

Presseclipping

„Erster Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation“

Publikation: www.prreport.de

Ausgabe: 20. März 2014

Link: <http://prreport.de/home/aktuell/article/8070-nachholbedarf-in-sachen-social-media-guidelines/>

Titel: Nachholbedarf in Sachen Social-Media-Guidelines

B-to-B-Kommunikation in Social Media

Nachholbedarf in Sachen Social-Media-Guidelines

1. Arbeitskreis
SOCIALMEDIAB2B




Größte Herausforderung beim Einsatz von Social Media sind für B-to-B-Unternehmen fehlende Guidelines

Fast 90 Prozent der B-to-B-Unternehmen in Deutschland nutzen mittlerweile die sozialen Netzwerke. Allerdings fehlen vielen dafür zuständigen Mitarbeitern die klaren Handlungsanweisungen, um Social Media auch sinnvoll zu bespielen. Zu diesem Ergebnis kommt der "Erste Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation" nach Auswertung einer Umfrage. Weitere Ergebnisse:

- Lieblingskanal der Business-to-Business-Kommunikation ist Facebook. 86 Prozent der befragten Unternehmen sind dort vertreten, sechs Prozent mehr als im Jahr 2012
- In Zukunft wollen sie vermehrt Foto- und Videosharing-Plattformen wie Instagram nutzen. Dieser Dienst liegt derzeit in der Rangliste mit neun Prozent der Nutzer jedoch noch auf den hinteren Plätzen
- Vorrangiges Ziel der Unternehmen ist es, einen Imagegewinn zu erzielen. Knapp 80 Prozent der Umfrageteilnehmer erhoffen sich dies. 60 Prozent wollen über Social Media Kunden binden und neue Kunden gewinnen
- Die Mehrheit der Befragten hat keine Spielregeln für ihre Social-Media-Kommunikation aufgestellt. Bei fast 70 Prozent sind Guidelines Fehlanzeige.

Mangels Guidelines verzichten viele lieber auf eigene Beiträge und verschenken damit Potenziale, ihre Reputation zu verbessern. 67 Prozent der Teilnehmer sehen das Fehlen solcher Richtlinien als die wichtigste Herausforderung der Zukunft. "Verzichten Unternehmen auf Social Media Guidelines und im nächsten Schritt auf Social Media generell, werden sie künftig mit dem Gesicht zur Wand stehen", behauptet Sonja Salmen vom Steinbeis-Beratungszentrum Social Media Management an der Hochschule Heilbronn.

An der Studie nahmen Kommunikationsverantwortliche aus über 200 Unternehmen in 13 Branchen teil. Der Münchner Arbeitskreis ist 2010 auf Initiative von Jacqueline Althaller, Geschäftsführende Gesellschafterin der Agentur Communication Presse und PR, entstanden. Ihm gehören Vertreter von Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größenordnungen an.