



10 todsichere Tipps zum Misslingen Ihres Social Web – Auftritts

Social Webs beherrschen die Medien. Facebook ist Trend. Twitter, XING, LinkedIn & Co werden von den Unternehmen zusehends als Potenzial für das Recruiting, Employer Branding sowie als umfassendes Marketingtool erkannt und eingesetzt.

Doch Vorsicht: Social Networks verzeihen keine Experimente, keinen Aktionismus ohne Konzept. Wir laden Sie deshalb ein, mit einem kräftigen Augenzwinkern die nachstehenden Tipps zum sicheren Scheitern in der Social Media – Welt zu sehen.

Mag. Alexandra Holzlechner

Kaum ein Thema wird in den Unternehmen derzeit so umfassend diskutiert, wie die Bedeutung und die Möglichkeiten von sozialen Netzwerken für ihr Unternehmen.

Durch die breiten Perspektiven, welche diese Plattformen bieten, wird die Welt kleiner. Die Chance, direkte Kontakte mit einem nahezu unendlich breiten Publikum zu knüpfen, erscheint zielführend. Die Positionierung in Social Webs führt anstelle einer One way-Kommunikation in Richtung Kunden zu einem dialogorientierten

Miteinander. Die Generation Y, welche sich intensiv in sozialen Netzwerken bewegt, kann für das Unternehmen gewonnen werden. Der intensive Austausch führt zu Verbesserungen, macht neue Chancenpotenziale auf.

Ist Social Networking demnach die Wunderwaffe im global härter werdenden Kampf um MitarbeiterInnen und KundInnen? Möglicherweise – wenn man die nachstehenden Tipps **NICHT** beachtet:

1. Verschenden Sie keine Zeit für die Arbeit an der Social Media - Strategie

Accounts für die gängigen Social Media – Plattformen sind schnell angelegt. Schon können Sie auf XING oder LinkedIn durchstarten. Das Social Web ist doch viel zu schnelllebig für langfristige Gesamtkonzepte. Und wenn es nicht funktioniert, kann man die Accounts einfach wieder löschen.

2. Verzichten Sie auf die Einbindung des Managements

Führen Sie Social Media bottom-up ein und verzichten Sie auf die Einbindung des Managements bei der Einführung von e-Recruiting. Die Geschäftsführung wird es Ihnen danken, wenn sie nicht unnötig mit neuen Technologien belastet wird.

3. Nutzen Sie Ihre Kommunikationsabteilung

Wer möchte denn, dass Botschaften seines Unternehmens ins Internet getragen werden, bei denen nicht tagelang am Wording gefeilt worden ist? Sorgen Sie für eine ordentliche Vorzensur sämtlicher Artikel der HR-Abteilung durch die Presseabteilung und Ihr Auftritt im Netz wird makellos sein.

4. Setzen Sie auf einmalige Inhalte

Kreieren Sie einmaligen Content für Ihre Social Web – Seiten. Es macht Arbeit, HR-Blogs oder Lehrlingsseiten laufend mit hochqualifizierten Inhalten zu füllen. Beschränken Sie sich deshalb lieber auf statische Seiten. Oder posten Sie die

Inhalte mehrfach. Und erzählen Sie bloß keine Geschichten, die Mehrwert generieren, denn das könnte zu unerwünschtem Austausch führen.

5. Nutzen Sie günstige Ressourcen für die Betreuung

Nutzen Sie StudentInnen bzw. PraktikantInnen für die Wartung und Betreuung Ihres Social Web-Auftritts. Gerade die Generation Y kennt sich mit Facebook bestens aus, warum sollte sich also die Bereichsleitung HR darum annehmen?

6. Vermeiden Sie jeglichen Dialog

Setzen Sie bei Ihren Bewegungen im Social Web auf Monolog statt auf Dialog. Vermeiden Sie direkte Kontakte mit Ihren Stakeholdern und antworten Sie auf Anfragen anonym oder gar nicht.

7. Verabschieden Sie strenge Guidelines

Erlauben Sie Ihren MitarbeiterInnen im Arbeitskontext keinerlei Social Media-Aktivitäten. Schließlich wollen Sie ja die Kontrolle behalten, auch wenn Ihre MitarbeiterInnen im Social Web großzügig als virtuelle BotschafterInnen Ihres Unternehmens deklariert werden.

8. Konzentrieren Sie die Social Media-Aktivitäten bei einer Abteilung

Ordnen Sie die Social Media-Aktivitäten ausschließlich einer Abteilung zu. Und bitte keine Einbindung weiterer Unternehmensbereiche, sonst erhöht sich die Möglichkeit, dass ein buntes Spektrum an Inhalten für das Social Web entsteht.

9. Verzichten sie auf Monitoring und Analyse

Controlling macht nur Arbeit. Verzichten Sie deshalb darauf, Kennzahlen aus Ihren Social Media-Aktivitäten zu erheben bzw. auszuwerten. Haben Sie einmal Ihre Recruitingkanäle festgelegt, vermeiden Sie es diese zu ändern. Je weniger Arbeit Sie mit den Kennzahlen und dem Monitoring haben, desto mehr Social Media – Kanäle können Sie bespielen.

