

Mitarbeiter werden zu Markenbotschaftern: Searchmetrics vertraut auf Hootsuite Amplify

- Einsparungen bei Paid Social: Organische Reichweite bei Social Media wächst um 20 Prozent
- Hohe Akzeptanz: 42 Prozent der Searchmetrics-Mitarbeiter beteiligen sich schon als Markenbotschafter
- Effekt auf den Vertrieb: Drei Prozent zusätzliche neue Leads

Hamburg, 29. Juni 2018 – Hootsuite, die am häufigsten genutzte Plattform für Social-Media-Management, macht die Mitarbeiter des Search- und Content-Spezialisten Searchmetrics zu Markenbotschaftern. Searchmetrics ist der führende Anbieter einer Search- und Content-Marketing-Plattform und nutzt bereits seit einem Jahr die Hootsuite-Lösung [Amplify](#). Mitarbeiter können über eine mobile App vom Unternehmen autorisierten Content mit zwei Klicks in ihren sozialen Netzwerken teilen. Die Ergebnisse bei Searchmetrics nach einem Jahr Amplify-Nutzung: Mehr organische Reichweite, eine hohe Akzeptanz unter den Mitarbeitern und neue Leads.

Das Prinzip hinter den Markenbotschaftern aus dem Unternehmen

Das Prinzip, Mitarbeiter zu Markenbotschaftern zu machen, ist im englischsprachigen Raum auch als Employee Advocacy bekannt. Die Mitarbeiter verbreiten dabei in sozialen Medien die Markenbotschaften ihres Arbeitgebers über ihre Profile. Unternehmen profitieren dabei vor allem durch stark erhöhte organische Reichweiten: Laut Edelmans Trust Barometer führt Content, der von Mitarbeitern auf ihren Accounts gepostet wird, zu bis zu acht Mal so hohen Engagement-Raten wie Content, der über den Unternehmens-Account veröffentlicht wird. Und er wird bis zu 25 Mal so häufig geteilt. Dazu passen auch die Zahlen bei Searchmetrics.

Die Ergebnisse bei Searchmetrics in Zahlen

In Searchmetrics' Botschafter-Programm kann sich jeder Mitarbeiter als Experte in den sozialen Medien positionieren und davon profitieren. Das wurde anhand einer internen Fallstudie dargelegt. Das Profil eines Mitarbeiters wurde dafür getrackt, während er Amplify nutzte. Die Zahl der Profilbesuche wuchs um 57 Prozent und die Interaktionsrate erhöhte sich ebenfalls. In nur vier Wochen stieg sein Social Index im LinkedIn Sales Navigator von 63 auf 87. Das überzeugte die Searchmetrics-Mitarbeiter und die Akzeptanz ist entsprechend hoch: 42 Prozent nehmen bereits an dem Programm teil und es werden mehr.

Weitere Ergebnisse: Die organische Social-Media-Reichweite bei Searchmetrics hat sich um 15 bis 20 Prozent erhöht. Damit spart das Unternehmen auch bei den Paid-Social-Maßnahmen. Die Amplification Rate ist um 45 Prozent höher als vor der Nutzung von Hootsuites Amplify. Das heißt, dass im Durchschnitt jeder einzelne Post öfter geteilt und damit der Content insgesamt gestärkt wird. Außerdem ist der Blog-Traffic um zehn Prozent gewachsen durch die Verbreitung der Mitarbeiter. Und die Anzahl neuer Leads ist um drei Prozent gestiegen, auch die Kunden spricht das Programm also an.

Die Technologie hinter dem Programm

Bei Searchmetrics ist Social Media in der Marketingstrategie schon lange fest verankert. Auch Employee Advocacy hat der Search- und Content-Spezialist bereits für sich genutzt – allerdings fehlte ihm noch eine effektive technische Lösung, die es außerdem erlaubt, alle Mitarbeiter einzubinden. Searchmetrics hatte seine Social-Media-Aktivitäten bereits mit Hootsuite gesteuert, bevor die Entscheidung für das Programm getroffen wurde. Bei der Suche nach einer technischen Lösung stieß Searchmetrics auch deswegen schnell auf Hootsuite Amplify, der mobilen App zum einfachen Teilen von Unternehmens-Content.

Mit Amplify steuern und analysieren Unternehmen auf einer Plattform den Social-Media-Content, der von ihren Mitarbeitern gepostet wird. Dafür können sie geeigneten Content auf Amplify bereitstellen, welchen die Mitarbeiter entweder unverändert oder angepasst über die Plattform auf ihren Accounts posten können. Das macht es den Mitarbeitern leichter und sie haben immer eine Orientierung, wie sie sich an die Markenbotschaften halten können.

