

## Social Media Transformation Report: Social Media ist mehr als nur Posten

*Neue Hootsuite-Studie zeigt, dass ein strategischer Ansatz, Social Listening und der Aufbau einer engen Beziehung zur Online Community den Wert von Social Media maximieren*

**Hamburg, 24. September 2020** – [Hootsuite](#), der Marktführer für Social Media Management, und die [Altimeter Group](#), die Führungskräfte hinsichtlich der Nutzung disruptiver Technologien berät, veröffentlichen heute ihren [Social Media Transformation Report](#). Er zeigt, wie wichtig gerade im Jahr 2020 eine aussagekräftige Social-Media-Präsenz für Unternehmen ist und welchen Wert die umfassende Integration von Social Media für die digitale Transformation und den Aufbau enger Stakeholder-Beziehungen hat.

„Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass Social Media längst nicht mehr nur ein Tool für Marketing-Teams sein sollte. Diese Zeiten sind vorbei“, sagt Tom Keiser, CEO von Hootsuite. „Social Media muss mit Fokus auf den Kunden und seine Customer Experience in die Prozesse und Abläufe des gesamten Unternehmens eingebunden werden, um die volle Wirkung zu entfalten. Zudem sollte jeder Mitarbeiter an der Gestaltung und Umsetzung der Social-Media-Strategie des Unternehmens beteiligt sein.“

### **Drei wesentliche Ergebnisse des Social Media Transformation Report:**

#### **1. Social Media hilft Unternehmen eine engere Beziehung zu Stakeholdern aufzubauen**

Der Report macht deutlich, dass Unternehmen, die eine ausgereifte Social-Media-Strategie verfolgen, nicht nur einen engen Kontakt mit ihren Kunden pflegen, sondern ihre Interessengruppen deutlich ausdehnen. Hootsuite-Nutzer pflegen im Vergleich zu Nicht-Hootsuite-Nutzern engeren Kontakt mit der Online Community (65 Prozent vs. 54 Prozent), den Mitarbeitern (31 Prozent vs. 21 Prozent), Partnern (23 Prozent vs. 19 Prozent) und Aktionären (15 Prozent vs. 8 Prozent).

Darüber hinaus sind diese Unternehmen der Ansicht, dass Social Media beim Aufbau von Unternehmensbeziehungen unterstützt (67 Prozent vs. 49 Prozent) und dass sich die enge Beziehung zu Stakeholdern generell in der Brand Health widerspiegelt (84 vs. 63 Prozent).

„Mit der Zeit haben wir eine der wichtigsten Eigenschaften von Social Media aus den Augen verloren, nämlich die Möglichkeit, miteinander zu kommunizieren und so eine Beziehung zueinander aufzubauen“, sagt Charlene Li, Senior Fellow und Gründerin von Altimeter sowie Mitautorin des Social Media Transformation Report. „Unsere Untersuchung zeigt, dass dieser Fokus zu einem stärkeren Branding führt und das Engagement der Mitarbeiter auf allen Kanälen verstärkt – und das nicht nur auf Social Media.“

## 2. Social Media steigert den Markenwert und die operative Effizienz

Neben der Kundenbindung kann Social Media noch einiges mehr für Unternehmen leisten: Von Employee-Advocacy-Modellen profitieren beispielsweise das Employee Engagement und die Brand Health. Zudem wird im HR- und Sales-Bereich die Effizienz gesteigert.

Bei 28 Prozent der befragten Unternehmen, die ein Employee-Advocacy-Programm eingeführt haben, hat sich die Reichweite ihrer Werbebotschaften ohne die Schaltung von Anzeigen erhöht. Mitarbeiter, die Unternehmens-Posts von Kollegen sehen, fühlen sich noch dazu stärker mit dem Unternehmen verbunden, auch wenn sie selbst keine Unternehmens-Posts auf ihren privaten Social-Media-Accounts veröffentlichen.

Darüber hinaus sind 69 Prozent der Ansicht, dass Social Media ihnen während der COVID-19-Krise geholfen hat, den Kontakt zu Kunden und Partner aufrecht zu halten. 78 Prozent der Befragten geben sogar an, dass Social Media sie deutlich eher dazu bewegt hat, potentielle Kunden zu kontaktieren, als es andere Kommunikationskanäle tun.

*„Die Studie bestätigt, worauf wir uns als Partner unserer Kunden längst konzentrieren. Damit Social Media für Organisationen wirklich funktioniert, reicht es nicht mehr aus, einfach nur zu posten. Es geht stattdessen um Social Listening, den Einsatz relevanter Daten, um bessere Entscheidungen zu treffen, die Integration in bestehende Tech-Stacks sowie Schulungen, um übergreifende Geschäftsziele zu erreichen“,* ergänzt Keiser.

## 3. Social Media beschleunigt die digitale Transformation von Unternehmen

Der kulturelle Wandel der letzten Jahre hat in Unternehmen zu einem besseren Verständnis für digitale Zusammenhänge geführt. Social Media fördert diesen Wandel und unterstützt Unternehmen so dabei, die digitale Transformation voranzutreiben.

66 Prozent der Befragten stimmen zu, dass Social-Media-Programme dazu beigetragen haben, ihr Unternehmen auf die digitale Transformation vorzubereiten.

*„Eine ausgereifte Social-Media-Strategie ist ein wichtiger Schritt in Richtung digitale Transformation eines Unternehmens und hat damit gerade in Hinblick auf die digitale Resilienz in Zeiten von COVID-19 Priorität“,* fasst Ed Terpening, Senior Industry Analyst bei Altimeter und Mitautor des Social Transformation Report, zusammen.

Der Hootsuite Social Media Transformation Report steht hier kostenlos zum Download zur Verfügung: <https://hootsuite.com/de/ressourcen/social-media-transformation-report>



### **Über Hootsuite**

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 18 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an 12 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 250 Business-Applikationen wie Salesforce oder Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, 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 <https://hootsuite.com/de/>