

# Social Web für Kleinunternehmen

*Facebook, YouTube & Co. – Social Media sind in aller Munde. Für Kleinunternehmen stellt sich allerdings die Frage, wie sie den Weg in die Welt der Communities, Blogs und Tweets angehen können – und ob sie das überhaupt sollen. Dieser Artikel liefert hilfreiche Hinweise für einen sinnvollen Einsatz der neuen Möglichkeiten.*

Dass sich Grossfirmen aktiv im sozialen Netz einbringen, bloggen und twittern, ihre Produkte bewerten lassen und auf Facebook Kundendienst bieten, gehört inzwischen zum guten Ton. Ein-Mann- oder Ein-Frau-Betriebe tun sich damit eher schwer: Ihnen fehlt die Zeit, sich mit den neuen Kommunikationskanälen vertraut zu machen, und viele wissen nicht so recht, was genau sie mit diesen Medien anfangen sollen. Teure Tools liegen sowieso nicht drin, und so ist man schon froh, wenn die eigene Website einigermassen aktuell ist.

## Der Dreh- und Angelpunkt: Ihre Website

Der Start im Social Web ist allerdings gar nicht so schwierig, wie viele befürchten. Wichtigstes Element für die Präsenz im Web ist und bleibt *die eigene Internetseite*. Hier präsentieren sich KleinunternehmerInnen so individuell wie möglich: Denn gerade im Bereich der Lebensberatung soll die eigene Persönlichkeit ideal zum Tragen kommen. Sie spielt in der Kontaktaufnahme mit den Klienten die entscheidende Rolle. Wer Interessenten also einen Vorgeschmack auf seine Arbeitsweise bieten möchte, stellt sich möglichst persönlich dar. Typische Arbeitsmethoden und eigene Überzeugungen helfen suchenden Surfern bei ihrer Entscheidung, wenn es um den richtigen Berater geht.

Sehr wichtig für die Website ist eine suchmaschinen-taugliche Programmierung, damit Sie in Google gefunden werden können – Ihr Dienstleister sollte also Erfahrung damit haben. Ausserdem ist die Website die Heimat aller Informationen, die Sie über Ihre Firma sonst noch verbreiten wollen. *Content Management Systems (CMS)*



**Mike Schwede** ist Leiter des Kompetenzzentrums Social Media, **Barbara Schwede** Community-Managerin bei Goldbach Interactive, einer Agentur für digitales Marketing ([www.goldbachinteractive.ch](http://www.goldbachinteractive.ch)). Gemeinsam mit dem Team der Agentur entwickeln sie Strategien und Kampagnen für Social Media und betreuen den Content, den Dialog und die Communities für Unternehmen.

machen die Inhaltspflege der Website so einfach wie die Bedienung eines Computerprogramms – und viele dieser Tools sind heute gratis oder gegen eine geringe Gebühr zu haben, wie zum Beispiel Wordpress oder Weebly. Damit können Sie selbst Texte und Bilder jederzeit anpassen, trotzdem bleibt das Layout im vorgegebenen Rahmen. Für das Design der Site engagieren Sie am besten einen Grafiker, der regelmässig Internetseiten entwirft, damit Ihr Auftritt professionell daherkommt.

## Wichtig: Blog und Verzeichnisse

Das wichtigste Tool aus dem Bereich der sozialen Medien ist auf jeden Fall der *Blog* (empfehlenswert sind die Angebote von Wordpress, Posterous oder Blogger). PsychologInnen haben viel zu berichten: sei es eine anonymisierte Fallbeschreibung, eine neue Einsicht über typische Dynamiken in Gruppen, sei es eine kleine Serie mit dem Titel «10 Tipps für das Gespräch in der Partnerschaft». Einblicke in Ihre Denkweise und Instrumente ist sicherlich für viele Menschen interessant. Dank den vielfältigen Möglichkeiten der Vernetzung von Blogbeiträgen mit anderen Internetseiten (Sie

## Müssen Psychologen twittern?

kommentieren Beiträge von anderen, andere verweisen auf Ihre Artikel) wird der Inhalt eines Blogs von Suchmaschinen sehr hoch bewertet und befördert Sie somit auf die besseren Plätze in den Suchergebnissen. Wichtig ist auch, dass Leser Ihre Beiträge kommentieren und bewerten können. Selbst wenn nur wenige von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, schafft das Lebendigkeit und führt wieder zu mehr Vernetzung. Ausserdem erhalten Sie hin und wieder Feedback.

Nicht zu vergessen sind aktuelle und aussagekräftige Einträge in Verzeichnissen und Karten wie Google Places und Local.ch – Sie wollen ja schliesslich gefunden werden. Achten Sie darauf, nicht nur «Praxis Müller» einzugeben, sondern erwähnen Sie Ihre Fachgebiete. Der grosse Vorteil: Googlet jemand «Schulpsychologie Bern», erscheinen Sie eher prominent im Suchergebnis, wenn Ihre Praxis entsprechend verortet ist. Animieren Sie Ihre Klienten, auf Google Places Bewertungen über Sie abzugeben. Diese sind in den Suchresultaten sichtbar, und wer hier mehr Sternchen vorweisen kann, hebt sich von der Masse ab.