„Wir haben schon länger einzelne Mitarbeiter als Unternehmensbotschafter eingesetzt“, sagt Volker Smid, CEO von Searchmetrics. „Das Botschafterprogramm über Amplify geht aber weit darüber hinaus. Wir schaffen so die Möglichkeit, dass unser gesamtes Team Searchmetrics nach außen vertritt. Offenbar haben wir damit einen Nerv getroffen, wenn man sich ansieht, wie viele Mitarbeiter schon jetzt teilnehmen. Das stärkt die Identifikation mit dem Unternehmen, macht unsere Marke glaubwürdiger und bringt uns beim Thema Thought Leadership ganz weit nach vorne. Vor allem aber bestätigt uns das mal wieder, dass Social Media unbedingt strategisch eingesetzt werden muss.“

„Searchmetrics macht vor, wie viel es einem Unternehmen bringt, wenn man das Thema Mitarbeiter als Markenbotschafter richtig angeht“, sagt Sheila Moghaddam Ghazvini, Head of Social & Content bei Hootsuite. „Searchmetrics zeigt bei der Aktivierung der Mitarbeiter große Entschlossenheit. Das spiegelt sich auch in den Zahlen wieder – und sollte für andere Unternehmen als Vorbild dienen. Entscheidend hierbei natürlich auch: Die Geschäftsführung war von Anfang an dabei. Alle ziehen an einem Strang.“

Über Searchmetrics

Wir helfen Ihnen dabei, Ihre Online-Reichweite langfristig und nachhaltig zu steigern, indem wir Sie sowohl bei der technischen Pflege und Optimierung Ihrer Webseite als auch bei der Erstellung von performanten Inhalten unterstützen, um die Nutzererfahrung Ihrer Besucher optimal zu gestalten. Mit den Deep-Learning-Erkenntnissen der Searchmetrics Software-Plattform, bestehend aus der Searchmetrics Suite™ und der Searchmetrics Content Experience, leiten wir Sie durch die sich kontinuierlich entwickelnden Landschaften der Online-Suche und helfen Ihnen dabei, aus Ihrem Wettbewerb herauszuragen. Search hat sich zu einem datengesteuerten Bereich entwickelt, der leistungsstarke Lösungen benötigt, um Unternehmen durch Recherche, Briefing, Optimierung und Erfolgsmessung hin zu relevanten und zugleich umsatzstarken Inhalten zu führen.

Es gibt nur eine Plattform, die ihre Daten besitzt: Searchmetrics, die weltweit führende Search- und Content-Marketing-Plattform. Wir sind nicht auf Daten von Dritten angewiesen und analysieren seit 2005 Search- und Content-Trends – so war es uns möglich, die branchenweit größte globale und historische Datenbank zusammenstellen.

Searchmetrics deckt die Chancen und Gefahren des Online-Marketings auf. Unsere preisgekrönten Produkte vereinen erstmals die Bereiche Search und Content innerhalb einer Software und bieten Marketern somit die ultimative Plattform für die perfekte Verbindung technischer Aspekte mit der Erstellung von Inhalten, die zu mehr

Online-Sichtbarkeit und direkten Beziehungen mit ihrem Publikum führen. Wir ermöglichen tiefe Einblicke in den Online-Wettbewerb, fundierte, datenbasierte Empfehlungen und praktische Beratung, um unseren Kunden dabei zu helfen, performancebasiertes und zugleich skalierbares Online Marketing erfolgreich abzubilden. Nicht zuletzt deshalb hat sich die von Searchmetrics definierte SEO Visibility als ein nützlicher und verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites im organischen Ranking von Suchmaschinen weltweit etabliert.

Marcus Tober, einer der Top 10 SEO-Köpfe der Welt und Gründer unseres Unternehmens, leitet die Produktentwicklung bei Searchmetrics und treibt seit mehr als einem Jahrzehnt Innovationen voran, die die Ergebnisse für Online-Marketer verbessern. Über 100.000 Benutzer weltweit vertrauen auf Searchmetrics, darunter angesehene Marken wie T-Mobile, eBay und Siemens.

Weitere Informationen: www.searchmetrics.com/de/.

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 16 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an acht internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 100 Business-Applikationen wie SAP Customer Experience, Adobe Creative Cloud und Adobe Stock erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <http://www.hootsuite.com/de>

Kontakt Hootsuite Deutschland:

Sheila Moghaddam Ghazvini
Head of Social & Content
sheila.moghaddam@hootsuite.com