10. Löschen Sie unverzüglich kritische Inhalte

Jemand bemängelt das von Ihrer HR-Abteilung durchgeführte Bewerbungsverfahren auf Facebook? Zögern Sie nicht, solche Inhalte unverzüglich zu löschen und nehmen Sie bloß keine inhaltliche Stellung dazu. Ihre Kommunikationsabteilung wird für eine geeignete Krisenkommunikation schon gewappnet sein.

Dieser Artikel soll Sie keinesfalls davon abhalten, Social Media im Unternehmen einzusetzen. Ganz im Gegenteil. Richtig eingesetzt bietet die digitale Vernetzung viele neue Optionen. Es gilt lediglich achtsam zu sein, die Social Media – Welt kritisch zu hinterfragen und anstelle halbdurchdachter Lösungen die oben angesprochenen Punkte im Vorfeld zu durchdenken.

Betrachtet man dies, ist der Einsatz von Social Media zwar kein Zaubermittel, aber ein kräftiges Personalmarketingtool, welches keinesfalls außer Acht gelassen werden soll.

Der Social Media–Hype selbst ist jedoch vorbei. Social Media ist bzw. wird in Kürze zum Standard. Unternehmen haben – um State of the Art zu sein – Social Media zum Einsatz zu bringen. Genauso wie eine E-Mailadresse vorausgesetzt wird, haben Unternehmen künftig einen Zugang zu den Social Webs zu haben. Es stellt sich in Zukunft nicht die Frage, ob die Unternehmen im Social Web mitmachen. Es stellt sich nur die Frage, wie gut.

lounge

Wir haben die Top Bewerber
mit profundem Werdegang
und hoher sozialer Kompetenz
www.motiv.at

In dieser Rubrik stellen wir Ihnen regelmäßig Personen vor, die uns im Gespräch überzeugt haben.

Kontaktieren Sie uns bitte, wenn Sie ein Profil anspricht. Wir stellen Ihnen gerne den Kontakt zu unseren BewerberInnen her.

>> Vertriebsleiter

Chiffre Nr. 14814

37 Jahre, männlich, internationale Prägung (A, I, GB)
Handelsakademie, Studium Betriebswirtschaft
Zusatzbildungen: diverse Seminare (Jahresabschluss, Betriebsanalyse, etc.) und verschiedene technische Schulungen

Erfahrung in folgenden Positionen:

International Sales Manager (auch Aufbau Außenstelle in USA), Key Account Manager, Leitung Produktmanagement

>> HR-Managerin

Chiffre Nr. 14804

48 Jahre, weiblich
kaufmännische Grundausbildung
Zusatzbildungen: Arbeitsrechtliche Seminare, Lehrlingsausbildungskurs, Weiterbildungen in Team- und Organisationsentwicklung sowie Führungskräfte-Lehrgang, Coaching, Lohnverrechnung

Erfahrung in folgenden Positionen:

HR-Managerin, Personalleitung in produzierenden Betrieben

>> Geschäftsleitung/ Management

Chiffre Nr. 5706

53 Jahre, männlich
kaufmännische Ausbildung
Zusatzbildungen: umfassende Weiterbildungen (Managementseminare, reteaming-Coaching, Qualitätsmanagement, Marketinglehrgang), kommunikationsfähiges Englisch

Erfahrung in folgenden Positionen:

langjährige Erfahrung in verschiedensten Führungspositionen (Geschäftsführer, Regionalleiter, Unternehmensberater) mit Schwerpunkt Vertrieb, Controlling, Logistik und QM in den Sparten Großhandel sowie Spa und Wellness

>> Physiker/ Forschung & Entwicklung

Chiffre Nr. 14642

38 Jahre, männlich
HTL Elektronik, Studium Technische Physik (mit Auszeichnung bestanden), Doktorat Elektrotechnik (mit Auszeichnung bestanden)
Zusatzbildungen: diverse Inhouse-Führungskräfte trainings und Schulungen, sehr gute EDV-Kenntnisse

Erfahrung in folgenden Positionen:

Technischer Produktmanager (im Sonderanlagenbau), Forschungswissenschaftler, Qualitätsmanager, zahlreiche wissenschaftliche Publikationen

>> Kaufmännischer Leiter

Chiffre Nr. 13144

46 Jahre, männlich
AHS-Matura, Lehrabschluss Bürokaufmann
Zusatzausbildungen: diverse Inhouse-Führungskräftetrainings und Schulungen, kommunikationsfähiges Englisch, sehr gute EDV-Kenntnisse

Erfahrung in folgenden Positionen:

Vertriebsleitung (Markenartikel), Filialleitung (Handel), Logistik (Handel)

>> Geschäftsleitung/ Management

Chiffre Nr. 14863

41 Jahre, weiblich
AHS-Matura, Studium Bodenkultur
Zusatzausbildungen: Exportlehrgang, breite Palette an Führungskräftetrainings und Seminaren im Lebensmittelbereich sowie zum Thema Auslandsgeschäfte, verhandlungssicheres Englisch, Französisch (Maturaniveau)

Erfahrung in folgenden Positionen:

Vertriebsleiterin, Leiterin Produktentwicklung, Key Account Manager, jeweils Lebensmittelbranche