

BVDW: 10 Tipps für den Einstieg ins Social Media Marketing

Leitfaden für Unternehmen, Agenturen und Selbstständige /
Von der Planungsphase bis zur Erfolgsauswertung

Düsseldorf, 19. Juli 2010 – Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht zehn Tipps für den Einstieg ins Social Media Marketing. Der Leitfaden der Fachgruppe Social Media im BVDW spricht unter anderem Unternehmen an, die bisher noch keine Kampagnen im Social Web umgesetzt haben, beziehungsweise ihre ersten Aktivitäten überprüfen möchten. Auch für Agenturen und Selbstständige bietet der Ratgeber hilfreiche Tipps, angefangen bei der Planungsphase und Zielgruppenanalyse über Kampagnenformate bis hin zur Erfolgsmessung und Auswertung. Ziel ist es, anhand einer Social Media-Kampagne messbare Erfolge zu generieren. Erhältlich ist der Leitfaden „Messbarer Erfolg im Social Media Marketing / 10 Tipps für den Einstieg“ kostenlos auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Bereit für den direkten Kundendialog

„Unternehmen, die in Social Media erfolgreiches Marketing betreiben wollen, müssen bereit für den direkten Kundendialog sein. Schnelle Reaktionen und ehrliche Antworten sind gefragt. Hier muss in vielen Industriebereichen in Deutschland noch ein Umdenken stattfinden“, sagt Axel Schmiegelow (sevenload), Vorsitzender der Fachgruppe Social Media im BVDW.

Der BVDW-Leitfaden „Messbarer Erfolg im Social Media Marketing / 10 Tipps für den Einstieg“ in der Übersicht:

1. Orientieren Sie sich auch im Social Media Marketing an den Grundregeln erfolgreicher Kommunikationsplanung
2. Legen Sie konkrete Zielvorgaben fest
3. Nutzen Sie Targeting
4. Behalten Sie die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppe im Blick
5. Beweisen Sie Kreativität
6. Wählen Sie die richtige Art und die richtigen Orte der Ansprache
7. Messen Sie den Kampagnenerfolg und überprüfen Sie mögliche Wechselwirkungen
8. Entscheiden Sie sich für den richtigen Mix in der Erfolgsmessung
9. Achten Sie auf die Erhebung relevanter Daten zur Erfolgsmessung
10. Berücksichtigen Sie die Erfolgsfaktoren von Social Media-Kampagnen

Wettbewerbsvorteil im lokalen Umfeld

„Social Media Marketing ist nicht nur für große Unternehmen und Marken interessant. Auch kleine Existenzgründungen und Einzelhändler

können sich zum Beispiel im lokalen Umfeld einen Wettbewerbsvorteil verschaffen“, ergänzt Patrick Wassel (Tribal DDB), stellvertretender Vorsitzender der Fachgruppe Social Media im BVDW.

Autoren des Leitfadens

- **Matthias Postel** (iCompetence)
- **Mike Schnoor** (sevenload), Unitleiter Business Development/ Marketing der Fachgruppe Social Media im BVDW
- **Anna-Maria Zahn** (Business Intelligence Group)

Weitere BVDW-Veröffentlichungen zum Thema Social Media

- Meine Kinder in Sozialen Netzwerken – 10 Tipps für Eltern, um den richtigen Umgang zu fördern
- Social Media-Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter
- Social Media Code of Ethics
- Sicherer Einstieg in Soziale Netzwerke - 10 Tipps, die Nutzer beachten sollten
- Social Media Kompass, Standardwerk der digitalen Wirtschaft

Alle Leitfäden sind kostenlos erhältlich unter www.bvdw.org sowie der BVDW Social Media Kompass kostenpflichtig unter www.bvdw-shop.org.

Weitere Informationen auf Anfrage sowie unter www.bvdw.org.

Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
www.bvdw.org/presseserver/social_media_marketing/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:
Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder,

gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW.

Wir sind das Netz.