

7 Wege zu erfolgreichem Social Media Marketing

Unter dem Begriff Social Media Marketing (SMM) – manche sprechen auch von Social Media Optimization (SMO) – versteht man Marketing-Aktivitäten, die außerhalb des eigenen Internet-Auftritts ergriffen werden, um auf möglichst vielen so genannten Social-Media-Diensten (Stichwort Web 2.0) auf die eigene Webseite aufmerksam zu machen. Ziel ist die Generierung von Traffic und/oder Verkaufsabschlüssen.

Hier sind 7 Wege, mit denen Sie Ihr Engagement im Web 2.0 nach vorne bringen:

1. Mittendrin statt nur dabei

Obwohl es keine festen Strukturen gibt (und auch nicht geben soll), versteht sich das Web 2.0 irgendwie als verschworene Einheit. Eine der ungeschriebenen Regeln ist die, dass alle Versuche, die gewachsenen Strukturen von außen als Instrument für eigene Ziele zu missbrauchen, sehr verpönt sind. Mit plumper Werbung ist da kein Blumentopf zu gewinnen. Ganz anders sieht es aus, wenn Sie dazu gehören. Deshalb Regel Nummer 1: **Werden Sie Teil der Gemeinschaft!** Das ist gar nicht schwer und bringt Ihnen zahlreiche Vorteile. Hier ein paar Tipps, was Sie tun können:

- Betreiben Sie ein eigenes Blog
- Engagieren Sie sich in anderen Blogs, Foren und Communities
- Nutzen Sie Video- und Fotoplattformen zur Veröffentlichung eigener Inhalte
- Kommentieren Sie aktiv auf diesen Plattformen
- Nutzen Sie Bookmarking-Dienste
- Bleiben Sie authentisch
- Verzichten Sie auf platte Werbeaussagen
- Überzeugen Sie durch Kompetenz

2. Sex sells

Aber nicht nur der. Getreu dem alten Motto „Content is king!“ ist es wichtig, dass Sie neben Ihren Produkten und/oder Leistungen Inhalte anbieten, die möglichst einmalig und interessant für Ihre Zielgruppe sind. Damit schaffen Sie Anreize, dass viele andere Seiten auf Ihr Angebot verlinken oder Besucher Ihren Content weiterempfehlen. Diese Links bringen Sie ganz nebenbei bei Google & Co. weiter nach vorne. Auch bei der generischen Suche wird der zusätzliche Content seine Wirkung nicht verfehlen. Hier ein paar Tipps für interessante Inhalte als Anregung:

- Top10-Listen zu Ihren Themen
- Checklisten für die Praxis
- FAQs
- Erfahrungsberichte Ihrer Besucher
- Lustige Einsatzempfehlungen für Ihre Produkte
- Einzigartige Umfragen

3. Geben ist seliger denn nehmen

Verabschieden Sie sich von der antiquierten Idee, dass Ihre Inhalte und Leistungen ausschließlich auf Ihre Seiten gehören. Wenn Sie diese möglichst breit im Web 2.0 auch anderen zur Verfügung stellen, wird das honoriert und führt letztendlich immer wieder zu Ihnen zurück. Zusätzliche Links kommen Ihnen natürlich auch dabei beim Ranking bei den Suchmaschinen zugute.

Die folgenden Möglichkeiten können Sie nutzen, damit andere Seiten Ihre Inhalte darstellen und darauf verlinken können:

- RSS-Feeds für Ihr Blog und andere relevante Inhalte
- Buttons der wichtigen Social-Bookmarking-Seiten
- Automatische Eintragung neuer Inhalte in diese Dienste
- Eigene Widgets für WordPress
- Google Gadgets mit Ihren Inhalten
- Whitepaper wie dieses hier
- PR-Dienste für einzigartige Inhalte
- Empfehlungs-Link auf Ihren Seiten

4. Hallo, hier bin ich

Ging es in Punkt 1 um Ihre fachspezifische Einbindung ins Web 2.0, soll hier ein Blick über den Tellerrand geworfen werden. Suchen Sie gezielt nach branchenfernen Betätigungsfeldern, in denen Sie aktiv werden und „ganz nebenbei“ auch auf Ihr Angebot aufmerksam machen. Verzichten Sie unbedingt auf direkte Hinweise. Links im Nutzerprofil oder Footer reichen beispielsweise vollkommen aus, um Menschen, die Sie auf sich aufmerksam gemacht haben, auf Ihre Seiten zu locken. Unterschätzen Sie nicht die Neugierde vieler User.

