

Polarisieren. Positionieren. Profitieren.

Mit einem starken Profil zum Gipfel!



Von Prof. Martina Dalla Vecchia. Der neue Gipfel im Business heisst für viele: Google! Wie schaffen wir es auf die ersten Plätze im Suchergebnis? Der Weg dorthin führt über viele Stationen. Eine davon heisst: Profil! Profil-Seiten auf den Social Media Plattformen. Sie dienen der Keyword-Schärfung, als Link-Lieferant und Informations-Dreh-scheibe und tragen so massgeblich zu einem guten Ranking-Ergebnis bei. Somit erlebt das „Profil“ im Zeitalter von Facebook, Twitter & Co. eine Renaissance.

Der digitale Fussabdruck wird nicht mit der nächsten Flut weggespült. Im Gegenteil. Seinen Namen zu googeln ist für viele bereits Routine. Nicht selten kommen dabei dann erstaunliche Trefferquoten zustande. Da erscheinen schon mal 2.880 Ergebnisse, wenn man seinen Namen in Anführungszeichen bei Google eingibt. Damit geben Sie den Befehl: Suche nach Seiten, auf denen mein Name genau in dieser Schreibweise vorkommt. Besonders spannend wird es, wenn man auf die Bildsuche wechselt. 916 Fundstellen! Davon zeigen dann meist nur wenige Bilder das eigene Konterfei. Die übrigen Bilder spiegeln das Netzwerk. Da sind Kollegen, Freunde, Geschäftspartner zu sehen. Oder eben Menschen mit gleichem Namen. All diese Verbindungen reflektieren jedoch das, was sich im Cyberspace zu einem sichtbaren Profil geformt hat.

Polarisieren: Social Business

Kaum jemand tätigt heute noch einen Kauf, ohne vorher das Internet zu konsultieren. Und: Die Suche nach einem Produkt, nach Informationen hinterlässt eine digitale Spur. Diese Spur wird ausgewertet. So entstehen automatisch persönliche Profile. Unter www.google/ads/preferences sehen Sie, welche Spur Sie bei Google hinterlassen haben. Von demografischen Daten bis hin zum Musikgeschmack wird alles registriert. Die Trefferquote ist derzeit vielleicht noch nicht befriedigend, aber dies wird sich ändern. Die Logik, die notwendig ist, um digitale Spuren auszuwerten, entwickelt sich rasant, wird messerscharf.

Ebenso entwickelt sich unsere Fähigkeit, Informationen auszuwerten. Hat man dreimal ein Hotel über eine Online-Plattform gebucht, weiss man genau, wie man die Hotelbewertungen interpretieren muss. Man weiss schnell, worauf es ankommt. Unser Gespür, um Kommentare oder Posts zu bewerten, wird immer sensibler. Und so geht es auch unseren Kunden, wenn Sie auf eine XING oder Facebook-Seite kommen. Sie erkennen schnell, ob es sich um einen professionellen Auftritt mit einer klaren Fokussierung oder eine Alibi-Übung handelt.

Positionieren: Social Media Framework

Die steigende virtuelle Vernetzung, die innovativen Geschäftsmodelle und die feinmaschigen Auswertungsmöglichkeiten des Klickverhaltens schreiten voran, und damit auch der Bedarf, das eigene Profil oder das Profil des Unternehmens zu op-

timieren. Online Reputation Management ist der Fach-Jargon hierfür. Und dies führt dazu, dass man sein Online-Profil bewusst beobachtet und in die Kommunikationsstrategie integriert.

Das Pflegen und Anreichern von Profildaten wird zu einem zentralen Element im Social Media Framework. Profil-Elemente, wie Porträtfotos, Videos, Kurzbeschreibungen, Links und Statements fließen gezielt in das Framework aus Strategie, Richtlinien, Konzept, Publikationsplan und Monitoring ein. So wird das Profil zum wertvollen Hub und Backlink-Lieferant. Neudeutsch läuft dies unter „Pimp Your Profile“!

„**You are what you share**“ sagte 2008 Charles Leadbeater in seinem Buch „We Think – The Power of Mass Creativity“. Und dies ist heute zutreffender denn je. Unsere

Profile in den sozialen Netzwerken geben uns eine Online-Identität, unsere Bilder und Videos zeigen unserer Online-Gesicht und unsere Blogbeiträge und Kommentare vermitteln unsere Online-Persönlichkeit.

Profitieren: Pimp Your Profile!

In diesem Sinn ist meine Empfehlung, mit einer bewussten Strategie, die Eckpfeiler für Ihre Positionierung bewusst zu setzen. Je klarer Ihr Ziel ist und je besser Sie dieses messen können, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit für den Online-Erfolg!

Professionelle Personen- und Firmen-Profile können die Sichtbarkeit zu definierten Kernkompetenzen enorm verbessern. Sie bieten die Möglichkeit zum Kundendialog und spiegeln auf diese Weise auch ein

Stimmungsbild vom Markt. So sichern Sie sich die Themenvorherrschaft und die Top-Positionen bei Google!

Allerdings kann online nur wirken, was wir selbst einbringen. Das heisst: Wir müssen die Hausaufgaben machen, ohne die Aussicht auf einen direkten Return on Investment. Der stellt sich erst langsam ein und lässt sich erst später bewerten, wenn die Suchbegriffe der Kunden direkt zu unserem Claim auf unseren Websites oder Profilen führen und auch im Cyberspace niemand mehr an uns vorbei kommt. In diesem Sinne: „**You are what you share!**“

www.dallavecchia.com

