

Social Media Marketing und Strategien

**Facebook, Twitter, Xing & Co.
erfolgreich nutzen**

Von
Dietmar Fischer

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter [ESV.info/978 3 503 15864 5](http://ESV.info/9783503158645)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 15864 5
eBook: ISBN 978 3 503 15865 2

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2015
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Vorwort

Social Media ist heute in aller Munde, man kann keine Nachrichtensendung mehr sehen, ohne dass von Hashtags gesprochen oder eine Twittermeldung zitiert wird. Auch die Werbeausgaben für den Online-Bereich steigen und steigen und damit die Ausgaben für Social Media Marketing. Und nicht zuletzt durch die weite Verbreitung von Smartphones facebooken, whats-appen und snap-chatten viele von unterwegs und am Arbeitsplatz – inzwischen gehen schon mehr Nutzer mobil ins Internet als von Notebooks und Festrechnern.

Wenn Sie Angst haben, von dieser Entwicklung abgehängt zu werden, dann ist dieses Buch genau das Richtige für Sie: eine **Einführung**, die Ihnen die Grundlagen der wichtigsten sozialen Netzwerke erklärt, mit Ihnen **Schritt für Schritt** durch Anmeldung, Konfiguration und auch Sicherheitseinstellungen geht und überhaupt Ihnen den Einstieg in die sozialen Medien erleichtert. Dabei zeigen wir Ihnen anhand von Screenshots und vielen konkreten Beispielen, wie Sie die entsprechenden Einstellungen vornehmen, erklären Ihnen die Fallstricke und geben Ihnen manchmal Aufgaben, damit Sie selbst ein Gefühl für die praktische Anwendung bekommen.

Ein besonderer Schwerpunkt dieses Buches liegt darauf, Ihnen nicht nur die praktische Anwendung zu zeigen, sondern auch die **dahinterliegenden Prinzipien** zu vermitteln: warum funktioniert Social Media, was sind die Voraussetzungen, was verändern die sozialen Medien in der Welt? Die dahintersteckende Idee ist, dass soziale Netzwerke sterben und neue geboren werden – wer weiß, ob Facebook in drei Jahren noch existiert oder ob wir alle schon ein ganz anderes Netzwerk nutzen? Wenn Sie nun gelernt haben, nach welchen Grundprinzipien soziale Netzwerke arbeiten, können Sie aber nicht nur Facebook nutzen, sondern Sie verstehen auch, wie andere, neue Netzwerke aufgebaut sind und was Sie dort tun müssen, um erfolgreich zu sein.

Denn das dritte Themenfeld des Buchs ist die Beschäftigung mit dem **Social Media Marketing**, d.h. wie Sie Ihre Idee, Ihr Produkt, Ihre Vision, Ihre Dienstleistung heutzutage erfolgreich an den Mann oder die Frau bringen. Social Media funktioniert nicht mehr nach den Regeln des zwanzigsten Jahrhunderts, sondern nach neuen Regeln. Neue Regeln im Umgang mit Kunden, mit der Art der Kommunikation, mit den Verbreitungswegen. Es gibt geänderte Machtverhältnisse zwischen Ihren Kunden und Ihnen, Ihre Mitarbeiter sind auch in Social Media unterwegs, der Journalist ist nicht mehr der einzige Ansprechpartner der Öffentlichkeitsarbeit. Deshalb widmet sich das dritte Themenfeld dem Strategischen: wie Sie die neuen Regeln zu Ihrem Vorteil nutzen.

Was dieses Buch ist

Dieses Buch ist ein **Einführungsbuch in Social Media**. Sie lernen in diesem Buch den Umgang mit den wichtigsten Social-Media-Netzwerken und darüber hinaus, wie Sie diese sinnvoll und kommerziell nutzen können. Der Inhalt beruht auf den Seminaren, die ich als hauptberuflicher Dozent in den letzten fünf Jahren zum Thema gehalten habe, vor einer Zielgruppe, die schon im Beruf stand, nun jedoch die neuen Herausforderungen annehmen wollte.

Nachdem Sie dieses Buch durchgearbeitet haben, **wissen Sie, was Social Media ist und wie Sie die neuen Dienste sinnvoll nutzen können**. Ein paar Monate Übung geben Ihnen dann die nötige Qualifikation, um vielleicht nicht gleich Social-Media-Experte zu sein, aber doch auf hohem Niveau mitdiskutieren zu können.

