

ricochet

Google+

White Paper | **Google+**

Teil 2/3

Teil 2: Google+ und mögliche Strategien im Einsatz mit an- deren sozialen Plattformen und Kommuni- kationstools.

Nach unserem ersten Teil mit den wichtigsten Funktionen im sozialen Netzwerk Google+ möchten wir uns im zweiten Teil den Möglichkeiten der Unternehmenskommunikation widmen. Um als Unternehmen erfolgreich in einem sozialen Netzwerk zu bestehen, bedarf es vorab einer ausgefeilten Strategie und der Festlegung des gewünschten Ziels.

Aus Business-Sicht eignet sich die Einbindung von Google+ für die Unternehmenskommunikation besonders, wenn:

- Mitarbeiter als Kompetenzträger und Ansprechpartner positioniert werden und so eine vielschichtige Vernetzung möglich wird
- die Kompetenz von Mitarbeitern für den Imagetransfer des gesamten Unternehmens genutzt wird
- von den Mitarbeiterprofilen auf wichtige andere Unternehmenspräsenzen verlinkt wird
- das Ranking der Firmenpräsenz durch die Integration des +1-Buttons verbessert wird

Wenn Sie dagegen nur den Abverkauf steigern möchten, Gewinnspiele veranstalten, Ihr Unternehmen positionieren oder klassisches Marketing betreiben möchten, erzielen Sie zur Zeit durch Google+ bislang selten positive Ergebnisse. Doch es existieren jede Menge anderer spannender Möglichkeiten, Google+ aus Unternehmenssicht sinnvoll zu nutzen. Diese möchten wir Ihnen im Folgenden aufzeigen.

Der Social Employee

Unter einem sogenannten Social Employee versteht man einen Mitarbeiter, der als Sprecher im Social Web zur Umsetzung einer Corporate Social Media Strategie eine bedeutsame Rolle spielt. Es hat sich gezeigt, dass es sehr effektiv ist, wenn ein konkret benannter Mitarbeiter für ein Unternehmen oder eine Marke steht. Ein vertrauter, fester Ansprechpartner ist für viele Personen wertvoll und erhöht die Kundenbindung. Da bei Google+ das offene Netzwerk im Vordergrund steht und nicht nur private, der Öffent-

lichkeit eigentlich nicht zugängliche Beziehungen, eignet es sich sehr gut für derartige Kommunikationsmodelle.

Google+ kann somit als wertvolles Akquisitionstool dienen, welches sich von anderen Plattformen wie Xing oder LinkedIn abhebt. Die Kommunikationsmöglichkeiten sind vielfältig und die Kontakte können durch die Circles klar vorstrukturiert werden.

Google+ als Unternehmensblog

Alle Beiträge bei Google+ sind generell offen – so können sie von allen Usern gelesen werden, eben wie ein Blogbeitrag. Durch die mögliche individuelle Gestaltung und Formatierung wird die Lesetauglichkeit erhöht. Zusätzlich können Fotos, Videos oder Links hinzugefügt werden und so einen Blogbeitrag komplett ersetzen. Da sich die Leser nicht erst einloggen müssen, um einen Kommentar zum Beitrag abzugeben, wie es bei Blogs oft der Fall ist, sinkt die Hemmschwelle und Diskussionen kommen leichter in Gang. Diese bilden oftmals die Basis einer Beziehung innerhalb von Google+.

Google+ als Konferenz

Die Suche bei Google+ ist sehr intelligent und damit seinen Konkurrenten weit voraus – so können bspw. Personen gefunden werden, die die gleichen Interessen oder Kompetenzgebiete haben. Diese Personen können in die eigenen Circles aufgenommen werden. Durch das Hinzufügen folgt man dieser Person und bekommt somit mit, was über das Thema publiziert und was am Markt gesprochen wird. Wie oben bereits erwähnt, finden auf Google+ auch mehr Businessdialoge statt als auf anderen Netzwerken. So wird Google+ rundum zu einer Plattform, die für das Networking im Businessbereich sehr gut geeignet ist – vergleichbar mit einer großen Konferenz, auf welcher man Kontakte zu Fachleuten oder Personen mit gleichem Interesse knüpfen kann. Wenn der Einsatz stimmt, ist es möglich einen großen Know-how-Transfer ablaufen zu lassen: Mitarbeiter werden über ihr Themengebiet stets aktuell informiert und können kompetent agieren.

Google+: Aufbau von Kompetenzen und Profilen

Wie im richtigen Leben, trägt der Umgang mit anderen Personen auch virtuell bei Google+ wesentlich dazu bei, wie man wahrgenommen wird. Ist man nur ein Querulant und macht alles schlecht, was andere posten oder geht man kompetent und sachlich mit Beiträgen um und gibt selbst auch kompetente Informationen von sich? Der eigene Auftritt kann sich nachhaltig auf das eigene Netzwerk auswirken!

