



10. Social Media Excellence Treffen: Globalisierung, Digital Hub und Social Media Intelligence

(ddp direct) Berlin, 24. Juni 2013: "Social Media trägt dazu bei, die Verbundenheit zwischen Menschen zu fördern" leitete Stefanie Wettberg, Leiterin Corporate Communications bei BASF, das 10. Treffen des Social Media Excellence Circles ein. 100 Vertreter aus 56 renommierten Unternehmen trafen sich am 14. Juni 2013 bei Gastgeber BASF in Ludwigshafen, um in vertrauensvoller Atmosphäre zum branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch und offenen Dialog zusammen zu kommen. 2010 ins Leben gerufen, steht jedes der vierteljährlichen Social Media Summits unter einem anderen Leitthema, welches in ausgesuchten Praxisvorträgen und bei zahlreichen Networking-Möglichkeiten diskutiert wird.

Die zentralen Fragestellungen des 10. Summits waren unter anderem, wie Social Media in globalen Unternehmen organisiert wird, mit welchen Mitteln der Social Media Newsroom den Sprung zum Digital Hub schafft, was die neuen Herausforderungen und Lösungen von Content Management sind oder auch wie Social Media Data intelligent gewonnen und analysiert werden.

Global versus Local: Social Media-Organisation in einem globalen Unternehmen

Patrick Schmidt-Kühnle, Manager Corporate Social Media der BASF, gab Einblicke, wie bei einem weltweit tätigen B2B-Unternehmen globale und lokale Social Media-Aktivitäten zielgerichtet gesteuert werden. Social Media sei ein integraler Bestandteil von Kommunikation und Marketing und würde eine neue Form der teamübergreifenden Zusammenarbeit fordern und fördern. Betreuung und Management der globalen Social Media-Kanäle werden bei BASF von der Unternehmenskommunikation gesteuert, wobei die jeweiligen Unterseiten von den Kommunikationsteams der einzelnen Regionen betreut werden. Die Umstellung auf Facebook Global Pages hätte ihnen geholfen, die Zielgruppen gezielter anzusprechen. Dadurch würden auf Facebook dank regionaler Aussteuerung und gezieltem Content Management hohe Interaktionsraten erzielt, erklärte Schmidt-Kühnle in seinem Vortrag. Über Social Media fände zudem fast ausschließlich die B2B-Kommunikation statt. Facebook würde dabei von den Nutzern häufig als globale "Online-Vermittlungsstelle" genutzt, über welche gesuchte Ansprechpartner und Informationen kurzfristig verfügbar gemacht werden, die über das Web schwer auffindbar sind. Über LinkedIn hingegen fände überwiegend B2B-Kommunikation statt. Generell helfe Social Media globalen Unternehmen ein Gesicht zu geben und im direkten Kontakt Vertrauen zu schaffen, schloss der Social Media Manager.

Social Media Newsroom: Vom klassischen Newsroom zum 360 Grad Social Media Hub

"Die Anforderung an einen modernen Social Media Newsroom besteht darin, sich weg von einer geschlossenen Presseseite hin zu einem offenen 'Social Newsroom' zu bewegen, der dem Paradigma des Crowdsourcing folgt. Er ist somit eine Echtzeit-Quelle für Recherchen, Verifikationen und Materialsuche zum Unternehmen und den Themenfeldern, für die das jeweilige Unternehmen und seine Marken stehen", weiß Prof. Dr. Peter Gentsch, Initiator des Social Media Excellence Circle. Seiner Meinung nach sollte es das Ziel sein, mittels Newsroom die Glaubwürdigkeit des Unternehmens zu untermauern und weiter auszubauen. Voraussetzung dafür ist ein professionelles Social Media Content Management, welches Monitoring, Agenda Setting und Analyse in einem Tool zusammenbringt. Sein Vortrag sowie die anschließende Diskussion auf dem 10. SME-Treffen bestätigten den Trend zum intelligenten Social Media Hub: So sei ein Social Media Newsroom ein wichtiger Content-Hub, welcher Komplexität reduziere. Dabei steigere er den Traffic auf die eigenen Inhalte und spräche insbesondere Multiplikatoren, wie Blogger, an, die ein großes Interesse an Aufmerksamkeit und Reichweite hätten. Gute Blogger-Relations seien deshalb auch für Unternehmen sehr wichtig und würden durch einen Social Media Newsroom noch verstärkt, so das Fazit der Teilnehmer.

