

Schreibst du noch oder twitterst du schon?

FACEBOOK & CO. Social Media ist ein Trend, an dem heute kein moderner Unternehmer mehr vorbeikommt. Über Social Media für Kanzleien. Von Markus Grund



ZUM AUTOR
Markus Grund
ist Geschäftsführer von Atikon EDV & Marketing GmbH
markus.grund@atikon.com

Moderne Kanzleien haben Facebook Fanpage: Waren 2008 noch 78.000 Österreicher bei Facebook registriert, so sind es mittlerweile mehr als 2,5 Millionen. Tendenz: steigend. Würde zu Beginn dieser Erfolgsgeschichte noch vermutet, Facebook sei eher eine Plattform für Teenager, gilt diese Meinung heute eindeutig als widerlegt. Die Gruppe der 13- bis 19-Jährigen macht lediglich 26,8 Prozent der Facebook-Gemeinde in Österreich aus, als stärkste Gruppe gehen die 20- bis 29-Jährigen mit einem Anteil von 34 Prozent hervor. Zusammen machen die 30- bis 49-jährigen Facebooker mit über 31 Prozent ein Drittel aller Nutzer aus. Bei der Verfolgung der Interessen unterscheiden sich die User gravierend. So gibt es Facebook-Benutzer, die vorwiegend Privates posten. Statusmeldungen wie „Ich gehe jetzt duschen“ oder „Mir ist so fad“ beziehen sich auf aktuelle Befindlichkeiten und haben zur Folge, dass zahlreiche Freunde auf „Gefällt mir“ klicken.

Für Unternehmer und Kanzleien interessanter sind all jene User, die Facebook und Twitter als eine Art Newsletterportal verwenden. Sie klicken bei spannenden Fan-Pages auf „Gefällt mir“ bzw. „abonnieren“ diese. So erhalten sie tagaktuell und bei Twitter sogar minütlich nützliche Informationen über ihre favorisierten Seiten oder Themen. Für Steuerberater bietet sich die Chance, gezielt mit Klienten in Kontakt zu treten: Es gibt eine folgenschwere Änderung im Steuerrecht? Einen besseren Service kann sich ein Klient nicht wünschen, als dass er sofort von seinem Steuerberater darüber aufgeklärt wird. Oder aber: Sie möchten Ihr Angebot erweitern? Fragen Sie doch einfach Ihre Facebook-Fans, ob es Leistungen gibt, die sie in Ihrer Kanzlei vermissen!

Wichtig zu wissen: Nicht gewartete Profile sind eher negativ! Sorgen Sie intern für ein, zwei Postings in der Woche oder kaufen Sie diese Dienstleistung zu.

Netzwerken wird heute großgeschrieben: Neben Facebook und Twitter ist im deutschsprachigen Raum auch die Plattform Xing von Bedeutung. Xing fällt im Gegensatz zu Facebook und Twitter, die dem Begriff Social Media untergeordnet sind, in den Bereich Business Media. Hier geht es vor allem um ein berufliches Kontakteknüpfen und Netzwerken. Viele Firmen haben das Potenzial erkannt und suchen Bewerber, indem sie direkt über Xing passende Kandidaten kontaktieren. Im englischsprachigen Raum ist LinkedIn von wesentlicher Bedeutung. Bei der Bewerbersuche von Vorteil ist wiederum eine einladend gestaltete Facebook-Fanpage. Hier kann man die eigene Kanzlei sowie die Mitarbeiter individuell präsentieren.



Referenzen, Fotos von Firmenevents oder spannende Infos geben dem Bewerber einen ersten Einblick. Hatte man früher keine Chance, die Kommunikationskultur einer Firma vor dem ersten Arbeitstag kennenzulernen, so schauen sich Bewerber heute vorab Facebook-Fanpages von Unternehmen an. Jobausschreibungen müssen natürlich ebenso auf der Fanpage zu finden sein. Im Zeitalter des Web 2.0 ist das Internet zum wichtigsten Medium bei der Bewerbersuche geworden. Printanzeigen werden vermehrt zur Nebenerscheinung – zusätzlich zu den Jobanzeigen auf der eigenen Webseite, Online-Karriere-Plattformen (wie z.B. www.karriere.at) oder Social-Media-Netzwerken. So hat zum Beispiel die REWE-Group auf den Trend reagiert und eine eigene Karriereseite auf Facebook eingerichtet. Wer auf Seiten zur Bildung sozialer Netzwerke oder in Business-Media-Plattformen (wie Xing oder LinkedIn) ein Stelleninserat platziert, kann nicht nur Jobsuchende, sondern auch die latent Wechselwilligen erreichen. Für Kanzleien ergibt sich durch die Vernetzung in Facebook vor allem die Chance, über die Kontakte der eigenen Mitarbeiter potenzielle Mitarbeiter zu finden. So genannte High Potentials (Nachwuchskräfte mit exzellenter Ausbildung, Praxiserfahrung und hoher sozialer Kompetenz) aus der Region sind auf klassischem Weg oft schwer zu erreichen. Die Wahrscheinlichkeit, jemanden zu finden, der gut ins Team und zum Umfeld passt, ist sicher höher, wenn man die eigenen Kanzlei-Mitarbeiter suchen lässt. Das funktioniert natürlich nur, wenn Ihre Team-Mitglieder freiwillig und aktiv in den privaten Profilen auf die Jobausschreibung hinweisen. Professionelles Social Media beginnt also schon bei der internen Kommunikation, denn: Wer generell auf ein gutes Kommunikationsklima in der Kanzlei achtet, kann sicher auf die Unterstützung seiner Mitarbeiter zählen!