Wer sich in einem bestimmten Fachgebiet auskennt und mit seinen Mitmenschen gut umgeht, kann sicherlich bald ein interessantes Netzwerk bilden. Um seine Reputation zu untermauern, sollte man sich von Anfang an klar positionieren und ein konsequentes Themenmanagement betreiben. So wird für jeden klar, wofür man steht. Tritt man in diesem Kontext als Mitarbeiter eines Unternehmens auf, kann dadurch ein positiver Imagetransfer vom kompetenten Mitarbeiter auf das Unternehmen erfolgen.

Hat man selbst nicht viel zu sagen, ist dies nicht weiter schlimm, auch durch „zuhören“ und verweisen auf kompetente Beiträge kann man sich virtuell einbringen. Auch dies hat einen Effekt – die Autoren, deren Beiträge Sie teilen, werden gewürdigt und Sie gelten als gute Quelle für Hinweise zu interessanten Fachbeiträgen.

Facebook oder Google+ – muss man sich entscheiden?

Ist man bereits bei einem anderen sozialen Netzwerk angemeldet und postet Beiträge, wird es schnell kompliziert, wenn man bei Google+ auch noch damit beginnen muss. Einerseits, weil sich der Aufwand verdoppelt, andererseits aber hauptsächlich wegen möglicher Doppelpostings für angemeldete Personen und deren Kommentare auf verschiedenen Plattformen. Der doppelte Aufwand kann allerdings gelöst werden: es gibt inzwischen Systeme, die automatisch Beiträge auf bspw. Facebook und Google+ posten. Aber die Doppelpostings können für User äußerst nervend sein. Dennoch wird laut Experten für Unternehmen langfristig gesehen, kein Weg daran vorbeiführen, auf beiden Plattformen einen Auftritt

zu haben und diesen zu pflegen. Dabei sollte man allerdings unbedingt für jedes Netzwerk eine Strategie festlegen, um die Vorzüge der jeweiligen Plattform ausschöpfen zu können.

Google+ und Suchmaschinen

Wichtig zu wissen: Google+ beeinflusst das Suchmaschinenranking! Sämtliche +1-Bewertungen und Shares fließen in den sogenannten „Social Graph“ ein, sofern der User während des Suchens bei Google+ angemeldet ist. Des Weiteren steigen Suchergebnisse in ihrer Relevanz, die von Kontakten bei Google+ mit +1 bewertet oder geteilt werden. Dadurch wird die Google-Suche um eine soziale Komponente oder Gewichtung ergänzt. Im Ranking hat dies eine positive Auswirkung auf die Reputation im Web von Unternehmen und Personen.

Natürlich bleibt der Google-Suchmaschinen-Algorithmus weiterhin nicht ergründbar. Klar ist aber, dass sich die Suchergebnisse teilweise stark ändern und Inhalte mit Empfehlung steigen in der Relevanz deutlich. Im Moment lässt sich allerdings noch keine klare Aussage machen, wie groß diese Auswirkungen tatsächlich sind. Auch ist der +1-Button bis jetzt noch nicht so verbreitet wie etwa der Like-Button von Facebook, doch mit der Zeit wird er bestimmt stärker genutzt werden.

Scheinbar wirkt sich eine Präsenz bei Google+ auch positiv auf den Qualitätsfaktor bei Google AdWords aus. Als Konsequenz wird die Auslieferung der Anzeigen optimiert und die Kosten pro Klick verringern sich. Der verbesserte Qualitätsfaktor führt wiederum zu niedrigeren Kosten pro Klick und rentiert sich so für werbetreibende Unternehmen.

In der Google-Suche heben sich die Unternehmensseiten ab: wer nach einem Unternehmen oder einer Marke sucht, dem wird der Eintrag einer entsprechenden Google+ Seite direkt mit Vorschau-Bild und Kurzinformation angezeigt. So hebt sich der Eintrag deutlich von den sonstigen automatisch generierten Vorschlägen (Google Suggest) ab und leitet den Nutzer schneller auf die entsprechende auf Google+-Seite.

Fazit

Google+ erreicht momentan noch nicht wirklich viele Menschen und aus Marketingsicht erscheint die Teilnahme noch nicht zwingend notwendig. Man kann aber davon ausgehen, dass sich das über kurz oder lang ändern wird. Was als gesichert gilt, ist dass Google+ große Auswirkungen auf die Google-Suche hat und allein deshalb ist ein Unternehmensauftritt bei Google+ durchaus jetzt schon sinnvoll.

Grundsätzlich ist Google+ für Unternehmen, die ihre Mitarbeiter und deren Kompetenzen positionieren möchten, interessant. Wie geschildert, eignet sich das Netzwerk für Fachgespräche sehr gut und bietet eine optimale Plattform für Business-Kontakte. Somit grenzt Google+ sich von Facebook, das eher privat genutzt wird, klar ab. Für Unternehmen entwickelt sich mit Google+ eine ganz neue Perspektive – sie können nutzbringend in sozialen Netzwerken auftreten und ihren Kunden einen echten Mehrwert bieten.

Quelle: InternetWorld Business 22/11