

# Tipps für ein erfolgreiches Social CEO Engagement

Während die Grenzen zwischen “Digital“, “Social“ und “Mobile“ zunehmend verschwimmen, hat Weber Shandwick für Unternehmen und Führungskräfte folgende Tipps zusammengestellt, die dabei unterstützen sollen, das Storytelling zu optimieren, sich mit Kunden besser auszutauschen und neue Talente anzuziehen.

- **Entwickeln Sie eine Social Web-Strategie und kommunizieren Sie online.** CEOs sind stets Teil der Online-Kommunikation, ob sie nun aktiv daran teilhaben oder nicht. Daher ist es immer von Vorteil, online persönlich präsent zu sein – Sie müssen ja nicht gleich alles über sich preisgeben. Eine effektive Social Web-Strategie ist am besten integraler Bestandteil der Unternehmenskommunikation.
- **Fangen Sie klein an.** Wie so oft zählt auch hier: Qualität ist wichtiger als Quantität. Für den Anfang können daher ein Xing-Profil und ein privater Facebook- oder Twitter-Account schon ausreichen. Lieber regelmässig auf zwei Kanälen kommunizieren als auf 20 angelegten Profilen schweigen.
- **Geben Sie dem Unternehmen ein menschliches Gesicht.** Schon so etwas Simples wie ein Foto lässt den CEO menschlicher und glaubwürdiger erscheinen.
- **Halten Sie Augen und Ohren offen.** Social Media sind hervorragende Plattformen, um Eindrücke und Echtzeitdaten über Kunden, Mitbewerber und andere Stakeholder zu erhalten. Beobachten Sie diese Medien und deren Nutzer deshalb aufmerksam.
- **Nutzen Sie die Vorteile von Videos.** Videos bieten gegenüber bisherigen Kommunikationstools bessere Möglichkeiten, neben Informationen auch Emotionen zu zeigen und verleihen dem CEO auf diese Weise mehr Persönlichkeit.
- **Halten Sie Ihre Wikipedia-Seite im Auge.** Obwohl in unserer Studie nicht explizit untersucht, ist auffällig, dass CEOs häufiger auf Wikipedia als auf irgendeiner anderen Plattform vertreten sind. Daher sollten Kommunikationsverantwortliche stets gewahr sein, welche Informationen auf Wikipedia verbreitet werden und ggf. eine Bearbeitung der betreffenden Seite erbitten.
- **Vorsicht vor falschen Social Network Accounts.** Es ist nicht immer einfach, echte von falschen Profilen zu unterscheiden oder nachzuvollziehen, wer eine Seite wann angelegt hat. Daher ist für die Beurteilung solcher Accounts und Kommunikation mit den betreffenden Personen Vorsicht geboten.