Medien stattfindet. Dann würde ich erfolgreiche Social-Media-Auftritte anderer Firmen vorstellen und diese mit Zahlen, Daten und Fakten unterlegen.



*Twittcoach Stefan Berns,  
Autor des Buchs  
„Der Twitter Faktor“.*

---

## **Welche Ansätze versprechen Erfolg, um einen Auftritt in den sozialen Medien umzusetzen?**

Wichtig ist zu klären, wen ich erreichen möchte. Wer ist meine Zielgruppe? Nutzt diese Zielgruppe bereits die sozialen Medien? In welchen Netzwerken hält sie sich auf?

Wenn diese Fragen beantwortet und erarbeitet sind, geht es um die Auswahl der Inhalte. Was will ich in den Netzwerken kommunizieren? Was sind meine Ziele? Bis wann will ich diese erreicht haben? Ist dies geklärt, geht es an die Umsetzung und das schrittweise Abarbeiten der einzelnen Aufgaben.

## **Was ist der beste Weg, um Traffic zu generieren und Leser anzuziehen? Wie misst du dann den Erfolg?**

Der effektivste Weg ist es, das größte Problem meiner Zielgruppe zu lösen. Dieses muss ich kennen, denn dann kann ich auch entsprechende Lösungen und Unterstützung anbieten. Das spricht sich schnell herum und erzeugt automatische Viralität.

Der Erfolg ist vielfältig messbar, sei es in Form von neuen Followern auf Twitter, Fans auf der Facebook-Seite, Empfehlungen und Kontakten in anderen Netzwerken etc. Doch letztendlich geht es auch um Besucher auf dem eigenen Blog oder der Homepage, um neue Einträge in der Newsletterliste und Käufer im Onlineshop.

## **Was wird in den nächsten Jahren passieren, was sind die Treiber und entscheidenden Faktoren dahinter?**

Diese Fragen bekomme ich oft gestellt, und es ist schwierig, diese seriös zu beantworten. Trotzdem möchte ich einen Ausblick wagen.

In wenigen Jahren wird es für uns alle völlig selbstverständlich sein, das Internet und die sozialen Dienste überall und jederzeit zu nutzen. Das Paralleluniversum Internet wird dabei immer mehr mit der realen Welt verschmelzen.

Zu den zukunftsweisenden Entwicklungen gehören die sogenannten Augmented-Reality-Dienste. Diese erweitern unsere Realitätswahrnehmung und bieten uns zum Beispiel über unsere Smartphones erweiterte Informationen aus dem Internet zu entsprechenden Objekten oder Örtlichkeiten, die wir gerade betrachten.

So sind diese bereits heute in der Lage, uns bei der Begehung einer griechischen Tempelruine die ursprüngliche Form anzuzeigen und uns mit allen wissenswerten Informationen zu versorgen.

---

Ein weiterer, gerade für das Onlinemarketing sehr interessanter Bereich sind die lokationsbasierten Dienste, die „Location based Services“. Diese werden uns in die Lage versetzen, Marketing immer zielgruppengenauer zu betreiben. Ich kann bereits heute Interessenten mit speziellen Coupons oder Gutscheinen an eine bestimmte Örtlichkeit lotsen, um sie dann mit einem Spezialangebot zu bedienen.

Ein weiterer wichtiger Trend ist Social E-Commerce. Durch den immer stärkeren Grad der Vernetzung in den digitalen Netzwerken und den offenen API-Schnittstellen teilen Nutzer ihr Käuferlebnis und Ihre Erfahrungen in ihren sozialen Netzwerken. Dabei geht die Macht immer mehr auf den Konsumenten und den Kunden über. Treiber hinter all diesen Diensten und Entwicklungen ist die immer stärkere Verbreitung des mobilen Internets. Auch bei der Verschmelzung von TV und Internet werden wir spannende Dinge erleben!

**Was sind deine wichtigsten Ressourcen für die News aus dem Bereich der sozialen Medien?**

Allen voran <http://www.mashable.com> und <http://www.techcrunch.com>, dann die deutschen Seiten <http://www.internetworld.de> und <http://www.t3n.de/news>.

**Gibt es noch etwas, dass du gern mit den Lesern teilen möchtest?**

Wichtig scheint mir in unserer schnelllebigen Zeit, sich regelmäßig mit neuen Technologien und Trends zu beschäftigen. Sie sollten diese verfolgen und beobachten. Entscheiden Sie dann zum richtigen Zeitpunkt, wie relevant diese Entwicklung für Ihr Unternehmen, Ihre Branche, für die Wirtschaft und letztendlich für jeden Einzelnen ist.

*Stefan, danke für deinen Input.*