Ziel Themenführerschaft und maximaler Service: Wer sich mit der Gestaltung einer Facebook-Fanpage oder eines Twitter-Profiles gleich das zahlreiche Erscheinen von neuen Klienten in der Kanzlei erhofft, wird enttäuscht werden. Mittelfristig kann das sicher ein Ziel sein, aber kurzfristig ist es vermessend. Vielmehr geht es darum, bestehenden Klienten einen außerordentlichen Service zu bieten. Man präsentiert sich neuen Themen gegenüber aufgeschlossen und kann in einem Fachbereich (wie zum Beispiel Steuerberatung speziell für Ärzte) den Status als Themenführer aufbauen. Manche Steuerberater stellen sich die Frage, ob sie genug Inhalte anbieten können. Diese Sorgen sind unberechtigt, denn es gibt zahlreiche News aus dem steuerlichen, juristischen oder Wirtschaftsbereich, VIPs, Neues von der eigenen Website, Jobinserate, neue Formulare, Veranstaltungen u.v.m., die auf der Fanpage präsentiert werden können. Wer sich entschieden hat, den Schritt in Richtung Zukunft zu setzen und ein eigenes Profil anzulegen, muss in Folge etwas in das Marketing dafür investieren. Facebook- und Twitter-Icons müssen auf Website, Drucksorten oder E-Mail-Briefpapier vertreten sein. Darüber hinaus gilt dasselbe wie bei anderen neuen Marketingtools: Nur wenn der Klient davon weiß, kann er profitieren. Daher lautet das oberste Gebot: Auch am Telefon, beim E-Mail- oder Postverkehr oder im direkten Gespräch den Klienten über das neue Service informieren. ■



FORUM DER JUNGEN ÖGWT SOCIAL MEDIA

DAMIT SIE AUCH GLEICH DIE GELEGENHEIT HABEN, SICH ÜBER SOZIALE NETZWERKE ZU INFORMIEREN, LADEN WIR JUNGE UND ERFAHRENE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN SEHR HERZLICH ZUM FORUM DER JUNGEN ÖGWT EIN.

DIENSTAG, 11. OKTOBER 2011
18.30 BIS CA. 20.30

1090 WIEN, TECHNISCHES ZENTRUM (KONFERENZSAAL) DER BANK AUSTRIA AG, JULIUS-TANDLER-PLATZ 3 (ZUGANG ÜBER ROLLTREPPE)

THEMA: SOCIAL MEDIA

- ▶ Facebook, Twitter & Co: Neumodisches Zeug oder sinnvolle Ergänzung?
- ▶ Warum Social Media für Kanzleien?
- ▶ Welche Plattform verwenden?
- ▶ Entwicklung von Facebook, Twitter & Co
- ▶ Social Media richtig einsetzen, Leitfadententwicklung
- ▶ Inhalte für Social-Media-Accounts finden
- ▶ Fans und Follower für die Accounts gewinnen
- ▶ Was kostet mich das Ganze? Erfahrungswerte aus anderen Kanzleien

Moderation: Mag. Katharina Drexler,
ÖGWT Berufsanwörter-Vertreterin

Referent: Mag. Markus Danningner

Nützen Sie anschließend die Gelegenheit für Gespräche und Diskussionen bei einem kleinen Imbiss. Wir freuen uns schon jetzt auf Sie und wünschen Ihnen einen informativen Abend!

ANMELDUNGEN

Bitte melden Sie sich per Email unter sekretariat@oegwt.at oder per Fax unter 01/315 45 45 – 33 an.

Wir freuen uns auf Sie!

IHRE JUNGE ÖGWT – Das Karrierenetzwerk