



Checkliste Social Media im B2B



Mit dieser Checkliste überprüfen Sie Ihre Darstellung in der Öffentlichkeit. Die Liste kann für Ihr Profil in LinkedIn, XING, Twitter oder Facebook genauso gelten wie für Ihre Unternehmenswebsite.

1. Profilfoto

Ein Bild sagt mehr als Worte. Was sagt mein Bild über meine Professionalität aus?

2. Wer bin ich?

Versteht ein möglicher Besucher sofort, was er von mir erwarten kann?

3. Was bekommt er?

Erinnern Sie sich noch an den Bohrer und das Loch? Der Kunde will letztlich das Loch. Beschreiben Sie in ihrem Profil noch den Bohrer, sein Gewicht und seine Umdrehungsgeschwindigkeit?

Oder sind Sie schon kundenorientiert und zeigen ihm das Loch, das er bekommen wird?

Nehmen Sie sich ein paar Minuten und prüfen Sie diesen Punkt besonders kritisch.

4. Gemeinsamkeiten

Jede Art von Gemeinsamkeit verstärkt die Sympathie. Haben Sie potentielle Gemeinsamkeiten in Ihrem Profil dargestellt? Sportarten, Musikinstrumente, Hobbys und Interessen, sowie regionale oder kulturelle Gemeinsamkeiten können hilfreich sein. Und bestimmt überlegen Sie genau, welche davon Sie öffentlich machen wollen. Allerdings sollten Sie nicht zu scheu sein, weil jedes verborgene Interesse schon keine Gemeinsamkeiten mehr erzeugen kann.

5. Vorhandene Beziehungen

Wenn klar wird, dass wir gemeinsame Bekannte haben, ist die Annäherung viel leichter. Sobald Sie Ihre realen Kontakte in Ihrem Profil transparent machen, wird es leichter, neue wertvolle Kontakte zu machen. Die Strategie, seine Kontakte geheim zu halten, mag zunächst sinnvoll erscheinen, um Kunden vor Wettbewerbern zu verbergen, allerdings wird dadurch gleichzeitig die Chance zerstört, gute Kontakte Ihrer Kunden leichter kennenzulernen. Ihre Entscheidung!

6. Wasserloch sein

In den Steppen dieser Welt versammelt sich die Tierwelt am Wasserloch. Da treffen alle mit einem Interesse aufeinander: Trinken. Seien Sie das Wasserloch Ihrer Zielgruppe, indem Sie die zentralen Interessen befriedigen. Liefern Sie interessante Inhalte für Ihre Zielgruppe, statt nur Eigenwerbung. Machen Sie sich nützlich, indem Sie Wichtiges und Unterhaltsames für die Zielgruppe posten und kommentieren. Wenn Sie keine eigenen Inhalte produzieren können, dann nutzen Sie die modernen Medien um passende Inhalte zu finden und für Ihre Zielgruppe zu sammeln.