

Social Web – Hype oder nachhaltiger Trend?

Facebook ist sowieso in aller Munde, Twitter seit den Aufständen im Iran vielen ein Begriff. Nutzer lieben die einfache Bedienung, im Marketing schwärmt man von den viralen Effekten und nicht zuletzt gibt es neue Hoffnung in Bezug auf die demokratisierende, politische Sprengkraft der globalen Vernetzung. Doch wie gehen wir als Privatperson oder Firma mit dieser neuen Öffentlichkeit um? Ist Facebooks Postulat vom Ende der Privatsphäre legitim oder werden wir einfach überrumpelt?

Social Web und Ihr Unternehmen

Ob Sie es wollen oder nicht, über Sie und ihre Firma wird im Netz geredet und diskutiert – und natürlich auch geschimpft und genörgelt. Mit dem feinen Unterschied zu einem Stammtischgespräch, dass diese Online-Diskussionen persistent sind und in den Indices der Suchmaschinen landen. Vertuschungs- oder Sperrversuche führen im Netz zu nichts, ganz im Gegenteil. Es liegt an Ihnen, wie sie damit umgehen. Das hat weniger etwas mit ihrem

Nestlé vs. Greenpeace

Im März 2010 versucht Nestlé ein Greenpeace-Video auf Youtube zu sperren, in dem auf die Zerstörung des indonesischen Regenwalds für den Palmölanbau hingewiesen wird. Für Nestlé geht der Sperrversuch nach hinten los: Gerade dadurch erreicht die Greenpeace-Kampagne grössere Aufmerksamkeit.

www.greenpeace.org/kitkat

Internetauftritt als mit ihrer Unternehmenskultur zu tun. Nur wer Transparenz und Authentizität als essentiellen Teil seiner Firmenphilosophie sieht, kann im Web unbeschadet Krisen überstehen.

Wertschöpfungsorientierte Online-Kommunikation

Während bis vor einiger Zeit immer neue Communities aus dem Boden schossen, ist es jetzt sinnvoller, nicht mehr seine eigene Suppe zu kochen, sondern bestehende Netzwerke weitestmöglich in die eigenen Online-Aktivitäten einzubeziehen. Etablierte Social Networking Portale wie Facebook und Twitter verfügen über Schnittstellen, die sowohl eine Integration in die eigene Seite als auch Erweiterungen der Portale selbst erlauben. So sind auch Sonderlösungen möglich, die weit über die Standard Facebook Fan-Page hinausgehen.

Web 2.0 oder Social Web?

Ab 2004 brachte der Begriff „Web 2.0“ der gebeutelten IT-Branche Hoffnung auf einen neuen Aufschwung nach dem Zusammenbruch der New Economy.

Mit suggeriert wurde auch ein technologischer Versionsprung des Webs. Das war aber nur bedingt der Fall. „Web 2.0“ ist eher ein gut gewählter Marketingbegriff, der einen Paradigmenwechsel im Applikationsdesign für das Web in Richtung stärkerer Vernetzung der Benutzer und großen Fortschritten bzgl. Usability zusammenfasst.

Heute, sechs Jahre später spricht kaum mehr jemand von „Web 2.0“, das neue Liebkind der Branche heißt nun „Social Media“ oder „Social Web“.

Ist jetzt wieder alles ganz neu, oder sind das nur alte Versprechungen in neuem Gewand? Antwort darauf finden Sie in unserer Analyse.



HOLZWEG

Social Web bringt noch mehr Menschen ins Netz

Angebote im Netz werden immer zugänglicher und sind einfacher zu bedienen. Vor allem Facebook hat in dieser Hinsicht Maßstäbe gesetzt, die man sich zum Vorbild nehmen sollte. Tatsache ist jedoch, dass die Big Player wie Facebook und Google uns zu Benutzern erziehen wollen, die freierzig alles preisgeben und „teilen“. Wer soziale Netzwerke nutzt, sollte sich dieser Problematik bewusst sein und ein Auge auf seine Privatsphäreinstellungen werfen.

Open Source / Open Data

Parallel zu den kommerziellen, proprietären Containern wie Facebook und den App-Stores für mobile Anwendungen gibt es unzählige offene Initiativen wie OpenStreetMap oder die Open-Data-Bewegung. Diese Ansätze werfen natürlich alte Business-Modelle über den Haufen. Auf deren Basis werden dafür komplett neue Märkte entstehen, ähnlich wie sie durch das WWW selbst Mitte der 90er erst möglich wurden.



holzweg stellt vor

Walter Rafelsberger ist seit 2009 bei holzweg. In der Vergangenheit war er maßgeblich an der Konzeption und Umsetzung preisgekrönter Web- und Multimedia-Projekte beteiligt (u.a. Multimedia-Staatspreis in der Kategorie „Online Communities, Web 2.0 und Social Networks“).

Trendscouting bei holzweg

Wie geht holzweg mit den unzähligen Trends im Web um? Genau beobachten, auf dem Laufenden bleiben, und durch diesen Wissensvorsprung nachhaltige Entwicklungen erkennen. Nur so sind Maßnahmen und Entscheidungen in punkto Social Media Marketing, Online-Kommunikation und neueste Technologien möglich, die später nicht zu einer Enttäuschung werden.



Seifenblase *Second Life*

Bis 2007 musste jeder dabei sein, heute spricht keiner mehr davon. Leider gibt es keine genauen Zahlen, wie viele Millionen an Marketing-Budgets in der heute vergleichsweise leeren virtuellen Welt versenkt wurden.

Dos & Don'ts

- ⇒ Social Web-Strategie muss Chefsache sein, setzen Sie nicht unnötig ihr Image aufs Spiel
- ⇒ Verwechseln Sie nicht Experiment und Innovation!
- ⇒ Überprüfen Sie als User von Social Networks ihre Privacy-Einstellungen

Web-Strategie Social CRM

Es kommt nicht mehr nur auf ihre eigene Website an, sondern wie sie insgesamt im Web auftreten. Dabei geht leicht die Übersicht verloren, wenn sie als Unternehmen z.B. auf Facebook, Twitter und weiteren Services aktiv werden. Doch wie kommunizieren Sie am Besten auf diesen Plattformen und wie sind Erfolge messbar? Die Schnittstellen der Social Media Plattformen erlauben es, diese sowohl nahtlos in ihre bisherige CRM-Plattform zu integrieren, als auch maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. In beiden Fällen haben Sie den Vorteil, die im Web gestreute Online-Kommunikation von zentraler Stelle aus führen und vor allem auch dokumentieren zu können. Mit eigenen Monitoring-Lösungen sind in der Folge auch spezielle Auswertungen möglich.

Quellen und weiterführende Links

Icons / www.flickr.com/photos/mfinleydesigns/3652807080
Statistik / www.bit.ly/studie-mobiles-internet

holzweg e-commerce solutions

Sillgasse 12 / Top 201
6020 Innsbruck
+43 (0) 699 / 174 074 - 03
www.holzweg.com
office@holzweg.com



Facts

- ⇒ Fast 2 Mio. Österreicher nutzen Facebook
- ⇒ 30% der österreichischen Internet-Nutzer surfen mobil mit Laptop oder Smartphone

Holzweg ist seit 16 Jahren fixer Bestandteil der Tiroler IT-Landschaft. Mit einem Team von inzwischen 18 Mitarbeitern begleiten wir Projekte von der Idee zum erfolgreichen Launch. Unsere Firma bündelt die für zeitgemäße Projekte im Bereich Web und Mobile erforderlichen Kompetenzen und sorgt für ein eng verzahntes Zusammenspiel von Marketing, Online-Kommunikation und technischem Know How.