

Presseclipping

„Erster Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“

Publikation: www.ebusiness-info.de

Ausgabe: 28. März 2014

Link: <http://ebusiness-info.de/blog/ebusiness-themen-der-woche-kw13>

Titel: Social Media: Auch in der B2B-Kommunikation setzen
Unternehmen auf Social Media

Social Media: Auch in der B2B-Kommunikation setzen Unternehmen auf Social Media

Automobil Woche berichtet, dass Social Media auch im B2B-Bereich angekommen sind. Die meisten Unternehmen versprechen sich Imagegewinn durch ihren Einsatz. Das zeigt eine Studie unter 200 Kommunikationsverantwortliche aus Unternehmen in 13 Branchen, die von September bis November 2013 online befragt wurden. Durchgeführt wurde die Studie vom „Ersten Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“.

Fast 90 Prozent der Unternehmen nutzen laut der Studie Social Media, unabhängig Unternehmensgröße und -alter.

Bei den Zielen für den Einsatz von Social Media steht der Imagegewinn an erster Stelle (80 Prozent) vor Kundenbindung und Neukundenansprache (knapp 60 Prozent). Mit knapp sieben beziehungsweise 15 Prozent stehen Krisenprävention und Agenda Setting relativ weit hinten auf der Prioritätenliste bei der Nutzung der sozialen Medien.

Inhaltlich werden Social Media-Kanäle der Umfrage zufolge überwiegend zur Eigenvermarktung der Unternehmen genutzt: Fast 70 Prozent verbreiten über ihre Plattformen aktuelle Pressemitteilungen, immerhin über 60 Prozent eigene Videos sowie Blogbeiträge. Fachartikel oder Videos aus externen Quellen werden nur von 36 beziehungsweise 17 Prozent der Befragten verbreitet.

Bei der Betrachtung der einzelnen Kanäle bleibt Facebook laut Umfrage die Plattform der Wahl: 86 Prozent der befragten Unternehmen geben an, regelmäßig auf Facebook aktiv zu sein. Auch Xing nutzen mit 81 Prozent viele der Unternehmen. (*psh/h_da*)