

Keine 08/15-Strategie

Jeder Social Media-Auftritt ist etwas Spezielles. Eine für jedes Unternehmen gültige Strategie gibt es nicht.

••• Von Chris Haderer

WIEN. Social Media ist eine Pflichtdisziplin für Unternehmen. Für eine erfolgreiche Umsetzung braucht es aber Experten, meint Markus Huber, Geschäftsführer der auf Social Media spezialisierten Agentur SMC, im Gespräch mit medianet.

Keine Standard-Strategien

medianet: *Wie wichtig ist Social Media-Präsenz mittlerweile für Unternehmen?*

Markus Huber: Soziale Medien sind bereits fixer Bestandteil einer jeden integrierten Marketing-Strategie. Bei 3,4 Millionen aktiven Facebook Nutzern und 4,8 Millionen YouTube-Nutzern in Österreich kann man nicht mehr von Nischenmedien sprechen. Außerdem ist das Werben und die Kommunikation in Sozialen Medien besonders effizient, der Return on Investment besonders hoch; das haben zahlreiche Kampagnen, die wir die vergangenen Jahre umgesetzt haben, gezeigt.

medianet: *Wie sollte ein Unternehmen an seinen Social Media-Auftritt herangehen?*

Huber: Grundsätzlich ist es immer gut, im Unternehmen Spezialisten zu haben, jedoch benötigt man zur Betreuung der eigenen Social Media-Auftritte *mehr* als nur eine Person. So braucht man allein für Facebook einen Social Me-



Markus Huber, Geschäftsführer der auf Social Media spezialisierten Agentur SMC: „Social Media ist längst kein Nischen-Medium mehr.“

dia-Redakteur, einen Anzeigen-Manager, einen Webdesigner und einen Techniker/Programmierer. Eine auf Social Media Marketing spezialisierte Agentur hat meist wesentlich mehr Erfahrung in der Schaltung der Anzeigen, welcher Content wie gut funktioniert und mit welchen Maßnahmen man die meisten Nutzerdaten generieren kann.

medianet: *Auf welchen Plattformen sollte ein Unternehmen präsent sein?*

Huber: Grundsätzlich gibt es keine 08/15-Strategie. Jedoch lässt sich mit Facebook und YouTube ein Großteil des Markts abdecken, so kann man damit etwa 80 bis 90% der jeweiligen Zielgruppe erreichen, die weiteren 10% benötigen hohen Ressourcenaufwand für

vergleichsweise wenig Output. Immer interessanter werden Medien wie Instagram, LinkedIn, WhatsApp und Snapchat, vor allem da man seit Kurzem auch Anzeigen auf Instagram schalten kann. Jede Branche benötigt eine andere Strategie bzw. jedes Unternehmen benötigt eine eigene auf sich maßgeschneiderte Strategie, um genau das zu erreichen, was erzielt werden soll.



IT-SECURITY

Datenanalyse im Sozialen Teamwork

Digitalisierung

Auch wenn vielerorts den Digitalisierungsagenden der heimischen Unternehmen dringender Handlungs-

bedarf nachgesagt wird – die Digitalisierung schreitet auch in der Alpenrepublik mehr oder weniger unaufhaltsam voran. Splunk

Inc., Anbieter einer Plattform für Operational Intelligence, sieht für das kommende Jahr den Trend, dass Social Collaboration auch im

Datenanalyse-Bereich in Unternehmen Einzug halten wird, vor allem in Sicherheitsfragen.