

Social Media – mehr als Cat Content

Impuls von Nadine Huss, Dozentin der UNTERNEHMERSchule Andernach-Mendig-Pellenz

„Social Media? Ach, das ist ja einfach. Das bisschen rumklicken...“ – so oder ähnlich ist das Bild in vielen Köpfen, wenn es um Facebook, Instagram & Co. geht. Ein bisschen Klicken, ein bisschen Liken, ab und zu ein witziges Bild teilen oder den Werbeflyer abfotografieren und teilen.

Meistens kommt nach dieser ersten „Alles easy“-Erkenntnis eine zweite: Das bringt alles überhaupt nicht.

Stimmt. Social Media bringt nichts.
Zumindest nicht so.

Denn Social Media ist viel mehr als Cat Content und platte Werbung: Social Media braucht Konzepte und vor allen Dingen Monitoring und Controlling. Menschen, die sich intensiv mit dem Thema der sozialen Netzwerke beschäftigen, stellen schnell fest: Contenterstellung braucht viel Zeit – insbesondere, wenn es welcher werden soll, der dann doch „was bringt“. Tatsächlich ist es so, dass man im Social Media Marketing viel Zeit damit verbringt, Zahlen zu analysieren, Zielgruppen zu bilden, Ansprachen zu finden. Das Klicken, Liken und Teilen – ja, das ist tatsächlich einfach. Eine gute Idee fürs Unternehmen zu entwickeln, das passende Netzwerk zu finden und die Nachhaltigkeit der eigenen Maßnahmen über Kenn- und Kontrollzahlen zu messen, braucht Know-how.

Zur Person:

*Nadine Huss ist seit über 20 Jahren Dozentin und hat mehr als 10 Jahre Agenturerfahrung. Sie berät Unternehmen rund um Online Marketing und Kommunikation mit den entsprechenden Zielgruppen. Als E-Commerce-Expertin ist sie nicht nur als Prüferin für verschiedene Kammern unterwegs und arbeitet in Ausschüssen rund um die neue Aufstiegsweiterbildung „Staatlich geprüfte/r Fachwirt/in im E-Commerce“ mit, sie schreibt darüber hinaus aktuell auch an einem Buch für E-Commerce – Manager*innen für einen renommierten Verlag. Gerne begleitet sie auch Sie in Ihren Online Aktivitäten.*

<https://www.nadine-huss.de>