

ricochet

Google+

White Paper | **Google+**

Teil 3/3

Teil 3: Company Pages

Nachdem wir im zweiten Teil unserer Serie auf die Möglichkeiten der Unternehmenskommunikation auf Google+ eingegangen sind, möchten wir Ihnen zeigen, wie Sie sich in diesem Netzwerk als Firma optimal präsentieren.

Google+ dürfte bald im Social Media Plan vieler Pionierunternehmen erscheinen. Am 8. November 2010 hat Google die offiziellen Seiten für Organisationen, Vereine, Parteien, Initiativen und Unternehmen freigeschaltet. Allerdings muss vor dem direkten Einstieg in das Netzwerk die Hürde eines Google Accounts und einer Google+ Profilseite für den Administrator der Firmenseite genommen werden.

Schritt für Schritt zur Company Page

Bevor Sie allerdings sofort mit der Erstellung Ihrer Firmenpräsenz beginnen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen, wie Sie Ihr Unternehmen positionieren und welche Inhalte Sie nach Außen kommunizieren. Welches Ziel Sie bei der neuen Social Media Plattform verfolgen, haben Sie ja bereits vorab festgelegt.

Zugegeben erinnern die Business Pages auf Google+ stark an die Optik der Facebook Pages. Die Unterschiede liegen daher überwiegend im Detail. Die Bildleiste ist der Eye-Catcher Ihrer Firmenpräsenz. Sie besteht aus fünf Bildern, welche geschickt kombiniert ein Gesamtbild ergeben. Sie können sich daher schon im Vorfeld Gedanken über die Gestaltung Ihrer Bildleiste machen. Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit Ihr Firmenlogo prominent zu platzieren.

Das Anlegen einer Google+ Firmenseite ist ein Kinderspiel. Sobald Sie sich auf dem gewünschten Administratorprofil befinden erscheint ein Button mit dem Titel „Google+ Seiten erstellen“. Folgen Sie den Anweisungen und Ihre Business Page ist im Nu erstellt. Im Anschluss finden Sie diese als Unterseite des Administratorprofils. Neben dem Profilbild finden Sie ein Drop-Down Menü, über welches Sie die Company Page aufrufen können. Darüber hinaus finden Sie im ausgeklappten Untermenü die Funktion „Seiten verwalten“. Hier haben Sie einen Überblick über all Ihre erstellten Seiten und können diese bearbeiten oder entsprechend konfigurieren. Sobald Sie den Titel Ihrer Firmenpräsenz in die Google+ Suche eingeben, erscheint Ihre Seite in der öffentlichen Ansicht.

Suchmaschinenoptimierung und Google+

Dass das soziale Netzwerk von Google einen Einfluss auf die Suchmaschine selbst hat, war vorauszusehen. Mittels „Social Graph“ ist Google+ in die Google-Suche nahtlos implementiert. Gegenüber den Facebook Pages ist dies ein entscheidender Vorteil. Allerdings geht es hierbei nicht darum, sich für eines der Netzwerke zu entscheiden. Vielmehr möchten wir Sie auf die Synergieeffekte aufmerksam machen, die entstehen, wenn Sie beide Social Media Plattformen mit in Ihren Kommunikationsmix aufnehmen.

Die Auffindbarkeit bei der Google-Suche spielt nach wie vor die Hauptrolle im Online Business. Inzwischen zählt eine Website zum Standardrepertoire jedes Unternehmens und wird von den Kunden entsprechend vorausgesetzt. Eine vorbildlich gepflegte Präsenz auf Google+ wirkt sich positiv auf die Auffindbarkeit und den Page Rank aus. Darüber hinaus wird der +1 Button im Netzwerk Google+ wohl häufiger geklickt werden als wenn er auf einer Website eingebunden ist. Und je höher die Anzahl der „+1“, desto häufiger erscheint eine Website bei Google. Auch hier entsteht ein Synergieeffekt: Besucher gelangen nun über die Google-Suche direkt zu Ihrer Unternehmenswebsite oder zur Google+ Business Page. Inzwischen sind auch AdWords-Kampagnen speziell für Business Pages im Gespräch.

Von Google zu Google+

Google ist stets am Ball, wenn es darum geht seine Suchergebnisse zu perfektionieren. Im Zeitalter von sozialen Netzwerken spielt daher der Social Graph für Google eine immer wichtigere Rolle. Durch die eingeführte Bewertungsfunktion „+1“ erhält Google zusätzliches Feedback über die Qualität von Websites und kann somit seine Suchergebnisse entsprechend optimieren. Die Informationen aus Google+ fließen natürlich ebenfalls mit in den Algorithmus ein – wie und in welchem Maß ist der Öffentlichkeit wie gewohnt vorzuenthalten.

Die Suchfunktion von Google+ hält neben dem gesuchten Ergebnis zusätzlich Meinungen und Diskussionen bereit. Dadurch erhalten die Suchergebnisse eine neue Form der Relevanz. Auch die Perspektive dreht sich um 180° - zu der der User. Aus dem Hause von Google

werden inzwischen Stimmen laut, welche Google+ nicht nur als Add-on sehen, sondern als Google der Zukunft.

Die Verknüpfung des Internets mit sozialen Komponenten wird die Zukunft des Online-Geschäfts bestimmen. Google erweist sich hierbei als vorbildlich. Die Vernetzung seiner verschiedenen Dienste läuft auf Hochtouren. Allerdings ist noch ungewiss welche Informationen aus dem Ökosystem Google in die Google+ Business Pages einfließen. Auch für Sie ist es essentiell, sich mit der Verbindung von klassischen Kanälen und sozialen Angeboten auseinander zu setzen, um sich im Online-Dschungel weiterhin behaupten zu können. Eine Business Page auf Google+ stellt gewiss den ersten Schritt in die richtige Richtung dar.

