

Mit Facebook die Zielgruppe erreichen

16.11.2010, 17:34 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Pilszczek Public Relations*



Beziehungspflege und Kundengewinnung mittels Internet. / Neue Wege der Unternehmenskommunikation. / Facebook, Twitter und Co. als Kanäle für Kommunikationsbotschaften. / spr-hamburg.de berät Unternehmer in Fragen der Internetstrategie. / ppr-hamburg.de bringt Unternehmen ins Netz. /

HAMBURG. Eine Studie des amerikanischen Medienunternehmens Burson-Marsteller ergab, dass 79 Prozent der 100 größten Unternehmen in der Fortune-500-Liste Twitter, Facebook, Youtube oder Blogs als aktive Kommunikationskanäle nutzen. Insbesondere im B2C-Bereich empfiehlt sich dabei eine Präsenz im größten Sozialen Netzwerk: Facebook. Facebook dient nicht nur dazu, den Endkunden zu umwerben, sondern auch, um potenzielle Mitarbeiter zu erreichen – und gleichzeitig das Unternehmen als moderne, in Echtzeit und aktuell arbeitende Firma zu präsentieren. 54 Prozent der untersuchten Unternehmen haben aus diesem Grund eine Facebook-Fanseite. „Viele Unternehmen verschenken Potenzial, wenn sie sich nur auf klassische Medienkanäle stützen“, erläutert Rafael Robert Pilszczek, Gründer und Inhaber der Hamburger PR-Agentur PPR (www.ppr-hamburg.de). „Soziale Netzwerke wie Facebook erlauben den Dialog mit Geschäftspartnern, Kunden und potenziellen Bewerbern in Echtzeit.“ Zudem besteht die Möglichkeit, zu Veranstaltungen einzuladen, Bilder, Videos, Links und Kommentare zu aktuellen Ereignissen zu posten. Facebook ist zugleich eine Form des Marketings, das virale Effekte nutzt und hilft, gezielt in einen Dialog zu treten. Zudem ist es kostenfrei.

„Gerade im Bereich B2C ist Facebook eine beliebte Plattform für Unternehmen – können sie doch so im schnellst wachsenden Sozialen Netzwerk der Welt auf sich aufmerksam machen. Nicht nur Konzerne, auch der Mittelstand und kleinere Firmen müssen umdenken und klassische Kommunikation mit Online-Kommunikation kombinieren“, sagt Rafael Robert Pilszczek. Immer mehr Unternehmen erkennen die Notwendigkeit, im Internet nicht nur mit einer statischen Homepage präsent zu sein, sondern auch aktiv in Sozialen Netzwerken zu kommunizieren. Nach einer Untersuchung der Uni Oldenburg sind 60 Prozent der großen Marken in Deutschland mittlerweile auf Social-Media-

Seiten aktiv. Die von Unternehmen in Deutschland am häufigsten genutzten Onlinedienste sind dabei Twitter und YouTube. Auch Pilszek Public Relations hat auf die Entwicklungen im Netz reagiert. Mit dem SPR-Prinzip (www.spr-hamburg.de) hat PPR ein schlagkräftiges Online-Paket entwickelt, dessen Bausteine einzeln oder als Ganzes individuell auf die Kundenwünsche abgestimmt werden.

Das SPR-Prinzip, im Netz unter www.spr-hamburg.de zu finden, teilt sich in vier Bereiche:

1. Social Networking – die sozialen Netzwerke Twitter und Facebook bieten Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, mit ihren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und weiteren Bezugsgruppen in einen Dialog zu treten. Sie bilden damit eine wertvolle Ergänzung zur konventionellen Unternehmenshomepage.
2. Social Press Review – macht den Erfolg der Unternehmenskommunikation messbar. Ein gut gepflegter Pressespiegel auf der Webseite zeigt nicht nur den Grad der Unternehmenspräsenz in den Medien auf, sondern ist auch ein überzeugendes Instrument zur Neukundengewinnung.
3. Social Dialogue – steht für die veränderten Kommunikationswege zwischen Unternehmen und deren Bezugsgruppen – weg von der Einwegkommunikation und hin zum Dialog. Durch eine abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit und das Nutzen von Kommunikationsplattformen im Netz schafft www.spr-hamburg.de Möglichkeiten der Interaktion zwischen Unternehmen und Bezugsgruppen.
4. Social News – kontinuierliche und präzise Informationspolitik in Form eines Newsletters stärkt das Vertrauen in ein Unternehmen und kann dessen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit positiv beeinflussen.

Kontinuierliches Issues Management ist wichtig, um Themen im Netz frühzeitig erkennen und aktiv aufspringen oder gegensteuern zu können. „Wir übernehmen das für unsere Kunden und entwickeln mit ihnen gemeinsam passgenaue Lösungen“, sagt PR-Unternehmer Pilszek. Für die Online-Kommunikation hat der PPR-Gründer die Marke SPR (www.spr-hamburg.de) entwickelt. Bereits mit einer Sechsmonats-Kampagne, entwickelt von www.spr-hamburg.de, können Unternehmer die Sozialen Netzwerke für ihr Beziehungsmanagement erschließen. Eine Reihe von PPR-Kunden, darunter der Arbeitskreis der Hamburger Innungen, WHDI, sind bereits mit Konzepten von www.spr-hamburg.de im Netz erfolgreich.

Portrait

Pilszek Public Relations ist eine inhabergeführte PR-Agentur im Süden Hamburgs. Geschäftsführer Rafael Robert Pilszek, Magister in Germanistik, Philosophie und politischen Wissenschaften, wagte 1998 den Schritt in die Selbständigkeit. PPR steht für kluge Kommunikation – individuell auf die Bedürfnisse der Kunden und ihrer Zielgruppen abgestimmt. Dabei setzt Pilszek Public Relations neben klassischen Kommunikations-Instrumenten auch verstärkt auf neue Medien. Die Kompetenzen im Bereich Social Media hat Pilszek Public Relations unter dem Begriff SPR gebündelt.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/486516/Mit-Facebook-die-Zielgruppe-erreichen.html>