

über **Socialmarketingagentur.com**

Eine frische Brise weht durchs Land

erschienen: direkt marketing / acquisa spezial, Ausgabe 1/2011, Seite 40 / Haufe Lexware GmbH & Co. KG



Der Aufwind des Social-Media-Marketings lässt seit einiger Zeit eine frische Brise durch die Vermarktungswelt wehen. Eine Brise, von der jeder gern einen Atemzug nimmt. Doch auch eine Sauerstofftherapie fürs Online-Marketing kann nur bei professioneller Umsetzung die gewünschten Effekte erzielen.

Andreas Hörcher

Noch steckt Social Media Marketing mehr oder minder in den Kinderschuhen. Viele Marketer haben in der Vergangenheit bereits ihr erstes Therapietief erlebt: Social Media läuft leider nicht



Andreas Hörcher
ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur für Search- & Social Media Advertising Finnwa GmbH. Darüber hinaus ist er Initiator von www.socialmarketing-agentur.com

von allein. Marketing in sozialen Netzwerken erfordert Zeit und Aufwand, Kreativität und Lust zur Plauderei sowie – und das vor allem – interessanten Inhalt! Die Followers, Friends und Likers wollen weder fade Werbebotschaften noch stumpfe Newsreihen. Schließlich bekommen sie beides überall. Sie wollen Mehrwert: Hintergrundinfos, Fachwissen und Expertenrat. Sie wollen Antworten auf Fragen.

Um Aufwand und Ertrag des Social Media Marketings in ein sinnvolles wirtschaftliches Verhältnis zu bringen, werden viele Unternehmen an ihrer sozialen Werbestrategie herumdoktern müssen. Sie werden tiefer in die Netzwerke eintauchen, ihren Dialog intensivieren, ihren Zielgruppen zuhören, ihre Werbung optimieren und noch mehr Wert liefern.

Interessentengewinnung im Vordergrund

Branchenübergreifend ist abzusehen, dass sich der Mammutanteil der Social Media Aktivitäten auf Facebook abspielen wird. Die hohe Nutzerzahl macht Facebook attraktiv und zu einer wahren Schatztruhe für Imageverbesserung, Kundenkontakt, Neukundengewinnung, inzwischen selbst Recruiting.

(...)

Bevor sich eine Firma jedoch ob dieser Vorteile im Jubeltaumel ins Netzwerkleben stürze, muss es Netzwerke und Nutzer betrachten. Nahezu alle Kanäle bergen Potential, doch bedient nicht jeder die Zielgruppe für die jeweilige Botschaft. Auf dem falschen Channel schnappt die Kostenfalle am Ende schon zu, bevor ich die Netzwerkluft richtig atmen konnte.

So unterscheiden sich Facebook und VZ-Seiten zum Beispiel wesentlich in Altersfragen. VZ trotz Millionen Facebook-Nutzern noch immer ein Schwergewicht unter den sozialen Netzwerken in Deutschland. Als Zielgruppe erreicht man jedoch vorrangig Schüler und Studenten bis ca. 30 Jahre. Werbung in einem VZ-Netzwerk hat sich bislang für aussagekräftige und bekannte Brands als recht erfolgreich erwiesen. Wer Markenbekleidung oder Ausgefallenes bietet, Technik, Computer, Multimedia oder Reisen erreicht im VZ schon einiges. Doch im Vergleich zu Facebook ist die Ansprache- und Dialogmöglichkeit weitaus begrenzter.

Twitter wiederum gilt als die Plattform mit der größten Dichte an Gadget- und Technikfans. Wer hier werben will, sollte entsprechende Produkte zu seinem Portfolio zählen. Und da Twitter vorrangig ein Nachrichtenkanal ist, dessen vielfach auch passive Nutzer in erster Linie aktuellste Informationen suchen, sollten die Twitter-Präsenzen auch tatsächlich „Nachrichten“ liefern – entsprechend der Nutzerinteressen natürlich. (...)

Dmexco 2010: Finnwaa stellt neues Social Media-Tool vor

erschienen: acquisa.de, 07.09.2010, [acquisa](http://acquisa.de) / Haufe Fachmedia GmbH & Co. KG



Dmexco 2010: Finnwaa stellt neues Social Media-Tool vor

07.09.2010 | Online-Marketing

Die Agentur für Suchmaschinenmarketing und Social Media Advertising Finnwaa stellt auf der Dmexco 2010 am 15. und 16. September in Köln das Partnerprojekt socialmarketingagentur.de vor. Dabei handelt es sich um ein Social Media-Tool für Ad-Kampagnen, Textredaktion und Shopanbindung.

Außerdem stellt das Unternehmen die Demoversion der Shopanbindung in Facebook vor, mit der alle existierenden Shopsysteme in die Community integriert werden können. Die socialmarketingagentur.de bündelt alle notwendigen Social Media-Kompetenzen und bietet wichtige Dienstleistungen rund um soziale Netzwerke an. (sas)

Die Agentur für Suchmaschinenmarketing und Social Media Advertising Finnwaa stellt auf der Dmexco 2010 am 15. und 16. September in Köln das Partnerprojekt socialmarketingagentur.de vor. Dabei handelt es sich um ein Social Media-Tool für Ad-Kampagnen, Textredaktion und Shopanbindung.

Außerdem stellt das Unternehmen die Demoversion der Shopanbindung in Facebook vor, mit der alle existierenden Shopsysteme in die Community integriert werden können. (...)

sas