Unter anderem reicht Ihr Wissen dann, um sich als Social-Media-Manager zu bewerben oder Ihre Firma bzw. Ihr Anliegen im Netz erfolgreich zu präsentieren.

Was dieses Buch nicht ist

Dieses Buch ist kein Einführungsbuch für Computer generell. Sie sollten, um das Maximum aus dem Buch herauszuholen, schon **grundlegende Computerkenntnisse** mitbringen, z.B. Word bedienen können, regelmäßig E-Mails schreiben und sich im Internet bewegen.

Auch lernen Sie hier nicht die Grundlagen des Online-Marketings, also Suchmaschinenoptimierung, Newsletter schreiben und Google AdWords. Dafür gibt es vielleicht später noch ein Nachfolgebuch.

Auf der anderen Seite ist das Buch aber auch ein **Einsteigerbuch**. Es richtet sich also an Leser, die kein oder wenig Vorwissen von Facebook, Twitter & Co besitzen. Ich denke, dass ich auch Experten etwas beibringen kann, diese werden dann erst ab Teil II, Strategie, Monitoring etc. richtig gefordert. Sollten Sie also schon z.B. beruflich im Social Web unterwegs sein, blättern Sie ruhig vor!

Genau richtig sind Sie hier, wenn Sie schon mit einem Computer arbeiten oder ein Smartphone Ihr Eigen nennen, aber noch nicht oder gerade erst so bei Facebook sind.

Zum Weiterlesen

Ergänzt wird das Buch durch ein Glossar zu den wichtigsten Netzwerken sowie eine Webseite, auf der Sie als Besitzer des Buchs auch Zugang zum geschlossenen Bereich bekommen.

Was wäre ein Buch über Social Media ohne eine eigene Facebookseite? Auf <https://www.facebook.com/SocialMediaMarketingStrategie> versorgen wir Sie ständig mit Tipps, Tricks und Neuigkeiten aus dem Bereich Social Media, so dass Sie den Anschluss nicht verlieren. Gerne können Sie auch meinen Twitterkanal abonnieren, http://www.twitter.com/Dietmar_Fischer, auch dort halte ich Sie auf dem Laufenden, was in der Social-Media-Welt passiert.

Und natürlich gehört zum Buch auch eine Webseite, auf der Sie weiterführende Tipps und Tricks, Vertiefungen, Interviews, Videos und natürlich auch Aktualisierungen finden: SocialMediaMarketingundStrategie.de,¹ Dort können Sie auch Fragen stellen und mit anderen Social-Media-Einsteigern Erfahrungen austauschen. Mit dem Kauf dieses Buches haben Sie gleichzeitig den Zugang zum geschützten Bereich der Seite erworben, hinter dem sich all dies verbirgt.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß und Erfolg bei der Lektüre dieses Buches und hoffe auch auf Anregungen und Feedback von Ihnen.

Berlin, im Frühjahr 2015.

¹ <http://www.socialmediamarketingundstrategie.de>

Danksagung

Dieses Buch ist ein Konglomerat an Gedanken. Viele Leute sind so an der Entstehung dieses Buchs beteiligt, manche auch ohne es überhaupt zu wissen. Allen, die mich in der einen oder anderen Weise weitergebracht haben, möchte ich für ihren Input danken, denn wir alle sind nur Zwerge auf den Schultern von Riesen.

Einige möchte ich jedoch besonders herausstellen und ihnen meinen besonderen Dank aussprechen.

Da wäre zuerst die Mitgründerin meiner Agentur „New Rules of Marketing“, Nicole Kempe (@nicberl), bei der ich immer noch nicht weiß, warum sie sich überhaupt mit mir abgibt!

Dann ein spezielles Dankeschön an alle, die dieses Buch durch Beiträge und Tipps aus der Praxis bereichert haben und damit Ihnen einen tieferen Einblick in die Praxis des Social Media Marketing geben: Prof. Dr. Martin Grothe, Björn Gebert, Jan Bartels, Nina Bunge, Hans Steup und Steffen Grunwald.

Außerdem einen großen Dank an die vielen, die mich in den letzten Jahren begleitet haben und von denen ich Ideen und Kontakte aufnehmen konnte: Prof. Dr. Wolfgang Mühl-Bennighaus, Brit Seidel, Marie Dietz, Verena Stevens, Heinrich Pegelow, Matthias Karkuschke, Christiane Lehmann, Christoph Mohr, Melanie Unbekannt, Patrick Meyer, Peter Ameis, Mayk Int-Velt, Jien-Alexander Luther, Jutta Schnippering, Tuyen Ly, Sascha Böge, Susanne Plaumann und viele mehr.

