

Das Prinzip der Freiwilligkeit – Tipps für erfolgreiches Social Media Marketing

Schon der Begriff Social Media Marketing ist irreführend. Er suggeriert, dass man einfach klassisches Marketing im Social Web machen kann. Tatsächlich gilt: Wer erfolgreiches Social Media Marketing betreiben möchte, sollte einen Großteil aller bewährten Marketing-Muster vergessen. Denn während sich im klassischen Marketing alles um die Frage dreht, wie man seine Botschaft am besten zu seiner Zielgruppe bringt und was das kostet, funktioniert Social Media Marketing ganz anders. Hier geht es darum, der Zielgruppe lediglich einen Anstoß zu geben – das eigentliche Marketing übernimmt sie im Idealfall dann selbst. Dies erklärt auf der einen Seite das große Potenzial von Social Media Marketing, stellt auf der anderen Seite aber auch eine große Herausforderung dar. Denn Social Media Marketing basiert auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Deshalb entzieht es sich bis zu einem gewissen Grad der eigenen Kontrolle.

Die Funktionsweise von Social Media Marketing lässt sich am besten mit Hilfe eines Vergleichs erklären. Für Social Networks wie Facebook, MySpace oder Xing gilt, dass sie gut mit einer Party vergleichbar sind. Auch hier begegnet man Freunden oder Bekannten und lernt auch ganz neue Menschen kennen. Es wird über den Beruf oder über Privates gesprochen, auch gern ein bisschen geflirtet, getratscht oder ein spannendes Buch empfohlen. Theoretisch macht das Social Networks und Partys aus zwei Gründen interessant für alle, die etwas zu verkaufen haben: zum einen sind potenzielle Kunden anwesend, zum anderen findet menschliche Kommunikation statt.

Im Social Media Marketing funktioniert es leider nicht, die Anwesenheit potenzieller Kunden direkt zu nutzen – ansetzen kann man ausschließlich bei der menschlichen Kommunikation. Um beim Bild der Party zu bleiben: die Vorstellung, dass ein Gast über einen Bauchladen seine Produkte direkt vor Ort verkauft oder die Party-Location mit seinen Werbeplakaten beklebt, wäre befremdlich. Dasselbe gilt für Social Networks. Diese Holzhammer-Strategie führt aus einem simplen Grund nicht zum gewünschten Erfolg: Klassisches Marketing im Social Web ist nichts anderes als Werbung, die an die eigentliche Kommunikation angedockt ist. Social Media Marketing bedeutet aber, wirklich Teil dieser Kommunikation zu werden, diese zu fördern und anzustoßen und sie auch – soweit wie möglich – zu steuern.

Den kompletten Bericht sowie weiteres Bildmaterial können Sie gerne anfordern unter info@moeller-horcher.de.