

PRESSEINFORMATION

Business Club Bavaria informiert über soziale Netzwerke im Unternehmen

B.C.B. präsentiert Fünf-Punkte-Plan zur Social-Media-Planung

München, 17. Juli 2014: Der Business Club Bavaria (B.C.B.) hatte im Rahmen seines monatlichen Business Dinners einen Social-Media-Experten zu Gast. In seinem Impulsvortrag präsentierte Josef Rankl einen Leitfadens für eine erfolgreiche Präsenz in den allgegenwärtigen sozialen Medien.

„Social Media übernimmt uns“, das war die provokante These, mit der Josef Rankl seinen Vortrag eröffnete. Und aktuelle Statistiken geben ihm Recht: 96 Prozent der Deutschen sind in einem sozialen Netzwerk, über 50 Millionen nutzen ihren Account aktiv. Der Tourismus-Bereich wird mittlerweile fast vollständig von Buchungs- und Bewertungsplattformen dominiert, und jedes achte Paar in den USA hat sich auf einer Partnervermittlungsseite kennengelernt.

„Kein Massenmedium hat die Welt bisher so schnell erobert wie Twitter, Facebook und Co“, weiß Josef Rankl, „und das kommt nicht von ungefähr: Kein Medium ist so vielseitig. In sozialen Netzwerken kann man Präsenz und Reichweite erzielen, Kunden gewinnen, Mitarbeiter finden, Marktforschung betreiben oder die Konkurrenz beobachten.“

Die Goldgräberstimmung, zum Beispiel auf Facebook, sei allerdings längst vorbei, warnte auch Rankl in seinem Vortrag. „Der Grund für Reichweiten unter zehn Prozent ist das dichte Gedränge an Fanpages und Massen an Posts und Nachrichten, die um Leser buhlen.“ Deshalb seien konsequente Planung und Zieldefinition unerlässlich, so Rankl. „Es gibt an die 350 verschiedene Social-Media-Plattformen. Welche davon die richtige ist, hängt von Faktoren ab, die ebenso vielschichtig sind wie die Social-Media-Gemeinde selbst.“

Für die zielgerichtete Social-Media-Planung schlägt Josef Rankl fünf Schritte vor:

- Legen Sie zuerst fest, welche Ziele Social Media für Ihr Unternehmen erreichen soll
- Welchen Mehrwert kann Ihr Social Media Auftritt dem Nutzer geben?
- Legen Sie das Thema fest, das Ihre Social Media Kanäle bearbeiten sollen
- Bestimmen Sie Verantwortlichkeiten und messbare Kennzahlen
- Leiten Sie daraus eine Content Strategie ab

„Wie wichtig soziale Netzwerke sind, beweist doch auch der große Erfolg des Business Club Bavaria“, kommentiert Kajetan Brandstätter, Präsident des B.C.B.. „Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht – im Internet, aber auch in der realen Welt. Der Business-Club Bavaria ist ein ganz persönliches und reales soziales Netzwerk, in dem online geknüpfte Kontakte in eine langfristige Geschäftsbeziehung münden.“

Weitere Informationen zu Josef Rankl unter www.emarcon.de

PRESSEINFORMATION

Bildmaterial, und persönliche Pressegespräche jederzeit auf Anfrage

Business Club Bavaria

Ein persönliches und vertrauenswürdiges Netzwerk zu schaffen, das ist das Ziel des Business Club Bavaria. Dazu bietet der B.C.B. seinen Mitgliedern effektives und effizientes Kontaktmanagement. Auf einer gut strukturierten Online-Plattform, vor allem aber im persönlichen Kontakt auf zahlreichen Veranstaltungen, entstehen Kontakte von heute und Aufträge von morgen. Auch sonst genießen die Clubmitglieder zahlreiche Vorteile: ein kostenloses hochwertiges Halbtagsseminar, vergünstigte Teilnahme an Business-Treffen sowie attraktive Sonderkonditionen bei den Partnerfirmen. Ein regelmäßig erscheinender Newsletter informiert zudem über Neues aus dem Club. Kajetan Brandstätter, Gründer des Business Club Bavaria, sieht etablierte Unternehmer, Handwerker, Mittelständler oder Politiker genauso als Zielgruppe wie Gründer oder Freiberufler. Weitere Informationen und Anmeldung unter <http://www.business-club-bavaria.de>

Pressekontakt:

Siebler kreativ
Ralf Siebler
(089) 307 26-216
rs@siebler-kreativ.de
www.siebler-kreativ.de