Entschuldigen möchte ich mich bei meinen Eltern, dass ich ein so kompliziertes Berufsfeld zu dem meinigen erkoren habe, dass es schwer macht, anderen Leuten zu erklären, womit ich überhaupt mein Geld verdiene. Und natürlich möchte ich Ihnen meinen Dank aussprechen für die bedingungslose Unterstützung in den letzten zweiundvierzig Jahren.

Ein ganz besonderer Dank für geistige und moralische Unterstützung und fürs einfach da sein geht an Lianet Rodríguez Maseda.

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	5
<i>Was dieses Buch ist</i>	6
<i>Was dieses Buch nicht ist</i>	6
<i>Zum Weiterlesen</i>	6
DANKSAGUNG	9
INHALTSVERZEICHNIS	11
TEIL I: DIE GRUNDLAGEN	15
WILLKOMMEN IM SOCIAL WEB	19
<i>Startschuss</i>	19
<i>Die neuen Regeln des Marketing oder warum Social Media notwendig ist</i>	19
<i>Das Cluetrain Manifest</i>	20
<i>Überblick über die sozialen Netzwerke</i>	26
<i>Takeoff</i>	30
<i>Anglizismen</i>	32
<i>Eine kurze Anmerkung noch ...</i>	33
STARTSCHUSS MIT TWITTER	37
<i>Los geht 's!</i>	37
<i>Warum mit Twitter starten und nicht mit Facebook?</i>	37
<i>Twitter – der Informationsprofi</i>	37
<i>Die Stärken von Twitter</i>	38
<i>Twitter und Privatsphäre</i>	38
<i>Was ist Twitter</i>	38
<i>Start mit Twitter</i>	40
<i>Twitter – Sicherheit und Datenschutz</i>	41
<i>Überblick über den Twitteraccount</i>	47
<i>Den Twitteraccount aufhübschen</i>	49
<i>Formulierungsregeln</i>	52
<i>Frequently Asked Questions</i>	53
FACEBOOK – DAS GRÖßTE SOZIALE NETZWERK	57
<i>Die Anmeldung bei Facebook</i>	57
<i>Facebook Sicherheitseinstellungen</i>	59
<i>Facebook Überblick</i>	66
<i>Ihre persönliche Seite</i>	66
<i>Nachrichten senden – die E-Mail von Facebook</i>	70
<i>Facebook jenseits von persönlichen Profilen</i>	74

<i>Veranstaltungen</i>	80
<i>Freunde verwalten</i>	82
<i>Meldungen blockieren</i>	84
<i>Hoaxes – die Viren von Facebook</i>	86
GOOGLE+	89
<i>Googles Start in die sozialen Netze</i>	89
<i>Die Geschichte von Google+</i>	90
<i>Google+ im Kurzüberblick</i>	91
<i>Bei Google+ anmelden</i>	91
<i>Sicherheitseinstellungen</i>	93
<i>Google+ benutzen</i>	96
XING – SOCIAL MEDIA FOR BUSINESS	107
<i>Das Netzwerk für Geschäftskontakte</i>	107
<i>Anmeldung</i>	108
<i>Xing Sicherheit</i>	109
<i>Bedienung von Xing</i>	112
<i>Xing-Benutzung</i>	114
<i>Gruppen</i>	116
<i>Further Reading</i>	118
BLOGS	121
<i>Was sind Blogs</i>	121
<i>Woher kommen Blogs</i>	122
<i>Wie funktionieren Blogs</i>	122
<i>Aufbau eines Blogs</i>	123
<i>Tumblr</i>	126
<i>Posten von Blogartikeln</i>	132
<i>Exkurs: Wordpress.com und Wordpress.org</i>	134
<i>Wie sollte man anfangen zu bloggen?</i>	135
<i>Julie und Julia</i>	136
WIKIS	139
<i>Was ist ein Wiki</i>	139
<i>Was macht ein Wiki aus</i>	140
<i>Wissenschaft im Social Web</i>	143
TEIL II: STRATEGIE	147
DIE KÜR DER SOCIAL MEDIA: STRATEGIE	151
<i>Social Media strategisch nutzen</i>	151
<i>Freundschaft mit dem Kunden schließen</i>	151
<i>Die strategische Umsetzung</i>	160
<i>Redaktionsplan</i>	163
TWITTER STRATEGISCH NUTZEN	167
<i>Einen Twitteraccount pflegen</i>	167