Je mehr Fans desto besser?

Auf Facebook ist die Meinung, viele Fans zu haben verspreche gleichzeitig mehr Erfolg, ein weit verbreiteter Irrglaube. Kontakte über Informationen oder Gewinnspiele zu knüpfen stellt lediglich den Anfang einer erfolgreichen Social Media Kampagne dar. Viel zu oft versteifen sich auch erfahrene Marketer zu sehr auf steigende Fanzahlen und verlieren dabei etwas ganz wesentliches aus den Augen: die Kundenbindung. Ob sich Google+ Business Pages ebenfalls zum „Sammeln von Fans“ eignen ist noch nicht vorhersehbar. Allerdings sollte auch hier der Fokus nicht nur auf den Fanzahlen liegen, auch in Anbetracht der geringeren Userzahlen von Google+ im Vergleich zu Facebook.

Eine Business Page für verschiedene Zielgruppen

Die Kreise von Google+ zählen zu seinem Aushängeschild. Im kommerziellen Einsatz des Netzwerks bieten die Kreise eine einfache Möglichkeit, verschiedene Zielgruppen mit den richtigen Inhalten gezielt anzusprechen. Die Streuverluste werden minimiert und die Botschaft wird persönlicher. Das Handling von unterschiedlichen Seiten für z.B. PR, Recruiting, Support – wie das bei Facebook üblich ist – ist im Google+ Netzwerk Schnee von gestern. Auch User haben die Möglichkeit ihre Kommunikation nach beruflicher, privater oder öffentlicher Natur zu trennen ohne verschiedene Profile pflegen zu müssen. Dessen ungeachtet bietet Google+ weitere

Kommunikationsformen wie Blogging, Microblogging, Fotodienste, etc., wodurch externe Dienste in Bedrängnis geraten könnten.

Face to face arbeiten dank Videokonferenz

Mit nur wenigen Klicks können Sie dank der Funktion „Google+ Hangouts“ einen Videochat beginnen. Bis zu 10 Personen ist es möglich aktiv mitzuwirken, wohingegen die Anzahl der Zuschauer unbegrenzt ist. Die Teilnehmer müssen neben der Mitgliedschaft bei Google+ eine Treiber-Software geladen haben. Während der Videokonferenz können Sie nicht nur miteinander reden, sondern sogleich weitere Funktionen gemeinsam nutzen, wie z.B. Google Docs zum Erarbeiten von Dokumenten. Für Mobile User gibt es entsprechende Apps zum Download, jedoch ist ihnen die Initiierung von Hangouts vorbehalten.

Die API bestimmt den Weg

Die nach dem Launch von Google+ vorgestellte Programmierschnittstelle besitzt nur ein geringes Potential. Jedoch beschäftigt sich bereits eine Vielzahl von Programmierern mit einer Erweiterung dieser API, sodass bald Entwicklerherzen höher schlagen könnten. Diese Ausgestaltung wird den Erfolg von Google+ maßgeblich beeinflussen und die Bedeutung des Netzwerkes für Unternehmen steuern.

Worin liegt der Unterschied?

Setzt man sich mit den Funktionen der sozialen Plattform näher auseinander, so wird schnell klar, dass es sich hier nicht um eine billige Kopie von Facebook handelt. Mit Letzterem verbinden zahlreiche Marketer die Vernetzung von Freunden und Familie als auch den privaten Austausch von Informationen. Google+ hat sich hingegen im Bereich professioneller Kommunikation positioniert. Die öffentliche Plattform beabsichtigt die Vernetzung mit anderen Menschen, welche ähnliche Interessen und Leidenschaften pflegen aber auch den Informationsaustausch mit Unternehmen und Institutionen. Im Unterschied zu Facebook, bei welchem einer Kontaktaufnahme meist ein Offline-Kontakt vorausgeht, ist es bei Google+ erwünscht neue Kontakte über das Netzwerk zu knüpfen. Dazu verzichtet Google+ auf die typische Freundschaftsanfrage – jeder kann

jeden in seine Kreise hinzuziehen. Das frei zugängliche Spielfeld von Google+ bietet Unternehmen gegenüber Facebook wesentlich mehr Möglichkeiten, ihre Sach- und Fachkenntnisse in Gesprächen mit potentiellen Kunden einzubringen und so einen positiven Image-transfer zu bewirken. Da der Fokus in diesem Netzwerk weniger auf privaten Gesprächen sondern vielmehr auf öffentlicher Kommunikation liegt, sind professionelle Geschäftskontakte einfacher zu knüpfen und zu pflegen.

Blick in die Zukunft

Viele Unternehmen setzen bereits auf die bestehenden Social Media Kanäle Facebook, Twitter, Youtube, XING, und viele mehr. Während Marketer das soziale Netzwerk Facebook aufgrund der vielen Gestaltungs- und Kommunikationsmöglichkeiten bevorzugen und Plattformen wie XING für professionelle Geschäftsbeziehungen präferieren, stellt Google+ eine Kombination aus Professionalität, individueller Gestaltung und direkter Ansprache dar.

Doch mit Google+ erscheint nicht nur ein neues Netzwerk im Social Media Kosmos. Wer auf Suchmaschinenoptimierung setzt oder gar von ihr abhängig ist, wird langfristig nicht auf Google+ verzichten können.

Diese Faktoren werden dem Netzwerk einen regelrechten Höhenflug bescheren und die Relevanz von Google+ im Kommunikationsmix vieler Betriebe steigern. Daher ist es nur eine Frage der Zeit bis Google wieder auf Augenhöhe seines größten Konkurrenten Facebook agiert.

Quelle: InternetWorld Business 23/11