Hier ein paar Tipps für mögliche branchenfremde Betätigungsfelder als Anregung:

- Hobby-Communities und Foren (Foto, Musik, Sport, ...)
- Bewertungsportale (z. B. Ciao)
- Rezensionsseiten (z. B. Amazon)

5. Der frühe Vogel ...

Sie werden wissen, wie dieser Spruch weiter geht. So abgedroschen er sein mag, zumindest in der so genannten Blogosphäre steckt mehr als ein Fünkchen Wahrheit dahinter. Wer es schafft, eine wichtige Meldung zuerst auf seinen Seiten zu haben, der hat gute Chancen, von vielen anderen, die auch darüber berichten, als Fundort genannt zu werden. Hinzu kommen die, die ohne eigene Meldung direkt auf Sie linken. Das bringt viele neue Besucher auf die Seite.

Dabei muss es sich nicht zwangsläufig um eine Nachricht im klassischen Sinne handeln. Hier ein paar andere Möglichkeiten, die geeignet sind, diesen Effekt auszulösen – Hauptsache Sie sind der Erste:

- das frühe Erkennen eines Trends
- eine spektakuläre These
- die neuartige Betrachtungsweise eines Themas
- eine gekonnte Satire
- eine lustige/unterhaltsame Variante

6. Machen Sie's der Spinne gleich

Networking ist heute bedeutender denn je. Lassen Sie sich die Möglichkeiten eines Business-Netzwerks nicht entgehen. Dabei können Sie sich getrost auf XING als Inbegriff des beruflichen Networkens in Deutschland konzentrieren. Wenn Sie XING noch nicht nutzen, empfehle ich Ihnen mein Whitepaper zu den ersten Schritten bei XING. Je mehr Funktionen Sie bei XING nutzen, desto aktiver werden potenzielle Kunden und/oder Geschäftspartner auf Ihr Profil aufmerksam. Empfehlenswert sind auf jeden Fall die folgenden Aktivitäten:

- Aktive Beteiligung an Gruppen (auch branchenfremd)
- Einrichtung eigener Gruppen zu Ihren Themen (falls noch nicht vorhanden)
- Rege Nutzung der Statusmeldung
- Regelmäßige Aktualisierung und Pflege des eigenen Profils
- Offensive Kontakt-Generierung
- Beobachtung und Pflege des eigenen Netzwerks
- Aktive Nutzung der Suche- und Biete-Funktion

7. Raus aus dem Netz, rein ins Leben

Die Online-Welt hat in der letzten Zeit das wirkliche Leben wiederentdeckt. Trotz Instant Messaging, Skype und Video-Konferenzen hat man ab und zu gerne mit wirklichen Menschen zu tun. Treffen verschiedenster Ausrichtung, Barcamps und ähnliche Veranstaltungen erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Kontakte, die Sie im realen Leben schließen und pflegen, sind oft nachhaltiger, als rein virtuelle. Dieser Trend ist gut und bietet zahlreiche Möglichkeiten. Hier ein paar Tipps, wie Sie ihn für sich nutzen können:

- Veranstalten Sie eigene User-Treffen mit Ihren Besuchern
- Besuchen Sie Stammtische von Communities
- Nehmen Sie an Barcamps teil
- Fahren Sie zu Messen (Ihrer Branche und solche mit Online-Ausrichtung)
- Organisieren Sie regionale oder themenspezifische Stammtische mit Ihren Usern
- Unterstützen Sie Treffen aus dem Online-Umfeld (z. B. Affiliate-Stammtische)

Noch Fragen? Fragen!

Copyright-Hinweis: Sie dürfen diesen Text in Ihre Seiten integrieren, zum Download anbieten oder für interne Zwecke verwenden, wenn Sie ihn nicht kürzen oder ändern und als Quelle die Domain *www.zander.info* angeben.