Social Intelligence: Turning Social Media into Insights and Actions

"Wie lassen sich Social Media Data intelligent gewinnen und analysieren?" war eine weitere wichtige Frage, der Prof. Dr. Peter Gentsch und Andreas Köster von der BIG Social Media GmbH nachgingen. Die Antwort: Social Media Analysen werden immer komplexer und dadurch aussagekräftiger. Grundlage für jede Social Media Analyse sei eine gute Quellenbasis. Dabei zähle aber nicht die Quantität sondern zunächst die Qualität. Aus riesigen Datenmassen des Social Web müsse sehr zielgerichtet die für die Fragestellung relevanten Daten herausgefiltert werden. Dies erfolge mit Hilfe von teilweise sehr komplexen Suchtermen mit 500 bis 1.000 Keywords, welche mit logischen Operatoren verknüpft würden. Bei der anschließenden Analyse sollten möglichst mehrere Parameter sinnvoll miteinander kombiniert werden - nur Buzzvolumen und Tonalität zu beobachten, reiche schon lange nicht mehr aus. Kennzahlen wie Recommendation Share oder Churn Share seien immer mehr im Einsatz. Die Daten aus Social Media müssen jedoch immer auch mit anderen Daten, wie Marktforschung, Kundenbefragung oder Business Intelligence verknüpft werden, um wirklich aussagekräftig zu sein. Letztendlich bilde Social Media nur einen Teil der Customer Journey ab und sollte in vielen Kommunikationsprozessen besser integriert werden, resümierten Gentsch und Köster.

Social Media Content Management: Content is still king!

"3 Minuten hat jeder. 30 Minuten hat niemand.", war die Aussage von Jens Schmelzle, Gründer und Geschäftsführer von Simpleshow. Er ist der Meinung, dass Erklären die zukünftige Form von Marketing ist und zeigte anhand einfacher Erklärvideos auf, welche Storys für das Social Web geeignet sind, wie diese am besten verbreitet werden und welche Mittel für das richtige Storytelling benötigt werden. "Keep it simple. Tell a story. Visualize it.", so sein abschließender Tipp an die Teilnehmer des SME.

Zu den Teilnehmern des 10. Social Media Excellence Summits gehörten unter anderem Daniel Backhaus (Deutsche Bahn AG), Prof. Dr. Peter Gentsch (BIG Social Media GmbH), Michael Buck (ehemals Dell), Klaus Rovara (BSH), Tim Kleinschmidt (Audi), Stefan Hennewig (CDU), Michael Sellen (DPDHL), Elke Frank (Lufthansa AG), Christian Maybaum (Deutsche Post AG), Enno Schummers (E-Plus Gruppe), Sascha Pfeiffer (expert.de), Matthias Mehner (ProSiebenSat.1), sowie Jochen Mai (Yellow Strom GmbH).

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/iovqnl>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/online-medien/10-social-media-excellence-treffen-globalisierung-digital-hub-und-social-media-intelligence-84157>

=== Social Media Excellence (SME) (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/1t70ek>

Permanenter Link:

<http://www.themenportal.de/bilder/social-media-excellence-sme>

Pressekontakt

Social Media Excellence - ein Projekt der BIG Social Media GmbH

Frau Susanne Rump
Charlottenstraße 24
10117 Berlin

susanne.rump@social-media-excellence.com

Firmenkontakt

Social Media Excellence - ein Projekt der BIG Social Media GmbH

Frau Susanne Rump
Charlottenstraße 24
10117 Berlin

social-media-excellence.de

susanne.rump@social-media-excellence.com

Der Social Media Excellence Circle (SME) ist ein lebendiges Netzwerk aus renommierten nationalen und internationalen Social Media Experten und Vordenkern der digitalen Branche. Dieser hat sich zum Ziel gesetzt, durch interaktiven Wissensaustausch und Diskussionen neue Ansätze und Tools zur Professionalisierung des Social Media Managements zu entwickeln. Neben den vierteljährlichen Treffen des exklusiven Kreises, geben die Experten des SME ihr Wissen und ihre Erfahrungen in Form von Coaching und Consulting weiter. Der Social Media Excellence Circle wurde im Frühjahr 2010 von Prof. Dr. Peter Gentsch, Gründer und Geschäftsführer der BIG Social Media GmbH, zusammen mit den Social Media Experten Daniel Backhaus (Deutsche Bahn AG), Andreas Bock (Deutsche Telekom AG) sowie Christian Maybaum (Deutsche Post/ DPDHL) ins Leben gerufen und seitdem kontinuierlich bis zum heutigen Gesamt-konzept weiterentwickelt. Mehr Informationen unter: www.social-media-excellence.de

Anlage: Bild

