



Microsoft: Gang höher schalten

Microsoft hat bei der digitalen Transformation in Deutschland mehr Tempo ange-mahnt. Die Veränderungen böten für alle Branchen und Einsatzbereiche riesige Chancen, sagte Sabine Bendiek, Chefin von Microsoft Deutschland. Doch die Entwicklung gerate derzeit ins Stocken. Nur mit Investitionen auf breiter Front werde ein „neues Wirtschaftswunder“ gelingen. Dabei werde sich in den kommenden 2 Jahren entscheiden, ob die Digitalisierung erfolgreich sei. „Wir müssen jetzt Gas geben und das Thema auf die politische Agenda setzen.“ Aber auch die IT-Industrie sieht Bendiek in der Pflicht. Sie müsse für kleine und mittelständische Betriebe die Vorteile der digitalen Lösungen besser herausstellen. (dpa) ©

STICHWORT

Digitale Transformation



Als digitale Transformation bezeichnet man einen fortlaufenden Veränderungsprozess, der auf den zunehmenden digitalen Technologien beruht. Dabei geht es nicht nur um Computer-Technologie und Robotik, die Produktionsprozesse verändern, sondern auch um neue Entwicklungen wie Social Media, Big Data, Cloud-Lösungen und Internet-of-Things-Technologien, die in alltäglichen Aufgaben genutzt werden. Unternehmen können sich deren Potentiale zu Nutze machen, es entstehen neue Möglichkeiten zur Erschließung von Geschäftschancen und Geschäftsmodellen. ©



Unternehmen, die innovativ sein wollen, sollten Social-Media-Plattformen im eigenen Geschäftsinteresse ernst nehmen. Shutterstock

TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN

So funktioniert digitales Marketing

Sandra Vieider ist Productmanagerin von Südtirol Online Marketing



Soziale Medien nutzen – aber richtig

Imageverbesserung, Bekanntheitssteigerung, Produktoptimierung, Kundenbindung, Unternehmenspräsentation, Dialog mit der Zielgruppe und vieles mehr: Das Potential des Social-Media-Marketings ist vielfältig, die Anzahl potentiell relevanter Kanäle sehr groß. Und dennoch fällt es vielen Unternehmen schwer, die Relevanz von Facebook und Google plus, YouTube, Twitter & Co. für ihre Tätigkeit richtig einzuschätzen.

Laut dem aktuellen „ZEW Branchenreport Informationswirtschaft“ messen lediglich ein Viertel der deutschen Unternehmen, die soziale Medien nutzen, diesem Kanal eine hohe Bedeutung für den eigenen Erfolg bei. Der Rest erfüllt seine „digitale Pflicht“. Zahlen, die auch die Lage in Südtirol widerspiegeln.

Unternehmen, die innovativ und zeitgemäß handeln wollen, sollten aber die Integration von Social-Media-Plattformen im ei-

genen Geschäftsinteresse ernst nehmen und gezielt Maßnahmen ergreifen, um neben der eigenen Unternehmens-Webseite im Social Web gefunden zu werden.

Abhängig von der Strategie, müssen unterschiedliche Zielgruppen auch spezifisch angesprochen werden, und es bedarf eines bewussten Dialogs mit der Zielgruppe. Vor allem müssen alle Einträge in den Social-Media-Portalen so gestaltet sein, dass diese in den Suchmaschinen auch gut gefunden werden.

Ziele sind eine hohe Reichweite sowie die Möglichkeit, Informationen gezielt und kostenlos zu platzieren bzw. sie mit einem Werbebudget zielgruppengerecht zu potenzieren. Dadurch kann neben der natürlichen Reichweite eines Postings auch eine weitere, gewünschte Zielgruppe optimal angesprochen werden.

Soziale Medien wie Facebook oder Youtube bieten deshalb auch für Südtiroler Unternehmen effektive und kostengünstige Wege, um Kunden oder potentielle

Mitarbeiter direkt auf sich aufmerksam zu machen.

Die Vorteile der Social Media in Unternehmen sind vielfältig: Neue Angebote können schnell aktualisiert und veröffentlicht werden. Es entstehen keine Grundkosten durch das Anmelden eines Accounts, es handelt sich um Werbung in Echtzeit, und das Kundenfeedback zu einem Angebot ist durch die Kommentare schnell sichtbar. Außerdem können die Produkte durch Kundenanfragen sofort angepasst werden.

Aber bei aller Euphorie: Ohne Strategie gibt es keinen Erfolg – das gilt auch im Digitalen. Unklare Ziele und die Vielzahl an möglichen Social-Media-Kanälen können so manchen zu blindem Posting-Aktionismus treiben. Deshalb sollten Bedürfnisse und Ziele analysiert werden, um einen digitalen Strategieplan auf den passenden Social-Media-Plattformen zu erstellen.

sandra.vieider@suedtirolonline.com

© Alle Rechte vorbehalten