

Buch-Tipp

„Social Media Relations“

Bernhard Jodeleit, 2010

Facebook ist weltweit das am meisten genutzte soziale Netzwerk im Internet. Es soll mehr als eine halbe Milliarde Mitglieder haben, der geschätzte Marktwert liegt bei über 30 Milliarden Dollar. Es bietet Platz für Fotos, Videos, für Gedanken, für persönliche Erlebnisse, Interessen und Gefühle. Viele Menschen verbringen viel Zeit in ihrer Facebook-Welt. Klar, dass Unternehmen gerne dabei wären: Facebook als Marketinginstrument, als Transportmedium für Botschaften.

Bernhard Jodeleit bietet in seinem Buch „Social Media Relations“ ein Kapitel genau zu diesem Thema. Er beschreibt die Chancen für Unternehmensaktivitäten aber auch die Fallstricke. Denn Facebook befindet sich genau an der Grenze zwischen Privatbereich und unternehmerischer Kommunikationsstrategie.

Hier kann eine professionelle Darstellung angehaucht mit einer persönlicher Note stattfinden. Zum Beispiel können kleine und mittlere Unternehmen sich selbst, ihre Persönlichkeit darstellen. Es können Gruppen eingerichtet werden, die es ermöglichen zu ausgewählten Themen mit Interessierten in Dialog zu treten. Doch vorher sollte geklärt werden: wer aus dem Unternehmen darf sich bei Facebook engagieren? Empfehlenswert sind auch gezielte Trainingsmaßnahmen und Workshops. Sonst kann das Ganze schnell zum Reinform werden.

Bernhard Jodeleit gibt noch weitere gute Tipps rund um Facebook. Auch andere Aktivitäten wie Blogs und Twitter kommen dabei nicht zu kurz. Und er stellt diese Maßnahmen immer wieder in einen übergeordneten Zusammenhang – denn nur mit einer ganzheitlichen Strategie lassen sich gesteckte Kommunikations-Ziele auch erreichen.

„Social Media Relations“. Von Bernhard Jodeleit. Erschienen im dpunkt.Verlag. Das Buch kostet 29,90 €. Und es ist jeden Cent wert.