<i>Follower finden</i>	167
<i>Posting-Strategien</i>	170
<i>Twitterstatistik</i>	171
<i>Twitter für Business</i>	173
<i>Unterschied Firmenaccount Privataccount</i>	175
<i>Der Twittername für die Firma</i>	176
FACEBOOK OPTIMAL NUTZEN	181
<i>Facebook-Strategie</i>	181
<i>Facebook-Seite erstellen</i>	181
<i>Administratoren</i>	183
<i>Fans gewinnen</i>	184
<i>Fans einbinden</i>	186
<i>Ausrichtung Ihrer Fanpage</i>	186
<i>Werden Sie persönlich</i>	187
<i>Das ideale Statusupdate</i>	187
<i>Links anpassen</i>	196
<i>Posts im Voraus planen</i>	198
<i>Postwirkung verstärken</i>	199
<i>Titelbildstrategie</i>	200
<i>Start einer Facebookseite</i>	201
FACEBOOK ADS	205
<i>Fans gewinnen auf die leichte Art</i>	205
<i>Start einer Kampagne</i>	206
<i>Formen der Facebook-Werbung:</i>	207
<i>Eine Kampagne starten</i>	209
<i>Beitrag bewerben</i>	219
<i>Test von Anzeigen</i>	220
<i>Formulierungstipps für den Anzeigentext</i>	221
XING ALS MARKETINGTOOL	225
<i>Ihr Xing-Profil professionalisieren</i>	225
<i>Portfolio</i>	227
<i>Suchen und Bieten</i>	227
<i>Xing Gruppen systematisch nutzen</i>	229
<i>Marketing über den Aktivitätenstream</i>	230
<i>Xing mit Twitter und Facebook verbinden</i>	232
<i>Xing mit Twitter verbinden</i>	233
<i>Akquise durch Events</i>	233
<i>Ihr Unternehmen bei Xing</i>	234
BLOGSTRATEGIEN	239
<i>Warum Bloggen – die strategische Sicht</i>	239
<i>Strategisch bloggen</i>	240
<i>Themenplanung</i>	240

<i>Das Blog bekannt machen</i>	241
<i>Spannende Blogposts</i>	242
<i>Blogger Relations</i>	246
<i>Blogtour</i>	247
<i>Blogparade</i>	248
<i>Beispiele für erfolgreiche Blogs</i>	250
TEIL III: DIE HILFSWISSENSCHAFTEN	253
SOCIAL MEDIA BESSER NUTZEN: WERKZEUGE UND TOOLS	257
<i>Social Media durch Werkzeuge und Tools effizienter nutzen</i>	257
DIE AUSWERTUNG DES ERFOLGS	267
<i>Den sozialen Netzwerken mit Zahlen zu Leibe rücken</i>	267
<i>Social Business Controlling: Transformation und Steuerung</i>	268
<i>Nützliche Tools und Hilfsmittel</i>	280
SOCIAL MEDIA MONITORING	287
<i>Monitoring – was andere über uns sagen</i>	287
RECHT IM SOCIAL WEB	297
KRISENKOMMUNIKATION UND SHITSTORMS	309
TEIL IV: LAGE, LAGE, LAGE DIE LOCATION IM FOKUS	317
LOCATION BASED SERVICES	321
<i>Mobile Marketing</i>	321
<i>Location Based Services und Social Media</i>	321
<i>Dieses Kapitel</i>	322
<i>Was können Location Based Services</i>	323
<i>Was sind Location Based Services</i>	323
<i>Location Based Services – eine Auswahl</i>	324
<i>Open Street Map</i>	329
<i>Check-In-Dienste</i>	333
<i>Swarm</i>	333
<i>QR-Codes</i>	338
FALLSTUDIE KUBANEWS	345
<i>Aufbau einer Community für Kuba-Afficionados</i>	345
<i>Ende!</i>	351
GLOSSAR	353
<i>Facebook-Terminologie</i>	353
<i>Twitter-Terminologie</i>	355
<i>Xing-Terminologie</i>	356
<i>Google-Plus-Terminologie</i>	357
LITERATURVERZEICHNIS	359
INDEX	361